



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
LA COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y LA PROPUESTA DE MEJORA EN
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIOS, RUBRO PANADERÍAS EN EL DISTRITO DE
VIRÚ, 2019.**

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

AUTOR

**CERQUIN MANTILLA, DEYSY MARIMAR
ORCID: 0000-0001-6667-1753**

ASESOR:

**PELAEZ VALDIVIESO JOSÉ VÍCTOR
OCID: 0000-0002-2186-0398**

TRUJILLO – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

CERQUIN MANTILLA, DEYSY MARIMAR

ORCID: 0000-0001-6667-1753

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado.
Trujillo – Perú**

ASESOR

PELÁEZ VALDIVIESO, JOSÉ VICTOR

ORCID: 0000-0002-2186-0398

**Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Trujillo - Perú**

JURADO

BOCANEGRA CRUZADO, MÁXIMO ANTONIO

ORCID: 0000-0003-0829-1511

RUBIO CABRERA, MEDARDO HERMOGENES

ORCID: 0000-0002-3094-0218

RIVERA PRIETO, HÉCTOR ASCENCIÓN

ORCID: 0000-0002-3924-3048

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Bocanegra Cruzado Máximo Antonio
Presidente

Dr. Rubio Cabrera Medardo Hermógenes
Miembro

Mgtr. Rivera Prieto Héctor Ascención
Miembro

Mgtr. Peláez Valdivieso, José Víctor
Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por la vida que me concede, las fuerzas que adquiero para trabajar y la salud para ver a mis familiares; agradezco infinitamente al todo poderoso por su infinito amor y misericordia que ha tenido conmigo, gracias por permitirme culminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación.

A agradezco a mis padres por brindarme sus consejos, apoyo económico, sin ellos, sin su apoyo no hubiese podido culminar mis estudios; gracias por ser como son, por su amor y comprensión.

A mis Hermanos, Omar, Kevin y Paul, por siempre mirarme como ejemplo y exigirme siempre más, a mi prima Kathia Cerquin por estar conmigo apoyándome en lo que necesitaba.

Finalmente, a mis asesores por el conocimiento y su sabiduría brindada, para culminar mi trabajo de Investigación.

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado a mi hija Katherinn Danytza, por enseñarme a ser madre, por ser mi motor, por mirarme como su protectora. A mi pequeña con todo amor para que sepa, que todo se puede, no hay límites para los sueños y metas.

A mis padres, Eloy Cerquin y Martha Mantilla, la pareja que siempre piensan en sus hijos primero, un gran ejemplo de unión familiar, a ellos que me cuidaron y me dieron todo para ser, quien hoy soy. Por criarme con valores y enseñarme a nunca rendirme, por decirme que todo tiene su tiempo y un por qué; los dedico este trabajo a ellos, mis papis.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se tiene como objetivo general: Determinar cómo es el Uso de las Tecnologías de información y comunicación en el sector Servicio del Rubro panadería en el distrito de Virú, 2019. La metodología es de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño No Experimental - Transversal, para el recojo de la información se aplicó la encuesta a los representantes, con una población muestral de 10 Mypes, se obtuvieron los siguientes resultados: características de representantes el 70,0% tienen entre 25 a 50 años, un 80,0%, es de género masculino, un 60% tienen 6 años a más en el mercado. En relación a la Gestión un 40% considera que la calidad determina a la compra, un 60% conoce de Gestión de Calidad, un 40% usan la técnica de evaluación para sus trabajadores, un 80 no guarda información de sus clientes. En relación a Tic. Un 70% no hacen uso de las TIC, un 60% si utilizan equipos informáticos, un 70% utilizan equipos modernos en sus panaderías, un 90% consideran que es necesaria la entrega a domicilio, un 60% invertiría en TIC.

Se recomienda que las empresas que realicen un plan de gestión para su empresa como también capaciten a sus trabajadores sobre el uso de tic

Palabras Claves: TIC, Gestión, Calidad y Mypes.

ABSTRACT

The present research work has as a general objective: To determine how the Use of Information and Communication Technologies is in the Service sector of the Bakery Sector in the district of Virú, 2019. The methodology is of quantitative type, descriptive level, design No Experimental - Transversal, for the collection of the information the survey was applied to the representatives, with a sample population of 10 Mypes, the following results were obtained: characteristics of representatives 70.0% are between 25 and 50 years old, 80, 0% is male, 60% are 6 years old or older in the market. In relation to Management, 40% consider that quality determines the purchase, 60% know about Quality Management, 40% use the evaluation technique for their workers, 80 do not keep information about their customers. In relation to Tic. 70% do not use ICT, 60% if they use computer equipment, 70% use modern equipment in their bakeries, 90% believe that home delivery is necessary, 60% would invest in ICT.

It is recommended that companies that carry out a management plan for their company as well as train their workers on the use of tic

Keywords: ICT, Management, Quality and Mypes.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	I
2. Equipo de trabajo	II
3. Hoja de firma del jurado y asesor	III
4. Agradecimiento y dedicatoria	IV
5. Resumen y abstract	VI
6. Contenido	VIII
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros	IX
I. Introducción	1
II. Revisión de la literatura	18
III. Hipótesis	55
IV. Metodología	55
4.1.- Diseño de la investigación	55
4.2.- Población y muestra	56
4.3.- Definición y operacionalización de variables e indicadores	58
4.4.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos	60
4.5.- Plan de análisis	61
4.6.- Matriz de consistencia	62
4.7.- Principios Éticos	63
V. Resultado	64
5.1.- Resultados	64
5.2. Análisis de resultados	67
VI. Conclusiones	75
Aspecto Complementario	75
Referencias Bibliográficas	78
Anexos	84

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

De los Representantes Legales y/o Propietarios de las Mypes

- Tabla N° 1.-** Características Principales de los representantes legales de las Mypes del rubro de Panadería, del Distrito de Virú, 2019. 63
- Tabla N° 2.-** Características Principales de la Gestión Calidad en las Mypes del rubro de Panadería, del Distrito de Virú, 2019. 64
- Tabla N° 3.-** Características Principales del Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación de las Mypes del rubro de Panadería, del Distrito de Virú, 2019. 65

**ÍNDICE DE GRÁFICOS DE LOS REPRESENTANTES LEGALES Y/O
PROPIETARIOS DE LAS MYPES**

❖ Gráfico 01 (Tabla 01) Edad	93
❖ Gráfico 02 (Tabla 02) Género	93
❖ Gráfico 03 (Tabla 03) Grado de Instrucción del Propietario	94
❖ Gráfico 04 (Tabla 04) Tiempo En El Mercado	94
❖ Gráfico 05 (Tabla 05) Determinación de Compra	95
❖ Gráfico 06 (Tabla 06) Gestión de Calidad	95
❖ Gráfico 07 (Tabla 07) Evaluación de Trabajadores	96
❖ Gráfico 08 (Tabla 08) Información de Clientes	96
❖ Gráfico 09 (Tabla 09) Rendimiento	97
❖ Gráfico 10 (Tabla 10) Gestión Y calidad	97
❖ Gráfico 11 (Tabla 11) Capacitación	98
❖ Gráfico12 (Tabla 12) Normas de Higiene	98
❖ Gráfico 13 (Tabla 13) Uso de las TIC	99
❖ Gráfico 14 (Tabla 14) Equipos Informáticos	99
❖ Gráfico 15 (Tabla 15) Equipos de Panadería	100
❖ Gráfico 16 (Tabla 16) Entrega a domicilio	100
❖ Gráfico 17 (Tabla 17) Invertir en Tic	101
❖ Gráfico 18 (Tabla 18) Medios	101
❖ Gráfico19 (Tabla 19) Aplicación de TIC	102
❖ Gráfico20 (Tabla 20) Personal Usan TIC	102

I. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de Investigación, analizaremos temas importantes como la Tecnologías de Información y Comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las Mypes, ya que, según nos menciona el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI,2018) en el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen Mype.

En este contexto, la fuerza laboral aumentó en 1,2%, pasando de 8.130.600 de trabajadores a 8.231.391. Sin embargo, este crecimiento también fue acompañado de la informalidad, que pasó de 79,2% a 83,5% en este sector. (comercio, 2018)

Es por ello que se tiene que reconocer la importancia de las micro y pequeñas empresas para la economía del Perú, por lo que genera un alto grado de emprendimiento, dentro de las Mypes que generan empleo y crecimiento económico, una de ellas es el rubro Panadería, que podría ser más aportador a la economía si se utilizará herramientas como es, la gestión de calidad, tecnologías de la información y comunicación, la cual conllevaría a mejoras y obtención de nuevos clientes además de reconocimiento ante los negocio de otros rubros siendo más competitivo en el mercado y así obtener más alto nivel porcentual al crecimiento del PBI en el Perú.

Actualmente, según nos menciona el Instituto Nacional de Estadística e Informática el Producto Bruto Interno (PBI) de ocho departamentos del país creció por encima del promedio nacional (5.4 %), impulsado por el dinamismo de la actividad agropecuaria, la manufactura, las telecomunicaciones y la mayor explotación de hidrocarburos, uno de los departamentos es La

Libertad con un 6.3 %. Estos departamentos en conjunto aportaron con 4.6 puntos porcentuales al crecimiento de la economía del país y concentraron el 78.8 % de la producción nacional en el segundo trimestre de 2018. (andina.pe)

En el Perú existen alrededor de 10,000 panaderías, pastelerías y el 43 por ciento se ubican en Lima, luego le sigue Arequipa 7%, **La Libertad y Piura 5%**, así como el Callao 4.5%, Lambayeque 4.4%, Junín 4% y Cusco 3.2%. Sin embargo, existe un segmento del sector panaderías, pastelerías que no está acompañando el crecimiento económico del país por falta de capacitación y proyección de futuro. (andina, 2009)

Asimismo, hay diferentes tipos de Mypes informales, que no se encuentran registrados en entidades públicas, ni privadas, ya que por miedo a pagar impuestos no tienen Ruc, certificado de defensa civil, ni certificado sanitario mucho menos licencia de funcionamiento.

Es por ello que puedo decir que, existen 10 panaderías en la Provincia de Virú, de las cuales 3 son formales (con documentación en regla) y 7 son informales, las cuales se verificaron usando la técnica de la observación las cuales se evidenciaron y se mencionan en anexos más adelante.

La metodología que se utilizará en la presente investigación será, cuantitativa, de nivel descriptivo, investigación no experimental de corte trasversal, se utilizará la técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario que se ejecutará en el sector servicio rubro Panadería, en el distrito de Virú, 2019, con una población de 10 Mypes.

Se investigará las características del Uso de las tecnologías de la información y comunicación, como factor relevante de la gestión de calidad de los representantes de las Mypes, la cual nos servirá para poder obtener el título de Licenciado en Administración.

El rubro de la Panaderas lleva décadas en el mercado, siendo formada mayormente por el núcleo familiar por el mismo motivo que tienen muchas debilidades el sistema organizacional de la empresa por falta de capacitación y orientación, es por ello que la presente investigación se **justifica** ya que permitirá determinar las principales características de los representantes legales, las principales características de las Mypes, además se justifica porque permitirá determinar las principales características del Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación bajo el enfoque de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, en el sector Servicio Rubro Panaderías, en el distrito de Virú, 2019.

Las Mypes tienen un impacto positivo en el desarrollo de un país, sin embargo, ¿El crecimiento y desarrollo de las Mypes son iguales en todos los países?

No.

Según los datos del Consejo Internacional la Mypes, representan más del 90% del total de empresas, que **generan entre el 60% y el 70% del empleo** y son responsables del 50% del Producto Interior Bruto (PIB) a nivel mundial.

La ONU ha calculado que un 74% de las microempresas y pymes de todo el mundo funcionan en el sector informal de la economía, una cifra que asciende al 77% en los países en desarrollo. Los **negocios informales se apoyan en financiación informal**, que, si bien facilita el acceso a fondos, enlentece el crecimiento y aumenta la ilegalidad de la empresa. (<https://www.20minutos.es/>).

En **Colombia** hay 2,5 millones de micro, pequeñas y medianas empresas, según Confecámaras. Por regiones, 66% de este segmento productivo se concentra en Bogotá y cinco departamentos. Colombia ha necesitado de un cuarto de siglo para transformar su economía y ganarse un lugar en el contexto internacional. De acuerdo con el Banco Mundial, mientras en 1990 tenía el PIB número 40 del planeta, en 2014 ascendió al puesto 26. Su agregado productivo pesa US\$377.739,6 millones, lo que le permite ser la cuarta economía de América Latina y el Caribe.

Como afirma Julián Domínguez “No cabe duda sobre la importancia de las Pymes en nuestro país. Las micro, pequeñas y medianas empresas son fundamentales para el sistema productivo colombiano, como lo demuestra el hecho de que, según el Registro Único Empresarial y Social (RUES), en el país 94,7% de las empresas registradas son microempresas y 4,9% pequeñas y medianas”. **(Dinero, 2016)**

Representatividad de las MYPES en **Brasil**, existen empresas formales (98%) y 10 millones de informales, 56,1% de la fuerza de trabajo formal urbana, 26% de la masa salarial, 3.526.658 empresas adhesión al simple 17% de la provisión al gobierno, 14,5 mil mypes en las exportaciones. **(SEBRAE, 2009)**

Actualmente, las Mypes en el Perú aportan un 40% al Producto Bruto Interno, además son potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto, las MYPES generan el 47% del empleo en América Latina; conforme las MYPES van creciendo, nuevas van apareciendo. Según el Ministerio de Producción, el número de MYPES en el Perú va a ascender a un total de 5.5 millones al cierre del 2015. La gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y

a su vez, no cumplen con las formalidades. El otro 17% está conformado por MYPES formales. (<https://asep.pe/index.php/mypes-aportan-el-40-del-pbi/>)

Se ha visto que en América Latina una leve desaceleración en la tasa de crecimiento, de un 1,3% en el 2017 a 1,2% en el 2018; sin embargo, Perú, Colombia y Chile incrementaron su ritmo de crecimiento logrando las mayores tasas Perú y Chile (4,0% cada uno). Luego en el año 2017, la economía mundial registró un repunte en la producción al crecer 3,8%, tasa significativamente superior a las registradas en los años 2015 y 2016. Incidió en este resultado, la evolución favorable de las economías avanzadas que crecieron 2,4%, y de las economías emergentes que mostraron un crecimiento de 4,8%. En las economías avanzadas cabe resaltar la positiva evolución económica de Estados Unidos (2,2%), Canadá (3,0%) y la Zona Euro (2,4%); en tanto que, en las economías emergentes, destaca principalmente el crecimiento de la economía China (6,8%). (José, 2007)

En Trujillo departamento La Libertad el 43% de las Micro y Pequeñas Empresas son informales, según reveló el subgerente de Desarrollo Empresarial de la Municipalidad Provincial de Trujillo (MPT), Rogger Ruiz Díaz. Además, se constituyen entre 3 a 4 Mypes, en su mayor parte de servicios, inmobiliarias, entre otros rubros. Muchas de ellas desaparecen con el tiempo. (República, 2014)

Cabe destacar que la provincia que abarca casi la totalidad de las MYPES es la provincia de Trujillo, con un 87.840 % del total (9174 empresas). Le sigue la provincia de Chepén con un 3.275 % (342 empresas) y en un tercer lugar la provincia de Pacasmayo

con un 2.853% (298 empresas). La provincia de Sánchez Carrión y Ascope cuenta con un 2.049 % y un 1.858% respectivamente del total de Mypes del Departamento. En pequeñas proporciones, se encuentra la provincia de Otuzco, Virú y Pataz, que representan el 0.680%, 0.565%, 0.402% respectivamente.

En el Perú existen 20,000 panaderías que generan alrededor de 200 mil puestos de trabajo directos, 10,000 ubicadas en Lima y las demás en el resto del país. Son establecimientos que ya cuentan con licencias municipales. (Andina.pe)

En la provincia de Trujillo operan diariamente 5 mil panaderías, de las cuales 4,500 vienen funcionando de manera informal y a expensas de que en cualquier momento sean clausuradas por los organismos fiscalizadores.

Así lo informó el Comité Gremial de Manufactura de la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad (CCPLL), que frente a esa situación sostuvo la necesidad de orientar a los propietarios de estos negocios a fin de que puedan trabajar bajo un marco legal y con las herramientas del caso. (República, 2015)

Hoy en día las bodegas en Perú tienden a convertirse en panaderías y para ello invierten hasta 50,000 dólares en maquinaria para adquirir una línea productiva de maquinarias fluctúa entre 20,000, 30,000 y hasta 50,000 dólares, dependiendo del tamaño del proyecto, manifestó la funcionaria de Negocios Internacionales de la Corporación Nova, Martha Soto.

El mercado panadero ha crecido fuertemente en los últimos años, lo que ha impulsado que los pequeños comerciantes apuesten ahora por ampliar las instalaciones de sus bodegas. Precisó que los clientes no sólo son pequeñas, medianas y grandes empresas,

sino también cadenas productivas como los supermercados que tienen una sección especializada en panadería y pastelería. Asimismo, proyectó que la venta de maquinarias para panadería y pastelería a nivel nacional crecerá en 30% al cierre de este año debido a la fuerte demanda por equipos de mejor tecnología.

“Los principales clientes en el país son las pequeñas, medianas y grandes empresas, o también cadenas productivas como los supermercados. Lo que se vende son líneas enteras conformadas por cuatro o cinco máquinas, como son los hornos, amasadoras y batidoras”, especificó, cuyas ventas anuales superan los diez millones de dólares, un 18 por ciento de esta cifra representan las exportaciones. Entre la exportación de maquinarias para panadería y pastelería a 33 países del mundo, siendo Latinoamérica su principal mercado, especialmente Ecuador, Bolivia, Colombia y Chile, además Centroamérica, destacando Panamá y Costa Rica.” (andina.pe)

Existe un segmento del sector panaderías pastelerías que no está acompañando el crecimiento por falta de capacitación y proyección de futuro. Por ello, Álicorp lanzó el concurso “Idea tu Empresa” para elegir y premiar, con capital semilla y capacitación por un año, a las mejores ideas de negocio de panaderos establecidos en los segmentos socioeconómicos C y D del Cusco, Trujillo (La Libertad) y Lima. El objetivo principal de este concurso, organizado por Álicorp junto a la organización no gubernamental (ONG) estadounidense TechnoServe, es promover en Perú el desarrollo de negocios inclusivos, es decir, negocios que involucren a las personas de escasos recursos económicos en el segmento panificador. El concurso se realiza para que los panaderos tengan la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos sobre el negocio de la panadería y pastelería, que les serán de mucha utilidad para crecer en sus negocios. (Andina, 2009)

La elaboración de productos de panadería panes, galletas, tostadas, bizcochos, tortas, entre otros productos reportó un crecimiento de 4.1% en el primer semestre del 2018 en comparación con el mismo periodo del año anterior, según informó el Instituto de Estudios Económicos y Sociales (IEES) de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

El reporte sectorial de Elaboración de Productos de Panadería del IEES destaca que el crecimiento en la primera mitad del 2018 y todo el 2017 se explica por cuatro factores. En primer lugar, el incremento de la demanda de productos de panadería con más valor nutricional y mayor precio. Un segundo aspecto es el desarrollo de nuevos productos de panadería. En tercer lugar, la mayor inversión en equipamiento de herramientas y máquinas. Finalmente, el cambio de paradigma en las personas de que el pan es un producto que genera un incremento en el peso corporal, según dijo la SNI. (<https://peru21.pe/ultimas-noticias/>)

En el distrito de Chao hay una moderna panadería “La Casa del Pan” constituye productos a los cafetines de trabajadores que posee otro importante proyecto de emprendimiento CAMPOSOL en su planta y fundos, con el objetivo asegurarle un importante mercado inicial que le da mayor de brindar oportunidades de desarrollo económico y sostenibilidad. Asimismo, se ha contemplado a mediano plazo, la política de Responsabilidad Social de nuestra empresa. Implementación de un centro de capacitación. En este proyecto se ha ejecutado en alianza estratégica con la panadería y pastelería con la finalidad de apoyar a más Asociación Juventud, Arte y Desarrollo, institución que jóvenes brindándoles la oportunidad de capacitarse y integra a jóvenes de las localidades de Chao y Nuevo Chao, desarrollarse en este rubro. La cual es patrocinada

por CAMPOSOL. Está ubicada en la Av. César Vallejo N° 251, en Solidarias”, microempresa ubicada en el Centro Poblado la localidad de Chao. (El Camposolino, 2011)

Hoy en día existen para las panaderas equipo de cocina y hornos especializados en brindar sistemas de seguridad, las amasadoras se han transformado de manera que ahora permiten amasar más cantidad y reducir el riesgo de oxidación por amasar demasiado. La creación de temporizadores automáticos impide que los panaderos olviden sus productos dentro de los hornos. A la vez, los hornos ahora incluyen rejillas rotativas y controles que proveen un mayor control de la temperatura y la humedad de los productos mientras se hornean, todo esto brindan a los panaderos la posibilidad de controlar la textura, el sabor y la apariencia de sus productos más que nunca. La tecnología no sólo significa mayor rapidez y producción, también mayor calidad, una característica fundamental para el éxito de cualquier tipo de panadería. (<https://www.europamex.com/>)

Las panaderías, como cualquier negocio están siempre a la vanguardia de las actualizaciones en los mercados, ahora se puede ver las nuevas formas de entregas que existen, una que nos ha sorprendido es la nueva forma de entrega gracias al desarrollo de los drones en todo el mundo.

Hace algunos años atrás los drones eran utilizados en agricultura, publicidad y medios de comunicación, ahora los drones son vistos como posibles medios de transporte de pequeños paquetes en zonas con consumidores dispersos o en otras con alto tráfico. Amazon ya experimenta con el reparto de libros en Estados Unidos y, en Australia, una empresa local ya se le adelantó. Algunas pizzerías en Rusia y en la India también han realizado sus primeras entregas voladoras.

Cada vez se encuentran más aplicaciones empresariales para estos pequeños aparatos voladores.

En Europa y en todo el mundo, incluyendo el Perú, se discute la conveniencia de acotar el uso de estos aparatos, actualmente existen proyectos de ley en el Congreso y en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones que, increíblemente, ordenan prohibir el uso comercial de los drones.

En el mundo, las razones con que se justifica la regulación son la seguridad aérea y la privacidad. Mas en EE.UU., como en otros países, la regulación busca poner candados para proteger a los ciudadanos y al mismo tiempo fomentar el desarrollo comercial de este rubro de alta tecnología; en cambio, en el Perú, la intención es básicamente prohibir.

Ahora le toca el turno al pan. Así lo ha entendido la panadería **Currus&Co** de la turística localidad de Somo en Cantabria, España, quienes están decididos a convertirse en la primera panadería del mundo con reparto de panes a domicilio a través de una flota de drones. La empresa ha lanzado un vídeo de presentación de este novedoso servicio, cuyo funcionamiento es “muy sencillo” y está inspirado en grandes sociedades como Amazon y Domino’s Pizza.

El servicio de entrega detectará la ubicación que el cliente comparta y hasta ese punto encaminará su entrega, informa Currus&co. Por lo pronto, los responsables de esta tienda indican que los drones con los que cuentan tienen una autonomía de 2,5 kilómetros. (<https://www.cambio16.com/panaderia-drones/>)

Se puede decir que de lo investigado y de algunos informes reportados por el INEI, donde manifiesta que las TIC, en referencia a las Mypes peruanas, el 7,8% han asistidos

a cursos de capacitación, en el rubro TIC, brindado por instituciones públicas y privadas y que fueron distribuidas de la siguiente manera: El 8,5%, de las participantes fueron de lima y el callao, además el 22,3% de estas empresas llevaron cursos de diseño de página web, seguido de operaciones de banca electrónica, y fueron dictadas por empresas privadas, Institutos de Educación Superior e Instituciones financieras y en menor medida por ONG, gobiernos locales o las CITES.

El líder indiscutible en términos de productividad en el sector TIC (y en prácticamente todos los sectores) es Estados Unidos. En el año 2000, la productividad por hora trabajada en China era el 16% de la de EE UU. Tan solo 14 años después, había aumentado al 21%. Es cierto que las diferencias con respecto al líder son todavía notables, pero la importancia de su dinamismo queda patente al constatar que en este mismo periodo de tiempo la UE perdió posiciones al pasar del 85% al 69% de la productividad en EE UU.

El informe de la CE proporciona información para 15 sectores, seis de ellos productores de TIC y los nueve restantes intensivos en su uso. La productividad por hora trabajada en 2014 en EE UU era superior a la de la UE en todos ellos, y por supuesto también a la de China. Lo interesante es que en el periodo 1995-2014 el crecimiento de la productividad en China fue superior a la de EE UU y la UE en dos sectores productores de TIC, y en siete y cinco sectores de uso intensivo respectivamente.

En el Perú se ha visto actualmente la entrada de una nueva empresa virtual, GLOVO una compañía tecnológica, cuya actividad principal es el desarrollo y gestión de una plataforma tecnológica mediante la que a través de una aplicación móvil o de una web (en adelante, la APP) permite a determinadas tiendas locales de algunas ciudades en

diferentes territorios ofertar o insertar sus productos y/o servicios a través de la misma, y en su caso, si los usuarios de la APP y consumidores de las citadas tiendas locales así lo solicitan a través de la APP, de forma accesoria, intermedia en la entrega inmediata de los productos.

Glovo ha desarrollado una Plataforma mediante la cual diferentes comercios, con los que Glovo puede mantener un acuerdo comercial por el uso de la plataforma, ofrecen y/o pueden insertar una serie de productos y servicios. El Cliente tiene la posibilidad de solicitar la adquisición y/o recogida de productos y servicios de estos comercios, de forma presencial, mediante el mandato que confiere a un tercero al solicitar un pedido a través de la Plataforma, en cuyos casos Glovo actúa como mero intermediario y por lo tanto, no puede asumir ni asume responsabilidad alguna sobre la calidad de los productos y su correcta prestación de los servicios ofrecidos directamente por los comercios ni por dichos terceros.(<https://glovoapp.com/en/legal/terms>)

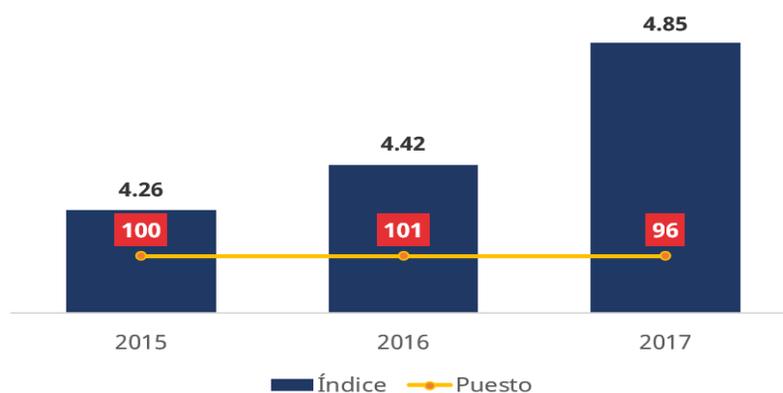
En el Perú hay conocidas empresa que venden todo tipo de pan en sus páginas web como son: totuss, linio, bankesl Perú, metro, Wong, plaza vea.

Según John Dobson, profesor de la Escuela de Administración de la Clark University de Massachusetts en Estados Unidos nos menciona que la mayoría de las inversiones en TIC se realizan por las razones equivocadas. Muchas mypes invierten en TIC bajo presión mimética. Por lo tanto, estas inversiones se realizan simplemente para reflejar el comportamiento de otras Mypes y no se hace para mejorar la eficiencia operativa o, lo que es más importante, para conectarse mejor con los clientes" que existe", pero rescata que es interesante que muchas mypes tengan acceso a algunas de las

herramientas TIC más efectivas, como son las redes sociales, el correo electrónico y sitios web gratuitos. (Gestion.pe)

La Unión Internacional de Telecomunicaciones es el organismo especializado de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TIC. Esta organización publica anualmente el Measuring the Information Society Report, en el cual desarrolla un Índice de Desarrollo de las TIC y lo calcula para diversos países, entre ellos Perú. Además, busca representar diversos aspectos del desarrollo económico y social para medir el avance de las TIC entre países e identificar brechas digitales.

Para el año 2017, el índice de desarrollo de las TIC fue de 4.85 (en una escala del 1 al 10), ubicándose en el puesto 96 de un total de 176 economías. El país mejor ubicado fue Islandia con un índice de 8.98 (superando a Corea del Sur), mientras que el país latinoamericano mejor ubicado fue Uruguay (puesto 42) con un índice de 7.16.



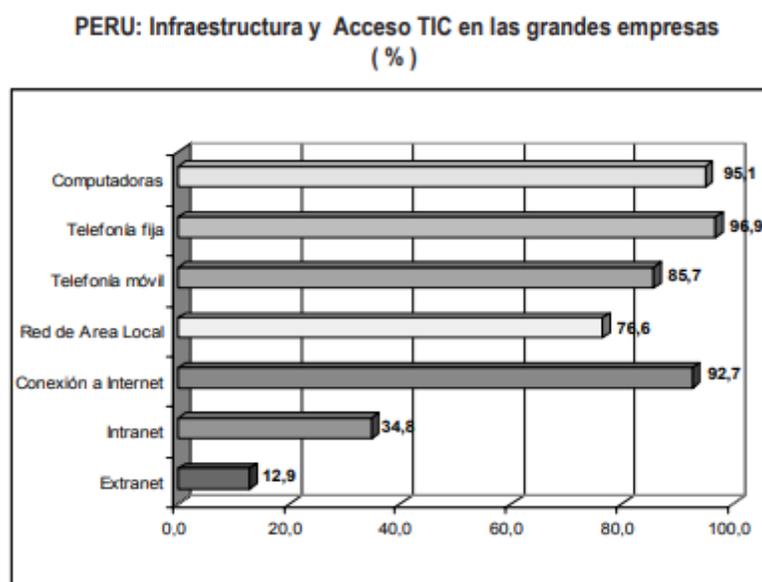
Fuente: International Telecommunication Union (ITU)

Elaboración: FRI – ESAN

Perú se encuentra avanzando en términos de índice a nivel internacional en el desarrollo de las TIC. Esto se debe principalmente a la identificación, desarrollo y

ejecución de políticas públicas encaminadas al fomento de las TIC a nivel nacional; por ejemplo, los proyectos regionales de conectividad de banda ancha en Amazonas, Apurímac, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Ica, Junín, Lambayeque, Lima, Moquegua – Tacna, Piura – Tumbes y Puno. (old.fri.com.pe/blog/desarrollo-de-las-tic-en-el-peru)

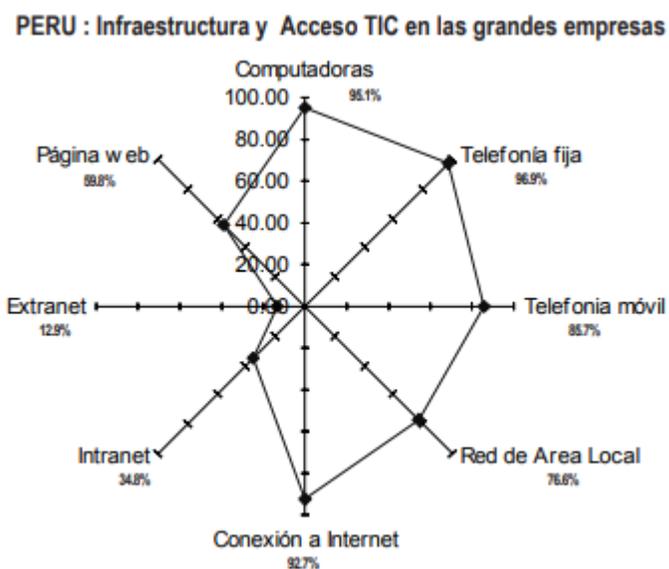
En lo que se refiere a las comunicaciones de telefonía móvil, se observa que el 85.7% de empresas peruanas tiene implantada esta tecnología, pero aún queda un segmento importante de más del 14% que debe integrarse a esta gran tecnología que se ha convertido en una herramienta básica para las empresas, a efectos de mejorar la gestión empresarial en todos sus aspectos: compras, ventas, producción etc.



Fuente: INEI.gob.pe

El 97%, ello permite la comunicación con clientes, proveedores, etc. pero no de una manera amplia y cómoda, pues la fluidez de la Línea Telefónica fija, no alcanza a lo ofrecido por la portabilidad de la línea telefónica móvil.

También se puede ver el comportamiento de las principales variables de infraestructura y servicios tic que vienen utilizando las grandes empresas en nuestro país.



Fuente: INEI.gob.pe

Se observa que, si los porcentajes obtenidos van formando una circunferencia, ello significa que las empresas investigadas están utilizando en forma suficiente toda la infraestructura tecnológica que ofrece el mercado de las TIC. En el caso de nuestro país, se forma casi media circunferencia lo que indica que las empresas deben explorar principalmente las bondades que ofrecen las páginas web, la extranet y la intranet.

En cambio, el uso de telefonía fija y móvil, computadoras, internet e inclusive las redes de área local, su utilización es amplia, pero es posible que dicha tecnología llegue a la totalidad de las grandes empresas. (Inei.pe)

El Distrito de Virú es un pueblo joven y está ubicado en el centro de grandes empresas agroindustriales, por lo que es inevitable no observar el crecimiento de las Mypes que se encuentran alrededor; hay algunas Mypes que desaparecen , mientras que

otras crecen y se desarrollan en el mercado, actualmente se desconoce si este fenómeno es consecuencia del Uso de las tecnologías de la información y comunicación y como factor relevante la gestión de calidad, por lo cual se está realizando este trabajo de investigación.

Es por ello, que se realizó la siguiente investigación, lo cual me va a permitir **determinar el siguiente enunciado.**

¿Cuáles son las características del Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) como factor relevante en la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Panadería en el Distrito de Virú, 2019?

Para dar respuesta a esta interrogante se plantea el siguiente **objetivo general:**

- ✓ **Determinar las características del Uso de las Tecnologías de la Información y la comunicación como factor relevante en la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios Rubro Panadería en el Distrito de Virú, 2019**

Para lograr el objetivo general se plantea los siguientes **objetivos específicos:**

- ✓ Determinar las Principales características de los representantes en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios Rubro Panadería en el Distrito de Virú en el Año, 2019
- ✓ Determinar las Principales características de Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Panadería en el Distrito de Virú en el Año, 2019.
- ✓ Determinar las Principales características del Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios, Rubro Panadería en el Distrito de Virú en el Año, 2019.
- ✓ Elaborar una Propuesta de mejora a través de los resultados obtenidos en nuestra investigación.

La investigación se justifica, porque nos permitió conocer las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, Rubro Panadería en el Distrito de Virú en el Año, 2019

Se justifica también porque nos permitió conocer las características de éstas MYPE, de igual forma conocer las características del Uso de las Tecnologías de la información y comunicación, para saber los problemas existentes y obtener solución para que tengan un crecimiento económico y estructural.

Se justifica, el presente trabajo de investigación porque servirá como antecedentes y bases teóricas para estudios posteriores que realizaran los alumnos de nuestra universidad y también es de beneficio para los micros empresarios.

Finalmente se justifica la investigación porque está elaborada para poder obtener el Título de Licenciado en Administración.

Este estudio tiene como metodología el diseño no experimental, transversal y descriptivo, es de tipo cuantitativo, con una población muestral de 10 Mypes. Aquí se aplicó la técnica de la encuesta y para recoger los datos se realizó mediante un cuestionario.

II.- REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

Se realiza las consultas a diversos autores, para poder encontrar una relación existente referente al estudio que se está realizando, la cual se ha encontrado algunos estudios similares o que están tratando el tema en forma genérico. Lo cual como estudiante se está buscando mejorar los antecedentes.

Estudios oficiales patrocinados por estudiantes, de diversas partes del mundo:

a.- Nivel Internacional

- **(Raisa, María y Nicole, 2018) en su tesis titulada** *“Mejora de procesos en el área de administración y producción de la panificadora Delicake en Guayaquil-2018”* se plantea el siguiente objetivo: Desarrollar un plan de mejoras de procesos en el área administrativa y productiva de la panificadora Delicake en Guayaquil. Para su aplicación en la micro empresa panificadora Delicake, la presente investigación utilizo el método experimental, descriptivo y explicativo mediante el uso de instrumento de investigación como la observación, entrevista y encuesta el cual se procederá a describir y explicar el comportamiento al haber obtenido los resultados adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y situaciones identificadas insertas con el contexto teórico, para ello se usó la base de información obtenida a través de las encuestas de una muestra de 237 personas de la ciudad de sause VI, Entre Los Resultados se encontró, un 100% de encuestados manifestaron que no conocen de las Buenas prácticas de

Manufactura(BPM), entre las preguntas también manifestaron que 50% de trabajadores consideran se deben capacitar al personal para ayudar a mejorar su desempeño en el trabajo. Mientras que el 100 % manifestaron que si conocen de las normas de higiene que deben realidad manipuladora de alimentos. Seguidamente se encuesto al dueño de la panadería el cual nos dio como resultados que él tiene una edad de 47 años, con grado de instrucción superior, manifestó que, si tienen conocimientos del estudio de mercado, manifestado también que su empresa utiliza las normas de calidad, manifestaron también que su empresa no cuenta con organigrama.

Llegando como conclusión que la empresa tiene la necesidad de establecer una estructura organizacional ya que últimamente se encuentra desorganizada y como recomendación a Delicake que tome en consideración la aplicación de un manual de procesos y procedimientos para el área de administración y producción, ya que contribuirá a la estandarización de las distintas tareas que se realizan dentro de la misma, tanto para el propietario como personal de trabajo tendrá claro el perfil que estos deben cumplir para la realización de cada actividad, así como también las 64 responsabilidades de cada uno, esto a su vez ayuda en reducir el tiempo ya que las mismas serán ejecutadas por personal capacitado.

➤ **Martínez, J y Pareja, K. (2015).** En su tesis que lleva por título: “*Innovación tecnológica y el sistema de producción de las panaderías del distrito de Oropesa – cusco. 2015*”. en el presente de investigación, se planteó el siguiente **objetivo general:** Describir la innovación tecnológica e identificar las características del sistema de producción actual de las panaderías del distrito de Oropesa, para el desarrollo de la presente investigación se utilizó el tipo de método cuantitativo, es transversal y descriptivo, el diseño no experimental y el método de investigación es analítico. Utilizo la técnica de la observación directa, la encuesta, la entrevista y el estudio bibliográfico. El instrumento y herramienta que utilizo fue: el cuestionario, guía de observación, Libros y revistas especializadas, Internet y planos. En tal virtud, podemos observar los principales resultados obtenidos en el presente trabajo: Con respecto a maquinaria y equipo se puede observar que el 74% de las panaderías cuenta con batidora y sobadora del cual las batidoras son maquinarias nuevas y que el 26% de las panaderías solo cuenta con sobadora o laminadora que son las máquinas tradicionales con el que elaboran el pan. Ninguna de las panaderías cuenta con maquinaria y equipos mejorados. El 85 % realiza el mismo procedimiento para la elaboración de los panes tradicionales de Oropesa, y el 15% de panaderías realizan procedimientos mejorados haciendo uso de pre mezclas para la elaboración del pan chuta y nuevos productos como el panetón, empanadas y bizcochuelos. En cuanto a capacitación o talleres, el 52% de los panaderos no han participado en ninguna capacitación o taller en panadería, el 42% asiste a talleres que ofrece la empresa Álicorp y el 6% de panaderos asiste a otras capacitaciones y talleres brindados por otras instituciones como: Manpan y DIRCETUR. El 73% de panaderías no

utilizan ingredientes nuevos ni mejorados, y el 27% si utiliza ingredientes nuevos. Análisis de información.- Las panaderías en el distrito de Oropesa en su mayoría no utilizan ingredientes nuevos o mejorados como las harinas preparadas, pre mezclas y otros ingredientes que mejoren la calidad y rendimiento por lo tanto se siguen manteniendo en lo tradicional. El 87% de las panaderías almacena sus insumas en depósitos, el 10% en el amasijo y el 3% en los pasadizos. Análisis de información. - La mayoría de las panaderías almacena sus insumas (harina manteca azúcar salvado de trigo levadura huevo etc.) en depósitos algunos sobre tarimas y otros sobre el piso. El 73% de panaderías elabora el pan con 8 trabajadores y el 27% con 7 trabajadores. Se observa que en el 69% de las panaderías los trabajadores utilizan solo mandil, el 29% utiliza mandil y gorros y que el 2% no utiliza ninguna indumentaria para elaborar el pan. Se observa que el 97% de panaderías utilizan rodillos, raspadores y hoja de afeitar y el 3% utiliza solamente rodillos y raspadores. Se observa que el 98% de las panaderías miden la cantidad de producción en base a la cantidad de harina utilizada y el 2% mide en base a la cantidad de panes producidos. En cuanto a la cantidad de producción por día se puede observar que un 61.3% utiliza dos sacos de harina, un 11.3% utiliza cuatro sacos, 8.1% utiliza saco y medio, 4.8% utiliza seis sacos, 4.8% utiliza ocho sacos, 3.2% utiliza diez sacos, 1.6% utiliza un saco y un 1.6% utiliza doce y catorce sacos de harina. Se observa que el 73% de panaderías realizan un control de los pesos exactos de sus insumos y 27% que no controlan. Se puede observar que en todas las panaderías los maestros de horno controlan la temperatura del horno, pero lo realizan al cálculo. - El grafico nos muestra que el 89% de las panaderías si cuentan con un almacén y que un 11%

no cuenta con un almacén, y mantienen los insumos en los amasijos y pasadizos. El 61% de las panaderías mantienen limpias sus panaderías a un nivel regular, un 19% no mantienen limpias sus instalaciones en el momento de la visita realizada y solo el 20 % mantiene limpias sus instalaciones a nivel bueno al momento de la visita. Con el presente trabajo de investigación se concluye que las panaderías carecen de innovación tecnológica ya que continúan desarrollando los mismos procesos tradicionales y siguen elaborando las mismas variedades de panes. Las panaderías no desarrollan nuevos conocimientos ni experiencias, se ha podido observar que el 52% no participa en capacitaciones ni talleres en panadería. Además de la falta de interés por innovar. Sistema de producción de las panaderías de Oropesa aún mantienen su producción artesanal basada solo en la experiencia. En distintas etapas del sistema de producción, se muestran debilidades y deficiencias como; en los insumos: las deficiencias en la materia prima, falta de personal, riesgos de uso en las herramientas, falta de control de los recursos financieros y un mal o regular estado de la infraestructura; en la transformación: la forma incorrecta de almacenamiento y mal preparado, amasado u horneado; Producto final: mala apariencia, panes no contabilizados y pocas variedades; control: falta de control de pesos, fermentación y temperatura del horno. Con la investigación se observó que a las panaderías les falta mejorar las buenas prácticas de manufactura en cuanto al uso de uniforme completo de panadería y limpieza de instalaciones. Careciendo de innovación tecnológica las panaderías del distrito de Oropesa, deben impulsar la implementación de nuevas maquinarias, equipos, herramientas y la elaboración de nuevos productos o la mejora de las ya existentes. Los dueños de las panaderías deben realizar un

análisis de su panadería, identificando los puntos críticos y mejorando las deficiencias encontradas en el sistema de producción esto a la par con la innovación tecnológica para los procesos y productos. Se identifican como procesos que requieran ser innovados a todas las etapas que involucran al sistema de producción (Insumas, Transformación, Producto final y retroalimentación). Se recomienda Se sugiere a todas las panaderías buscar nuevos o mejorados procedimientos para la elaboración del pan y así poder innovar en el proceso y en el producto. Para ello las panaderías deben ser partícipes de las capacitaciones que brinda la empresa Alicorp, talleres de panadería y pasantías en ferias locales y nacionales. La Municipalidad Distrital de Oropesa de la mano con la asociación de panaderos del distrito debe brindar capacitaciones y talleres de manera efectiva, donde las panaderías en su totalidad puedan ser partícipes, dándoles facilidades de horarios y recompensando el interés por el desarrollo de la sociedad. La Municipalidad Distrital de Oropesa debe realizar con mayor frecuencia las inspecciones correspondientes de acuerdo a la norma sanitaria, para fiscalizar, controlar y tomar las medidas necesarias para garantizar la calidad del pan que deben tener las panaderías del distrito. Como recomendación se les menciona que realicen un "Plan de mejora del sistema de Producción e innovación Tecnológica en las panaderías del distrito de Oropesa" que ayudara a los dueños de las panaderías a poder corregir las debilidades y deficiencias del sistema de producción. Las Panaderías deben tener conocimiento de la Norma Sanitaria para la Fabricación, Elaboración y Expendio de Productos de Panificación, Galletería y Pastelería RM No 1020-2010/MINSA y las Buenas prácticas de manufactura para mejorar la calidad del pan. 6. Se sugiere a los

dueños de las panaderías adquirir maquinaria, equipos y herramientas nuevas para facilitar et trabajo que requieren de esfuerzo físico, y mejorar la calidad de la mezcla; la miga en el sobado y el boleado.

- **Andrade y Beatriz, (2018). con su tesis titulada** ” *Propuesta De Mejora De Procesos En La Panadería “San Agustín” De La Ciudad De Guayaquil*” como objetivo principal tiene: Plantear la mejora de procesos en la panadería “San Agustín” de la ciudad de Guayaquil para lograr una efectividad en dichos procesos., el presente trabajo es descriptivo y explicativo, utilizando como instrumento la encuesta para los clientes. Teniendo como resultado que un 64 % de clientes les gustaría adquirir los productos de la panadería por medio de redes sociales. Mientras que el 36 % manifestaron que no les gustaría; también se les pregunto qué redes sociales utilizan más tiempo como resultado que un 73% utilizan el feboock, el 13% el Instagram, el 1% Twitter, 7% whasap y el 6% no utiliza redes sociales. También se le hizo la pregunta si le gustaría que se brinde un servicio de entregas a domicilio teniendo un 87 % que sí y un 13% que no.

b.- NIVEL NACIONAL

- **ACOSTA PIÑA, Cessio Manzini (2017). En su tesis titulada** “ *Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Servicio De Atención Al Cliente En Las Mypes Del Sector Industrial Elaboración De Productos De Panadería, Distrito De Manantay, Año 2017*”, en el presente trabajo de investigación se encontró el siguiente objetivo General: Analizar y caracterizar el Sistema de Gestión de calidad bajo el enfoque de servicio de atención al cliente en las Mypes del sector

industrial rubro elaboración de productos de panadería en el distrito de manantay, año 2017; para esta investigación se aplicó un diseño de investigación No Experimental-Transversal-Descriptiva, Participaron el 100% de las Mypes (08) del rubro panaderías; como también se realizó una técnica de la encuesta y el instrumento para la recolección de datos, el cual constó de un cuestionario estructurado de 21 preguntas, esto nos permitió obtener información sobre las empresas de panaderías y que es nuestro objeto de estudio, en consiguiente se encontró los siguientes resultados.

Los Resultados encontrados permiten, dar las siguientes conclusiones: Las características de los representantes son:

La mayoría de los representantes legales (75 %) encuestados tienen de 51 años a más, son de sexo masculino (75 %), tiene educación superior no universitaria (87.5 %), son los propietarios de panadería (100%) y los encuestados (75 %) tiene de 6 años a más en el cargo que desempeñan. - La mayoría de las micro y pequeñas empresas (75%) tiene de 6 años a más en el rubro, tienen de 1 a 5 trabajadores del propietario (75%), los trabajadores (100%) son familiares del propietario y estas empresas (100%) fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. - Las panaderías (100%) en su totalidad planifican sus objetivos, no elaboran ni manuales ni tienen organigrama (100%), la mayoría se capacitan en la elaboración de panes y pasteles (87.5%), evalúa a sus trabajadores midiéndoles el rendimiento (87.5%), la totalidad comparan sus resultados con otras panaderías (100%), recopilan información de sus clientes (100%), se comprenden las necesidades de sus clientes, estas panaderías (100%) consideran que sus clientes prefieren su negocio por la buena calidad y el sabor de sus productos, y que están

satisfechos con sus productos (100%), la atención brindada en estas panaderías (75%) es buena, ofrecen promociones para retener a sus clientes (37.5%) y en estas panaderías (75%) la retroalimentación de las opiniones de sus clientes les permite ganar más clientes.

➤ **Se dieron las siguientes recomendaciones:**

Invertir a las empresas panaderas en capacitación que estén enfocadas a temas de atención de calidad, ya que está comprobado que el principal método de fidelizar clientes es a través de una buena atención. - Se recomienda al Gobierno de la Región Mantener mecanismos accesibles de formalización a través de otros entes del estado, garantizando así las condiciones de negocio y su mejoramiento, con normas claras y efectivas dirigidas a las mypes. - Invertir en avisos publicitarios (radio, tv) de este modo llegar hasta los lugares menos accesibles de la región y que nuestro negocio sea conocido, pudiendo vender nuestros productos al por mayor y menor. - Desarrollar un logo o marca para nuestro producto, de tal modo que sea identificado por nuestros clientes y potenciales clientes.

➤ **Luis, C. (2017)** según su tesis titulada *“Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro panadería, Distrito de Satipo, año 2017”* El objetivo principal de la presente investigación ha sido determinar la Gestión de Calidad bajo el enfoque de Atención al Cliente en las mypes del Sector Comercial, rubro Panadería, distrito de Satipo, año 2017. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional; donde a través de la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 18 preguntas, obteniéndose como resultados: Respecto al propietario: Edad, destacan los rangos de “29 a 39 años”

y “de 50 a más años” con 44,4% respectivamente; existe presencia del género masculino (55,6%) y femenino (44,4%); en instrucción, 55,6% son “técnicos” y 44,4% empíricos. Respecto a la empresa: 100.0% de las mypes encuestadas están formalizadas y su principal interés ha sido el “acceso al crédito bancario”, 66,7%. La mayoría tiene poco tiempo en el mercado, “de 1 a 3 años” representan el 66,7%; 44,4% no tienen a sus trabajadores en planilla. Respecto a gestión y atención al cliente: el 77,8% no tiene conocimientos de gestión y técnicas de calidad. Sin embargo, el 55,6% tiene interés en implementar calidad en su gestión; carecen de un plan de negocios anual. Así mismo, indican que las instalaciones y la exposición de sus productos obedece a un criterio y estrategia hacia el cliente. Finalmente, los propietarios de las mypes de panadería indican que su gestión está enfocada 100,0% al cliente y consideran que el éxito de un plan de servicio es la actitud del personal. Las siguientes conclusiones, se sustentan en el análisis de la información obtenida en las encuestas y revisión bibliográfica. - Las mypes del sector comercial, rubro panaderías no tienen interés pleno en la implementación de un plan de gestión de calidad. - Los propietarios no tienen conocimiento en temas de gestión empresarial. Son empíricos en administración, sin embargo, aplican la filosofía de la mejora continua en la práctica. - No tienen un Plan de Negocios que los guíe respecto a metas para su desarrollo empresarial. - No tienen un plan documentado de servicio al cliente, pero sus acciones comerciales están alimentadas por el análisis del comportamiento de sus clientes, que procuran satisfacerlo y fidelizarlo. - Las mypes se apoyan en su personal, para brindar a sus clientes una mejor experiencia de servicio., se recomienda - Capacitación en gestión empresarial para la gerencia

o propietarios de las mypes de panaderías. - Comprender que la calidad es una decisión de largo plazo y beneficiosa para la empresa. - Implementar una gestión de calidad que permita sostener las decisiones empresariales tomadas bajo la filosofía de la mejora continua. - Documentar las prácticas de mejora de atención al cliente.

➤ **Cesar, C. (2017)** en su tesis titulada “*Gestión De Calidad Con El Uso De Las Tecnología De La Información Y Comunicación En Las Micro Y Pequeña Empresas Del Sector Industrial, Rubro Elaboración De Productos De Panadería Del Distrito De Coishco, Año 2017*” en el presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo, El diseño de investigación es No Experimental – Transversa, La investigación está conformada por 10 las micro y pequeñas empresas sector industrial, Para este proyecto de investigación se empleó una muestra dirigida de 5 las micro y pequeñas empresas ,por consiguiente se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en la micro y pequeña empresa del distrito de Coishco, año 2017, la presente investigación tuvo como resultados que un 60% de encuestados tienen entre 30 a 50 años de edad, el 100% son de género masculino , y con el 60 % con grado de instrucción secundaria. Asimismo, en su encuesta realizada el 80% tienen de 5 a 10 años de permanencia en el mercado panadero, y el 100% de empresarios manifestaron que su situación legal de la empresa es formal. Por otro lado un 60% manifestaron que, no hacen usos de las tecnologías de información y comunicación mientras que un 40 % que sí.

➤ **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)** en su tesis titulada “Gestión De Calidad Con El Uso De Tecnologías De Información Y Comunicación En Micro Y Pequeñas Empresas, Rubro Comercialización De Abarrotes, Pueblo Joven El Progreso, Distrito Chimbote, 2018”, El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar las características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación en las Micro y pequeñas empresas del rubro Comercialización de abarrotes, del pueblo joven El progreso, Distrito de Chimbote en el año 2018. Se aplicó un diseño de investigación no experimental, transversal, descriptiva a una población muestral de 10 MYPE, usando la técnica de la encuesta a través de un cuestionario de 22 ítems. Las respuestas que se obtuvieron fueron que el 70% de los empresarios tiene edades entre 31 y 50 años, existe paridad entre masculino y femenino que representan un 50% cada uno, el 70% de ellos tiene secundaria completa y el 100% son dueños. Las MYPE tienen un tiempo de permanencia de 7 años a más en un 50%, emplean en un 80% entre 1 y 5 trabajadores lo cuales no son familiares en un 70%, siendo el al objetivo de creación en 100% para generar ganancias; el 100% de los encuestados de las MYPE manifestaron que La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, Respecto a si conocen o no el término Gestión de calidad, los resultados de la investigación muestran que un 50% en las MYPE sí conoce y el otro 50% no lo conoce, el 70% no conoce el significado de la sigla TIC, un 30% conoce la observación; otro 30% la evaluación; el 80% considera imprescindible el uso de TIC y sí utiliza; un 80% utiliza equipo informático y de comunicación por parte de la MYPE, sin embargo, el 80% de las MYPE no tiene un sitio web o página

en redes sociales, el 100% de las microempresas no realiza compras o ventas por internet; pero sí considera que las aplicaciones TIC posibilitan mejores decisiones; un 50% del personal sí maneja herramientas TIC y el otro 50% no maneja estas herramientas; por último el 100% sí está dispuesto a invertir en TIC. Finalmente, se concluye que las MYPE de la investigación no tienen un uso adecuado de las TIC como herramienta de gestión de calidad.

c. Nivel Local

➤ **RONDON LAYZA, Francisca (2017)** en su tesis titulada “*Formación ocupacional de personas y control de calidad en las panaderías de Huamachuco, año 2016.*” El presente trabajo de Investigación es Método Deductivo-Inductivo, analítico – Sintético usando las técnicas de Instrumento de recopilación de datos , la encuesta, para tratar la Hipótesis se utilizó la Investigación no experimental, diseño descriptivo transaccional de tipo correlacional, como objetivo general tenemos: Determinar qué relación existe entre la formación ocupacional del personal con el control de calidad de las panaderías de Huamachuco, año 2016, como específico tenemos : Calificar el nivel de formación ocupacional del personal de las panaderías en estudio, caracterizar y calificar el control de calidad en las citadas panaderías, sustentar el tipo de relación que existe entre las calificaciones de ambas variables, para ello se hizo una encuesta las cuales se realizó a 30 trabajadores de la municipalidad, 03 inspectores municipales y 30 representantes de la junta vecinal, el cual se recogió los siguientes datos:

56 % de los trabajadores de las panaderías manifiestan tener entre 21 y 42 años y 44 % una edad entre 43 y 63 años, en cuanto a genero nos arrojo el 67 % son masculinos, mientras el 33 % son género femenino, un 47 % tienen entre 10 años

de trabajo en las panaderías y 53 tienen más de 10 años, y analizando los últimos puntos arrojaron el 37 % señala que las panaderías tienen hasta 10 años de funcionamiento y el 33 % señalan que tienen más de diez años. En cuanto a las conclusiones se finalizó que; La Formación Ocupacional tiene una relación positiva con el Control de Calidad en las panaderías de Huamachuco en el año 2016, así lo demuestran el análisis de los resultados y su correspondiente comprobación estadística; afirmando a su vez la validez de Hipótesis; en cuanto a la Formación Ocupacional del personal de las panaderías de Huamachuco en el año 2016 es “media” con tendencia a baja, puesto que, tras el análisis de sus dimensiones, en promedio tiene como calificación 43.83 puntos en una escala de 100; muestran una posición destacada la panadería Campos y Rico Pan, y una posición relegada la panadería Carmencita. Asimismo en el Control de Calidad en las panaderías de Huamachuco en el año 2016 es “medio”, puesto que tiene como calificación 55.91 puntos en una escala de 100; de igual manera, respecto a esta variable muestran una posición destacada la panadería Campos y Rico Pan, y una posición relegada la panadería Carmencita y se finaliza como conclusión que la relación entre la Formación Ocupacional y el Control de Calidad es significativamente positiva de acuerdo con el coeficiente de correlación de Pearson. (0.9556)

- **ARMAS CHANG, MIRTHA ZULEMA y DÍAZ MAZABEL, SUSANA BEATRIZ (2017).** en su tesis titulada “*Propuesta De Plan De Marketing Para Mejorar El Posicionamiento De Una Mype En El Rubro De Pastelería En El Distrito De Trujillo, 2017*”. El presente trabajo de Investigación es Método

Descriptivo, la muestra se conformó por los clientes internos y externos de una mype en el rubro de pastelería de la ciudad de Trujillo.

La muestra de clientes internos fue de tipo censal, conformada por el total de 12 trabajadores, según información de la empresa.

En el caso de los clientes se utilizó un muestreo de tipo no probabilístico considerándose a 40 clientes de una mype en el rubro de pastelería de la ciudad de Trujillo. La técnica que se usó fue Observación, llevándose a cabo una entrevista, con fin de una encuesta para determinar la formulación del problema que es la siguiente ¿la propuesta de un plan de marketing o puede mejorar el posicionamiento de las panaderías ANVIC E.I.L, del distrito de Trujillo. Como objetivo general es, Diseñar un plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la Pastelería ANVIC E.I.R.L. del distrito de Trujillo, los Objetivos específicos - Identificar las variables del entorno interno y externo que afectan a la empresa. - Determinar estrategias de marketing para mejorar el posicionamiento de la Pastelería Anvic E.I.R.L. en el distrito de Trujillo. - Proponer un plan de marketing para mejorar el posicionamiento de la Pastelería Anvic E.I.R.L. del distrito de Trujillo, para ello se utilizó la técnica e instrumento de recojo de datos, la observación, entrevista, encuesta y el instrumento el cuestionario, la cual como muestra estuvo determinada por 12 trabajadores , en caso de los clientes se utilizó un muestreo de tipo no probabilístico considerándose a 41 cliente de una mypes en el rubro pastelería; teniendo como resultado: se encuentra satisfecho de ser parte de la empresa? Un 50 % manifestó medianamente satisfecho, el 33 % totalmente satisfecho, el 17 % ni satisfecho, ni insatisfecho.

A la preguntan de conocimientos de la visión, misión y objetivos de la empresa un 58% totalmente en desacuerdo, el 25 % mediadamente de acuerdo y un 17 % totalmente de acuerdo.

Por otra parte, un 50 % de personas encuestadas manifestaron que siempre brinda capacitaciones y cursos de pastelería para mejorar su desempeño laboral y un 34 % indico algunas veces.

En otra pregunta el 67 % de trabajadores consideraron que los cursos de capacitación son importantes y necesarios para el desarrollo laboral, seguido por el 33 % que estima que algunas veces considere necesario.

En cuanto la pregunta de qué factor es el más importante para los clientes manifestaron que un 67 % de encuestados el factor más colaborado por los clientes es la calidad, seguida de un porcentaje de 17 % el precio de igual forma la presentación del producto tuvo un 17 %. Un dato importante también es lo que nos arrogo el 58 % de encuestados manifestaron que por medio de amigos se entera de las panaderías que existen, mientras que el 28% por redes sociales, mientras que un 15 % se entera de una panadería por medios escritos. Llegando a las conclusiones:

La pastelería no posee un plan estratégico que haga posible el establecer lineamientos y políticas para mejorar su posicionamiento en el mercado, ni con objetivos claros que guíen las actividades productivas y comerciales de la empresa. - El clima laboral e involucramiento de los colaboradores con la empresa es bueno lo cual les permite ser productivos pese a la limitación de maquinaria y equipos. (Según encuesta el 50% indicó sentirse satisfecho en la empresa y el 83% indicó tener buena comunicación con su jefe y compañeros).

- De acuerdo a los resultados obtenidos es necesaria la compra de maquinaria moderna, equipos y medios tecnológicos, ya que en cuanto a infraestructura el 42% indicó poseer la adecuada; lo cual demuestra que aún existe una brecha que cubrir. - No se efectuó un oportuno análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas previo, por tanto, no se establecieron estrategias bien definidas que oportunamente ayuden a mejorar las ventas y el posicionamiento de la empresa.

Se identificó que no existe personal especializado en gestión de las páginas web y el manejo de las redes sociales que brinden actividad 83 frecuente a dichos recursos como medios publicitarios, imagen de marca y difusión de marca además de mantener una estrecha y oportuna comunicación con los clientes.

La propuesta de Plan de Marketing hará posible poner en marcha estrategias correspondientes al mix de marketing que hagan posible el logro del posicionamiento planteando posicionarla como una “pastelería que ofrece productos de calidad, brindando productos personalizados a un precio razonable”, dando como recomendación:

Implantar políticas organizacionales que permitan elaborar un Plan de Marketing organizacional de manera que se establezcan directrices, lineamientos y acciones que optimicen su posición en el mercado; junto con la implementación y puesta en marcha de estrategias que direccionen a la organización a su visión y logren mejorar su rentabilidad y el mejoramiento de la imagen empresarial.

Implementar acciones de integración para el equipo de colaboradores de

manera que haga posible la mejora de su clima laboral, trabajo en equipo, comunicación y por tanto eleve su nivel de productividad.

Proyectar dentro de sus objetivos organizacionales, la compra de maquinaria, así como de mejoras en el área de trabajo, infraestructura y ergonomía que apoye al rendimiento de los colaboradores y los motive en sus labores diarias.

Contratar y/o designar un responsable del manejo de la página web, las redes sociales y actividades de promoción de la empresa de modo que se incluya información actualizada de los productos y al mismo tiempo se establezca una comunicación más activa con los clientes y los aún no clientes.

Implementar el Plan de Marketing propuesto en esta investigación, de manera que se logre poner en marcha estrategias alineadas al producto, precio, plaza y promoción del producto principal (tortas); haciendo posible que exista una 84 coherencia en las acciones de marketing y logrando posicionar a la empresa como una “pastelería que ofrece productos de calidad, brindando productos personalizados a un precio razonable”.

- **GUTIÉRREZ OLIVA, Frank Gustavo (2017)** en su tesis titulada “*Plan De Marketing Para Incrementar La Participación De Mercado De La Panadería Santa Catalina En El Centro Poblado De Miramar - Trujillo 2016*” en el presente trabajo es descriptivo- no experimental, ¿El plan de marketing contribuye a incrementar la participación de mercado de la Panadería Santa Catalina en el centro poblado de MIRAMAR? Se determinó los siguientes objetivos: objetivo general: Realizar el plan de marketing que permita

incrementar la participación de mercado de la Panadería Santa Catalina en el centro poblado de MIRAMAR – TRUJILLO 2016. Y como objetivos específicos: Analizar la situación actual de la panadería SANTA CATALINA.

- Analizar la influencia del entorno.- Determinar la matriz FODA y Cadena de Valor.
- Plantear alternativas estratégicas de marketing para lograr el crecimiento de la producción.

Una de las preguntas realizadas fueron, qué factores determina su compra en la panadería santa catalina, el 40% manifestaron que el precio, 28% calidad, 24% la diversidad de producto y un 8 % por la buena atención al cliente. Una de las preguntas más adicionales es como se entera que existe la panadería catalina, el 48 % manifestaron que, por la parte de recomendación, el 18 % entre redes sociales y otros y un 17 % en volantes. Además, se presentó la pregunta de qué aspectos cree usted se deben mejorar la panadería “santa calalina” el cual arrojó los siguientes datos: un 33 % que por la parte de al cliente se llevan el 33 %, un 22 % por promociones, 19% por la variedad del producto, por otro lado, el 16 % por la calidad encontrándose a 9 % otros. Se llegó a tener las siguientes conclusiones: Se determina que la aplicación de un plan de marketing tiene mucha influencia en incrementar la participación de mercado de la panadería y que una de las que mayor éxito tendría es la comunicación y la aplicación del marketing (publicidad), factores que ayudarían al progreso de la empresa.- Se determina que la Panadería “Santa Catalina”, desde que inició su actividad comercial solo una vez realizo una campaña publicitaria que fue la repartición de volantes, para que sepan de la apertura de la panadería, después de ese año no se ha realizado n i n g u n a campaña publicitaria. - Se considera que los factores más

influyentes al momento de elegir dónde comprar en los clientes de la Panadería “SANTA CATALINA”, son el precio, la calidad y el servicio brindado al cliente, tomando en cuenta que estos tres factores influyen directamente en el incremento de las ventas. - Se determina que aplicar estrategias publicitarias a través de afiches, volantes, tarjetas de presentación y la creación de un fanpage en las redes sociales tendrían mucho éxito, considerando a la vez, que son los medios de comunicación más utilizados por los clientes.- Se determina que los factores que pueden ayudar a incrementar las ventas en la Panadería “SANTA CATALINA, son la publicidad, promoción y las formas de pago que pueda aplicar la microempresa para sus clientes, de modo que estos son de vital importancia para la existencia en el mercado. En consiguiente se recomendó. La Panadería Santa Catalina, debe aplicar estrategias publicitarias para poder dar a conocer su existencia en el mercado tomando en consideración que una de las estrategias que le daría mayor éxito es la comunicación y la promoción en las ventas. - Para incrementar las ventas de la Panadería Santa Catalina, es anclarse en la mente del consumidor para considerarse como primera opción de compra, por lo tanto, se recomienda hacer publicidad a través de un medio de la radio, para poder dar a conocer la existencia de la empresa de modo que esto ayude a incrementar las ventas. - Considerando que los factores que más influyen en los clientes al momento de comprar son el precio y la calidad se recomienda realizar un análisis de los precios de la competencia. - La Panadería Santa Catalina, al momento de elegir un medio de comunicación a través del cual aplicar una estrategia de publicidad debe considerar la opción de la creación de una página en el Facebook (fanpage) y

publicidad en una radio local debido a que son los medios más utilizados por los clientes al momento de informarse. - Se realizara una inspección cada mes para ver los cambios que se han producido en la panadería y en la cartera de clientes.

2.2. BASES TEÓRICAS DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1.- GESTIÓN.

Según el autor **Fontalvo, T. (2012)**. La gestión de la calidad en los servicios. ISO 9000: 2008. Viene hacer el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los consumidores. Sin embargo, muchos autores definen la calidad desde diferentes perspectivas, en este sentido Juran, (1990) concibe la calidad como “la adecuación al uso”, también la define como “las características de un producto o servicio que le proporcionan la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes”.

- a. Servicios
- b. Propiedades de los servicios
- c. Categoría de los servicios.
- d. Medida de la calidad del servicio.
- e. Retroalimentación en la prestación el servicio.
- f. ¿Cómo prever la voz del cliente para alcanzar la satisfacción?
- g. Formación de personal para conocer los procedimientos a seguir
- h. Plan de acción para situaciones imprevistas.
- i. Transmitir a la dirección las necesidades detectadas de los clientes.
- j. Mejora continua
- k. Modelo para la medida de la calidad de servicio.

- l. Servicios a prueba de fallas
- m. Proceso de prestación del servicio

El Control De La Calidad.

Conjunto de actividades necesarias para el logro de la calidad, dentro del amplio contexto anterior, es lo que entendemos por control de la calidad. Para algunas empresas, el control de calidad queda reducido a una inspección, realizada por personal del departamento de calidad, y limitada a la recepción de materiales, a algunos puntos del proceso y escasas veces al producto terminado.

Esta es una concepción errónea, como ya señala- vamos en nuestro anterior libro La estadística aplicada al control de la calidad, en función de lo siguiente.

- Exceso de tiempo entre la existencia del fallo y el ajuste del proceso.
- No aporta información alguna de las posibles causas del fallo en relación al tiempo
- Fomenta la despreocupación del operario.
- No propicia el autocontrol.

El concepto de control de calidad ha evolucionado, pasando de ser la persona o departamento encargado de controlar el cumplimiento de unas especificaciones, a desarrollar una función en la empresa la función de la calidad.

La función actual del control de calidad se orienta totalmente a satisfacer las necesidades de los clientes en base a una adecuación al uso de los productos o servicios. Para el Dr. Kaoru Ishikawa un auténtico control de calidad consiste en desarrollar, diseñar, producir y servir un producto o

servicio de calidad, el cual debe serlo más económico posible, útil y siempre satisfactorio para el cliente o usuario.

Según el autor **González, T. Cruz S. y González, T. (2006)**. Gestión de la calidad; aún no tiene un enunciación general en referencia a la calidad, y existen numerosas dificultades, que lo hacen aún un concepto difícil de definir.

A pesar de la importancia que ha venido desarrollándose en calidad y que se pretende difundir lo concerniente a Gestión de la Calidad, ya que no ha causado avances significativos a la definición clara y aceptada de la noción de calidad, y siendo considerado como el grado de satisfacción del servicio brindado.

Según los datos más resaltante del presente libro, se ha extraído tema muy importante, que se harán como referencia:

- Consideraciones generales.
- Concepto de productos y procesos.
- Calidad objetiva y calidad subjetiva.
- Calidad estática y calidad dinámica
- La calidad como un valor.
- Las dimensiones del valor actual.

Según el autor **Cortés, J. (2017)**, en su libro: Sistemas de gestión de calidad, manifiesta que la información documentada representa un soporte al sistema de gestión de calidad, pues en ella se determinan no sólo las formas de operar de la organización sino toda la información que permite el desarrollo de todos los procesos y la toma de decisiones. Existen diversas metodologías para la implementación de sistemas de gestión de la calidad, y en todos sus autores coinciden en

considerar a la elaboración de la información documentada como una etapa importante. Tratándose no sólo de confeccionarlos sino de garantizar que el sistema documental funcione como tal y pase a ser una herramienta eficaz para la administración de los procesos.

La versión actual de las normas ISO 9000 dan la posibilidad de aplicar el sentido común y decidir de acuerdo con las características de la organización en cuanto a tamaño, tipo de actividad que realiza, complejidad de los procesos y sus interacciones, y la competencia del personal, la extensión de la documentación del sistema de gestión de la calidad.

- La documentación es el soporte del sistema de gestión de la calidad.
- Hay una gran cantidad de información documentada requerida por la organización para asegurar el control y funcionamiento de sus procesos (Revisiones, Auditorias, resultados de verificaciones, etc.).
- Entre los tipos de documentos que destacan los procedimientos, los registros, la política de calidad, las instrucciones, las actas, los registros de calidad, y los estándares.
- Los documentos poseen un ciclo de vida útil desde su elaboración hasta su obsolescencia. En cualquier caso, es necesario guardar copia de la información documentada obsoleta por si es necesaria su revisión.

Según lo más resaltante del presente libro se ha extraído tema muy importante, que se harán como referencia:

- La Información documentada de un Sistema de Gestión de la Calidad.
- Tipos de documentos de un Sistema de Gestión de la Calidad.
- El Ciclo de Vida de los Documentos,
- Establecimiento de un Sistema Documental de un Sistema de Gestión de la Calidad.

Según el autor **Uribe, (2011)**. En su libro nos dice que los sistemas de gestión de la calidad son de una aparición relativamente reciente que se han fortalecido a partir del año 2000, por ser el centro de enfoque de las normas ISO 9000. Sin embargo, es necesario reconocer que el tema de la calidad no inicia ni con el tema de los sistemas ni en estas fechas; por el contrario el concepto de calidad y aquéllos asociados a él tienen ya por lo menos medio siglo de existencia y reconocimiento, como preocupación constante para la adecuada gestión de las organizaciones. A continuación, se abordan los conceptos más importantes concernientes al tema de calidad, que representa al mismo concepto hasta el análisis de los sistemas de gestión de la calidad, pasando obviamente por la explicación de las normas ISO:

- ❖ Los Sistemas de Gestión de la Calidad: la teoría y el concepto
- ❖ Conceptualización
- ❖ Desarrollo histórico de la calidad
- ❖ Qué es la ISO?
- ❖ ¿Qué son las normas ISO?

Según el autor **González, O. y Arciniegas, J. (2016)**. Nos dice que las diferentes instituciones deben formar, justificar, realizar y conservar los sistemas de gestión de la calidad.

También comenta que se puede definir a la gestión de calidad como una táctica general que utiliza una organización para el diseño y desarrollo de sus procesos de tal manera que estos, los procesos, lleven al desarrollo de productos o de prestación de un servicio de calidad para satisfacer una necesidad, deseo o expectativa del cliente. La norma ISO-9000 define un Sistema de Gestión de la Calidad como: el sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad (Gestión de la Calidad ISO 9000:2000, 2000).

Los métodos de gestión de calidad, tiene 4 elementos generales y básicos, y son:

- ✓ **La estructura organizacional:** Compuesta por los procedimientos: como el diseño, desarrollo, implementación y operación de los diferentes procedimientos que se utilizan en las diferentes empresas y que van a llevar al desarrollo de las diferentes actividades.
- ✓ **Los procesos:** Vienen hacer los diferentes procesos de apoyo para las empresas y cumplen su Misión, y que van a alcanza la Visión. Lo que representa la parte fundamental del sistema de gestión de la calidad.
- ✓ **Los recursos:** Representado por los recursos que cuenta la organización para dar cumplimiento a su Misión, ya sea la infraestructura física, recursos financieros, recursos humanos y recursos tecnológicos.

La gestión de calidad nos permitirá medir la eficiencia del trabajo y un nivel de integración, tanto en la organización y trabajadores viendo así su rendimiento en la productividad, calidad y seguridad así todos podrán conseguir su objetivo conjuntamente.

“En definitiva, la gestión de calidad se ha construido históricamente como una compleja combinación de ideología y métodos, que se ha aplicado en la praxis para modernizar metodologías con que afrontar problemas complejos de dirección de organizaciones” (Camisón, Cruz, & Gonzales, 2006).

GESTION DE CALIDAD EN DIRECCIÓN

Podemos decir que la gestión de calidad no es un sistema de dirección para gobernar las organizaciones, sino que deben influir en la dirección y conducta de la empresa y que se adjuntan a la gestión comercial, la gestión de las operaciones y también a la gestión de innovación.

Cuando hablamos de gestión tenemos que involucrar a varias áreas de organización así podremos obtener una buena calidad en general.

Podemos hablar también que los expertos de calidad pueden tener varios cargos como especialistas en diseño, procesos, estadísticos hasta tienen la capacidad de realizar un control en los procesos de los productos. (Camisón et al., 2006).

Gestión de la calidad total

Hoy en día, la alta dirección de las empresas considera la tarea de mejorar la calidad de los productos y servicios como la prioridad número uno. En el futuro la mayor parte de los clientes no aceptarán o tolerarán productos de calidad media. A las empresas no les queda otra opción que aceptar la Gestión Total de la Calidad (GTC) si quieren competir de forma rentable. (<https://books.google.com.pe/books?id=Jgy5zYVW2ucC&pg=PA63&lpg=PA63&dq>)

"La Gestión Total de la Calidad es un planteamiento organizativo que consiste en intentar mejorar constantemente la calidad en todos los procesos, productos y servicios de la organización. También corroboran algunos empresarios, que la calidad viene hacer el mejor camino para poder elegir a nuestros comensales, ya que de esta manera vamos a poder lograr el único modo para apoyar el crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

El cliente y su percepción del servicio

Según lo manifestado por publicaciones vértice S. L. (2010), la mejor manera de tener beneficios es definir lo que demandan los consumidores y satisfacerlo, e intentar ser más efectivos que sus competidores a la hora de crear y ofrecer valor a su mercado objetivo (clientela clave).

El cliente es, por tanto, el punto de partida de una estrategia de servicio.

El objetivo de una buena estrategia debe consistir:

- En mantener a los actuales clientes.
- Y en atraer a los clientes potenciales

Es primordial perseguir y estar al tanto de cerca las necesidades, de las empresas para de esa manera saber en qué podemos estar fallando y poder mejorar.

La motivación del cliente es lo que determina la calidad del servicio ya que es frecuente encontrar que las empresas intentan juzgar la motivación del cliente sin basarse en estudios de investigación y no se preocupan por las motivaciones reales de compra; sólo se centran en los aspectos técnicos de los productos y en su rendimiento, estableciendo así políticas inadecuadas de calidad de servicio. Publicaciones vértice S. L. (2010).

La percepción de calidad

Podemos decir que la importancia de tener una reseña en referencia al concepto de calidad varía según los conocimientos ya que la calidad es un factor: ya que viene hacer el valor obtenido a cambio del precio pagado.

- **La información:** Se dice que la información puede modificar según la percepción de la calidad. Si va a existir alguna deficiencia en el servicio prestado al cliente, la explicación que se proporciona al cliente puede que aminoren las críticas e influir positivamente en la percepción de calidad. Publicaciones vértice S. L. (2010).
- **Aspectos tangibles del servicio:** lo que puedo decir que para calificar la calidad de un servicio el cliente se debe apelar a cruces indirectos concretos.

La apariencia física del lugar y de las personas, El precio y El riesgo percibido.

Se dice que si uno invierte en calidad va a ver enormes alternativas y fuentes de nuevas ventas. Y vamos a lograrlo si se cumple lo siguiente:

- Que se logre disminuir la tasa de insatisfacción.
- Tener en cuenta el impacto positivo de boca en boca.
- Y que se logre el aumento de la tasa de lealtad y fidelidad de los clientes.

EL MARCO INSTITUCIONAL DE LOS MODELOS NORMATIVOS DE GESTION DE LA CALIDAD

Según César, Sonia y Tomás (2015) en su libro, Gestión de la Calidad, toda institución debe contar con leyes, normas que se deben cumplir, en el marco institucional también debe haber enfoques que deben asegurar la calidad lo que va a llevar a la habilidad mayoritaria a partir de los modelos normativos, todos ellos se basan en la estandarización o normalización de la calidad. Lo que se puede decir que el aseguramiento descansa en 4 modelos que son: La norma de Calidad, el sistema de certificación, la marca de calidad y el ente gestor.

LA FAMILIA DE NORMAS ISO 900: EVALUACION Y CARACTERISTICAS

Según Espinoza (2007) afirma que el objetivo principal del ISO, es llegar a acuerdos o reuniones que se lleven a cabo internacionalmente y que son para conformar las normas y que tienen que cumplirse en una forma voluntaria, son absolutas y permanentemente voluntarias, responden a las necesidades de un mercado expresadas por países miembros. (p. 342)

No obstante, el cumplimiento de las normas ISO 9000 en la compañía, no es el último paso que una organización debería de dar. De hecho, es solamente el principio. Las normas ISO 9000 ayudan a construir el esqueleto para el SGC de la organización y es partir de este entonces que hay que empezar a ajustar estas normas generales a las características concretas de la empresa.

Las normas son: (Cassadesus, 2005).

- ✓ Norma ISO 9000 “Fundamentos y Vocabulario” : Describe los fundamentos de los SGC y especifica la terminología aplicable a estos. (Cassadesus, 2005)
- ✓ Norma ISO 9001 “ Requisitos” Especifica los Requisitos para los SGC aplicables a toda la organización que necesite manifestar la capacidad para facilitar bienes que cumplan los requerimientos y satisfaccion de sus clientes. (Cassadesus, 2005).
- ✓ Norma ISO 9004 “Directrices para la Mejora del Desempeño” : Proporciona directrices que consideren tanto la eficacia como la eficiencia del SGC. (Cassadesus, 2005)

Cuando hablamos de Gestión de calidad, estamos seguros que encontraremos productos que sobrepasen las expectativas que tenemos en cuanto al producto, marca, precio y calidad; ya que para sacar un producto al mercado tiene que cumplir varios estándares que avalen la calidad del producto uno de ellos es pasar por las normas ISO, la acreditación, entre otros. Asimismo, podríamos decir que cuando se cumple todos estos requisitos podremos consumir un producto de calidad.

LAS PANADERÍAS

Los panes es uno de los alimentos más antiguos que incluso los historiadores no saben a ciencia cierta la fecha en que surgió. La mayoría está de acuerdo en que la creación del pan surgió hace unos 12 mil años, en Mesopotamia, en una región que actualmente se localiza en Irak.

Sin embargo, un descubrimiento en 2010 puso en jaque esta teoría: se trata de restos de almidón encontrados en piedras para moler con más de 30 mil años de antigüedad, un descubrimiento que sugiere que el alimento quizá es mucho más antiguo de lo que imaginábamos.

Pero es importante señalar que los primeros panes eran muy diferentes a lo que conocemos en la actualidad: hechos a base de harina mezclada o bellotas, eran planos, duros y secos. Actualmente, las innovaciones en el sector son tantas y tan diversas que incluso hay panaderías que pretenden ofrecer el servicio de drones para la entrega los panes recién hechos a los consumidores. (2015, 15 de setiembre) obtenido de <https://marcianosmx.com/origen-de-las-panaderias/>

El consumo de pan está disminuyendo desde mediados del siglo XIX en los países en desarrollo. El consumo de pan diario por persona ha descendido un 70% desde 1880 hasta 1977.⁶⁴ Las causas de este descenso son diversas; en la actualidad existe preocupación por las diversas dietas hipocalóricas, lo que, junto al recrudecimiento de enfermedades autoinmunes como la celiaquía (intolerancia al gluten), hace que la visión popular que existía acerca de lo que es el pan vaya cambiando poco a poco.

Según Kaplan, Steven; Catherine Porter (2006). Algunos autores culpan de la disminución del consumo a la poca calidad del pan moderno, debida en parte al empleo de aditivos y en parte a la elaboración del alimento de forma industrial, lo cual causa un aumento del número de consumidores descontentos

Desde hace algunos años se viene hablando de la importancia de la introducción de la tecnología en las empresas, la Administración pública, a través de la entidad red. es, lleva realizando distintos programas de ayuda para facilitar este proceso. Realizan proyectos piloto de implantación, conferencias y jornadas, seminarios, formación, todo con el objetivo de que las empresas descubran por sí mismas las ventajas que pueden obtener de estas soluciones.

Para el sector del comercio minorista, en el que se engloba la mayor parte de nuestro sector de panadería y pastelería, destacan 3 soluciones tecnológicas básicas:

Sistema TPV, Página web con catálogo digital y Tienda virtual.

Al desarrollar estas soluciones tecnológicas las empresas destacan ventajas como mejor visibilidad e imagen del negocio, aumentan el número de ventas y de clientes y reducir costes y tiempo en la gestión del negocio. (La Tahona, 2015).

Tipos de Panes

Las panaderías nos ofrecen a día de hoy una amplia gama de panes elaborados con diferentes cereales y procesos distintos.

Pan de trigo: La harina de trigo es la más utilizada para la elaboración de pan. Lo podemos tomar blanco o integral. La principal diferencia en el proceso de elaboración del pan blanco y el integral es que para este último se utiliza harina sin refinar. No obstante, la cantidad de calorías aportadas en ambos casos suele ser muy similar. 100 g de pan blanco tienen unas 260 kcal frente a las 230 kcal del pan integral.

Pan de centeno: Contiene menos gluten que otros cereales y eso es lo que le da una apariencia más compacta. Su miga es de apariencia más oscura, y tiene un sabor amargo muy característico. Presenta varias ventajas frente al pan habitual de trigo: se conserva fresco durante más tiempo, contiene más fibra y es más rico en algunos minerales como magnesio, potasio o hierro.

Pan de espelta: variedad del trigo más digerible que el trigo común gracias a que contiene más cantidad de fibra, pero menos gluten.

Pan de maíz: Se elabora con harina de maíz que no contiene gluten, lo que hace que sea un pan apto para celíacos. Además, es bajo en purinas, por lo que es un alimento que también pueden tomar sin problemas las personas con el ácido úrico alto.

Pan germinado: se elaboran con el grano o semilla del propio cereal germinado, no se necesita levadura en su elaboración permitiendo así incrementar su valor nutricional. Son mucho más digestivos y se recomiendan a personas que no pueden tomar ningún tipo de levadura, con tendencias alérgicas o con problemas digestivos. (2018, 02 de febrero.) Alimentación Saludable. <https://www.eligecuidarte.bmsupermercados.es/alimentacion/alimentacion-saludable/tipos-de-pan/>

TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)

Según nos menciona Thompson y Strickland, (2004), las tecnologías de información y comunicación, son aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización.

Cabe destacar que en ambientes tan complejos como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones, sólo aquellos que utilicen todos los medios a su alcance, y aprendan a aprovechar las oportunidades del mercado visualizando siempre las amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas.

Se sabe que a la fecha tenemos un mercado competitivo, con microempresarios que están a la vanguardia de los cambios y nuevas tendencias es por ello que deben estar siempre capacitados en temas de gestión tecnología y satisfacción al cliente que son variables importantes para obtener fieles a los clientes y ser competitivo en el mercado.

Se sabe que la información y la tecnología han generado la manera de competir, han creado nuevos sectores industriales y destruido otros, han permitido el desarrollo de nuevos modelos de

negocio y han transformado la estructura y maneras de trabajar de las empresas en un mundo más plano.

Se puede ver que la gestión masiva y sistemática de los datos, ayudan a obtener mejor información de los clientes y las tendencias del mercado y establecer rápidamente nuevos productos y precios

Se puede decir que la creación de nuevos negocios y modelos de negocio basados completamente en la gestión de la información, como Google o Facebook. Las redes sociales son una versión extrema del aprovechamiento de internet, son la red en su estado puro. Las redes sociales en sentido amplio (la web 2.0) son también una fuente de información, influencia y colaboración para empresas de todo tipo. Rodríguez Bermúdez, J. R. (2015).

Se puede mencionar que las características de la organización en red, que combina el establecimiento de redes sociales y de negocios con el uso productivo, comunicativo y de coordinación de las TIC y con la calidad de los recursos humanos, se tienen que citar, principalmente:

- el establecimiento de fronteras, de límites internos y externos, permeables,
- el aplanamiento de estructuras,
- la orientación a proyectos,
- la comunicación directa, y
- el compromiso y la confianza

Uno de los aspectos que más atención ha requerido ha sido el análisis del cambio organizativo, que se ha aplicado reiteradamente en la explicación de las nuevas formas de organización del trabajo.

Lo que el autor Villar, (2010). Indica que las tecnologías pueden encadenar entre sí, en un sistema integral que les permita a los empresarios organizar y tener acceso a la información rápidamente para tomar decisiones oportunas.

Se puede decir que la incorporación de las TIC, va a permite la modernización y agilización de los procesos, para de esta manera lograr los mejores niveles de la productividad y competitividad de la compañía, para así poder estar a la altura de un mercado globalizado sin importar el tamaño de la compañía ni la industria. (Villar, 2010).

Lo que también se puede decir que, “las TIC han pasado a formar parte inseparable de las organizaciones: su menor coste y la generalización del uso de Internet están dando lugar a una transformación completa con importantes cambios, como el aplanamiento de las estructuras, la separación de trabajo y emplazamiento físico, el incremento de la flexibilidad o el rediseño de los límites de la organización, con una tendencia a la integración con los sistemas de clientes y proveedores y los del propio mercado”. (Gómez, 2007).

Se clasifica en:

- Equipo y herramientas: La computadora, teléfonos, email, página web, etc.
- Uso de Internet: Búsqueda de información, comercio electrónico, bancarias, etc.
- Aplicaciones y sistemas de gestión: ofimáticas, software instalado, ERP, etc.

LAS TIC EN LAS MYPES

Podemos decir que las TIC, van a constituirse en el crecimiento y competencia de las MYPE, ya que con el uso de los dispositivos y medios de comunicación accesibles, van a incrementar la productividad, y a través de ello se va a logran con la presencia mundial a través de

espacios de bajo costo, incrementen su capacidad de respuesta y acceso a diferentes consumidores en los mercados internacionales (Villanueva, 2009).

Podemos decir que el Autor Hernández, manifiesta, que la dimensión de la compañía y su porte económica no es tan importante para el uso de redes, ya que su función de las TIC es que conozcan las herramientas indicadas para usar eficientemente, el Internet y construir una estrategia de mercadeo, esto permite que se pueda acceder a nuevos mercados y a nuevos clientes tal cual una empresa con mayores dimensiones.

Si se implementa tecnologías de informática y comunicaciones en las organizaciones se podrá realizar mejoras en como ver algunos procesos que se hacían por lotes, pueden orientarse a ser realizados inmediatamente, bajo pedido, para atender las necesidades de los clientes.

También en lo laboral ya que las jornadas laborales podrían ser más accesible pidiéndose atender en el horario fuera de oficina y tomar pedidos de clientes.

Aspectos Legales y Seguridad

La ley establece un marco dentro del cual los derechos y responsabilidades de las personas existen y se hacen cumplir. Las TIC están teniendo impactos importantes en algunos aspectos de la ley como, por ejemplo:

- Las evidencias aportadas para juicios.
- Propiedad intelectual y Derechos de autor (“copyright”)
- Responsabilidad por efectos no intencionales
- Derecho a la privacidad

Ventajas de las Tic en las organizaciones.

Se puede aprovechar la difusión y con publicaciones en distinguidas marcas a través de redes.

- Nuevos modelos de negocio y en la relación con el cliente.
- Automatización de servicios y procesos internos y externos.
- Importante ahorro de costes.
- Flexibilidad en su relación con sus empleados
- Fomento del trabajo colaborativo.
- Agilidad en la toma de decisiones y respuesta rápida
- Mejora en la comunicación interna y externa.
- Información precisa de nuestro mercado y clientes
- Nuevas estrategias apoyadas en herramientas y estrategias de marketing digital y gestión de redes sociales.
- El acceso a información relevante y que sirva de inspiración para un negocio emprendedor. **Samuel (2017).**

HIPOTESIS

Por ser el presente trabajo descriptivo no necesariamente lleva hipótesis de acuerdo a: HERNÁNDEZ, R; FERNÁNDEZ, C & BAPTISTA, P. (2014). No todas las investigaciones cuantitativas plantean Hipótesis. El hecho de que formulemos o no Hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan Hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacionar o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho.

Los estudios cualitativos, por lo regular, no formulan Hipótesis antes de recolectar datos. Su naturaleza es más bien inducir las Hipótesis por medio de la recolección y el análisis de los datos, como se comentará en la tercera parte del libro “El proceso de la investigación cualitativa”. (HERNÁNDEZ, R; FERNÁNDEZ, C y BAPTISTA, P. 2014).

METODOLOGÍA.

El tipo de investigación

En el presente trabajo es cuantitativa, porque los datos que se van a recolectar y los resultados que se obtengan, se van a emplear medios estadísticos, así como también instrumentos de medición.

Nivel de la investigación de las tesis.

El nivel de la investigación será descriptivo porque se describirá sobre las Mypes, Gestión de Calidad, Tecnología de información y comunicación, en el sector servicios rubro panadería en el distrito de Virú, 2019.

Diseño de la investigación. (Incluye hipótesis si se requiere)

El diseño que se utilizara en el presente trabajo de investigación es: Descriptivo no experimental – transversal.

Descriptivo. – Descriptivo, porque solo se describirán as partes más relevantes en estudio.

No Experimental. - Porque se va a realizar sin manipular deliberadamente las variables, se puede observar el fenómeno tal como se mostró dentro del contexto.

Trasversal. - Porque la investigación se va a realizar en un determinado tiempo y espacio adecuado.

El Universo y Muestra.

Universo:

Está conformada por todas las panaderías de la Provincial de Virú.

Población:

Debido a que el proyecto consta de variables de estudio que son; el Uso de las TIC y Gestión de Calidad, a lo que vamos a considerar:

A.- La población objeto de estudio está conformada por los representantes de las diferentes empresas de taxis que son mypes, que se encuentran registrados en la Municipalidad de Virú, cabe decir que en total las empresas de Panaderías registradas son 3, pero con el método de la técnica de observación pudimos verificar que son 10 panaderías en total.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Por lo que para el cálculo se utilizó la siguiente formula muestral para una población finita:

Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores

Variable Principal	Definición Conceptual	Definición Operacional: Indicadores	Escala de Medición
Perfil de los Representantes Legales de las Mypes	Principales Características de los Representantes Legales de las Mypes	Edad	Ordinal: * Años
		Género	Nominal * Masculino * Femenino
		Grado de Instrucción	Nominal * primaria * Secundaria * Técnica o Universitaria * Ninguna
		Tiempo que lleva en el mercado	Nominal * Menos de un año * De 1 a 5 años * 6 años a mas
Perfil de las Mypes en cuanto a Gestión	Características de la Gestión de las Mypes	¿Qué factor determina una compra?	Nominal * calidad * precio * Atención
		¿Conoce sobre Gestión de Calidad?	Nominal * SI * NO
		Técnicas de evaluación al personal	Nominal * Observación * Evaluación * Escala de Puntuación * Otros
		¿Recopila Información de sus clientes?	Nominal * SI * NO
		¿Considera que la calidad contribuye a mejorar el Rendimiento de la empresa?	Nominal * SI * NO
		¿Cómo considera la Gestión y Calidad?	Nominal * Importante * Poco Importante

		¿Realiza capacitaciones a su personal?	Nominal * SI * NO
		¿A implementado normas de Seguridad e Higiene?	Nominal * SI * NO
En cuanto a Tecnología de la información y Comunicación	Características de las TIC	¿Conoce sobre el Uso de la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)?	Nominal * SI * NO
		¿Utiliza Equipo Informático y de Comunicación?	Nominal * SI * NO
		¿Qué tan modernos son los equipos que dispone la panadería?	Nominal *Moderno * Antiguo
		¿Considera necesaria la entrega de productos a domicilio?	Nominal * Necesario *poco necesario
		¿Invertiría en TIC?	Nominal * SI * NO
		¿Qué medio utiliza para anunciar su panadería?	Nominal *Volantes *Radio *Redes sociales
		¿Las Aplicaciones TIC posibilitan mejores decisiones?	Nominal * SI * NO
		¿El personal maneja las Herramientas TIC?	Nominal * SI * NO

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS TÉCNICA:

Técnica:

En este trabajo de investigación se aplicó la técnica de la encuesta con el instrumento del cuestionario, estructurado por 20 preguntas y está relacionado a las características de los representantes de las MYPES, las características del Uso de las Tecnologías de información y la comunicación como también Gestión de Calidad estando dirigido a los representantes de las Mypes del rubro servicio de Panaderías Distrito de Virú, 2019.

Con los resultados vamos a saber temas relacionadas con los representantes, como es el uso de las TIC y la Gestión de Calidad.

PLAN DE ANALISIS

En el presente trabajo se utilizará la Técnica encuesta que será procesados en las técnicas estadísticas apoyándose en la hoja de cálculo, utilizado el programa Excel.

Asimismo, se ha utilizado el programa Word, para elaborar todo el esquema análisis y llegar a las conclusiones; finalmente se utilizó el programa PDF, para la presentación de informe final.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO RUBRO PANADERÍAS EN EL DISTRITO DE VIRÚ, AÑO 2019.

Enunciado del Problema	Objetivos	Variables	Población y Muestra	Metodología	Técnicas e Instrumento
<p>¿Cuáles son las características del Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Panadería en el Distrito de Virú en el Año, 2019?</p>	<p>Objetivo General Determinar las características del Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) como factor relevante de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Panadería en el Distrito de Virú en el Año, 2019</p> <p>Objetivos Específicos Determinar las principales características de Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Panadería en el Distrito de Virú en el Año, 2019. Determinar las principales características del Uso de las Tecnologías de Información y la Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Panadería en el Distrito de Virú en el Año, 2019. Elaborar un Plan de mejora a través de los resultados obtenidos en nuestra investigación.</p>	<p>Gestión</p> <p>Tecnología de la información y comunicación</p>	<p>Población: Está conformada por los representantes legales de las Mypes, de las Panaderías en el Distrito de Virú.</p> <p>Muestra: Conformada por 10 representantes de las empresas de panadería Mypes.</p>	<p>Diseño: Descriptiva Transversal No experimental</p>	<p>Técnicas: Observación y Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

PRINCIPIOS ÉTICOS

La presente Investigación se ha realizado con los siguientes principios:

- **Protección a la Personas.** - Podemos decir que en una investigación la persona es el fin, mas no el medio, se tenía que tener respeto y amabilidad ante los representantes de los cuales haríamos la encuesta así ayudarlos a mejorar para que se capaciten en el Uso de las TIC.
- **Beneficencia y no Maleficencia.** - Se debe asegurar el bienestar de los que participan en la investigación, y el investigador debe tener en cuenta las siguientes reglas: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y extender los beneficios.
- **Justicia.** - El que investiga debe ejercer un juicio razonable, tener cuidado a que no toleren practicas injustas. El que investiga está en la obligación de tratar igual a todos los que participan en el proceso.
- **Integridad Científica** ya que esta investigación ha sido realizada en base de enseñanza porque cada pregunta ha sido explicada para que las personas entiendan y contesten con toda la sinceridad posible.
- **Consentimiento Informado Y Expreso,** se empleó aquí en la investigación porque hemos contado con información de la Municipalidad Provincial de Viru, La Libertad para saber cuántas Mypes existen en el lugar de Virú y también se pidió el debido consentimiento para realizar las encuestas a dueños de las diferentes empresas de tal manera nos realicemos la encuesta.

RESULTADOS

5.1 Resultados de la Investigación

5.1.1. De los Representantes de las Mypes

A.- Tabla 01.- Características Principales de los representantes de las Mypes del rubro servicio de Panaderías, del distrito de Virú, 2019.

Principales características de los Representantes	N° de MYPES	Porcentaje
1 Edad		
De 18 a 25 años	2	20,0%
De 25 a 50 años	7	70,0%
De 51 a más	1	10,0%
Total	10	100%
2 Género		
Masculino	8	80,0%
Femenino	2	20,0%
Total	10	100%
3 Grado		
Educación Primaria	3	30,0%
Educación Secundaria	5	50,0%
Educación Técnica y/o Universitaria	1	10,0%
Ninguna	1	10,0%
Total	10	100%
4 tiempo en el mercado		
Menos de un año	0	00%
De 1 a 5 años	4	40,0%
6 años a mas	6	60,0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes, del rubro servicio de Panaderías, del distrito de Virú, 2019.

B. Tabla 02.- Características Principales de la Gestión de Calidad en las Mypes del rubro servicio de Panaderías, del Distrito de Virú, 2019.

Principales características de Gestión de Calidad	N° de MYPES	Porcentaje
5 Determinación de Compra		
Calidad	4	40,0%
Precio	3	30,0%
atención	3	30,0%
Total	10	100%
6 Gestión de Calidad		
SI	6	60,0%
NO	4	40,0%
Total	10	100%
7 Evaluar a Trabajadores		
Observación	2	20,0%
Evaluación	4	40,0%
Escala de Puntuación	3	30,0%
Otros	1	10,0%
Total	10	100%
8 Información de Clientes		
SI	2	20,0%
NO	8	80,0%
Total	10	100%
9 Rendimiento		
SI	8	80,0%
NO	2	20,0%
Total	10	100%
10 Gestión Y calidad		
Importante	10	100,0%
Poco importante	0	0,0%
Total	10	100%
11 Capacitación		
SI	3	30,0%
NO	7	70,0%
Total	10	100%
12 Normas de seguridad e Higiene		
SI	6	60,0%
NO	4	40,0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes, del rubro servicio de Panaderías, del Distrito de Virú, 2019.

C. Tabla 03. Características Principales del Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las Mypes del rubro servicio de Panaderías, del Distrito de Virú, 2019.

Principales características del Uso de las TIC.	N° de MYPES	Porcentaje
13 Uso de las Tic		
SI	3	30,0%
NO	7	70,0%
Total	10	100%
14 Equipos Informáticos		
SI	6	60,0%
NO	4	40,0%
Total	10	100%
15 Equipos de Panadería		
Modernos	7	70,0%
Antiguos	3	30,0%
Total	10	100%
16 Entrega a domicilio		
Necesario	9	90,0 %
Poco necesario	1	10,0%
Total	10	100%
17 Invertir en TIC		
SI	6	60,0%
NO	4	40,0%
Total	10	100%
18 Medios		
Volantes	3	30,0%
Radio	3	30,0%
Redes sociales	4	40,0%
Total	10	100%
19 Aplicaciones TIC		
SI	7	70,0%
NO	3	30,0%

Total	10	100%
20 Personal		
SI	5	50,0%
NO	5	50,0%
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes, del rubro servicio de Panaderías, del Distrito de Virú, 2019.

5.2. Análisis de Resultados

A. Respecto a las características de los Representantes (Tabla 01)

Edad.- El 70% de los representantes que fueron encuestados del rubro servicio de Panaderías Mypes, en el distrito de Virú, se encuentran en un rango de las edades de 25 a 50 años, lo que coincide con los resultados encontrados por **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)** que tiene un 70% de encuestados tienen de 31 a 50 años de edad, asimismo hay una con **Cesar, C. (2017)** ; que tiene un 60% de encuestados tienen de 30 a 50 años de edad, los que nos muestra que la mayoría de representantes de las Mypes son dirigidas por personas jóvenes adultos. (figura 01).

- **Género. Un 80,0%** de los representantes de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Virú, son de género masculino, estos resultados difieren con los encontrados por **Cesar, C. (2017)** donde nos dice que el 100 % de los encuestados son de sexo masculino. Este resultado nos demuestra que la mayoría de las Mypes del rubro servicio de panaderías, son representados por el sexo masculino. (figura 02).
- **Grado de Instrucción. Un 50 %** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, cuentan con estudios Secundarios; estos resultados tienen similitud con los encontrados por **Cesar, C. (2017)**, donde indica que el 60,00% tienen un grado de educación Secundaria, mientras que contrasta con los resultados por **Luis, C. (2017)**, señala que el 55% de los empresarios encuestados de las Mypes tiene un grado de educación Técnicos, por lo tanto podemos decir que predomina los estudios secundarios. (figura 03).

- **Tiempo en el Mercado.** Un **60 %** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, tienen un tiempo en el mercado de 6 a más años, estos resultados tienen similitud con los resultados obtenidos por **CESSIO M. (2017)**. donde el **75% indican** que tienen de 6 años a más en el mercado panadero, este resultado tiene una similitud con **Cesar, C. (2017)** **indican que un 80% tienen de 5 a 10 años de permanencia en el mercado.** podemos decir que los representantes conocen el rubro, afrontan la competencia y están aptos para ser asesorados y mejorar su empresa y alcanzar todos sus objetivos. (figura 04).

B. Respecto a las características de la Gestión de Calidad. (Tabla 02)

- **Determinación de compra.** Un **40,0%**, de los representantes de las Mypes del rubro servicio de panaderías del distrito de Virú, consideran que la calidad es lo que predomina en la compra de sus productos, esto difiere con la tesis de **Frank (2017)** donde menciona que el 28% consideran que la compra de un producto se determina por la calidad. Podemos decir que este factor tiene que ser muy analizados ya que generaría más ganancias y atracción de clientes nuevos. (figura 05).
- **Gestión de Calidad.** Un **60,0%** de los representantes de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, si conocen sobre gestión de calidad este resultado tiene similitud con **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)**, donde el 50,0% de representantes si conocen sobre gestión de calidad mientras que el otro 50% no conocen. Lo que nos lleva a tener una visión para recomendar a los representantes la importancia de conocer sobre gestión para

brindar un buen servicio a sus clientes y cubrir las expectativas del mercado laboral. (figura 06).

- **Evaluar a trabajadores.** Un 40 % de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, evalúan a sus trabajadores midiéndoles con la técnica de la Evaluación, este resultado tiene una diferencia con la tesis de **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)** donde el 30.0 % evalúa a sus trabajadores con la técnica de la evaluación, esto es importante ya que el representante debe evaluar a sus trabajadores para que sean eficientes y competitivos (figura 07).
- **Información de Clientes.** Un 80% de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, no guarda la información de sus clientes este resultado difiere con la tesis de **CESSIO M. (2017)**. Donde el 100% de empresarios recopilan información de sus clientes. Para que el negocio crezca y sea mas reconocido se tienen que empezar armando una cartera de clientes para llamarles y hacerles recordar de que la empresa existe y esta para brindar sus servicios. (figura 08).
- **Rendimiento** Un 80 % de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, manifiestan que la calidad contribuye a mejorar al rendimiento de la empresa, esto tiene similitud en la tesis de **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)** donde el 100% de los encuestados manifestaron que La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La gestión de calidad dentro de una empresa genera distinción, marca, oportunidad de ser mejores en el mercado. (figura 09).

- **Gestión y Calidad** Un 100 % de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, consideran de importante implementar calidad en su gestión de empresario esto tiene una diferencia con la tesis de **Luis, C. (2017)** donde el 55,6% tiene interés en implementar calidad en su gestión. Esto nos abre el panorama que la gestión y salida van de la mano para ser un producto de estándar generalizado. (figura 10).
- **Capacitación** Un **70%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, no se capacitan en temas de panaderías o talleres esto tiene una diferencia con la tesis de **CESSIO M. (2017)**. **Done el 87.5%** de panaderos se capacitan en la elaboración de panes y pasteles., esto tiene similitud con la tesis de **MIRTHA & SUSANA (2017)**. **donde 50 %** de personas encuestadas manifestaron que siempre brinda capacitaciones y cursos de pastelería para mejorar su desempeño laboral. Esto nos hace entender la importancia que tiene ser capacitado para mejoras del producto ser siempre mejores en el mercado. (figura 11).
- **Normas de Seguridad e Higiene** Un **60 %** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Virú, cuentan con normas Higiene, este resultado tcontrasta con la tesis **Raisa, María y Nicole, 2018**, donde el 100 % manifestaron que, si conocen de las normas de higiene, que deben realidad al manipular los alimentos. Si implementan nomas de higiene no tendrán problemas con las supervisiones que hacen las autoridades competentes, esto es vital para un negocio (figura 12).

C. Respecto a las características de las TIC (Tabla 03)

- **Uso de las TIC** Un **70%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, no hacen uso de las tecnologías de Información esto tiene similitud con la tesis de **Cesar, C. (2017) done el 60%** manifestaron que, no hacen usos de las tecnologías de información y comunicación. Siendo las Tic una herramienta importante vemos que no se esta siendo uso talvez por falta de conocimiento y actualización de información en el mercado. (figura 13).
- **Equipos Informáticos** Un **60%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, usan equipos informáticos en diferencia con **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)** donde el 80% también hacen uso de los equipos informáticos. En los últimos años hemos visto como la tecnología a ido cambiando y mejorando las posibilidades de organizaciones ofrezcan sus productos por diferentes medios. (figura 14).
- **Equipos de panadería** Un **70%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, utiliza equipos modernos este resultado es similar a la tesis de **Martínez, J y Pareja, K. (2015)**. Donde el 74%de las panaderías cuenta con batidora y sobadora del cual estas batidoras son maquinarias nuevas. (figura 15).
- **Entrega a domicilio** Un **90%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, consideran que es necesario realizan entregas a domicilio este resultado tiene similitud con la tesis de **Andrade y Beatriz, (2018)** donde el 87 % consideran que es buena idea realizar entrega a domicilio.

La idea de entrega a domicilio está viéndose famosa y hay que saber aprovechar para tener nuevos clientes (figura 16).

- **Invertir en TIC Un 80%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, consideran que es importante invertir en TIC teniendo una similitud con la tesis de **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)** donde el 100% concluye que es importante. Las TIC no solo mejoran y facilitan el trabajo de una empresa, también ayuda a que el trabajo sea más rápido y eficiente, siendo esto de vital importancia para un cliente. (figura 17).
- **Medios Un 40%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, utiliza como medio de redes sociales para que se enteren de sus panaderías esto tiene una diferencia con la tesis de **MIRTHA & SUSANA (2017)**. Donde el 28% de representante usan este medio de las redes sociales para promocionar sus empresas., como también difiere en su tesis de **Frank (2017)** donde el 18 % de representantes usan las redes sociales para promocionar su productos. Nos damos cuenta que el medio de las redes sociales ayuda a ser promociones y llegar a lugares que con radio o Violante no llegan la publicidad de la panadería. (figura 18).
- **TIC. Ayudan a mejores decisiones Un 70%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, consideran el buen uso de las aplicaciones TIC ayudan a tomar mejores decisiones esto tiene una similitud con la tesis de **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)** donde el 100% consideran que si ayudan a tomar mejores decisiones. Una empresa en todo

momento está tomando decisiones ya sea para compra , para la venta de productos y las herramientas TIC ayudan a tener la información actualizada y a la mano para tomar una mejor decisión de acuerdo a los datos reales. (figura 19).

- **Personal maneja TIC Un 50%** de los empresarios de las Mypes del rubro servicio de Panaderías del distrito de Viru, cuentan con personal que manejan las TIC , y el otro 50 % no lo hacen. Esto tiene una similitud con la tesis de **PAJILLA EVANGELISTA, Luis Alberto (2018)** donde el 50% si manejan su personal las TIC mientras que el otro 50% no lo hacen. (figura 20).

PROPUESTA DE MEJORA

Propuesta de mejora a los resultados para la aplicación del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación como factor relevante la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro Pandearías del Distrito de Virú 2019.

Problema Encontrado (RESULTADOS)	Causa	Solución- Aplicación de Mejora	Responsable
<p>No aplican técnicas modernas para medir el desempeño del personal</p> <p>Solo el 40% de los representantes aplican la evaluación a sus trabajadores</p>	<p>Desconocimiento de técnicas de evaluación de desempeño.</p>	<p>Los dueños deben capacitar a su personal como la técnica de evaluación de 360° que es la evaluación más completa obtiene información por todos en la empresa y obtiene mejores resultados.</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>
<p>No guardan información de clientes.</p> <p>Un 80% no guardan ninguna información de sus clientes.</p>	<p>Desconocimiento de Gestión entre ello la aplicación de captación de clientes</p>	<p>Capacitar al personal sobre la importancia que tiene tener la información del cliente</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>
<p>No conocen sobre TIC</p> <p>El 70% no conocen sobre el Uso de las TIC</p>	<p>Desconocimiento de la técnica de gestión en cuanto a las TIC</p>	<p>Capacitar a los gerentes en temas de Tecnología de Información y Comunicación que puedan adquirir conocimientos y habilidades para tomar mejores decisiones en corto plazo</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>

<p>No capacitan a su personal</p> <p>Un 70% no capacitan a su personal</p>	<p>Desconocimiento de la importancia de capacitación</p>	<p>La capacitación es importante y se debe armar un plan de gestión donde implique temas importantes que deben considerarse a capacitar en la organización.</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>
<p>No aplican medios tecnológicos y comunicación para mejorar su eficacia en el trabajo</p> <p>El 40% de los encuestados solo aplica las redes sociales.</p>	<p>Desconocimiento de la importancia que los medios Tecnológicos y comunicación para la toma de decisiones.</p>	<p>capacitar a los gerentes sobre la importancia que tiene los medios tecnológicos par mejorara la eficacia del trabajo.</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>
<p>No invierten en TIC</p> <p>Un 60% solo estaría de acuerdo en invertir en TIC</p>	<p>Desconocimiento sobre Inversión</p>	<p>Capacitar a los Gerentes sobre la importancia de la Inversión y la consecuencia positiva que puede traer a la empresa.</p>	<p>Gerente y/o propietario</p>

CONCLUSIONES

En la presente investigación se concluyó que las Mypes son un papel importante en nuestro país, siendo estas unas de las fuentes que generan más empleo, ayudando así al crecimiento económico a nivel nacional.

- **Con respecto al Objetivos Específicos 1:** Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, en el sector servicio rubro Panaderías del Distrito de Virú, 2019.

Los representantes de las Mypes son personas con entre 25 a 50 años de edad, la mayoría de género masculino, con grado de instrucción secundario, teniendo como tiempo en el mercado de 6 años a más, por lo que se considera que los representantes tienen la experiencia en el rubro para alcanzar logros más altos, con la respectiva asesoría.

- **Con respecto al Objetivos Específicos 2:** Determinar las principales características de Gestión de Calidad en las micros y pequeñas empresas, en el sector Servicio Rubro Panaderías, en el Distrito de Virú 2019.

Los representantes de las Mypes conocen sobre Gestión de Calidad, consideran que la determinación de la compra de un producto es por la compra, utilizan como técnica de evaluación a sus trabajadores la Evaluación, no tienen una información guardada de sus clientes, consideran que la gestión de calidad genera un rendimiento a la empresa, además consideran importante la gestión y calidad, capacitan a su personal en temas de panes, pastelería y otros temas, asimismo tienen normas de higiene dentro de sus empresas.

Para contar con una buena una gestión de calidad óptima el representante y trabajadores debe estar contantemente en capacitación para estar actualizados en los temas de cambio y así brindar a sus clientes calidad y seguridad al comprar sus productos.

- **Con respecto al Objetivos Específicos 3:** Determinar las principales características del Uso de las TIC en las micro y pequeñas empresas, en el Rubro servicio de Panaderías, en el Distrito de Virú, 2019.

Los representantes de las empresas de Panaderías no conocen del Uso de las TIC, pero usan equipos informáticos, los equipos de la panaderías son modernos, los representantes de las Mypes consideran necesario la entrega a domicilio pudiendo así fidelizar a los clientes y asegurar la compra de sus productos, así como también están dispuestos a invertir en TIC ya que estar actualizados con la tecnología y comunicación tienen beneficios positivos, asimismo se pudo lograr concluir que las panaderías usan como medio las redes sociales para ofrecer sus productos, además se pudo llegar a la conclusión que las aplicaciones de las TIC ayudan a tomar mejores decisiones siendo que la información está a la mano y actualizada mejorando así las decisiones de los representantes de la organización, también se concluyó que el personal de las panaderías manejan las herramientas Tic, esto permite a los trabajadores y empresario estar comunicación para un mejor trabajo .

ASPECTO COMPLEMENTARIO

RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda a los representantes de las Mypes de rubro Panaderías, tener la información de sus clientes, conocerlos más y así fidelizarlos.
- ✓ Capacitarse constantemente conjuntamente con sus trabajadores y así obtener mejores conocimientos y lograr una gestión de calidad excelente ante la competencia.
- ✓ Se recomienda a los representantes de las Mypes que se registren en la SUNAT, y tengan licencia de funcionamiento y certificado sanitario, para obtener más confiabilidad y certeza que es un negocio seguro y adecuado para consumir, además con una formalidad el negocio puede acceder a un préstamo e invertir en su empresa.
- ✓ Se recomienda a los representantes que realicen un plan de gestión para ver puntos importantes de mejoras en la organización de la empresa.
- ✓ Se deben capacitar en las TIC, así tanto el representante y trabajadores podrían trabajar conjuntamente con una sola Visión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade &. Beatriz (2018) ” Propuesta De Mejora De Procesos En La Panadería “San Agustín” De La Ciudad De Guayaquil”
[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/26871/1/TutorHENRIQUEZ%20BASURTO-EGRESADO1.ANDRADE%20SOLORZANO%26%20E2.](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/26871/1/TutorHENRIQUEZ%20BASURTO-EGRESADO1.ANDRADE%20SOLORZANO%26%20E2.CHONILLO%20TUBAY.pdf)

[CHONILLO%20TUBAY.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/26871/1/TutorHENRIQUEZ%20BASURTO-EGRESADO1.ANDRADE%20SOLORZANO%26%20E2.CHONILLO%20TUBAY.pdf)

Benítez Salazar Raisa María Punguil Pilla Melany Nicole (2018) en su tesis titulada “
“Mejora de procesos en el área de administración y producción de la panificadora
Delicake en Guayaquil-2018”

http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/26179/1/TESIS-BNTZ_PNGL.pdf

Cesar, C. (2017) en su tesis titulada “Gestión De Calidad Con El Uso De Las Tecnología De
La Información Y Comunicación En Las Micro Y Pequeña Empresas Del Sector
Industrial, Rubro Elaboración De Productos De Panadería Del Distrito De Coishco,
Año 2017”

César Camisón, Sonia Cruz y Tomás González (2015) Gestión de la Calidad: conceptos,
enfoques, modelos y sistemas PEARSON EDUCACIÓN, S. A., Madrid, 2006.

CESSIO M. (2017) “ Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Servicio De Atención Al
Cliente En Las Mypes Del Sector Industrial Elaboración De Productos De Panaderia,
Distrito De Manantay, Año 2017.”

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2620/CONTROL_IMPLEMENTACION_CAMPOS_MORAN_CARLA_AYDEE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- CARLA, C. (2016) según su tesis titulada “Implementación De Un Sistema De Control De Producción Para La Optimización De Recursos Y De Procesos Productivos En La Panadería San José Obrero – Sullana; 2016.”
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2620/CONTROL_IMPLEMENTACION_CAMPOS_MORAN_CARLA_AYDEE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cortés, J. M. (2017). Sistemas de gestión de calidad (ISO 9001:2015). Málaga, Spain: Editorial ICB. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/56053?page=129>.
- FAJARDO, Carlos. (2005). Gestión, Entorno y Competitividad de las Organizaciones. Citado por Vicerrectoría de investigación y transferencia. Universidad la Salle. Bogotá, Colombia. Pág. 85.
- Francisca, R. (2017) “Formación ocupacional de personas y control de calidad en las panaderías de Huamachuco, año 2016.” file:///F:/rondolayza_francisca.pdf
- Fontalvo Herrera, T. J. (2012). La gestión de la calidad en los servicios. ISO 9000: 2008. S.I, Argentina: B - EUMED. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/34525?>
- Fayol, H. et al. (1969). Administración industrial y general. Principios de la administración científica. Buenos Aires: El Ateneo
- Grant, R.M.; Shani, R. y Krishnan, R. (1994), «TQM's Challenge to Management. Theory and Practice». Sloan Management Review, 35 (2), pp. 25-35.

González, O. y Arciniegas, J. (2016). Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la norma ISO 2015. Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/Uladech/114366?page=180>.

González, T, Cruz, S. y González, T. (2006). Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid, México: Pearson Educación. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/45327?page=181>.

Hernández, R. Fernández, C & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación 6ta Edición. México: mcgraw-hill / interamericana editores, s.a. de c.v. Ibáñez, M. (2012). <http://bdigital.unal.edu.co/8596/1/300457.2012.pdf>

Ishikawa, K. (1954), Hinshitsu Kanri Nyumon. JUSE Press Ltd., Tokio. La 3.^a edición se publicó en 1988. Edición inglesa: Introduction to quality control. Chapman & Hall, Tokio, 1989. Edición española: Introducción al Control de Calidad. Ediciones Díaz de Santos, Madrid, 1994.

LEVY David. (1994). Caos Teoría y Estrategia: Teoría, aplicaciones y de gestión Implicaciones Strategic Management Journal, 15, 176.

Luis, C.(2017) según su tesis titulada “Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De Atención Al Cliente En Las Mypes Del Sector Comercial, Rubro Panadería, Distrito De Satipo, Año 2017”.

Núñez Fernández, E. (2007). Archivos y normas ISO. Gijón, Spain: Ediciones Trea. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/60537?page=35>.

Óscar Claret González Ortiz(2016) Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015, Ecoe Ediciones, 2016

Óscar Claret González Ortiz Jaime Alfonso Arciniegas Ortiz(2015) SISTEMAS E GESTIÓN DE CALIDAD <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>

Pola Maseda, Á. (2009). Gestión de la calidad. Barcelona, Spain: Marcombo. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/45847?page=13>.

Pola Maseda, Á. (2009). Gestión de la calidad. Barcelona, Spain: Marcombo. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/45847?page=18>.

Roberto carro paz & dabuiel gonxzales g.(2012) adminitracion de la calidad total. http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf

Rodríguez Bermúdez, J. R. (2015). Usos estratégicos de las TIC. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/57677?page=38>

Thompson, A. y Strickland, A. (2004). Administración Estratégica. Editorial Mc Graw Hill, México.

Uribe, M. (2011). Los sistemas de gestión de la calidad: el enfoque teórico y la aplicación empresarial. Ibagué, Colombia: Sello Editorial Universidad del Tolima. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/71132?page=8>.

Linkografía

<https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>

<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>

[https://glovoapp.com/en/legal/terms\)](https://glovoapp.com/en/legal/terms)

<https://gestion.pe/tecnologia/mypes-tic-mitos-verdades-efectos-empresas-233245-noticia/?ref=gesr>

<https://old.fri.com.pe/blog/desarrollo-de-las-tic-en-el-peru>

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0877/libro.pdf

<https://andina.pe/agencia/noticia-bodegas-peru-tienden-a-convertirse-panaderias-e-invierten-hasta-50000-maquinaria-356263.aspx>

[https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/\)](https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/)

<https://elcomercio.pe/economia/peru-80-empresas-exportadoras-son-mypes-noticia-542022-noticia/>

<https://larepublica.pe/archivo/792187-en-la-provincia-de-trujillo-43-de-mypes-son-ilegales/>

https://www.inei.gob.pe/media/principales_indicadores/informe-tecnico-de-produccion-nacional-marzo2019.pdf

<https://andina.pe/agencia/noticia-en-peru-existen-unas-10000-panaderias-pastelerias-y-lima-concentra-43-237413.aspx>

file:///C:/Users/Eloy/Downloads/CALIDAD_MYPES_CAMPOS_MERINO_CESAR_HERNANANDO.pdf

Anexo 1: Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019															
		NOV				DIC.				ENERO				FEBRERO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	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 datos										X						
7	Elaboración del consentimiento elaborado										X						
8	Recolección de datos												X				
9	Presentación de datos												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 la investigación																
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación																
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																
15	Redacción del artículo científico																

Anexo 2: Presupuesto

Para la realización del Informe de Investigación, se necesitó de un presupuesto que asciende a S/.1,716.00

Descripción	Costo Unitario	Costo Total (S/.)
Bienes de Consumo		
Computadora	500	500
Impresora a color y B/N	40	320
Internet	1	168
Memoria USB	35	35
Materiales de Escritorio		
Papel bond A-4	22	22
Lapiceros	5	15
Lápiz	2	2
Borrador	2	4
Movilidad	300	300
otros	350	350
TOTAL S/.		1,716

ANEXO N° 03



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA

El presente cuestionario se aplicará a los Representantes de las empresas Mypes, con la finalidad de recabar información, ya que es muy importante para mi trabajo de investigación que lleva por título: **Tecnologías De La Información Y La Comunicación Como Factor Relevante De La Gestión De Calidad Y La Propuesta De Mejora En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio Rubro Panaderías En El Distrito De Virú, Año 2019.**

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación. Agradeciéndole anticipadamente.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la respuesta que crea conveniente, de acuerdo a su percepción, en cada uno de los enunciados:

DATOS GENERALES:

I. DATOS DEL REPRESENTANTE DE LA EMPRESA REPRESENTANTE DE LA EMPRESA

1.- ¿Edad del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?

- a. De 18 a 25 años
- b. De 25 a 50 años
- c. De 51 a más

2.- ¿Género del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?

- a. Masculino
- b. Femenino

3.- ¿Grado de Instrucción del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?

- a. Educación Primaria
- b. Educación Secundaria
- c. Educación Técnica y/o Educación Universitaria
- d. Ninguna

4.- Cuento Tiempo lleva su empresa el mercado?

- a. Menos de un año
- b. De 1 a 5 años
- c. 5 años a mas

II. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE GESTIÓN DE CALIDAD

5.- ¿Qué factor considera que determina una compra?

- a. Calidad
- b. Precio
- c. Atención

6.- ¿Conoce sobre Gestión de Calidad?

- a. SI
- b. NO

7.- ¿Cual técnicas utiliza para Evaluar a su personal?

- a. Observación
- b. Evaluación
- c. Escala de Puntuación
- d. Otros

8.- ¿Recopila Información de sus clientes?

- a. SI
- b. NO

9.- ¿La Calidad Contribuye A Mejorar El Rendimiento de la empresa?

- a. SI
- b. NO

10.- ¿Cómo considera la Gestión y Calidad?

- a. Importante
- b. Poco Importante
- c. Algo Importante

11.- ¿Realiza capacitaciones a su personal?

- a. SI
- b. NO

12.- ¿A implementado normas de Seguridad e Higiene?

- a. SI
- b. NO

III. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE TIC (Tecnología de la información y comunicación)

13.- ¿Conoce sobre el Uso de la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)?

- a.- SI
- b.- NO

14.- ¿Utiliza Equipos Informáticos y de Comunicación?

- a.- SI
- b.- NO

15.- ¿Qué tan modernos son los equipos que dispone la panadería?

- a. Moderno

b. Antiguo

16.- Considera necesaria la entrega de productos a domicilio?

a. Necesario

b. Poco Necesario

17.- ¿Invertiría en TIC?

a.- SI

b.- NO

18.- Que medio utiliza para anunciar su panadería?

a. Volantes

b. Radio

c. Redes sociales

19.- ¿Las Aplicaciones TIC ayudan a tomar mejores decisiones?

a.- SI

b.- NO

20.- ¿Su personal maneja las herramientas TIC?

a.- SI

b.- NO

ANEXO N° 04

Hoja de Trabajo para la tabulación de las encuestas

De los Representantes Legales		CRITERIOS DE EVALUACIÓN				TOTAL
1	¿Edad del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?	De 18 a 25 años	De 25 a 50 años	De 51 a mas		
		2	7	1		
2	¿Género del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?	Masculino	Femenino			
		8	2			
3	¿Grado de Instrucción del Propietario y/o Representante Legal de la empresa?	Educación primaria	Educación Secundaria	Estudios Técnicos Y/o Universitarios	Ninguno	
		3	5	1	1	
4	¿Cuánto Tiempo lleva su empresa el mercado?	Menos de un año	De 1 a 5 años	5 a más años		
		0	4	6		
5	¿Qué factor es determina una compra?	calidad	Precio	Atención		
		4	3	3		
6	¿Conoce sobre Gestión de Calidad?	SI	NO			
		6	4			

7	¿Qué técnica utiliza para evaluar a sus trabajadores?	Observación	Evaluación	Escala de Puntuación	Otros	
		2	6	1	1	10
8	¿Recopila Información de sus clientes?	SI	NO			
		2	8			10
9	La calidad mejora el rendimiento	SI	NO			
		8	2			10
10	¿Cómo considera la Gestión y Calidad?	Importante	Poco Importante	Algo Importante		
		10	0	0		10
11	¿Realiza capacitaciones a su personal?	SI	NO			
		3	7			10
12	¿A implementado en su empresa norma de seguridad e higiene?	SI	NO			
		6	4			10
13	¿Conoce sobre el Uso de la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)?	SI	NO			
		3	7			10
14	¿Utiliza Equipos Informáticos y de Comunicación?	SI	NO			
		6	4			10

15	¿Qué tan modernos son los equipos que dispone la panadería?	Moderno	Antiguo			
		7	3			10
16	¿Considera necesaria la entrega de productos a domicilio?	Necesario	Poco Necesario			
		9	1			10
17	Invertiría en TIC	SI	NO			
		6	4			10
18	¿Qué medio utiliza para anunciar su panadería?	Televisor	Radio	Redes Sociales		
		3	3	4		10
19	¿Las Aplicaciones TIC ayudan a tomar mejores decisiones?	SI	NO			
		7	3	0	0	10
20	¿Su personal maneja las herramientas TIC?	SI	NO			
		5	5	0	0	10

ANEXO N° 05

Características de los representantes legales de las Mypes

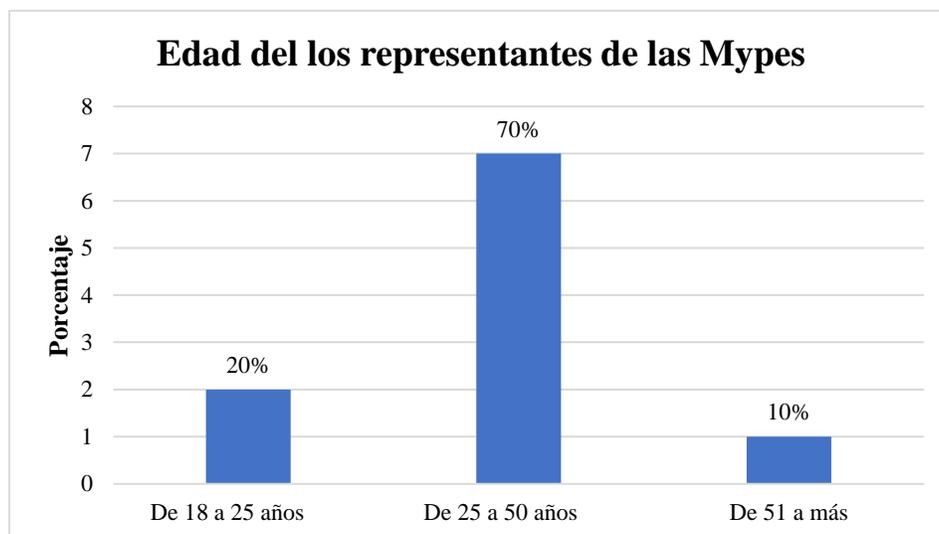


Gráfico 1 : Edad

Fuente : Tabla 01

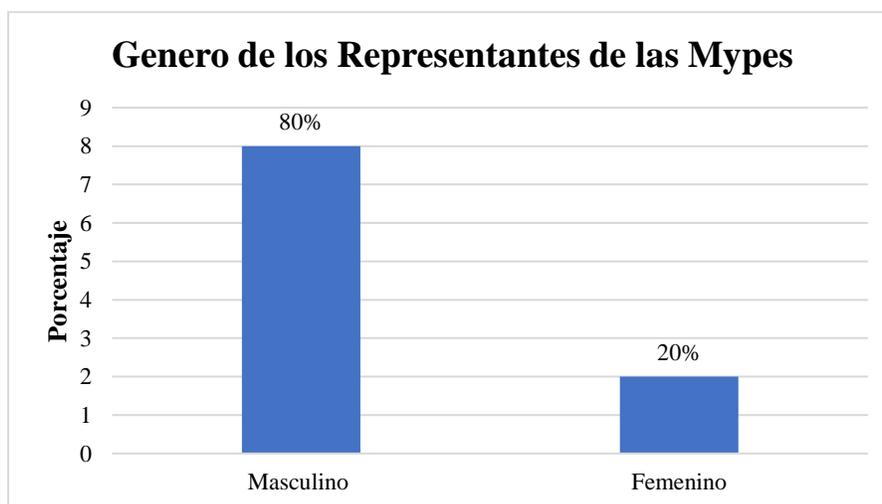


Gráfico 2 : Genero
Fuente : Tabla 02

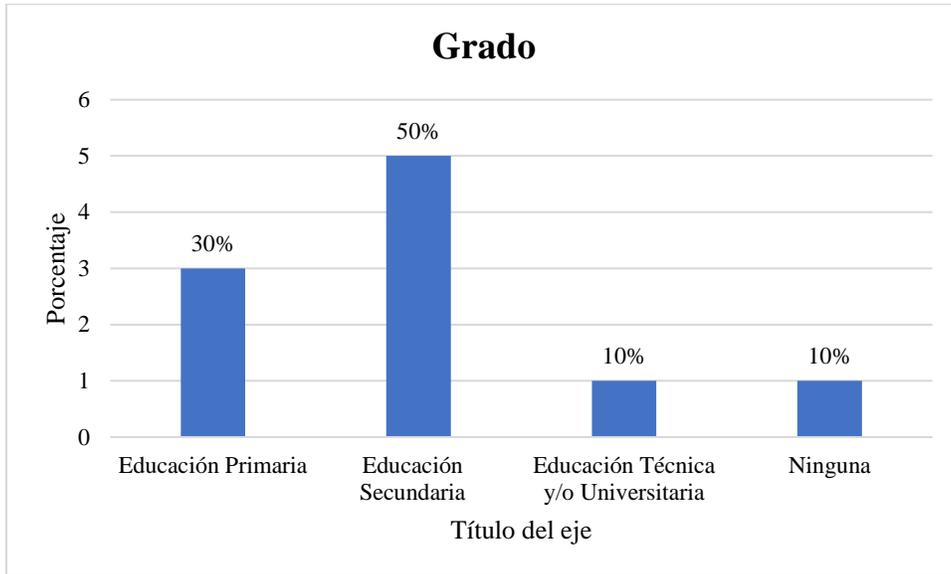


Gráfico 3 : Grado
Fuente : Tabla 03

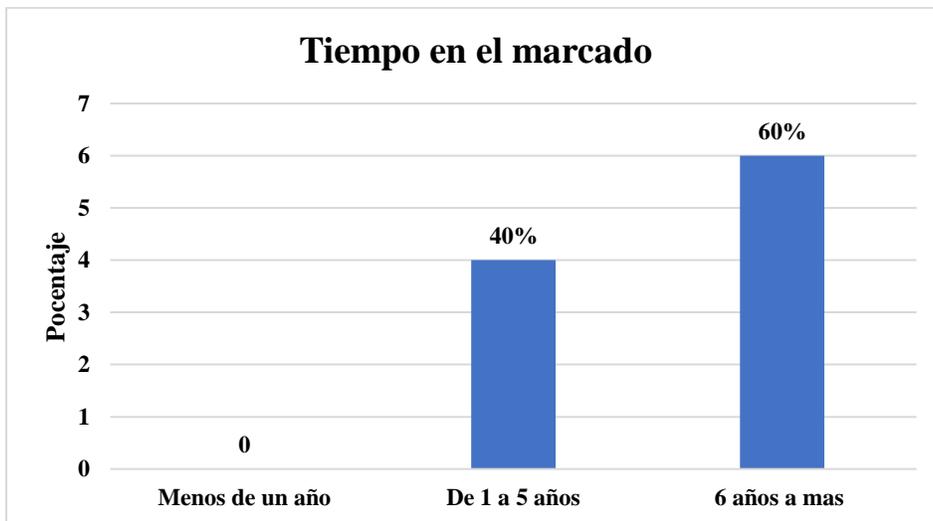


Gráfico 4 : Tiempo en el Mercado
Fuente : Tabla 04

Características de Gestión de Calidad en las Mypes

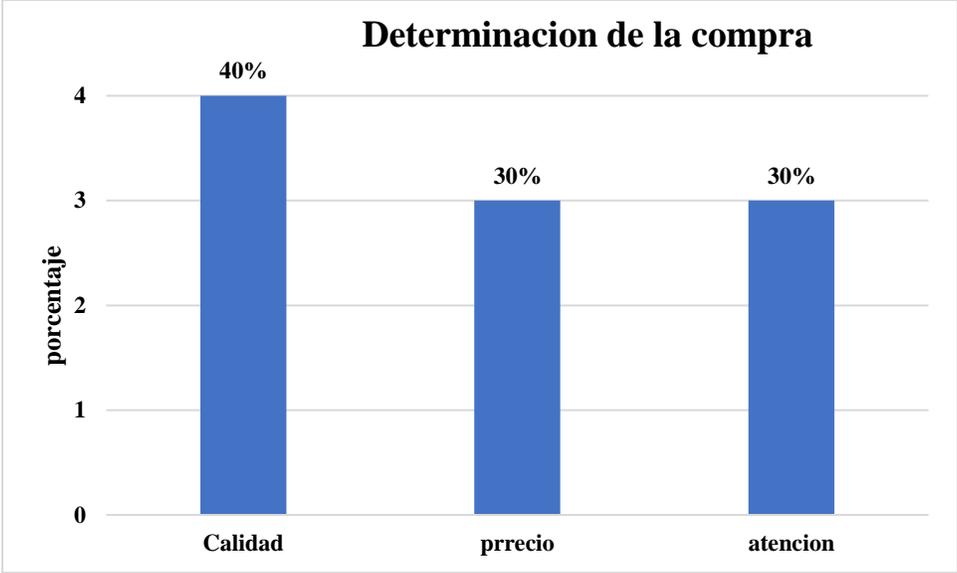


Gráfico 5 : Determinación de compra
Fuente : Tabla 05

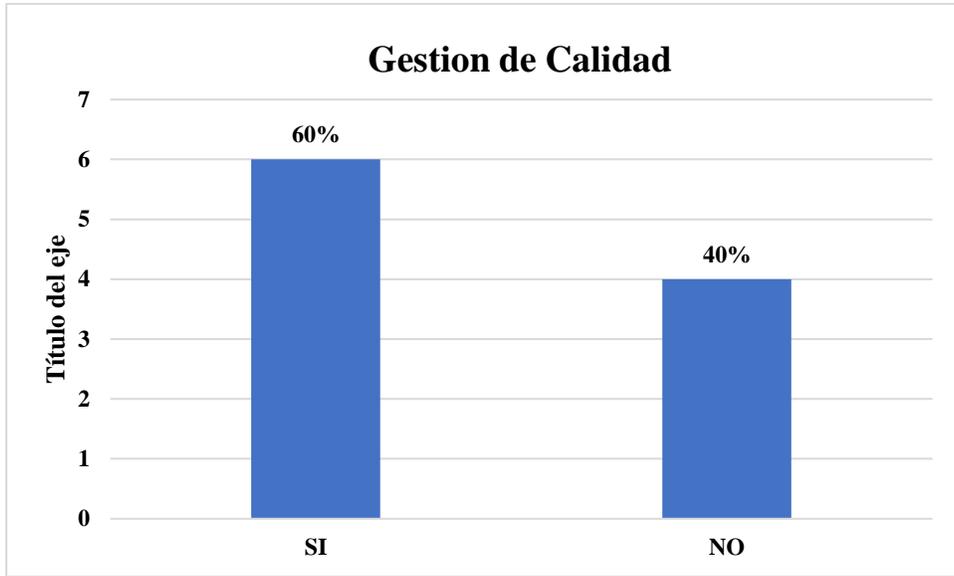


Gráfico 6 : Gestión de calidad
Fuente : Tabla 06

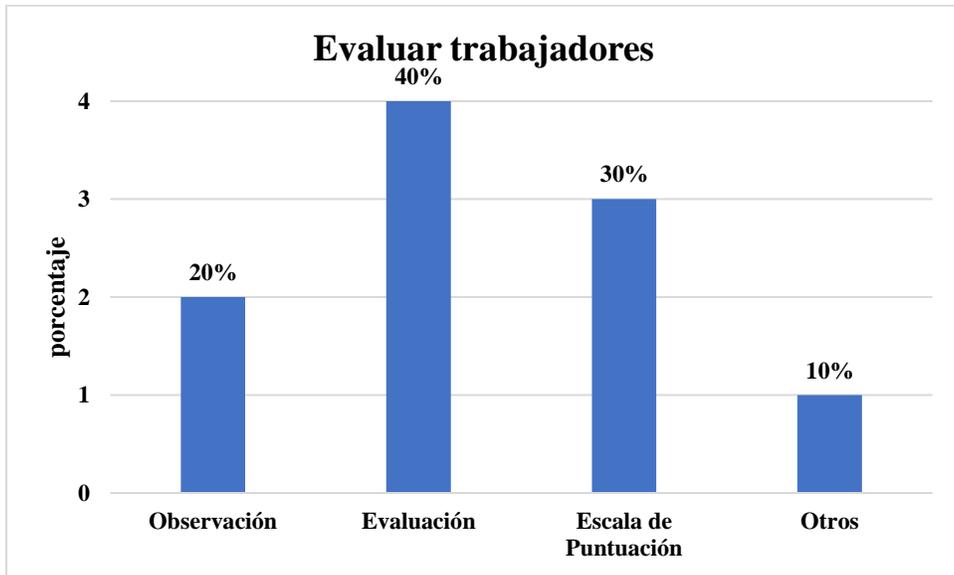


Gráfico 7 : Evaluar trabajadores
Fuente : Tabla 07

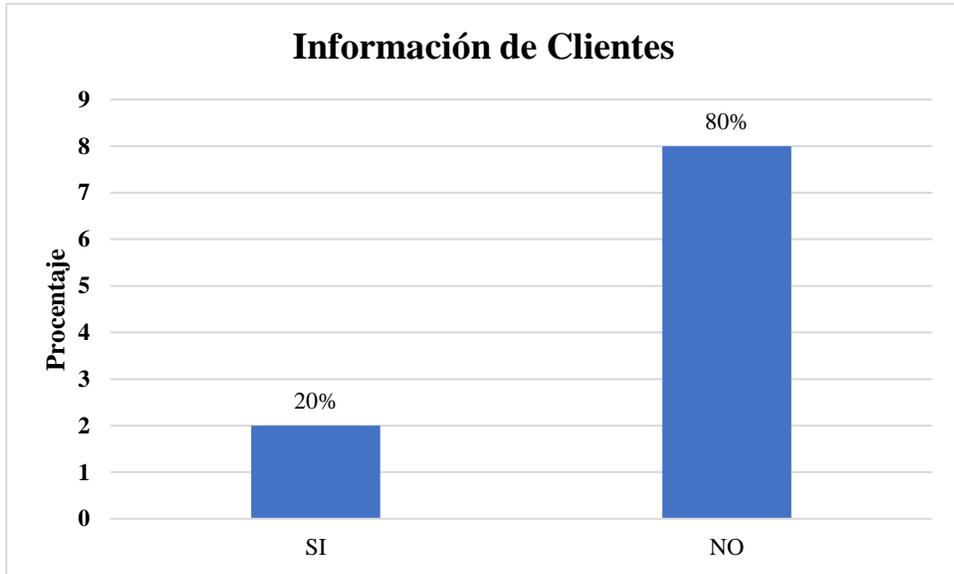


Gráfico 8 : Información
Fuente : Tabla 08

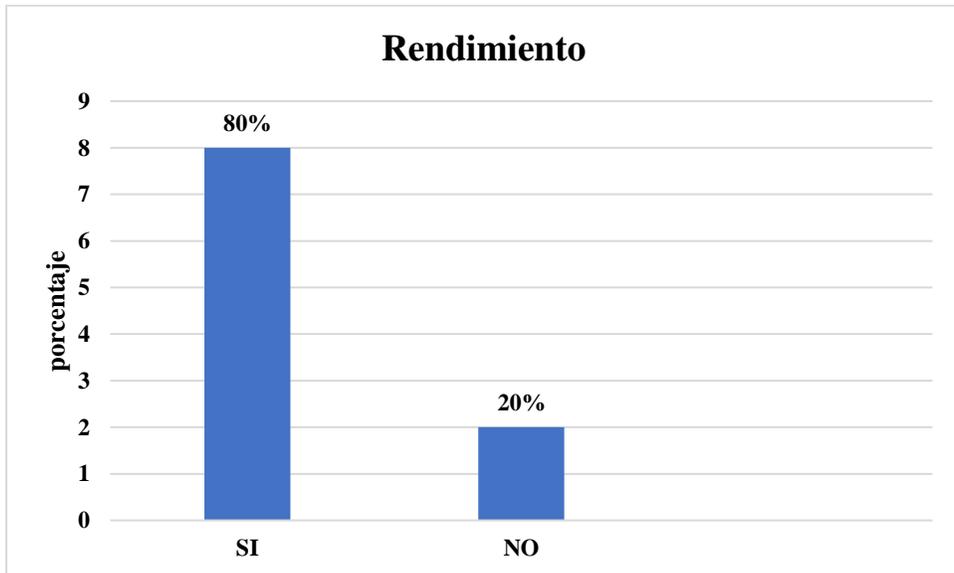


Gráfico 09 : Rendimiento
Fuente : Tabla 09



Gráfico 10 : Gestión y Calidad
Fuente : Tabla 10

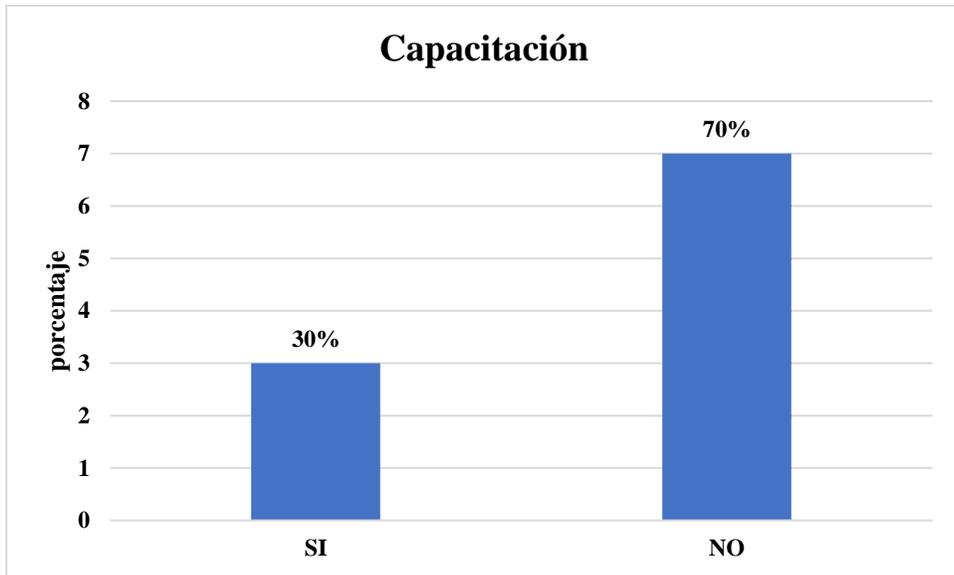


Gráfico 11 : Capacitación
Fuente : Tabla 11

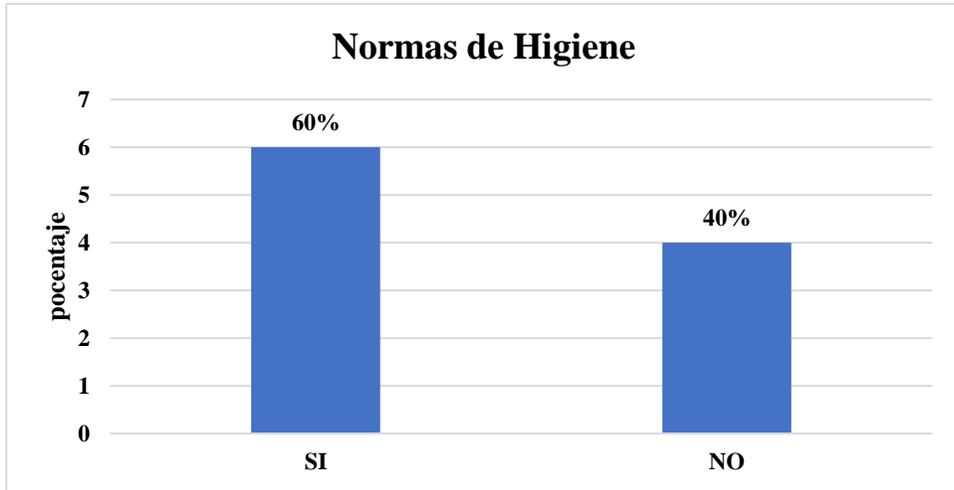


Gráfico 12 : Normas
Fuente : Tabla 12

Características de Uso de Tecnología de la Información y comunicación en las Mypes

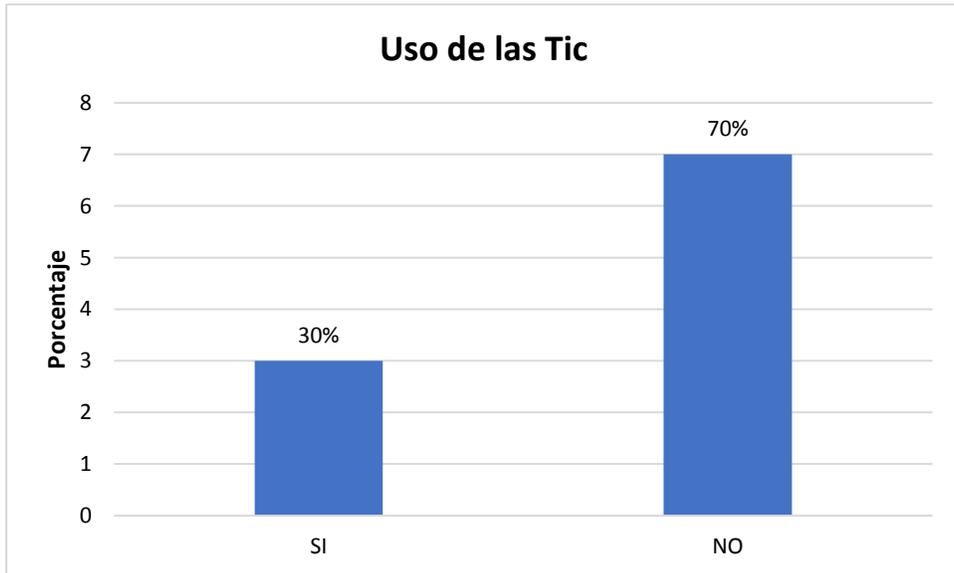


Gráfico 13 : Uso de TIC
Fuente : Tabla 13

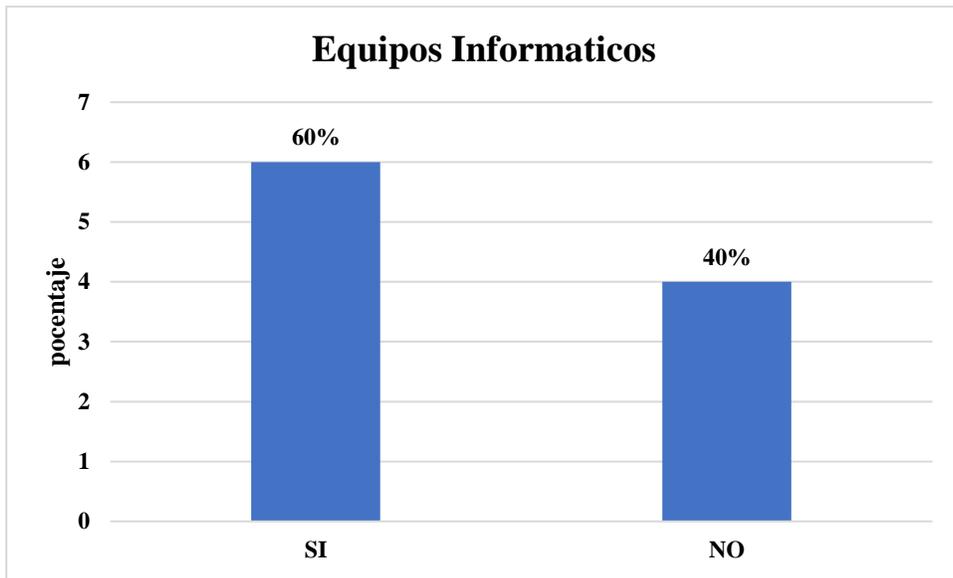


Gráfico 14 : Equipos Informáticos
Fuente : Tabla 14

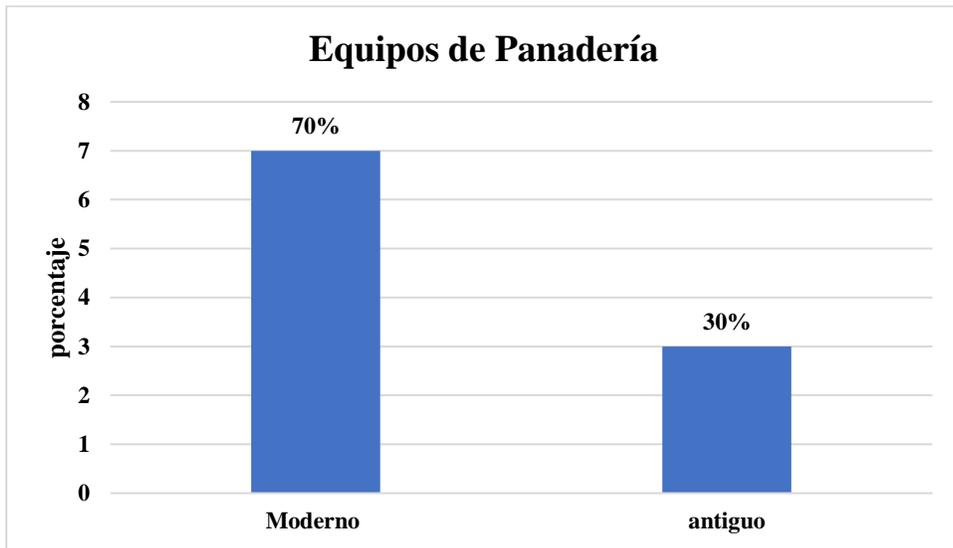


Gráfico 15 : Equipos
Fuente : Tabla 15

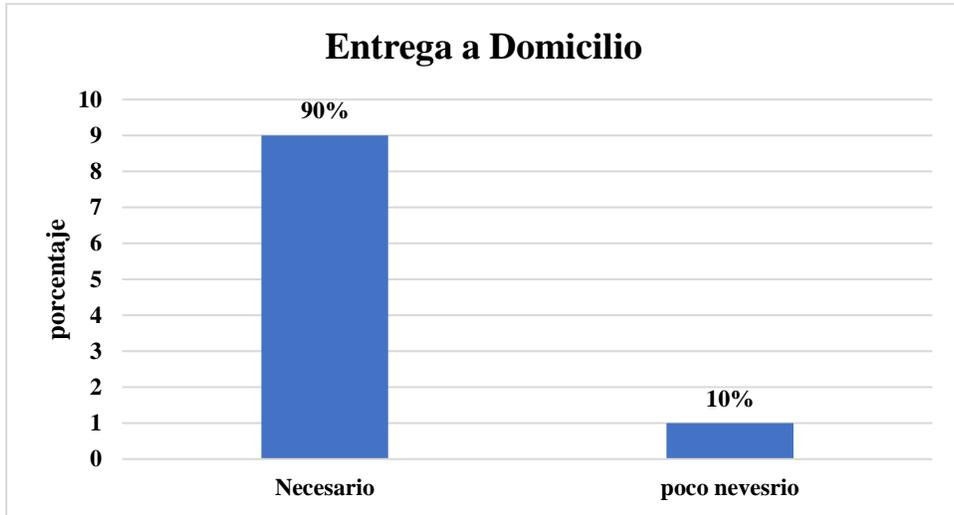


Gráfico 16 : Entrega
Fuente : Tabla 16

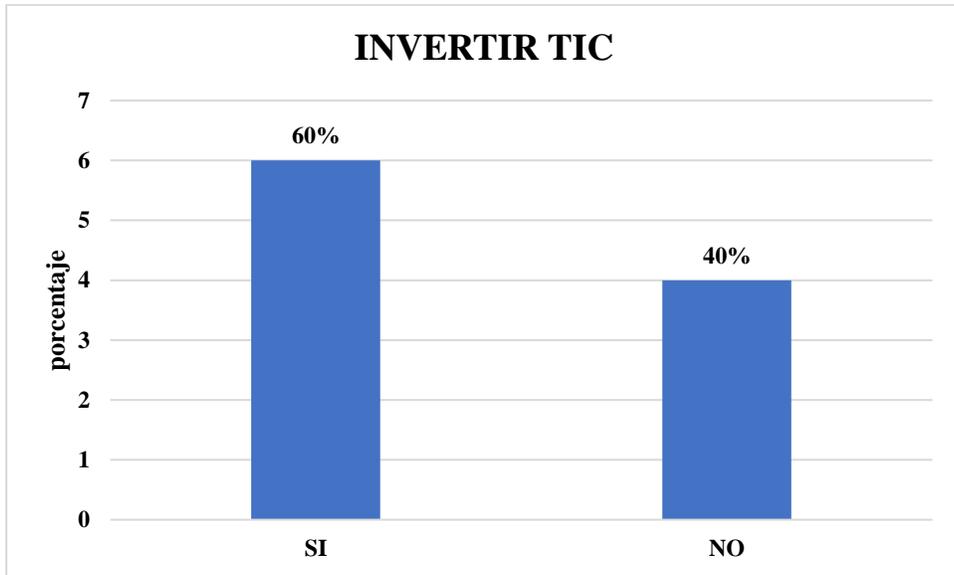


Gráfico 17 : INVERTIR TIC
Fuente : Tabla 17

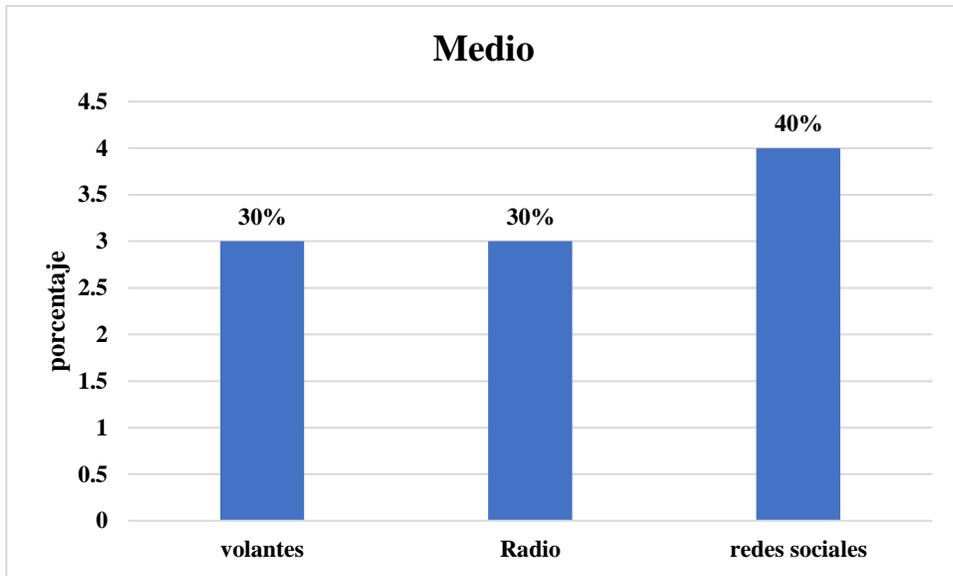


Gráfico 18 : Medio
Fuente : Tabla 18

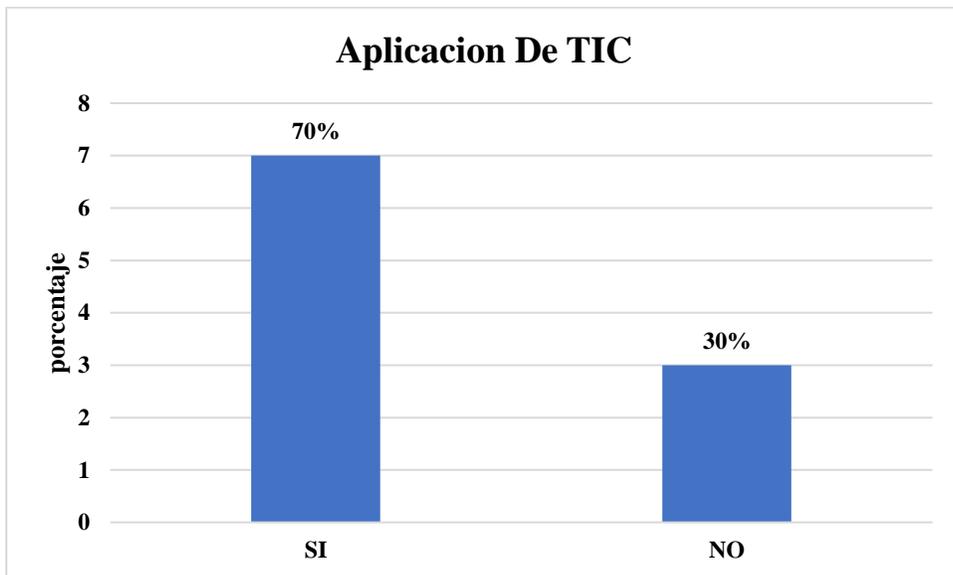


Gráfico 19 : Procedimientos
Fuente : Tabla 19

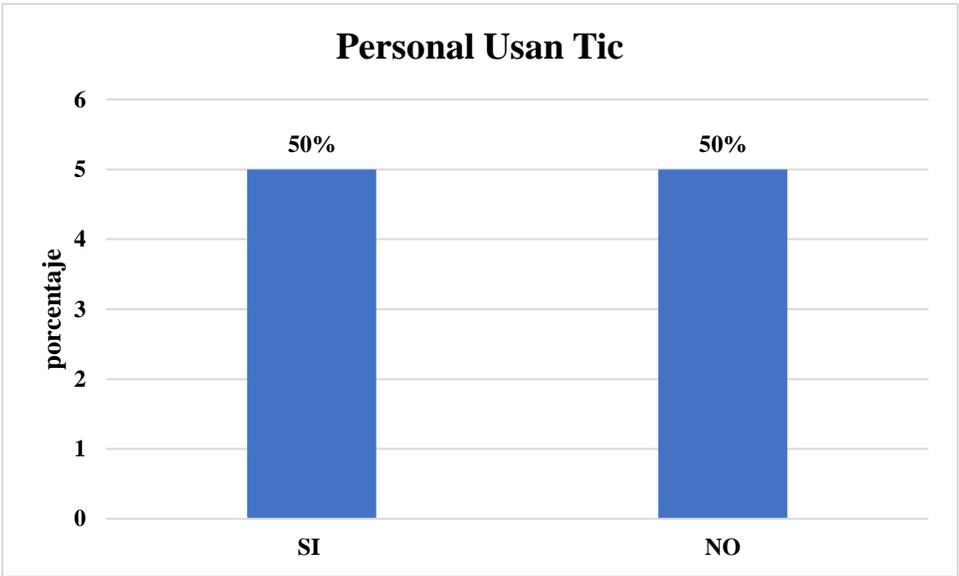


Gráfico 20 : Personal Usan TIC
Fuente : Tabla 20

PANADERÍAS EN EL DISTRITO DE VIRÚ

Se realizo trabajo de campo y se obtuvo los siguientes datos.

N°	<u>PANADERIA</u>	<u>PROPIETRIO</u>	<u>UBICACIÓN</u>
1	VANIA	PLAZA PINCO CARMENZOILA	MIGUEL GRAU N° 133
2	BUOLEVAR	EVER JIMENEZ URQUIAGA	CALLE MIGUEL GRAU N°159
3	TORRES	PAULO TORRE HERNANDEZ	CALLE TRUJILLO S/N - EL CARMELO
4	MADU	DESPOSORIO LOPEZ MARIA	MZ. 16 LT-22 CALLE VICTOR RAUL
5	CHAVEZ	ANDREZ CHAVEZ GONZALES	CALLE MARIA CARIDAD - PUENTE VIRÚ
6	CAJAMARQUINO	SANTOS PAREDES HUAMAN	CALLE REPUBLICA DE PARAGUAY - SAN JOSE
7	SANTOS	GUTIERREZ CALDERON SANTOS	CALLE VICTOR RAUL- MZ: 06 VICTOR RAUL
8	VEGA	MARINO VEGA RODRIGUEZ	CALLE MARIA CARIDAD S/N - HUANCAQUITO ALTO
9	VELE	GARCIA PLACIDO JAIME	CALLE VICTOR RAUL –MZ: 22LT 03 N.V.R
10	ROJAS	ROJAS AGUILAR ROLANDO ARELES	CALLE SUCRE N° 136 VIRÚ

Cerquin

03
FOLIO

**SOLICITO: INFORMACION SOBRE LAS
PANADERIAS EXISTENTES EN EL
DISTRITO DE VIRÚ.**

SR.

ANDRES CHAVEZ GONZALES

Alcalde Provincial de Virú

CERQUIN MANTILLA DEYSY MARIMAR,
identificada con DNI N°47613752,
domiciliado en la Mz 27 Lt. 01 Los Pinos del
C.P Víctor Raúl Haya de la Torre del Distrito
y Provincia de Virú, ante usted con el debido
respeto me presento y dijo:

Que, recorro ante su digna persona con la finalidad de solicitarle información sobre las panaderías existentes a la actualidad en el distrito Virú, que cuentan con sus licencias de funcionamiento, dicha información será para realizar mi Trabajo de Investigación, la cual me servirá para la obtención de mi Título Universitario de la carrera de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE (ULADECH) FILIAL TRUJILLO.

Por lo expuesto:

Pido a usted acceder a mi solicitud por ser de justicia.

Virú 30 de ENERO del 2020

ADJUNTO:

Copia de DNI

Resolución N°0851-2019-CU-ULADECH CATOLICA



CERQUIN MANTILLA DEYSY MARIMAR

DNI N° 47613752



Municipalidad Provincial de Virú
Ley N° 26427

Independencia 510 Telefono: 044-371031 - 1122
VIRÚ

CARGO DE TRÁMITE

RECURRENTE: DEYSI MARIMAR , CERQUIN MANTILLA
ASUNTO: SOLICITO INFORMACIÓN SOBRE LAS PANADERIAS EXISTENTES EN EL DISTRITO DE VIRÚ.

Expediente N°: 1937-2020
Fecha y hora: 30/01/2020 03:59:00 p.m.
Folios: 4



Contactenos:
Central Telefonica: (044) 371031
Tramite Documentario (044) 371031 anexo 1122
Horario de Atencion: Lunes a Viernes
8:00 AM a 1:00 PM
2:30 PM a 5:15 PM



Oficina de Defensa Civil
Cualquier emergencia llamar:
RPM: #944470101
RPC: 986362916

Oficina de Seguridad Ciudadana
Cualquier tipo de denuncia, robo,
violencia, etc:
RPM: #947501223
RPC: 987536562

PANADERIAS EN LA PROVINCIA DE VIRU

- NARVAEZ VALVERDE DE JIMENEZ MARIA JULIA
PANADERIA Y PASTELERIA BOULEVARD
AV. GRAU #159 - CIUDAD DE VIRÚ.
- PLAZA PINCO CARMEN ZOILA
PANADERIA Y PASTELERIA VANIA
MIGUEL GRAU N° 133 – VIRÚ
- ROJAS AGUILAR ROLANDO ARELES
PANADERIA "ROJAS"
CALLE SUCRE N° 136 - VIRÚ

