



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIONES COMO FACTOR RELEVANTE DE LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO VENTA DE REPUESTOS
ELECTRÓNICOS EN EL JIRÓN ALFONSO UGARTE DEL
DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR

MORALES CORTEGANA, IRWIN PAOLO

ORCID.ORG/0000-0002-6844-9723

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID.ORG/0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Morales Cortegana, Irwin Paolo

Orcid.org/0000-0002-6844-9723

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Orcid.org/0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Orcid.org/0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid.org/0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio César

Orcid.org/0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la bendición de la vida y salud, y la fortaleza para poder cumplir mis objetivos.

A mis padres, por el cariño, afecto y amor que me brindar día a día, por los valores y la enseñanza que me inculcaron, y el apoyo incondicional que día a día me dedican para poder cumplir con los objetivos que me he trazado.

A los asesores, que me guiaron, me apoyaron, y que tuvieron la paciencia para poder explicarme y aclararme los puntos en los que presentaba dudas.

DEDICATORIA

Dedico mi presente proyecto primeramente a Dios, que me cuida y guía mi camino, y por brindarme la sabiduría para afrontar los retos y superar las adversidades.

Del mismo modo, dedico mi trabajo a mi familia, por ser parte fundamental en mi desarrollo académico y fuente de motivación para la culminación de mi formación profesional.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte, Distrito de Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizó una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas, a los que se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas a través de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: el 71,43% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 51 a más años; el 71,43% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el grado de superior no universitario; el 71,43% de los representantes son dueños; el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años; el 85,71% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias; el 100% si conocen el termino gestión de calidad; el 42,86 señalo que el aprendizaje es lento para implementar las técnicas de gestión de calidad; el 100% conocen la técnica moderna del marketing; el 100% utilizan la observación como técnica para la medición del rendimiento; el 100% no utilizan las tecnologías de información y comunicaciones. Concluye que la totalidad de los representantes conocen el término gestión de calidad, el marketing es la técnica de gestión que conocen, la observación es la técnica de medición del rendimiento que aplican y no utilizan las tecnologías de información y comunicaciones en su negocio.

Palabras clave: Gestión de calidad, micro y pequeñas empresas, tecnologías de información y comunicaciones.

ABSTRACT

The research had as a general objective, to determine the characteristics of information and communication technologies as a relevant factor of quality management and improvement plan in micro and small companies in the trade sector, item sale of electronic parts in Jirón Alfonso Ugarte, Chimbote District, 2017. The research was of a non-experimental-transversal-descriptive design, for the development of the research work a sample population of 7 micro and small companies was used, to which a questionnaire of 20 closed questions was applied to through the survey. Obtaining the following results: 71.43% of the representatives of micro and small companies are aged 51 and over; 71.43% of the representatives of micro and small companies have the degree of non-university superior; 71.43% of the representatives are owners; 100% of micro and small companies are 7 years old or older; 85.71% of micro and small companies were created to generate profits; 100% if they know the term quality management; 42.86 indicated that learning is slow to implement quality management techniques; 100% know the modern technique of marketing; 100% use observation as a technique to measure performance; 100% do not use information and communication technologies. He concludes that all the representatives know the term quality management, marketing is the management technique they know, observation is the performance measurement technique that information and communication technologies apply and do not use in their business.

Keywords: Quality management, micro and small business, information and communication technologies.

CONTENIDO

Título de la tesis.....	i
Equipo de trabajo.....	ii
Jurado evaluador.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
Contenido.....	viii
Índice de tablas.....	ix
Índice de figuras.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.2 Bases teóricas.....	18
2.3 Marco conceptual.....	25
III. HIPÓTESIS.....	27
IV. METODOLOGÍA.....	28
4.1 Diseño de la investigación.....	28
4.2 Población y muestra.....	28
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	29
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
4.5 Plan de análisis.....	32
4.6 Matriz de consistencia.....	32
4.7 Principios éticos.....	34
V. RESULTADOS.....	35
5.1 Resultados.....	35
5.2 Análisis de resultados.....	40
VI. CONCLUSIONES.....	57
VII. RECOMENDACIONES.....	58
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte, Distrito de Chimbote, 2017.....	35
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte, Distrito Chimbote, 2017.....	36
Tabla 3. Características de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte, Distrito de Chimbote, 2017.....	37
Tabla 4. Plan de mejora de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte, Distrito de Chimbote, 2017.....	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	71
Figura 2. Género.....	71
Figura 3. Grado de instrucción.....	72
Figura 4. Cargo que desempeña.....	72
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	73
Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro.....	73
Figura 7. Número de trabajadores.....	74
Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa.....	74
Figura 9. Objetivo de creación.....	75
Figura 10. La gestión de calidad.....	75
Figura 11. Técnicas de gestión de calidad.....	76
Figura 12. Dificultades para implementación.....	76
Figura 13. Técnicas de medición del rendimiento.....	77
Figura 14. Mejora el rendimiento la gestión de calidad.....	77
Figura 15. Conocimiento de las TIC.....	78
Figura 16. Computadora en la empresa.....	78
Figura 17. Nivel de conocimiento de computación.....	79
Figura 18. Compras de mercadería vía internet.....	79
Figura 19. Redes sociales para impulsar las ventas.....	80
Figura 20. Beneficios de las TIC en la empresa.....	80

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas representan un porcentaje relevante en la economía de nuestro país, y es uno de los sectores que va en aumento. y no solo permite una mayor dinámica económica, sino que también aporta a la sociedad generando puestos de trabajo, contribuyendo así a la disminución de la pobreza. Pero para que las empresas se mantengan sostenibles en el mercado las empresas compiten constantemente y las TIC brinda ventajas que las empresas debe sacarle el máximo beneficio ya que es tendencia en la actualidad.

En Europa un estudio de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) ha puesto de manifiesto que las PYME, aunque generalmente a la zaga en los que respecta a las TIC, son las que más pueden beneficiarse del aumento de la productividad gracias al comercio electrónico. No obstante, las PYME corren realmente el riesgo de perder oportunidades en cuanto a la productividad y a la rentabilidad al no realizar operaciones de comercio electrónico. Corresponde además a las PYME un importante papel en las economías de los países en desarrollo, por cuanto es en esos países en donde tienen mayores posibilidades de beneficiarse del comercio electrónico. La medida en que las PYME usan las TIC depende del sector a que pertenecen y del tamaño de la empresa. En general, las PYME orientadas a la exportación o la importación y las que desarrollan actividades en el sector turístico tienen mayores incentivos para invertir en la utilización de TIC, (Organización Mundial Del Comercio, 2013).

En Chile el uso de tecnologías de la información (TI) ha pasado a ser parte de la cotidianidad de las personas. Chile, en tal sentido, destaca como líder latinoamericano en el uso de internet, telefonía móvil, ecommerce y e-government. Aunque el progreso que las TI han traído es casi indiscutible a las sociedades, a nivel empresarial no se ha podido constatar que el uso de TI sea beneficioso para todo tipo de compañías, de hecho, a pesar del gran número de estudios sobre el impacto de las tecnologías en las empresas, estos no han logrado llegar a un consenso acerca de si las TI mejoran el rendimiento de las organizaciones o no. Esto es particularmente significativo para el caso de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), cuyo acceso a las TI está más

limitado que para las grandes empresas debido a sus restricciones de recursos (Muñoz ,2016).

La información sobre acceso y uso de TIC en la región es bastante esporádica y de difícil comparación (no sólo entre países, sino que al interior de los mismos), por las distintas metodologías y coberturas utilizadas. Al mismo tiempo se observa que los datos relevados se refieren a indicadores muy básicos (como acceso a Internet y cantidad de computadoras), mientras que es muy escasa la información sobre aplicaciones más complejas y sobre el uso efectivo de las TIC por parte de las empresas. En los últimos años ha habido en América Latina varias iniciativas para mejorar la medición de estas tecnologías a nivel de las firmas aun cuando estas se concentran esencialmente alrededor de datos básicos y es muy incipiente el debate sobre la construcción de nuevos indicadores. Los datos recolectados en los países de la región se refieren básicamente a la disponibilidad de computadoras, la conexión a Intranet e Internet, las ventas y compras a través de Internet y la dotación de recursos humanos que utilizan estas tecnologías. En algunos casos se incluye información sobre el tipo de conexión a Internet, tipo de uso del mismo y disponibilidad de extranet (Rivas, 2011).

“La mayoría de las inversiones en TIC se realizan por las razones equivocadas. Muchas mypes invierten en TIC bajo presión mimética (o de pares). Por lo tanto, estas inversiones se realizan simplemente para reflejar el comportamiento de otras mypes y no se hace nada para mejorar la eficiencia operativa o, lo que es más importante, para conectarse mejor con los clientes que existen, indico.

En dialogo con gestión.pe, precisó que muchas mypes tienen la creencia de que si se decide invertir en herramientas TIC entonces eso hará que una compañía sea mejor a los ojos de la sociedad porque las TIC son un signo de una “empresa moderna”.

Aunque consideró interesante que muchas mypes ya tienen acceso a algunas de las herramientas TIC más efectivas, como son las redes sociales, el correo electrónico y sitios web gratuitos.

En ese sentido, mencionó que para la mayoría de las mypes generalmente no recomendaría invertir en nuevas TIC, sino que simplemente debe usar las herramientas

que tienen actualmente y encontrar la forma de utilizarlas para respaldar sus operaciones comerciales, específicamente relacionados con aumentar la conciencia del cliente y brindar a los clientes soporte post-venta (Bardales, 2018).

El porcentaje de empresas que utiliza otras herramientas TIC se ha incrementado en los últimos años. Al 2016, según la Encuesta Nacional de Empresas (ENE 2017) del Ministerio de la Producción (Produce), el número de micro y pequeñas empresas (mype) que utilizaron celular con internet aumento de 49,6% a 63,7% desde el 2014.

“Las mype también han aumentado el uso de otras herramientas como páginas web, redes sociales y terminales de pagos (POS) debido a que las ayuda a reducir sus costos administrativos y promover sus productos o servicios”, explico el ministro de la Producción, Raúl Pérez Reyes, tras presentar los resultados de la muestra que abarco a más de 19 mil empresas a nivel nacional, (Medina, 2018).

En Chimbote, específicamente en el Jirón Alfonso Ugarte población de la investigación existen micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro de venta de repuestos electrónicos, que presentan una deficiencia en cuanto al servicio que brindan, ya que existe una demora en la atención a los clientes al momento despachar el producto o verificar si se encuentra entre el stock disponible, ello genera un malestar e incomodidad en los clientes. Por lo anterior mencionado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: *¿Cuáles son las características de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte, Distrito de Chimbote, 2017?*

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: *Determinar las características de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en Jirón Alfonso Ugarte, Distrito de Chimbote, 2017.*

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte, Distrito de Chimbote, 2017.

Detallar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte, Distrito de Chimbote, 2017.

Establecer las características de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas.

Elaborar plan de mejora a los resultados.

La investigación se justifica porque permitió conocer la problemática de las micro y pequeñas empresas en estudio, como es que operan en el mercado, si estas utilizan las variables de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad, y aprovechan las bondades que estas brindan a las empresas.

Se planteó plan de mejora para solucionar el problema, con la información sobre las TIC como factor relevante de la gestión de calidad. Donde se les propone estrategias para que la empresa pueda ser más conocida y poder fidelizar a los clientes.

La investigación realizada puede servir como modelo guía para realizar otras investigaciones, también como medio de consulta ya que cuenta con conocimientos y teorías, que podrían ser de ayuda.

La investigación fue de diseño no experimental-transversal-descriptivo, que tuvo una población y muestral de 7 micro y pequeñas empresas, a los que se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas a través de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: el 100% si conocen el termino gestión de calidad, el 42.86% tiene aprendizaje lento para implementar la gestión de calidad, el 100% conoce la técnica moderna del marketing, utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento y no utilizan las TIC. La investigación concluye que la totalidad de los representantes conocen el termino gestión de calidad, el marketing es la técnica que conocen, la observación es la técnica para medir el rendimiento que aplican y no utilizan las TIC.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Morales (2017) en su tesis *Alternativas de gestión comercial para las tiendas que promueven el comercio justo en la ciudad de Quito en base en el uso de las TICS*. Tuvo como objetivo general: Desarrollar alternativas de gestión comercial para las tiendas de comercio justo de la ciudad de Quito en base al uso de TICS. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Establecer la relación entre la gestión comercial de las tiendas de comercio justo y el uso de TICS que esta realizan, mediante el análisis de su situación actual; identificar las mejores herramientas tecnológicas y digitales que pueden ser utilizadas por las tiendas de comercio justo; identificar nuevos nichos de mercado ligados a los productos que comercializan las tiendas de comercio justo. Se utilizó un modelo de investigación no experimental-transversal-correlacional, la muestra estuvo constituida por 15 micro y pequeñas empresas de la ciudad de Quito, a los que se les aplicó una entrevista personal que estuvo conformada por 20 preguntas abiertas y se obtuvo los siguientes resultados: El 100% de las empresas poseen una red de internet, hacen uso de computadoras y de correo electrónico para la gestión diaria de la empresa; el 30% de las empresas tienen página web más de 5 años; el 100% utiliza el correo electrónico como medio de comunicación entre proveedores, clientes y compañeros de trabajo; el 80% de las empresas usan sistemas de información que permiten facturar y llevar la contabilidad; el 80% de empresas invierten mensualmente en TICS; el 40% de las empresas consideran que han tenido una mejora de entre el (6% y el 10%) a causa del uso de TICS; el 100% de las empresas usan las redes sociales para compartir información de la tienda, sus productos y para realizar publicidad; el 100% de las empresas utilizan la red social Facebook; el 75% de estas empresas consideran que las ventas por internet representan entre el (1% y 5%) de las ventas totales; el 80% de las empresas manifiestan que el principal problema para vender por internet son los problemas asociados con la logística y distribución. La investigación concluye: esta gestión comercial se ve positivamente relacionada con el uso de TICS, ya que el uso de estas tecnologías aporta beneficios para las empresas en cuanto al uso de tiempo, reducción de costos, productividad, eficiencia y eficacia del área comercial; sin embargo, las empresas tienen falencias, primero en el marketing, especialmente

con lo que se relaciona a publicidad; en donde las TICS juegan un papel importante por su capacidad de difusión y bajo costo, ya que permiten que este tipo de empresas generen estrategias para llegar a su mercado meta y logren su objetivo de sensibilización; segundo, tienen problemas en la gestión interna, específicamente en gestión de inventarios, facturación, gestión de relación con el cliente y los proveedores, ya que se lleva de forma empírica, es decir, las empresas no cuentan con un software especializado para realizar esta labor; los registros se llevan en Excel o de forma manual; en este sentido, se pudo determinar que las mejores herramientas digitales a utilizarse por estas empresas son la página web, las redes sociales, el comercio electrónico, el posicionamiento en buscadores, y el uso de un CRM (Administración de relaciones con los clientes) o ERP (Planeación de recursos empresariales).

López (2016) en su tesis *Tecnologías de la información y las Comunicaciones en la actividad de las Ferreterías Pymes en Bogotá*. Tuvo como objetivo general: Analizar la relación entre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones con el desempeño de las ferreterías pymes en Bogotá, con el fin de identificar el impacto de los diferentes usos de las TIC en las diversas actividades del desempeño de estos negocios y contribuir a diseñar estrategias para un mejor uso de estas tecnologías. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Caracterizar la situación actual de las ferreterías pymes en cuanto a disponibilidad y usos de TIC, Evaluar el impacto de las TIC en los resultados financieros y los resultados operativos en estas empresas, Sugerir estrategias de decisión, difusión, asesoramiento e implementación para impulsar el uso de la TIC en este tipo de empresas. Se utilizó un modelo de investigación descriptivo-correlacional de carácter cuantitativo, la población estuvo conformada por 700 ferreterías, la muestra estuvo conformada por 50 ferreterías, a los que se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas mediante la encuesta y se obtuvo los siguientes resultados: el 28% de empresas tienen menos de 9 años de actividad y el 26% entre 21 y 31 años; la mayor cantidad de empleados contratados son hombres, del 100%, el 40% tiene una formación académica de técnico y el 38% de universitario; el 100% de las ferreterías usan computador; del 100% , el 92% de las ferreterías hacen uso de internet; del 100% de ferreterías, el 78% tiene página web; del 100% de ferreterías, el 52% usa redes sociales; del 100% de ferreterías, el 94% usa móviles. La investigación concluye que: Las ferreterías Pyme

en Bogotá disponen de pocos elementos TIC como por ejemplo elementos de telefonía, servicios como el correo electrónico, y en muchos casos solo poseen un computador, lo cual demuestra que es un sector aun relegado de las nuevas tecnologías, pero consiente de la importancia que estas tienen para el crecimiento y posicionamiento de la empresa. De acuerdo a lo observado en la revisión teórica, se deben reducir las brechas en este sector de estudio en cuanto al acceso, uso y apropiación de las TIC, por medio de la creación de una estrategia organizada unido con el aporte asertivo de las decisiones gerenciales. De acuerdo a los resultados se sugiere a los directivos crear una estrategia para implementar más el uso del internet y los móviles y reorientar el uso de redes sociales que no se relacionen con el desempeño de la empresa. Para poder llegar a todo el personal, se sugiere que la estrategia este alineada con casos reales y ejemplos de cómo otras ferreterías gracias a la inclusión adecuada de las TIC están creciendo. Se observó que el uso del internet aun es poco frecuente para la capacitación, ya sea en forma presencial o virtual y para la contratación de personal y así se sugiere como método de difusión el uso de la página web para estos factores.

Benavides (2017) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las mypes del sector comercio-rubro venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí 2017*. Tuvo como objetivo general: Conocer las características de la gestión de calidad y formalización en las MYPES del sector comercio rubro venta de electrodomésticos del distrito de Juanjuí año 2017. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las MYPES en el sector comercio – rubro venta de electrodoméstico en el distrito de Juanjuí año 2017, determinar las características de la gestión de calidad en el sector comercio rubro venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí año 2017, determinar las características de la formalización en el sector comercialización rubro venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí año 2017. Se utilizó un modelo de investigación descriptiva con diseño no experimental, la población estuvo conformada por los propietarios de las MYPES del sector comercial, rubro venta de electrodomésticos del distrito de Juanjuí periodo 2017 que suma un total de 24 personas, la muestra estuvo conformada por 12 MYPES del distrito de Juanjuí provincia de Mariscal Cáceres que representa el 50% de la población en estudio, a los que se les aplico un cuestionario de 23 preguntas mediante la encuesta y se obtuvo los

siguientes resultados: El 50% de los representantes MYPES tienen entre 36 a 50 años, el 58% de los representantes son de sexo masculino, el 41.7% de los representantes tienen grado de instrucción universitaria, el 41.7% de las MYPES tienen entre 8 a más años que están en el mercado, el 50% de las MYPES tienen entre 4 a 8 trabajadores, el 100% de las MYPES se crearon por subsistencia, el 33,3% de las MYPES afirman que utilizan un plan de trabajo, el 66.7% de las MYPES afirman que con la ayuda de las redes sociales utilizan servicios de pre y pos venta, el 50% de las MYPES si hacen uso de las TIC. La investigación concluye que: La mayoría de los representantes tienen entre 36 a 50 años de edad, en el género es el sexo masculino quienes conducen a la MYPE, su nivel de grado de instrucción de la mayoría son superior universitario, su profesión son contadores y ocupación son empresarios así como representantes de otras carreras que optaron por el comercio, la mayoría de las MYPES tienen entre 8 a más años de antigüedad en el mercado, el 50% de las MYPES tienen entre 4 a 8 trabajadores permanentes, la mayoría de las MYPES nos manifestaron que se formaron para subsistencia, el 50% utilizan las TIC en su empresa.

Espinosa (2018) en su tesis *Gestión bajo el enfoque de uso de las TIC, en las MYPES del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, ciudad de Pucallpa, año 2018*. Tuvo como objetivo general: Investigar en las MYPES del sector comercial, rubro atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa, año 2018. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Conocer las principales características de la gestión administrativa en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa 2018; identificar que genera resistencia en los microempresarios para integrar aplicaciones de TIC en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, en la ciudad de Pucallpa año 2018. Se obtuvo los resultados con un modelo de investigación no experimental y descriptiva, de una población y muestra de 9 micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa a las que se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas mediante la encuesta y se obtuvo los siguientes resultados: El 44,4% de los representantes de las MYPES son jóvenes - adultos de 29 a 39 años de edad, el 66,67% de los microempresarios son de sexo masculino, el 66,67% de los microempresarios tienen grado de instrucción universitario; la presencia que tienen estas empresas en el mercado es de 4 a 6 años con el 44,4%, el 88,89% de

las microempresas emplean desde 5 a más colaboradores; el 55,56% de los microempresarios no están comprometidos con la práctica de una gestión de calidad, el 66,67% de los microempresarios no están de acuerdo que sea necesario las TIC para generar innovación en los procesos de la empresa, el 33,33% de los microempresarios sustentan principalmente su inversión en TIC por productividad, el 44,44% de los microempresarios afirman que hacen uso de las TIC en todas las áreas de la empresa, el 88,9% de los microempresarios aseguran que la aplicación de TIC otorgan la posibilidad de tomar mejores y oportunas decisiones en la empresa, el 55,56% de los microempresarios indican que el uso de internet no es restringido situación que posibilita en parte avanzar en uso de las TIC, el 66,67% de los microempresarios manifiestan que no tienen buen desempeño en el conocimiento de aplicaciones de TIC, el 55,56% de los microempresarios afirman que las TIC representó un gasto, los microempresarios indican en su mayoría el 66,67% que las aplicaciones de las TIC han sido adquiridas a terceros especialistas en TIC, el 44,4% de los microempresarios indican que la principal ventaja que representa la TIC en la gestión de la empresa es la conexión financiera. La investigación concluye que: Las MYPES en un 44,44% están comprometidos con la práctica de una gestión de calidad; los microempresarios entienden la importancia de la innovación por ello el 66,67% afirman fomentarla en su equipo de colaboradores, sin embargo no están de acuerdo que sea necesario las TIC para generar innovación en los procesos de la empresa; los microempresarios sustentan principalmente su inversión en TIC por crecimiento 22,2%, servicio al cliente 22,2% e incremento de productividad 33,3%, sin embargo para algunos es considerado gasto; la mayoría compuesta por 88,9% de los microempresarios aseguran que la aplicación de las TIC otorgan la posibilidad de tomar mejores y oportunas decisiones en la empresa.

Guzmán (2017) en su tesis *Caracterización del financiamiento y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro venta de computadoras en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2017*. Tuvo objetivo general: Conocer las características del financiamiento y formalización en las MYPES del sector comercio – rubro venta de computadoras en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2017. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las MYPES en el sector comercialización – rubro venta de computadoras en la

provincia de Leoncio Prado, periodo 2017; determinar las características del financiamiento de las MYPES en el sector comercialización – rubro venta de computadoras en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2017; determinar las características de la formalización de las MYPES en el sector comercialización – rubro venta de computadoras en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2017. El estudio se realizó con un tipo de investigación cuantitativa descriptivo no experimental, la población está conformada por 16 micro y pequeñas empresas, la muestra estuvo conformada por 10 MYPES, a quienes se les aplico un cuestionario de 14 preguntas mediante la encuesta y se obtuvo los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las MYPES están en edad de 51 años a más, el 70% de los representantes de las MYPES son de sexo masculino, el 50% de los representantes de las MYPES solo tienen educación secundaria. La investigación concluye que: Las edades de los representantes de las MYPES son en su mayoría adultas, ya que en este rubro la supervivencia de estas MYPES depende de cada propietario que invierte y los productos son renovados y poder crecer como micro empresario; en el género predomina el sexo masculino son los que dirigen a este tipo de empresas en venta de computadoras; el nivel de instrucción en su mayoría es de educación secundaria.

Sanca (2016) en su tesis *Caracterización del financiamiento y la formalización de las MYPES del sector comercio rubro venta de equipo computacionales del distrito de Juliaca periodo, 2015*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características del financiamiento y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de equipos computacionales del distrito de Juliaca, periodo 2015. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las MYPES del sector comercio rubro venta de equipos computacionales del distrito de Juliaca, describir las principales características de las MYPES del sector comercio rubro venta de equipos computacionales del distrito de Juliaca, describir las principales características del financiamiento de las MYPES del sector comercio rubro venta de equipos computacionales del distrito de Juliaca, describir las principales características de la formalización de las MYPES del sector comercio rubro venta de equipos computacionales del distrito de Juliaca. Para el diseño de la investigación se ha empleado el esquema no experimental, transversal y cuantitativo de nivel descriptivo;

la población estuvo constituida por todas las MYPES en estudio que son un número de 50, se trabajó con una muestra de 20 MYPES, que representa el 40% de la población total, las cuales aceptaron participar en la presente investigación, a quienes se les aplicó un cuestionario de 19 preguntas mediante la encuesta y se obtuvo los siguientes resultados: el 70% de los representantes de las MYPES manifestaron tener entre 18 a 30 años de edad, el 90% de los representantes de las MYPES son de sexo masculino, el 85% de los representantes de las MYPES manifestaron tener grado de instrucción superior universitario, el 50% de los representantes de las MYPES desempeñan como administradores, el 70% de los representantes de las MYPES tienen el tiempo de permanencia en el cargo de 1 a 3 años, el 65% de las MYPES tienen como periodo de actividad de 0 a 3 años de actividad en el rubro, el 75% de las MYPES han sido emprendidas para generar ganancias. La investigación concluye que: la mayoría de los representantes son de sexo masculino y son dirigidas por jóvenes que tienen una edad de 18 a 30 años, tienen el cargo de administradores, con grado de instrucción de superior universitario, la totalidad se formaron con la finalidad de obtener ganancias, la mayoría de las MYPES están en el rubro de 3 a más años de actividad en el mercado.

Barco (2017) en su tesis *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017; Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017; Determinar las principales características de gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017. En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo, la población y muestra estuvo conformada por 7 micro y pequeñas empresas del sector

comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017; a los cuales se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas mediante la encuesta y se obtuvo los siguientes resultados: El 57,1% de los representantes tiene una edad entre 31-50 años, el 85,7% de los representantes son de género masculino, el 57,1% de los representantes tienen estudios superiores, el 77,4% de los representantes son los dueños, el 77,4% de los representantes llevan en el cargo más de 7 años, el 77,4% MYPES tienen más de 7 años en el rubro, el 100% MYPES tienen entre 1 a 5 colaboradores, el 85,7% MYPES tienen como trabajadores a personas no familiares, el 100% MYPES fueron creadas para generar ganancias, el 57,1% de los representantes no conocen del término gestión de calidad, el 71,4% de los representantes aplican en su gestión la herramienta de atención al cliente, el 85,7% de los representantes aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, el 100% de los representantes miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 57,1% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, el 85,7% de los representantes aplican gestión de calidad en el servicio que brindan. La investigación concluye que: El 57,1% de las MYPES están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, así mismo el 85,7% son de género masculino, del mismo modo el 57,1% cuentan con estudios superiores universitarios, además el 77,4% son los dueños de las MYPES y el 77,4% llevan en el cargo más de 7 años. El 77,4% llevan en el rubro más de 7 años, así mismo el 100% cuentan entre 1 a 5 colaboradores, el 85,7% tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y el 100% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. El 57,1% de los representantes de las MYPES conocen el término gestión de calidad, por lo cual el 71,4% aplican la técnica de atención al cliente, así mismo el 100% miden el rendimiento de su personal a través de la observación, aseguran que el 85,7% del personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, del mismo modo el 57,1% consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento.

Turriate (2017) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las TIC'S en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro librería del distrito de Santa en el año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las TIC de las micro y pequeña empresa del sector

comercio – rubro librería del distrito de Santa en el año 2016. Y se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del distrito de Santa en el año 2016, determinar las características de la micro y pequeña empresa del distrito de Santa en el año 2016, determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las TIC de la micro y pequeña empresa del distrito de Santa en el año 2016. Para la elaboración del trabajo de investigación el tesista utilizó el diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo, la población estuvo compuesta por 32 micro y pequeñas empresas, la muestra fue dirigida a 12 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas mediante la encuesta y se obtuvieron los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las MYPES tienen de 31 a 50 años; el 58% de los representantes de las mypes son de género femenino; el 41,7% de los representantes tienen estudio superior no universitario; el 66,7% de los representantes son dueños de la empresa; el 58,3% de los representantes están desempeñando su trabajo de 7 años a más; el 41,7% de las mypes tienen de tiempo de permanencia en la empresa de 4 a 6 años; el 66,7% de las mypes tiene como trabajadores de la empresa a sus propios familiares; el 75% de las mype fue creada como objetivo de creación para generar ganancias; el 58,3% conoce el término gestión de calidad; el 41,7% conoce como técnica moderna las TIC; el 41,7% presenta dificultades para la aplicación de la gestión de calidad que se refiere a que no se adapta al cambio; el 66,7% respondieron que la gestión de calidad sí contribuye a la mejora; el 75% sí conoce el término TIC; el 41,7% mencionó que ha aumentado estos últimos años las ventas, el 41,7% utiliza como medio de TIC el listado de producto; el 58,3% sí considera que las TIC mejora el orden y rápida distribución de sus productos. La investigación concluye que: la mayoría relativa de los representantes son de 31 a 50 años de edad, son de género femenino, cuentan con estudio superior no universitario, son dueños de la empresa, la MYPE vienen desempeñando su trabajo de 7 años a más, cuentan con tiempo de permanencia en la empresa de 0 a 3 años, las personas que trabajan son familiares, fueron creadas para generar ganancias, conocen el término de la gestión de calidad, conocen la técnica moderna de las TIC, no se adaptan al cambio, la gestión de calidad sí contribuye a la mejora y al cambio, sí conocen el término de gestión de las TIC, en su mayoría relativa consideran que su distribución de mercadería

es la adecuada, en su mayoría relativa aumento sus ventas y en su mayoría relativa utilizan el listado de productos para sus ventas y en su mayoría relativa manifiestan que la TIC mejora en el orden y rápida distribución de su mercadería.

2.2. Bases Teóricas

Tecnologías de Información y Comunicaciones

“Se refiere a un conglomerado de medios y recursos, que permiten la interacción, combinando la tecnología que permite procesar la información en sus diferentes formas y así poder enviar o comunicar la información que se necesita”.

Según Bustos y Marín (2012) las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) entendidas como el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes.

Las características que diferentes autores, y descrito por Acosta (2012) especifican como representativas de las TIC son:

“La información que va de la mano con la tecnología refiriéndose al tema es de carácter virtual, que se maneja con un dispositivo que puede ser una computadora, un celular u otro equipo tecnológico”.

Inmateriales: De acuerdo con Cabero (1998) la información no se halla unida a objetos físicos, su aporte son los medios electrónicos que permiten trabajar con datos, códigos que pueden ser visuales, auditivas, audiovisuales y textuales; pueden ser estacionarios o estar en movimiento.

Estas tecnologías inciden con fuerza en las características y procesos de acceso y creación de la información.

Interconexión: Hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías. Por ejemplo, la telemática es la interconexión entre la informática y las tecnologías de comunicación, utilizando recursos como: el correo electrónico, el chat, la videoconferencia, las herramientas colaborativas, entre otros.

Interactividad: Permite que el control de la comunicación no se halle en el emisor en todo momento, sino que se desplace hacia el receptor quien adquirirá también la función de transmisor de mensajes, modificando con ello su rol en los procesos comunicativos.

La comunicación por computador no respeta niveles lineales, ni direcciones, ni jerarquías porque funcionan en red, en todos los sentidos y direcciones; es multidireccional, permite acceder de un individuo a individuo, de individuo a grupo, de grupo a grupo. Mediante las TIC se consigue un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados a las necesidades y características de los sujetos, en función de la interacción concreta del sujeto con el ordenador.

Instantaneidad: Las redes de comunicación y su integración con la informática han posibilitado el uso de servicios que permiten la comunicación y la transmisión de la información, entre lugares alejados físicamente, de una forma rápida.

Elevados parámetros de calidad y sonido: El proceso y transmisión de la información abarca todo tipo de información: textual, imagen y sonido, por lo que los avances han sido encaminados a conseguir transmisiones multimedia de gran calidad, lo cual ha sido facilitado por el proceso de digitalización.

Digitalización: Su objetivo es que la información de distinto tipo (sonidos, texto, imágenes, animaciones) se transmita por los mismos medios al estar representada en un formato único universal. En algunos casos, por ejemplo los sonidos, la transmisión tradicional se hace de forma analógica y para que puedan comunicarse de forma consistente por medio de las redes telemáticas es necesario su transcripción a una codificación digital, que en este caso se realiza por un soporte de hardware, como el router o un soporte de software para la digitalización.

Penetración en todos los sectores (culturales, económicos, educativos, industriales): El impacto de las TIC no se refleja únicamente en un individuo, grupo, sector o país, sino que, se extiende al conjunto de las sociedades del planeta. Los propios conceptos de “la sociedad de la información” y “la globalización”, tratan de

referirse a este proceso. Así, los efectos se extenderán a todos los habitantes, grupos e instituciones conllevando importantes cambios.

Innovación: Las TIC están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales. Sin embargo, estos cambios no siempre indican un rechazo a las tecnologías o medios anteriores, sino que en algunos casos se produce una especie de simbiosis con otros medios. Por ejemplo, el uso de la correspondencia personal se ha reducido con la aparición del teléfono, pero el uso y potencialidades del correo electrónico han llevado a un resurgimiento de la correspondencia personal.

Capacidad de almacenamiento: Se refiere a almacenar gran volumen de información en espacios reducidos; no se habla solo de datos sino también de imagen y sonido. El texto y la imagen se pueden almacenar y recuperar con facilidad, y otros como la imagen en movimiento y el sonido demandan más espacios.

Tendencia hacia automatización: La propia complejidad de cómo obtener la información empuja a la aparición de diferentes posibilidades y herramientas que permiten un manejo automático de la información en diversas actividades personales, profesionales y sociales. La necesidad de disponer de información estructurada hace que se desarrollen gestores personales o corporativos con distintos fines y de acuerdo con unos determinados principios.

Diversidad: La utilidad de las tecnologías puede ser muy diversa, desde la comunicación entre personas, hasta el proceso de la información para crear informaciones nuevas, (Ayala Y Gonzales, 2015).

Gestión de calidad

“La gestión de calidad es un proceso que pretende sincronizar todas las actividades que se realizan en la empresa, estableciendo un procedimiento estandarizado para ejecutar las tareas y trabajos que comprende el desarrollo y operación de la empresa”, tal como manifiesta ISO 9001 (2013) a continuación:

La gestión de calidad, es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad.

Los grandes compradores se dieron cuenta que para garantizar que sus proveedores les enviaran los productos cumpliendo sus especificaciones, era necesario que organizaran y documentaran todos aquellos aspectos de su organización que pudieran influir en la calidad del producto que les suministran. Todo ello debía estar sistematizado y documentado, y por ello empezaron a obligar a sus proveedores a garantizar la calidad.

Un sistema de gestión de calidad (certificado o no), debe estar documentado con un manual de calidad y con sus procedimientos e instrucciones técnicas y debe revisarse su cumplimiento a través de auditorías. Debe contemplar todos aquellos aspectos que tengan incidencia en la calidad final del producto o servicio que presta la organización. A continuación, se detallan los principios de la gestión de calidad:

Como se sabe el cliente es el principal responsable de que la empresa sea rentable, las empresas se deben a sus clientes, sin ellos las empresas no existirían, es por ello que las empresas deben actuar y dedicar sus esfuerzos siempre orientados a satisfacer las expectativas de los clientes.

Enfoque al Cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deben entender sus necesidades actuales y futuras, cumplir con los requerimientos del cliente y tratar de, no solo alcanzar, sino exceder sus expectativas.

Los representantes o dueños son los llamados a ser el eje principal de guía y motivación del grupo de trabajadores para que en conjunto puedan lograr los objetivos y metas que la empresa se ha planteado.

Liderazgo: Los líderes crean el ambiente en el cual las personas pueden involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

Tanto en el desarrollo de las actividades de las empresas como en el proceso de implementación de la gestión de calidad el involucramiento debe ser de toda la empresa, es decir de todas las áreas o departamentos por los que está compuesto la misma.

Implicación de todo el personal: Las personas, a todos los niveles, son la esencia de una organización y su total implicación permite que utilicen sus habilidades en beneficio de esta.

Las empresas tienen más posibilidades de cumplir sus objetivos y conseguir el éxito si se logra una sincronía entre los recursos o elementos que se utilizan para poder operar y el trabajo o las tareas que desarrollan los colaboradores.

Enfoque de proceso: Un resultado deseado se logra más eficientemente cuando los recursos relacionados y las actividades se manejan como un proceso.

Para que la empresa logre el éxito tiene que desarrollar sus procesos de cada una de sus áreas e interrelacionadas con los de las demás áreas, de esa manera hace que los errores se minimicen y se puedan conseguir las metas propuestas de manera más óptima.

Enfoque de sistema a la gestión: Identificando, entendiendo y manejando un sistema como procesos interrelacionados para lograr un objetivo dado, se contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización.

La gestión de calidad no se trata de implementarlo y de tenerlo como un diploma el logro, sino se trata de que día a día se esté monitoreando que este sistema se desarrolle del modo establecido, y la mejora continua es un punto importante en ello, ya que la empresa debe ser un ente dinámico y siempre habrá puntos en que cambiar para mejorarlo constantemente.

Mejora continua: La mejora continua debe ser un objetivo permanente de la organización.

La toma de decisiones es parte fundamental en la empresa, y se le debe dar la debida importancia al momento de dar respuesta o hacer frente a los problemas, siempre pensando en el bienestar y beneficio de la empresa en conjunto.

Enfoque basado en hechos, para la toma de decisiones: Las decisiones efectivas se basan en un análisis lógico e intuitivo de datos e información.

Al igual que nuestros clientes nuestros proveedores son nuestra razón de progreso, ya que sin mercadería ni productos la empresa no se puede desarrollar, por ello se debe mantener buenas relaciones con ellos, se puede realizar alianzas y acuerdos, que permitan una relación empresarial armónica.

Relación de mutuo beneficio con proveedores: La habilidad de la organización y sus proveedores de crear valor se incrementa por la relación de mutuo beneficio, en él se trata al proveedor como un socio más de la organización.

Determinación de objetivos de calidad

Aumentar el grado de satisfacción del cliente: Quizá sea el objetivo más importante para toda empresa, especialmente las que basan su sistema de gestión de la calidad en la familia de normas ISO 9000. Este objetivo puede dividirse en diferentes metas como por ejemplo: Reducir el número de reclamaciones de los clientes, y reducir los plazos de entrega.

La mejora de los procesos del sistema: Aunque la mejora de los procesos del sistema acaba repercutiendo positivamente en la mayoría de los casos en la satisfacción del cliente, también lo hace en los beneficios de la organización, bien haciendo disminuir la cantidad de material desechado, reduciendo los costes de las reclamaciones de clientes y proveedores, mejorando el ambiente de trabajo y por tanto la satisfacción del personal, etc.

Aumentar el nivel de compromiso de los miembros de la organización respecto a la prevención de fallos y la mejora continua. Sabiendo que la mejora continua del sistema, y por tanto de la organización, se logra en muchos casos gracias a las sugerencias del personal, que es quien mejor conoce los procesos, el aumento de su nivel de compromiso afectará bastante sobre la marcha de la empresa. Este puede ser otro objetivo a conseguir, (ISO 9001, 2013).

Micro y Pequeña Empresa

Se le denomina así a cuyas empresas indistintamente del régimen y rubro en el que pudieran optar u operar, poseen activos y un capital reducidos y que sus ingresos no son tan exorbitantes y tienen un tope máximo para seguir en este tipo de empresas.

Según la Ley 28015 (2003) define a micro y pequeña empresa como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Para que las empresas o negocios puedan ser consideradas ya sea como micro o pequeña empresa tienen que cumplir con requisitos que lo diferencian de otros tipos de empresas, y ello básicamente se determina básicamente por los ingresos que las empresas perciben.

Según la Ley 30056 (2013) las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de venta anuales.

- **Microempresa:** Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Pequeña empresa:** Ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- **Mediana empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 Unidades Impositivas Tributarias (UIT), (p.5).

Las empresas al formalizarse y pertenecer al régimen mype, ello les da algunas ventajas en el ámbito tributario que les facilita y están exonerados de algunos gastos o en algunos casos se hacen acreedores a descuentos o tasas especiales.

Beneficios de las Micro y Pequeñas Empresas

Según Emprendedor SUNAT, el estado otorga varios beneficios a las micro y pequeñas empresas, brindándoles facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales.

Beneficios generales

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas.
- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Gozan de facilidades del Estado para participar en eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.

- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.
- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado.

2.3. Marco Conceptual

Tecnologías de Información y Comunicaciones

Se refiere a la tecnología (equipos, software, aplicaciones, entre otros) que se utiliza para poder desarrollar, procesar, interpretar la información en cualquiera de sus formas (texto, imagen, sonidos, videos), de tal manera que la comunicación pueda ser efectiva y que el mensaje sea el correcto y esperado.

Gestión de Calidad

Es un proceso que se realiza en la empresa cuales quiera que sea su rubro o giro, que involucra a todas las áreas y actividades que forman parte de su estructura productiva y organizacional, con la finalidad de que la organización pueda mejorar constantemente en su totalidad, de tal manera que la organización pueda lograr sus objetivos y metas aprovechando al máximo sus recursos, logrando así una mayor rentabilidad y pueda aspirar a estar entre las empresas líderes del mercado y mantenerse sostenible.

Micro y Pequeña Empresa

Son negocios o empresas, que pueden ser productores, de comercialización o de servicios, cuya dimensión son generalmente de tamaño reducido, en cuanto al número de trabajadores que alberga, y a los ingresos que perciben en un periodo y en la valorización de sus activos que posee.

Enfoque al cliente

Todas las actividades que se realizan en la empresa tienen una dirección principal que motiva la existencia y es en ello que se enfoca los objetivos, en el cliente, el principal actor de nuestro éxito o fracaso, por lo tanto, se le debe dar el debido énfasis.

Innovación

Son cambios que se realizan en la empresa, que pueden ser de diferentes recursos como procedimientos, formas de trabajo, tecnológico, marketing entre otros, con la finalidad de mantener, superar o lograr el éxito.

Liderazgo

Es la forma en que el gerente o administrador de la empresa, se expresa, motiva e influye sobre los trabajadores para que ellos se integren y actúen de manera positiva al logro de los objetivos y metas que se ha trazado la empresa.

Mejora continua

Es un proceso que se basa en el constante monitoreo de cada una de las actividades o áreas de la empresa, con la finalidad de verificar que se desarrollen las mismas de manera eficiente y eficaz, e identificar en que puntos se pueden realizar las mejoras correspondientes para el óptimo desarrollo.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación titulado: “Tecnologías de información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017”, no presenta hipótesis por ser de nivel descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo.

- **Fue no experimental**, porque no se manipulo las variables: “tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad”, solo se describió tal cual.
- **Fue transversal**, porque el estudio de investigación: “tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017”; se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y fin específicamente en el año 2017.
- **Fue descriptivo**, porque solo se describió las características de las variables, Tecnologías de Información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad.

4.2. Población y Muestra

La población del trabajo de investigación estuvo conformada por 7 micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del distrito de Chimbote, 2017. Que fueron corroboradas mediante un cuadro de sondeo (Anexo N°03).

La muestra estuvo representada por el total de la población, es decir por las 7 micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del distrito de Chimbote, 2017 (Anexo N°03).

4.3. Definición y Operacionalización de Variables e Indicadores

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Representantes	Son las personas que tienen el cargo máximo en la empresa, pueden ser los dueños o administradores, quienes tienen la labor de dirigir y gestionar las actividades relacionadas a la empresa.	Es la persona que legalmente es quien representa a la empresa y actúa en nombre de la misma, sin marginar de cual sea su edad, su género o grado de instrucción, cargo y experiencia que pueda tener.	Edad	18 a 30 años 31 a 50 años 51 a más años	Cuantitativo
			Género	Masculino Femenino	Nominal
			Grado de instrucción	Sin instrucción. Educación Básica Superior no Universitaria Superior Universitaria	Nominal
			Cargo que desempeña	Dueño Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña el cargo	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Cuantitativo

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Micro y pequeñas empresas	Son empresas de dimensión reducida, que pueden estar bajo la modalidad de persona natural o persona jurídica, y que tienen una restricción máxima de ingresos anuales.	Empresas que se diferencian por presentar niveles de ventas bajos, y no tiene que ver con la experiencia que tengan en el rubro, ni que el número de trabajadores sea mínimo, ni que sean familiares, y que son creadas para generar ganancias.	Tiempo de permanencia En el rubro	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Cuantitativo
			Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Cuantitativo
			Las personas que trabajan	Familiares No familiares	Nominal
			Objetivo de Creación	Generar ganancias Subsistencia	Nominal

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Tecnologías de Información y comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad	La Gestión de Calidad es un proceso que involucra a todas las áreas de la empresa con la finalidad de mejorar el rendimiento de las mismas, su implementación quizá para algunos pueda ser un poco complicado pero se puede lograr y para ello hace uso de las Tic que son recursos, sistemas y equipos para hacer más fáciles las labores de la empresa, como por ejemplo el manejo de inventarios y control de stock, de tal manera que	La gestión de calidad te permite poder desarrollar técnicas modernas de gestión de manera más eficiente, y evitando dificultades al implementar , este proceso hace que se pueda evaluar el rendimiento del personal, logrando así un mejor rendimiento del negocio. Las tecnologías de información y comunicaciones proporcionan recursos como por ejemplo la computadora que hoy en día es esencial en todos los negocios, ya que se puede realizar	La Gestión de Calidad	Si No Tiene poco conocimiento	Nominal
			Técnicas de gestión de calidad	Benchmarking Marketing Empowerment Las 5S Outsourcing Otros Ninguna	Nominal
			Dificultades para implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
			Técnicas para medición del rendimiento	La observación La evaluación Escala de puntuaciones Evaluación 360° Otros	Nominal
			Mejora el rendimiento la gestión de calidad	Si No	Nominal
			Conocimiento de las TIC	Si No Tiene poco de conocimiento	Nominal
			Computadora en la empresa	Si No	Nominal

<p>el tiempo de atención a los clientes sea más rápida, generando una satisfacción en los clientes y por ende también se lograra una fidelización del mismo, y como consecuencia de ello se incrementará la rentabilidad de las empresas.</p>	<p>compras mediante el internet utilizando redes sociales y también para promover el negocios y lograr obtener mejores beneficios.</p>	<p>Nivel de conocimiento o de computación</p>	<p>Muy bueno Bueno Regular Malo Muy malo Ninguno</p>	<p>Nominal</p>
		<p>Compras de mercadería vía internet</p>	<p>Si No A veces</p>	<p>Nominal</p>
		<p>Redes sociales para impulsar la venta</p>	<p>Facebook WhatsApp Instagram Twitter Página Web Ninguna</p>	<p>Nominal</p>
		<p>Beneficios de las TIC en la empresa</p>	<p>Incrementa ventas Hacer conocida la empresa Identificar necesidades de clientes. Ninguna</p>	<p>Nominal</p>

4.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En la investigación se utilizó la encuesta como técnica para la recopilación de información.

Como instrumento se utilizó un cuestionario de 21 preguntas estructuradas de la siguiente forma, en las características de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4) y de las variables tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad (11); mediante la cual se ha obtenido la información requerida para la investigación.

4.5. Plan de Análisis

Los resultados se obtuvieron por medio de la encuesta aplicando un cuestionario de preguntas a los representantes o administradores de las micro y pequeñas empresas en estudio quienes proporcionaron la información para luego ser procesada. Posterior a ello se trabajó en gabinete haciendo uso de programas como Microsoft Word en el que se ha escrito y editado la información de la investigación, Excel en el que se ha realizado las tablas de los resultados de la investigación y también para hacer las figuras de cada resultado.

4.6. Matriz de Consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población - Muestra	Método	Técnicas e Instrumentos
¿Cuáles son las características de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos Jirón Alfonso Ugarte, distrito de Chimbote 2017.	<p>General Determinar la características de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos Jirón Alfonso Ugarte, distrito de Chimbote 2017.</p> <p>Específicos Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas</p>	Tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad.	La población estuvo constituida por el total de las Micro y pequeñas empresas que son 7 del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en Jirón Alfonso Ugarte, Chimbote 2017. La muestra estuvo	El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. Fue no experimental, porque no se manipulo las variables: “tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad”, solo se describió tal cual. Fue transversal, porque el estudio de investigación: “Tecnologías de información y comunicaciones como factor	En la investigación se utilizó la encuesta como técnica para la recopilación de información. Como instrumento se utilizó un cuestionario de 21 preguntas estructuradas de la siguiente forma, en las características de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4) y de las

<p>electrónicos en Jirón Alfonso Ugarte, distrito de Chimbote 2017?</p>	<p>empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en Jirón Alfonso Ugarte, distrito de Chimbote 2017.</p> <p>Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en Jirón Alfonso Ugarte, distrito de Chimbote 2017.</p> <p>Determinar las características de las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad, en las micro y pequeñas empresas.</p> <p>Elaborar plan de mejora a los resultados.</p>		<p>representada por el 100% de la población total.</p>	<p>relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del distrito de Chimbote, 2017"; se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y fin específicamente en el año 2017.</p> <p>Fue descriptivo, porque solo se describió las características de las variables, tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad.</p>	<p>variables tecnológicas de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad (11); mediante la cual se ha obtenido la información requerida para la investigación .</p>
---	--	--	--	--	---

4.7. Principios Éticos

El estudio se desarrolló teniendo en cuenta los siguientes principios éticos:

Protección a las personas: En la presente investigación se ha protegido a las personas, de manera que no se divulgo datos personales de los representantes o dueños de las micro y pequeñas empresas, sino que se recabo información netamente relacionado a la investigación.

Beneficencia y no maleficencia: Con la presente investigación lo que se busca es determinar el problema que se presenta en la población en estudio, y poder darle solución mediante la técnica administrativa seleccionada de manera que el negocio pueda mejorar en su desarrollo y aumente su rentabilidad.

Justicia: En todo el proceso de la investigación se ha tratado a los representantes de las micro y pequeñas empresas de manera justa, demostrando siempre respeto y un trato amable y cordial.

Integridad científica: La presente investigación se ha desarrollado bajo las normas deontológicas de la profesión, procurando ayudar a las micro y pequeñas empresas en estudio para que estas puedan progresar y de esta manera aportar a que nuestra ciudad pueda mejorar.

Consentimiento informado y expreso: Una de las razones de la investigación realizada es que la información del presente trabajo esté al alcance de otros estudiantes o investigadores, para fines educativos, y de investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

Generalidades	N	%
Edad		
18 a 30 años	0	0.00
31 a 50 años	2	28.57
51 a más años	5	71.43
Total	7	100.00
Género		
Masculino	5	71.43
Femenino	2	28.57
Total	7	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Educación Básica	0	0.00
Superior no Universitaria	5	71.43
Superior Universitaria	2	28.57
Total	7	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	5	71.43
Administrador	2	28.57
Total	7	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	0	0.00
7 a más años	7	100.00
Total	7	100.00

Fuente: Cuestionarios aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

Tabla 2

Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

De la Empresa	N	%
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	0	0.00
7 a más años	7	100.00
Total	7	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	7	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	7	100.00
Las personas que trabajan en la empresa		
Familiares	5	71.43
No Familiares	2	28.57
Total	7	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancias	6	85.71
Subsistencia	1	14.29
Total	7	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

Tabla 3

Características de las Tecnologías de Información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

TIC como factor relevante de la Gestión de calidad	N	%
La gestión de calidad		
Si	7	100.00
No	0	0.00
Tiene poco conocimiento	0	0.00
Total	7	100.00
Técnicas de gestión de calidad		
Benchmarking	0	0.00
Marketing	7	100.00
Empowerment	0	0.00
Las 5S	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	7	100.00
Dificultades para implementación de la gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	28.57
Aprendizaje lento	3	42.86
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	2	28.57
Otros	0	0.00
Total	7	100.00
Técnicas de medición del rendimiento		
La observación	7	100.00
La evaluación	0	0.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	7	100.00
Mejora el rendimiento la gestión de calidad		
Si	7	100.00
No	0	0.00
Total	7	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de las Tecnologías de Información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

TIC como factor relevante de la Gestión de Calidad	N	%
Conocimiento de las TIC		
Si	0	0.00
No	7	100.00
Tiene poco conocimiento	0	0.00
Total	7	100.00
Computadora en la empresa		
Si	0	0.00
No	7	100.00
Total	7	100.00
Nivel de conocimiento de computación		
Muy bueno	0	0.00
Bueno	0	0.00
Regular	0	0.00
Malo	0	0.00
Muy malo	0	0.00
Ninguno	7	100.00
Total	7	100.00
Compra de mercadería vía internet		
Si	0	0.00
No	7	100.00
A veces	0	0.00
Total	7	100.00
Redes sociales para impulsar ventas		
Facebook	0	0.00
WhatsApp	0	0.00
Instagram	0	0.00
Twitter	0	0.00
Página Web	0	0.00
Ninguna	7	100.00
Total	7	100.00
Beneficios de las TIC en la empresa		
Incrementar las ventas	0	0.00
Hacer conocida a la empresa	0	0.00
Identificar las necesidades de los clientes	0	0.00
Ninguna porque no lo utiliza	7	100.00
Total	7	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

Tabla 4

Plan de mejora de las Tecnologías de Información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos, en el Jirón Alfonso Ugarte, Chimbote, 2017.

Problemas Encontrados resultados	Surgimiento del Problema	Acción de mejora	Responsable
No promociona la empresa en medios de comunicación tendencia	No pone énfasis en hacer conocida su empresa	Realizar un mejor orden de los productos, promociones, activaciones y ofertas.	Dueño
	No se emplea estrategias de marketing mix	Desarrollar estrategias a través de las 4p del marketing	Dueño
Baja diversidad de productos que clientes demandan	No se conoce los productos que los clientes demandan	Identificar los productos que lo clientes necesitan y que no se tiene en el stock, para poder realizar la compra	Dueño
Mala gestión de la empresa	Porque no se realiza un uso eficiente de los recursos y porque no se invierte en innovación	Realizar un uso eficiente de los recursos con los que cuenta la empresa, realizar alianzas con proveedores para obtener precios competitivos.	Dueño
Deficiente liquidez por mal manejo del efectivo	Ello se da porque a veces se gasta el dinero de la empresa en asuntos personales	Mantener la liquidez de caja chica y solo utilizar dicho efectivos solo para gastos netamente relacionados con las actividades del negocio y evitar el sobreendeudamiento.	Dueño

5.2. Análisis de los resultados

Tabla 1

Referente a las características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas.

En relación a la edad de los representantes el resultado presento que el 71.43% tienen de 51 a más años (Tabla1), ello coincide con Guzmán (2017) que muestra que el 50% están en edad de 51 años a más, contrasta con Barco (2017) quien expresa que el 57.1% tienen una edad entre los 31 a 50 años, de igual forma contrasta con Benavides (2017) quien expresa que el 50% tienen entre 36 a 50 años, contrasta con Espinosa (2018) quien manifiesta que el 44% tienen de 29 a 39 años y el 33.3% de 40 a 50 años de edad, contrasta con Sanca (2016) que manifiesta que el 70% dicen tener entre 18 a 30 años de edad, contrasta con Turriate (2017) quien manifiesta que el 50% tienen de 31 a 50 años. Por lo expuesto se determina que la mayor parte de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio son personas adultas que poseen experiencia laboral, lo cual es importante para que lo pongan en práctica en el cargo que desempeñan para un buen funcionamiento de la empresa.

En relación al género de los representantes de las micro y pequeñas empresa el 71.43% son de sexo masculino (Tabla1), ello coincide con Barco (2017) quien muestra que el 85.7% son de género masculino, coincide con Benavides (2017) quien manifiesta que el 58% son de sexo masculino, coincide con Espinosa (2018) quien manifiesta que el 66.67% son de sexo masculino, coincide con Guzmán (2017) quien expresa que el 70% son de sexo masculino, coincide con Sanca (2016) quien expresa que el 90% son de sexo masculino, contrasta con Turriate (2017) quien expresa que el 58% son de género femenino. Ello refleja que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son emprendedores de género masculino los cuales poseen las habilidades para poder desempeñar y dirigir este tipo de organizaciones.

Con respecto al grado de instrucción de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 71.43% tienen el grado de superior no universitario (Tabla1), ello coincide con López (2016) quien expresa que el 40% tiene una formación académica de técnico, coincide con Turriate (2017) quien expresa que el 41.7% tienen grado de

instrucción superior no universitario, contrasta con Barco (2017) quien expresa que el 57.1% tienen estudios superior universitario, contrasta con Benavides (2017) quien expresa que el 41.7% tienen grado de instrucción universitario; contrasta con Espinosa (2018) quien expresa que el 66.67% tienen grado de instrucción universitario, contrasta con Guzmán (2017) quien expresa que el 50% tienen solo instrucción universitaria, contrasta con Sanca (2016) quien expresa que el 85% tienen grado superior universitario. Ello refleja que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de este rubro poseen un grado de instrucción superior lo que quiere decir que son personas preparadas, lo que les ha abierto las puertas y han podido acceder al rubro y al puesto que desempeñan.

Con relación al cargo que desempeñan los representantes de las micro y pequeñas empresas el 71.43% son dueños (Tabla1), ello coincide con Barco (2017) quien expresa que 77.4% son dueños, coincide con Turriate (2017) quien manifiesta que el 66.7% son los dueños, contrasta con Sanca (2016) quien manifiesta que el 50% se desempeñan como administradores. Esto refleja que la mayor parte de los representantes de las micro y pequeñas empresas son sus propios dueños, y ello cabe indicar que su experiencia y sus estudios realizados les han dado o han podido desarrollar y potenciar su visión emprendedora y les dio la habilidad, conocimientos y experiencia para poder dirigir su propio negocio.

Con respecto al tiempo en el cargo de los representantes de las micro y pequeñas empresas el 100% dicen tener de 7 a más años en el cargo (Tabla1), ello coincide con Barco (2017) quien expresa que el 77.4% llevan en el cargo más de 7 años, coincide con Turriate (2017) quien expresa que el 58.3% están desempeñando su trabajo de 7 años a más, contrasta con Sanca (2016) quien expresa que el 70% tienen el tiempo de permanencia en el cargo de 1 a 3 años. Esto indica que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas vienen realizando funciones en su cargo ya varios años, lo que les va dando mayor experiencia en cuanto a dirección y gestión ya como representantes de negocio en el rubro.

Tabla 2

Referente a las características de las Micro y Pequeñas Empresas

Con respecto al tiempo de permanencia en el rubro de las micro y pequeñas empresas: el 100% tienen de 7 a más años (Tabla 2), ello coincide con Barco (2017) quien manifiesta que el 77.4% tienen más de 7 años en el rubro, del mismo modo coincide con Benavides (2017) quien manifiesta que el 41.7% tienen entre 8 años a más que están en el mercado, contrasta con Espinosa (2018) quien expresa que la presencia que tienen estas empresas en el mercado es de 4 a 6 años con el 44.4%, contrasta con López (2016) quien expresa que el 28% tienen menos de 9 años de actividad y el 26% entre 21 y 31 años, también contrasta con Sanca (2016) quien manifiesta que el 65% tienen como periodo de actividad de 0 a 3 años de actividad en el rubro, contrasta con Turriate (2017) quien manifiesta que el 41.7% de las mypes tienen de tiempo de permanencia de 0 a 3. Lo expuesto nos dice que la mayoría de las micro y pequeñas empresas vienen actuando en el mercado varios años lo que ya han conseguido una posición que los permite hasta la actualidad poder seguir adelante con actividad comercial.

Con respecto al número de trabajadores de las micro y pequeñas empresas: el 100% tienen de 1 a 5 trabajadores (Tabla 2), ello coincide totalmente con Barco (2017) quien manifiesta que el 100% tienen entre 1 a 5 colaboradores, coincide parcialmente con Benavides (2017) quien manifiesta que el 50% tienen entre 4 a 8 trabajadores, contrasta con Espinosa (2018) quien expresa que el 88.89% de las microempresas emplean desde 5 a más colaboradores. Esto nos indica que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del rubro tienen un número reducido de colaboradores, ello quiere decir que el total de las empresas en estudios son micro empresas, por ello no requiere de mucho personal para poder realizar sus actividades y operaciones de manera eficaz.

Con relación a las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas: el 71.43% tienen trabajadores familiares (Tabla 2), coincide con Turriate (2017) quien manifiesta que el 66.7% de las mypes tiene como trabajadores de la empresa a sus propios familiares, contrasta con Barco (2017) quien manifiesta que el 85.7% tienen como trabajadores a personas no familiares. Lo presentado nos dice que la mayoría de las personas que trabajan en las micro y pequeñas empresas son familiares de los

representantes, ello refleja que eligen a trabajadores en quienes tienen más confianza o estima y no en otras personas que de repente pueden tener un mejor perfil para el puesto requerido.

Con respecto al objetivo de creación de las micro y pequeñas empresas: el 85.71% fueron creadas para generar ganancias (Tabla 2), lo que coincide con Barco (2017) quien manifiesta que el 100% fueron creadas para generar ganancias, coincide con Espinosa (2018) quien expresa que el 92.9% se crearon para generar ganancias, también coincide con Sanca (2016) quien muestra que el 75% ha emprendido para generar ganancias, coincide con Turriate (2017) quien manifiesta que el 75% de las mype fue creada como para generar ganancias, contrasta con Benavides (2017) quien manifiesta que el 100% se crearon por subsistencia. Lo expuesto nos refleja que la mayor parte de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, ello significa que se iniciaron en el negocio para posicionarse y mantenerse en actividad a través del tiempo.

Tabla 3

Referente a las características de las Tecnologías de información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas.

Con respecto a si conoce el término gestión de calidad: el 100% si conoce el término gestión de calidad (Tabla 3), coincide parcialmente con Turriate (2017) quien expresa que el 58.3% conoce el termino gestión de calidad, contrasta con Barco (2017) quien manifiesta que el 57.1% no conocen el termino gestión de calidad, contrasta con Espinosa (2018) quien expresa que el 55.56% no están comprometidos con la práctica de una gestión de calidad. Esto refleja que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas por haber llevados estudios si conocen dicho termino, lo que les da la habilidad de hacer siempre las cosas bien para brindar buenos productos con la mejor calidad.

Con respecto a que técnicas modernas de gestión de calidad conoce: el 100% conoce la técnica de gestión de calidad Marketing (Tabla 3), ello contrasta con Barco (2017)

quien manifiesta que el 71.4% aplican en su gestión la herramienta de atención al cliente, también contrasta con Benavides (2017) quien muestra que el 33.3% afirman que utilizan un plan de trabajo, mientras que el 33.3% el plan estratégico y el 33.3% investigación de mercado, contrasta con Turriate (2017) que expresa que el 41.7% conoce como técnica moderna las TIC y el 33,3% conoce las 5C. Esto refleja que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen al menos una técnica moderna de gestión de calidad por ser esta la más popular y que siempre se escucha, y que da conocimientos para promover el desarrollo del negocio.

Con respecto a las dificultades para la implementación de las técnicas de gestión de calidad: el 42.86% señalo que el aprendizaje es lento para implementar las técnicas de gestión de calidad (Tabla 3), contrasta con Turriate (2017) quien manifiesta que el 41.7% presenta dificultades para la aplicación de la gestión de calidad que se refiere a que no se adapta al cambio, contrasta con Barco (2017) quien manifiesta que el 85.7% aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad. Esto refleja que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas no han implementado técnicas de gestión de calidad de manera exitosa debido a que existen demora en la aplicación y a que el personal no presenta iniciativa.

Con respecto a que técnicas de medición del rendimiento conoce: el 100% indico que la técnica de medición del rendimiento la observación (Tabla 3), lo expuesto coincide totalmente con Barco (2017) quien manifiesta que el 100% de los representantes miden el rendimiento del personal a través de la observación. Esto refleja que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas al menos utilizan una técnica de medición del desempeño de sus colaboradores, así verifican si el personal cumple con las funciones de manera correcta en el puesto. Ya que de lo contrario habrá que rotar personal y buscar al personal idóneo para el puesto requerido y para el cumplimiento de los objetivos.

Con respecto a si la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: el 100% indico que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio (Tabla 3), ello coincide con Barco (2017) quien manifiesta que el 57.1% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa,

coincide con Turriate (2017) quien expone que el 66.7% respondieron que la gestión de calidad si contribuye a la mejora. Esto refleja que la mayoría considera que la gestión de la calidad y utilizar sus técnicas proporciona beneficios para la empresa y aporta a que la empresa mejore y sea competitiva.

Con respecto a si conoce las TIC: el 100% señalo que no conoce las TIC (Tabla 3), coincide con Espinosa (2018) quien expresa que el 66.67% de los microempresarios no están de acuerdo que sea necesario las TIC para generar innovación en los procesos de la empresa, ello contrasta totalmente con Benavides (2017) quien manifiesta que el 50% si hacen uso de las tecnologías de información y comunicaciones, contrasta con Turriate (2017) ya que expresa que el 75% si conoce el termino TIC. Ello refleja que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas desconoce el termino TIC, esto implica que no tienen en claro exactamente qué significa el termino y no han escuchado acerca de ello en ningún medio.

Con respecto a que si cuenta con una computadora en su empresa: el 100% no cuenta con una computadora en su empresa (Tabla 3), ello contrasta con Morales (2017) quien expresa que el 100% poseen una red de internet, hacen uso de computadoras y de correo electrónico para la gestión diaria de la empresa, de igual manera contrasta con López (2016) quien expresa que el 100% usan computador. Esto refleja que todos los negocios en estudio no cuentan con al menos una computadora, y ello se debe a que no conocen las bondades y beneficios que se pueden obtener con el uso de una computadora, sabiendo que hoy en día es un equipo que es importante para un negocio ya que se puede desarrollar un sin fin de cosas con su empleo de manera eficiente.

Con respecto a cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación: el 100% marco la opción ninguno (Tabla 3). Este resultado refleja que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector al no tener una computadora no pueden desarrollar conocimientos y habilidades acerca de los programas y funcionamiento básico que se pueden realizar con la computadora.

Con respecto a si hace uso de internet para ejecutar las compras de mercadería para su empresa: el 100% no hace uso de internet para realizar compras de mercaderías para su empresa (Tabla 3). Lo presentando refleja que todos los representantes de las micro

y pequeñas empresas no utilizan el internet para realizar la compra de su mercadería, esto se debe a que no tienen conocimientos sobre como operar una computadora, lo que no le permite poder realizar operaciones virtuales con sus proveedores (como proformas, pedidos, entre otros), también puede ser que tengan desconfianza de realizar este tipo de operaciones para el aprovisionamiento de su mercadería, ya que no conocen sobre las TIC.

Con respecto a qué tipo de redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos: el 100% manifestó que no utiliza ninguna red social para impulsar la venta de sus productos (Tabla 3), lo expresado contrasta con Morales (2017) quien expresa que el 100% usan las redes sociales para compartir información de la tienda, de igual manera contrasta con López (2016) quien expresa que el 52% usa redes sociales, lo presentado contrasta con Benavides (2017) quien manifiesta que el 66.7% afirman que con ayuda de las redes sociales utilizan servicios de pre y pos venta. Esto refleja que los negocios en estudio no están a la vanguardia de la tecnología ni de las tendencias como lo son ahora las redes sociales. Como muestra Benavides las TIC ayudan a generar ventas y post ventas ya que con las redes sociales se puede tener comunicación constante con los clientes, para así mantener fidelizados con la empresa.

Con respecto a que beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa: el 100% indico que no obtuvo ningún beneficio porque no las utiliza (Tabla 3), lo expresado contrasta con Morales (2017) quien expresa que el 40% consideran que han tenido una mejora de entre el (6% y el 10%) a causa del uso de TICS, contrasta con Turriate (2017) ya que explica que el 58.3% si considera que las TIC mejora el orden y rápida distribución de sus productos. Esto refleja que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no obtuvo beneficios utilizando las TIC ya que el término no lo conocen y no lo utilizan, por ello señalan que no contribuye a la mejora del negocio.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

- Nombre o razón social: Electrónica Sarlu
- Giro de la empresa: Venta de repuestos electrónicos
- Dirección: Jr. Alfonso Ugarte 582
- Nombre del representante: Luis Núñez Vigo
- Historia: La empresa Sarlu inicio sus operaciones hace aproximadamente unos 10 años. A través de los años la experiencia ha hecho que la empresa se haga conocida, es así que la empresa trabaja ofreciendo sus productos a empresas privadas, entidades del estado que ya se han vuelto clientes recurrentes; y además de vender sus productos al público en general.

2. **Misión:** Brindar productos de calidad cumpliendo con las expectativas de los clientes.

3. **Visión:** Llegar a ser la empresa líder en ventas de repuestos electrónicos en el distrito.

4. Objetivos

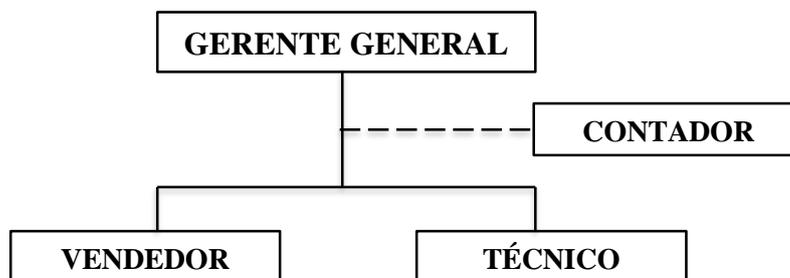
- Abastecer de mercadería de manera oportuna y de calidad.
- Contar con personal calificado para un buen desarrollo del negocio.
- Brindar buenos productos y una buena atención a los clientes.
- Generar una buena rentabilidad.

5. **Productos:** Repuestos electrónicos como: llaves termomagnéticas, condensadores, resistencias, cable coaxial y conectores, sirenas, entre otros.

6. Organigrama de la empresa

- **Gerente:** Realiza la gestión con los proveedores, clientes y colaborador, hace las labores administrativas, pero también de ventas.
- **Contador:** Es el encargado de llevar la contabilidad y realizar las declaraciones correspondientes ante SUNAT.

- **Vendedor:** Realiza labores de ventas y otras actividades que el gerente le designe relacionados al negocio.
- **Técnico:** Realiza labores técnicas relacionado con los productos que se venden, también labores de ventas y otras actividades relacionados al negocio.



7. Diagnostico general

- **Análisis externo**

Oportunidades	Amenazas	Estrategias
Aprovechar la cobertura de los medios de comunicación para crecer en el mercado	Surgimiento de nuevos competidores	Realizar publicidad en redes sociales
	Aumento de precio de algunos productos	Establecer un proceso de atención
La tecnología puede brindar ventaja competitiva en los procesos	Oferta de productos insuficientes	A través de las tic mediante programas
		Organizar mejor para mayor visibilidad

- **Análisis interno**

Fortalezas	Debilidades	Estrategias
Experiencia en el mercado	No se aprovecha para ganar más participación	Promover los productos a través de diferentes medios
	No brinda información idónea del producto	Brindar catálogos o revista informativa sobre los productos
Stock de productos de mayor rotación	Deficiente proceso de almacenamiento de mercadería	Utilizar el método fifo, y de acuerdo a la rotación dar mayor visibilidad a productos
Servicio post venta	No se promueve mucho el servicio post venta	Brindar información a los clientes sobre los servicios post venta

8. Indicadores de una buena gestión

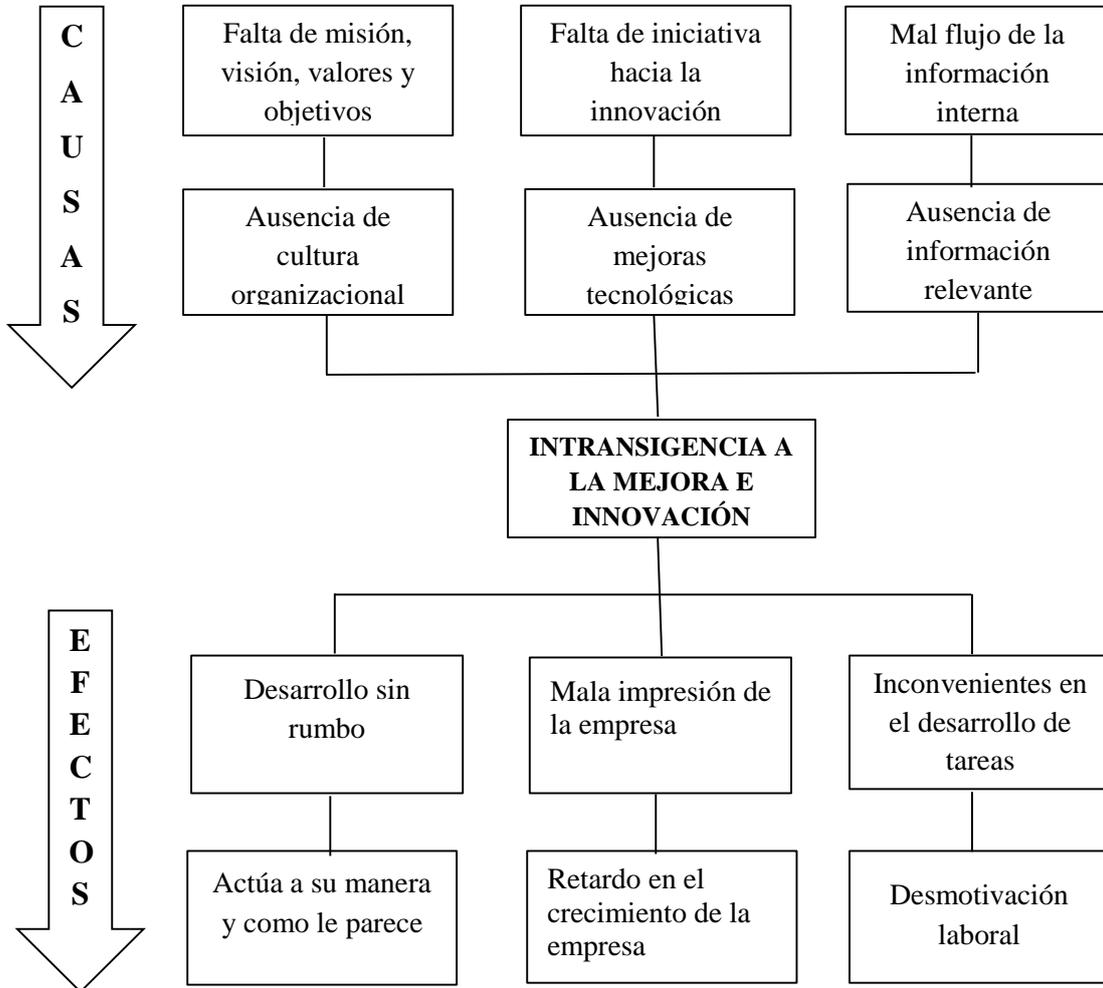
Indicadores	Evaluación de los Indicadores dentro de la MYPE
Nivel de ventas	Presenta nivel de ventas regular
Participación en el mercado	Su participación en el mercado es regular
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	La satisfacción de los clientes es buena
Posicionamiento frente a la competencia	El posicionamiento frente a la competencia es baja
Rentabilidad de la empresa	La rentabilidad de la empresa es regular
Nivel de endeudamiento	Su nivel de endeudamiento es regular
Cumplimiento del programa de entregas	El cumplimiento del programa de entregas es buena

9. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Nivel de ventas.	No promociona la empresa en medios de comunicación tendencia	No pone énfasis en hacer conocida su empresa
Participación en el mercado.		No se emplea estrategias de marketing mix
Posicionamiento frente a la competencia.	Baja diversidad de productos que clientes demandan	No se conoce los producto que los clientes demandan
Rentabilidad de la empresa.	Mala gestión de la empresa	Porque no se realiza un uso eficiente de los recursos y porque no se invierte en innovación
Nivel de endeudamiento.	Deficiente liquidez por mal manejo del efectivo	Ello se da porque a veces se gasta el dinero de la empresa en asuntos personales

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

Árbol de causa – efecto



11. Establecer soluciones.

11.1. Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acciones de mejora
Nivel de ventas.	No promociona la empresa en medios de comunicación	Realizar un mejor orden de los productos, promociones, activaciones y ofertas.
Participación en el mercado.		Desarrollar estrategias a través de las 4p del marketing
Posicionamiento frente a la competencia.	Baja diversidad de productos que clientes demandan	Identificar los productos que lo clientes necesitan y que no se tiene en el stock, para poder realizar la compra
Rentabilidad de la empresa.	Mala gestión de la empresa	Realizar un uso eficiente de los recursos con los que cuenta la empresa, realizar alianzas con empresas y proveedores para obtener precios competitivos.
Nivel de endeudamiento.	Deficiente liquidez por mal manejo de efectivo	Mantener la liquidez de caja chica y solo utilizar dicho efectivos solo para gastos netamente relacionados con las actividades del negocio y evitar el sobreendeudamiento.

11.2. Estrategias (que se desean implementar).

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Realizar un mejor orden de los productos, promociones, activaciones y ofertas	Falta de iniciativa	6 meses	Mayor clientela	Diseñar un buen layout de la empresa, control de existencias y implementar promociones
2	Desarrollar estrategias a través de las 4p del marketing	No conoce acerca de las 4p del marketing	1 año	Mejor índice de ventas	Analizar las 4p del marketing y diseñe estrategias innovadoras
3	Identificar los productos que los clientes necesitan y que no se encuentran en el stock para realizar la compra	Baja inversión o financiamiento	1 año	Mayor posicionamiento	Comprar productos que tengan mayor demanda
4	Realizar un uso eficiente de los recursos	No sabe cómo optimizar los recursos	3 mes	Reducción de costos	Reducir costos al máximo
5	Mantener la liquidez de caja chica y planificar los pagos	No prioriza los gastos	3 mes	Mayor liquidez	Dar prioridad a los gastos más importantes de la empresa.

11.3. Recursos para la implementación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Realizar un mejor orden de los productos, promociones	Gerente y colaborador	S/500.00	Programas informáticos para control de existencias, redes sociales	6 meses
2	Desarrollar estrategias a través de las 4p del marketing	Un especialista en marketing	S/ 1200.00	Redes sociales, pagina web	1 año
3	Identificar los productos que los clientes necesitan	Gerente y colaborador	-	Mediante la atención personalizada y en medios de comunicación	1 año
4	Evaluar que recursos se pueden reducir su costo	Gerente	-	Tiempo	1 año
5	Mantener la liquidez de caja chica y planificar los pagos	Gerente	-	Tener un cronograma de los pagos a realizar	1 año

12. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero	Diciembre
1	Inventario y promoción de productos	01-01-19	30-06-19	■	
2	Uso de las 4p del marketing, subido a redes sociales	01-01-19	30-12-19	■	■
3	Llenar lista de producto para realizar el pedido	01-01-19	30-12-19	■	■
4	Registrar la asistencia de los trabajadores y reducir costos operativos y eliminar gastos innecesarios	01-01-19	30-03-19	■	
5	Diseñar un cronograma de pagos	01-01-19	30-03-19	■	

VI. CONCLUSIONES

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más en el cargo. La mayoría tiene 51 a más años de edad, son de género masculino, tienen grado de instrucción superior no universitario y son los dueños del negocio.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años de permanencia en el rubro, tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría tienen a familiares trabajando en sus empresas, y se crearon con el objetivo de generar ganancias.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen el término gestión de calidad, el marketing es la técnica de gestión de calidad que conocen, la observación es la técnica de medición del rendimiento que aplican, señalan que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, no conocen el término TIC, no cuentan con una computadora en su empresa, no tienen conocimiento de computación, no utilizan internet para realizar compras de su mercadería en su empresa, no utilizan las redes sociales para promocionar la venta de sus productos, no obtuvieron ningún beneficio utilizando las TIC porque no las utilizan. La mayoría muestran que su aprendizaje es lento en la implementación de gestión de calidad.

El plan de mejora que se propuso de la investigación brindara mejora en la gestión empresarial, a través de un diagnóstico de la empresa, precisando factores internos y externos, lo que permitirá a que se enfoque los esfuerzos en la gestión de calidad y las TIC, donde se han detallado estrategias que van a generar un desarrollo y crecimiento de la empresa.

VII. RECOMENDACIONES

Implementar un sistema mediante las TIC para poder promocionar la empresa en las diversas redes sociales (Facebook, WhatsApp, entre otros), para mejorar el posicionamiento y participación de la empresa en el mercado. Y también para tener una mejor comunicación con clientes y proveedores.

Diseñar una base de datos computarizada de los productos que ofrece, de tal manera que permita un mejor manejo de la mercadería y del stock del negocio, y así facilite el proceso de venta, como también para tener una base de datos de nuestros clientes recurrentes.

Capacitar al personal en el uso de las TIC, para agilizar el proceso de adaptación al proceso que se desarrollara, y se eviten posibles inconvenientes y demoras en las actividades de la empresa.

Implementar el plan de mejora que se ha formulado teniendo como base los resultados obtenidos de la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala, E. & Gonzales S. (2015). *Tecnologías de información y comunicación*. Recuperado de: <file:///E:/i%20r%20w%20i%20n/I%20R%20W%20I%20N/TIC%202015-Ayala%20E%20&%20Gonzales%20S-Uni%20Inca%20Garcilazo%20De%20La%20Vega.pdf>
- Barco, P. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipos de sonido e instrumentos musicales, distrito de Chimbote, 2017*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045647>
- Bardales, E. (2018). “*Las mypes y las TIC: mitos y verdades sobre su uso y efectos para las empresas*”. Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/mypes-tic-mitos-verdades-efectos-empresas-233245>
- Benavides, M. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y la formalización de las mypes del sector comercio-rubro venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí 2017*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045303>
- Bustos, J. & Marín K. (2012) Recuperado de: *TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION.docx*
- Emprender Sunat (2017). “*Que beneficios tengo*”. Recuperado de: <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Espinosa, M. (2018). *Gestión bajo el enfoque de uso de las TIC, en las MYPES del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, ciudad de Pucallpa, año 2018*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000047551>
- Guzmán A. (2017). *Caracterización del financiamiento y la formalización de las MYPES del sector comercio – rubro venta de computadoras en la provincia de Leoncio Prado, periodo 2017*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045299>
- Iso9001calidad, (2013). *Que es la Gestión de Calidad*. Recuperado de: <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>
- Ley 28015 (2003) *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa. Recuperado de: <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>

- Ley 30056 (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Artículo 5, características de las micro, pequeñas y medianas empresas. Recuperado de: http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/MOXI_LEY_30056/ley30056.pdf
- López B. (2016). *Tecnologías de la información y las Comunicaciones en la actividad de las Ferreterías Pymes en Bogotá*. Recuperado de: [https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/25867/Jessica%20Marella%20Lopez%20Bossa%20\(Tesis\).pdf?sequence=1](https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/25867/Jessica%20Marella%20Lopez%20Bossa%20(Tesis).pdf?sequence=1)
- Medina M. (2018). *Diario Correo: Más del 60% de las micro y pequeñas empresas utilizan internet de su celular*. Recuperado de: <https://diariocorreo.pe/economia/mas-del-60-de-las-micro-y-pequenas-empresas-utilizan-internet-de-su-celular-831157/>
- Morales, V. (2017). *Alternativas de gestión comercial para las tiendas que promueven el comercio justo en la ciudad de Quito en base en el uso de las TICS*. Recuperado de: <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/18945/1/CD-8339.pdf>
- Muñoz, L., & Pitti, P. (2016). Generación y análisis de indicadores del uso de las TIC en PyMEs Agroindustriales. *I+D Tecnológico*, 12(2), 118-129. Recuperado de: <http://www.utp.ac.pa/documentos/2017/pdf/ridtec-12-2-articulo-12.pdf>
- Organización mundial del Comercio, (2013). Wto: *El comercio electrónico en los países en desarrollo, oportunidades y retos para las pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/ecom_brochure_s.pdf
- Rivas D. y Stumpo G. (2011), “Las TIC en el tejido productivo de América Latina”, en Novick M. y Rotondo S. (Compiladores) *El desafío de las TIC en Argentina. Crear capacidades para la generación de empleo*, CEPAL, Santiago
- Sanca C. (2016). *Caracterización del financiamiento y la formalización de las MYPES del sector comercio rubro venta de equipo computacionales del distrito de Juliaca periodo, 2015*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044495>
- Turriate, L. (2017). *Gestión de calidad con el uso de las TIC'S en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro librería del distrito de Santa en el año 2016*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044946>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES						
Nº	Actividades	2017-1	2018-1	2018-2	2019-0	2020
		Tesis I	Tesis II	Tesis III	Tesis IV	Taller Cocurricular
1	Elaboración del proyecto de tesis	x				
2	Presentación y aprobación del proyecto de tesis	x				
3	Elaboración del trabajo de campo		x			
4	Presentación del trabajo de campo		x			
5	Elaboración del pre informe de tesis			x		
6	Presentación y aprobación del pre informe de tesis			x		
7	Elaboración del informe final de tesis				x	
8	Presentación y aprobación del informe final de tesis				x	
9	Redacción del informe final					x
10	Aprobación del informe final por el jurado de investigación					x
11	Presentación de ponencia en eventos científicos					x
12	Redacción del artículo científico					x
13	Sustentación del informe final					x

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros(*)			
➤ Impresiones	0.20	90	S/. 18.00
➤ Fotocopias	0.10	270	S/. 27.00
➤ Lapiceros	1.00	1	S/. 1.00
➤ Cuaderno	7.00	1	S/. 7.00
➤ Empastado	35.00	3	S/. 105.00
Sub Total			S/. 158.00
Gastos de Pasajes			
➤ Norte Chimbote- Centro Chimbote	1.30	10	S/. 13.00
Sub Total			S/. 13.00
Taller de Titulación			
➤ Matrícula	300.00	1	S/. 300.00
➤ Pensiones	850.00	2	S/. 1,700.00
➤ Turnitin	100.00	1	S/. 100.00
Sub Total			S/. 2,100.00
Total de presupuesto desembolsable			S/. 2,271.00
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (UNIVERSIDAD)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital-LAD)	30.00	4	S/. 120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	S/. 70.00
Soporte Informático (Módulo de Investigación del ERP University-MOIC)	40.00	4	S/. 160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	S/. 50.00
Sub Total			S/. 400.00

Anexo 3: Cuadro de sondeo

N^a	Razón Social	Dirección	Representante
01	Electrónica Electricidad Remsa SRL	Jr. Alfonso Ugarte 511	Rosa Mendoza Barrantes
02	AVF Service EIRL	Jr. Alfonso Ugarte 529	Miguel Radas Vera
03	Repuestos Electrónicos Johnny	Jr. Alfonso Ugarte 536	Johnny
04	Electrónica Sarlu	Jr. Alfonso Ugarte 582	Luis Nuñez Vigo
05	Mecsa	Jr. Alfonso Ugarte 673	Félix Crisanto
06	Electrónica Willy	Jr. Alfonso Ugarte 709	Willy
07	Sonimagen	Jr. Alfonso Ugarte 724	Anónimo

Anexo 4. Consentimiento Informado

Tecnologías de Información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación titulada Tecnologías de Información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

Participación

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: Los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y propuesta resuelta.

Propósito del estudio

El propósito del estudio es investigar acerca de las Tecnologías de Información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

¿En qué consistirá su participación?

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará si usted utiliza la gestión de calidad para su micro pequeña empresa. Se aplicará un cuestionario para determinar las Tecnologías de Información y Comunicaciones como factor relevante de la Gestión de calidad y plan de mejora en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro venta de repuestos electrónicos en el Jirón Alfonso Ugarte del Distrito de Chimbote, 2017.

Riesgos, incomodidades y costos de su participación

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planeado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costos para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

Beneficios

Se ha planteado en los participantes, una recomendación y un plan de mejora sobre las TIC en gestión de calidad para su micro empresa.

Confidencialidad de la información

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos del participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Problemas o preguntas

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú. Estudiante: Morales Cortegana, Irwin Paolo. El celular 943618864, o al correo: irwin.27.09@gmail.com

Y si tiene dudas acerca de sus derechos como participante de un estudio de investigación, puede llamar a la escuela profesional de administración al teléfono 350190, o al correo: escuela_administración@uladech.edu.pe

Consentimiento / Participación voluntaria

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará.

También se me informo que, si participo o no, mi negativa a responder no afectara negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para mejor comprensión.

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mi como derecho. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Nombre Participante

Firma Participante

Nombre del Investigador

Firma del Investigador

Fecha

Hora

Anexo 5: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:
TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIONES COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE REPUESTOS ELECTRÓNICOS EN EL JR. ALFONSO UGARTE DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017.

1.1. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

1.2. REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

2. REFERENTE A LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No
- c) Tiene poco conocimiento

11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) Empowerment
- d) Las 5S
- e) Outsourcing
- f) Otros
- g) Ninguno

12. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) otros
- f) Ninguno

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

- a) La observación
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) otros
- f) Ninguno

14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No
- c) Ninguno

15. ¿Conoce las TIC?

- a) Si
- b) No
- c) Tiene poco conocimiento

16. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

- a) Sí
- b) No

17. ¿Cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación?

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Regular
- d) Malo
- e) Muy malo
- f) Ninguno

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

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

19. ¿Qué tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos?

- a) Facebook
- b) WhatsApp
- c) Instagram
- d) Twitter
- e) Página Web
- f) Ninguna

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

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

Anexo 6:

Hoja de tabulación

Pregunta	Respuesta	Tabulación	N	%
a) Respecto a los representantes				
1. Edad	18 a 30 años		0	0.00
	31 a 50 años	II	2	28.57
	51 a más años	IIII	5	71.43
	Total	7	7	100.00
2. Genero	Masculino	IIII	5	71.43
	Femenino	II	2	28.57
	Total	7	7	100.00
3. Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.00
	Primaria		0	0.00
	Secundaria		0	0.00
	Superior no universitaria	IIII	5	71.43
	Superior universitaria	II	2	28.57
	Total	7	7	100.00
4. Cargo que desempeña	Dueño	IIII	5	71.43
	Administrador	II	2	28.57
	Total	7	7	100.00
5. Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años		0	0.00
	4 a 6 años		0	0.00
	7 a más años	IIIIII	7	100.00
	Total	7	7	100.00
b) Respecto a las micro y pequeñas empresas				
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años		0	0.00
	4 a 6 años		0	0.00
	7 a más años	IIIIII	7	100.00
	Total	7	7	100.00
7. Número de Trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIII	7	100.00
	6 a 10 trabajadores		0	0.00
	11 a más trabajadores		0	0.00
	Total	7	7	100.00
8. Las personas que trabajan en su empresa son:	Familiares	IIII	5	71.43
	Personas no familiares.	II	2	28.57
	Total	7	7	100.00
9. Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIII	6	85.71
	Subsistencia	I	1	14.29
	Total	7	7	100.00

c) Respecto a las Tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad				
10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	Si	IIIIII	7	100.00
	No		0	0.00
	Tiene poco conocimiento		0	0.00
	Total	7	7	100.00
11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:	Benchmarking		0	0.00
	Marketing	IIIIII	7	100.00
	Empowerment		0	0.00
	Las 5S		0	0.00
	Outsourcing		0	0.00
	Otros		0	0.00
	Total	7	7	100.00
12. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?	Poca iniciativa	II	7	28.57
	Aprendizaje lento	III	0	42.86
	No se adapta a los cambios		0	0.00
	Desconocimiento del puesto	II	0	28.57
	Otros		0	100.00
	Total	7	7	100.00
13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	La observación	IIIIII	7	100.00
	La evaluación		0	0.00
	Escala de puntuaciones		0	0.00
	Evaluación de 360°		0	0.00
	Otros		0	0.00
	Total	7	7	100.00
14. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	Si	IIIIII	7	100.00
	No		0	0.00
	Total	7	7	100.00
15. ¿Conoce las TIC?	Si		0	0.00
	No	IIIIII	7	100.00
	Tiene poco conocimiento		0	0.00
	Total	7	7	100.00
16. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?	Sí		4	57.14
	No	IIIIII	3	42.86
	Total	7	7	100.00
17. ¿Cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación?	Muy bueno		0	0.00
	Bueno		0	0.00
	Regular		4	57.14
	Malo		0	0.00
	Muy malo		0	0.00
	Ninguna	IIIIII	3	42.86
	Total	7	7	100.0

18. ¿Hace uso del internet para hacer compras de mercadería para su empresa?	Si		2	0.00
	No	IIIIII	7	100.00
	A veces		0	0.00
	Total	7	7	100.00
19. ¿Qué tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos?	Facebook		0	0.00
	WhatsApp		0	0.00
	Instagram		0	0.00
	Twitter		0	0.00
	Página Web		0	0.00
	Ninguna	IIIIII	7	100.00
	Total	7	7	100.00
20. ¿Qué beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa?	Incrementar las ventas		0	0.00
	Hacer conocida a la empresa		0	0.00
	Identificar las necesidades de los clientes.		0	0.00
	Ninguna porque no lo utiliza.	IIIIII	7	100.00
	Total	7	7	100.00

Anexo 7: Figuras

a) Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas:

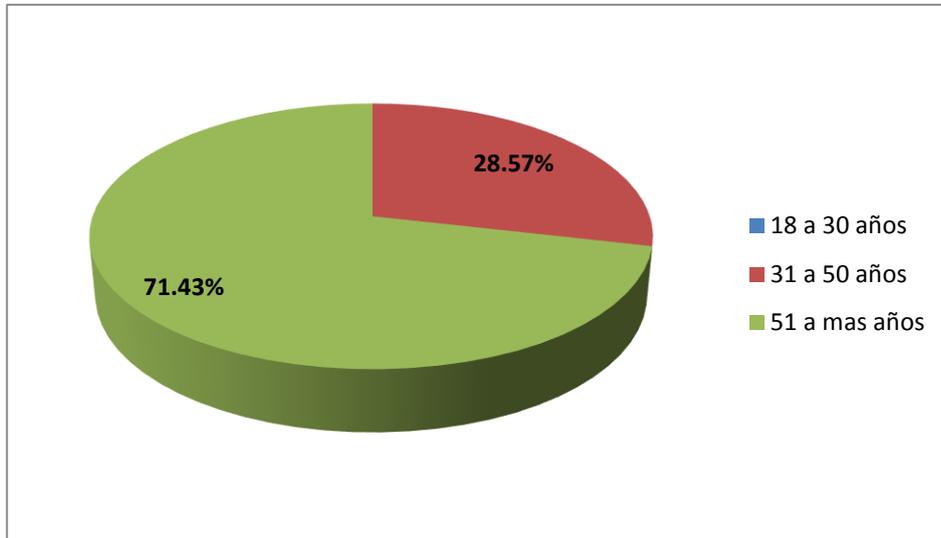


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

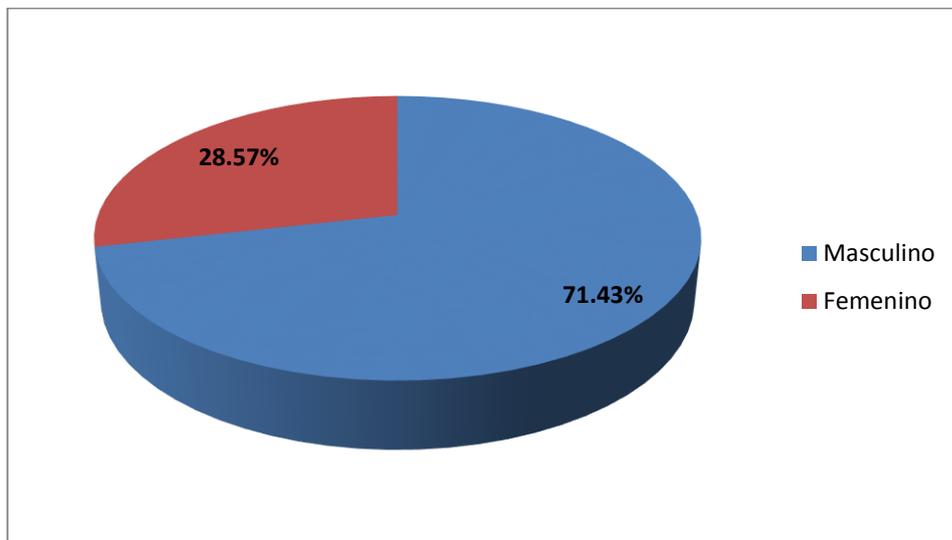


Figura 2. Género

Fuente. Tabla 1

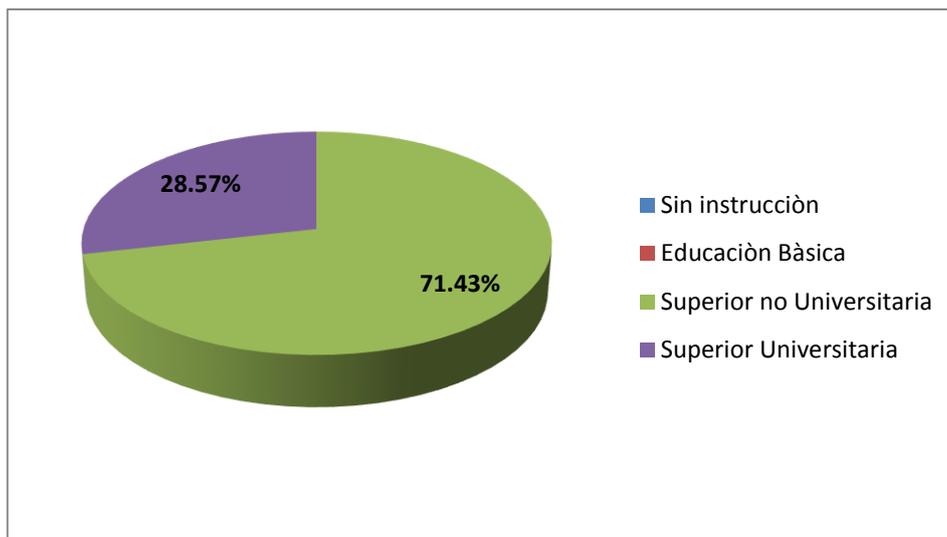


Figura 3. Grado de instrucció

Fuente. Tabla 1

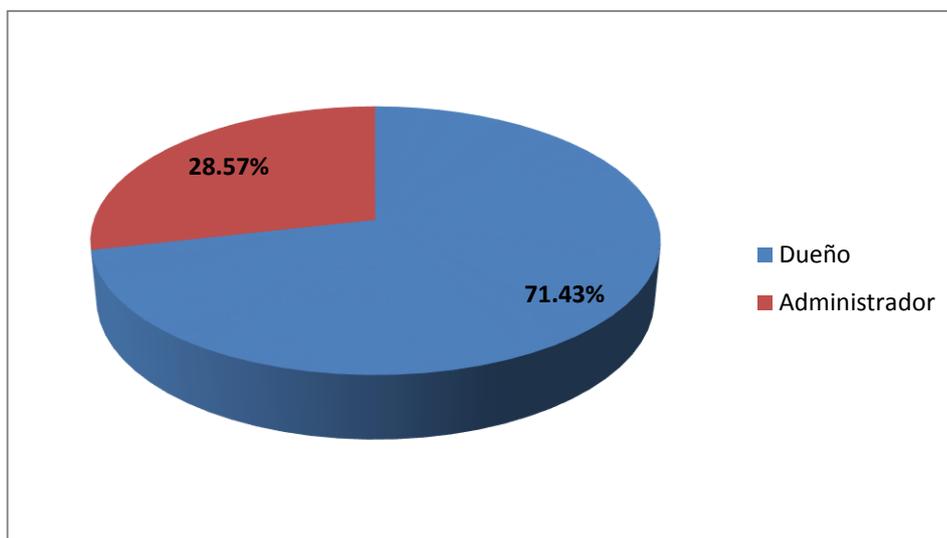


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

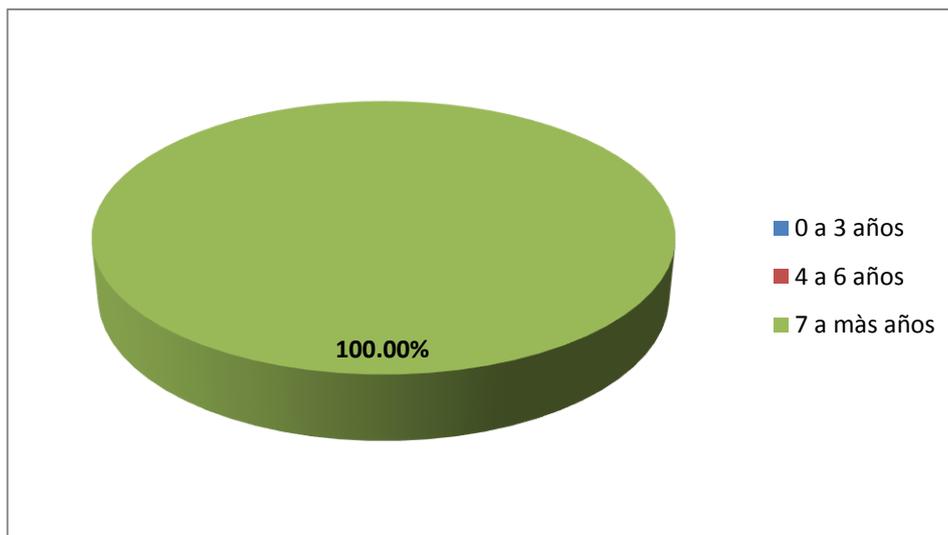


Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo

Fuente. Tabla 1

b) Referente a las micro y pequeñas empresas:

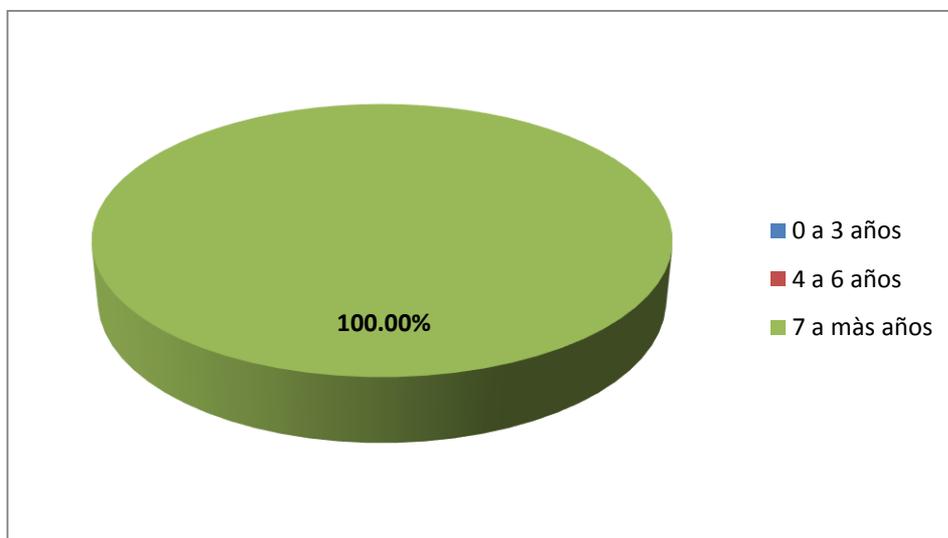


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 2

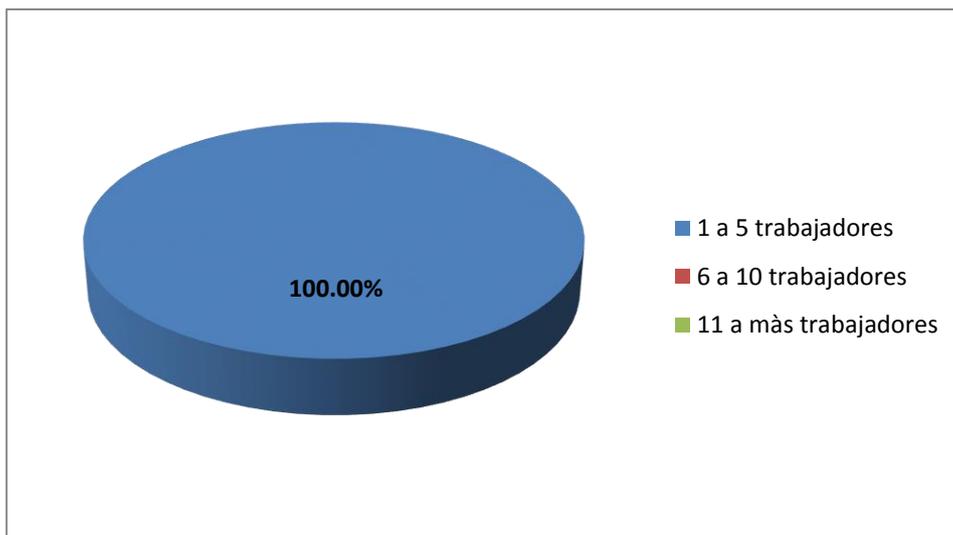


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

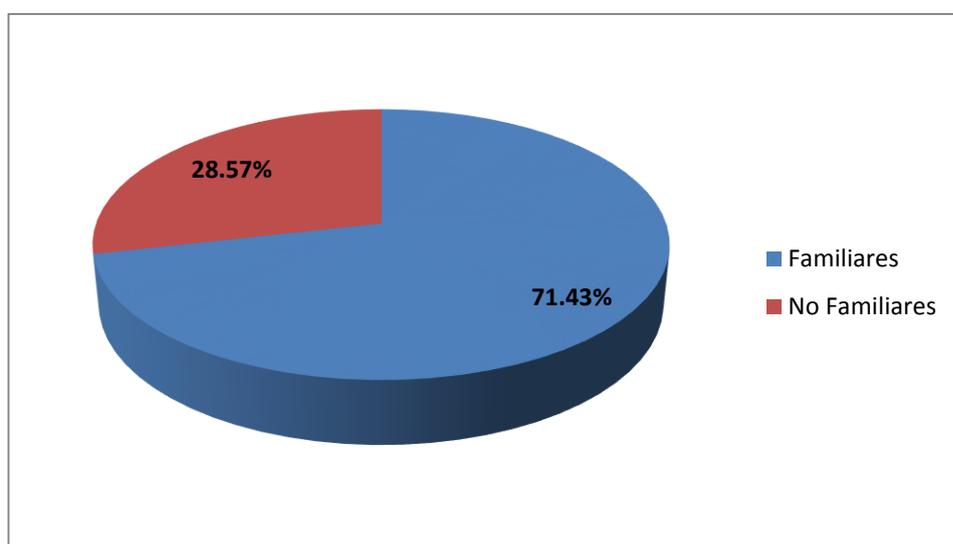


Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa

Fuente. Tabla 2

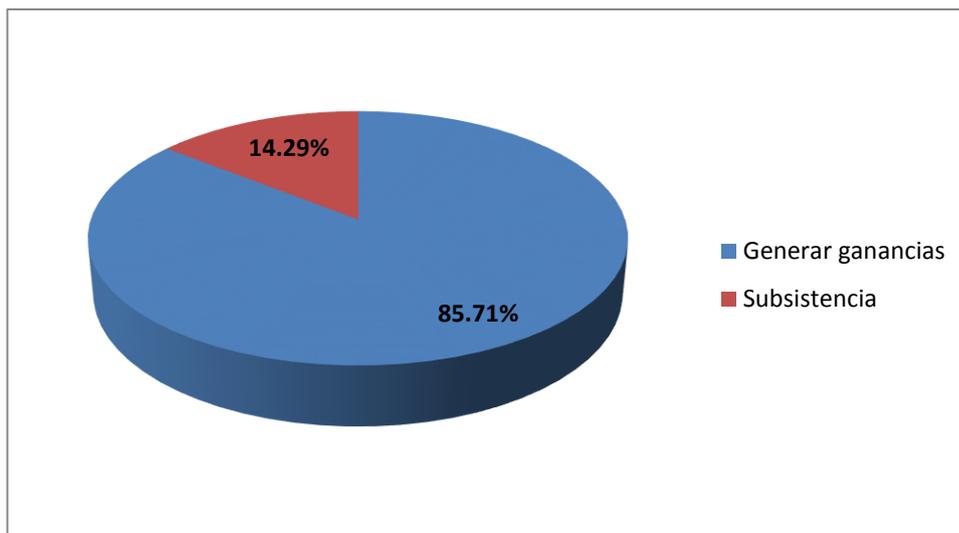


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

c) **Referente a las tecnologías de información y comunicaciones como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas:**

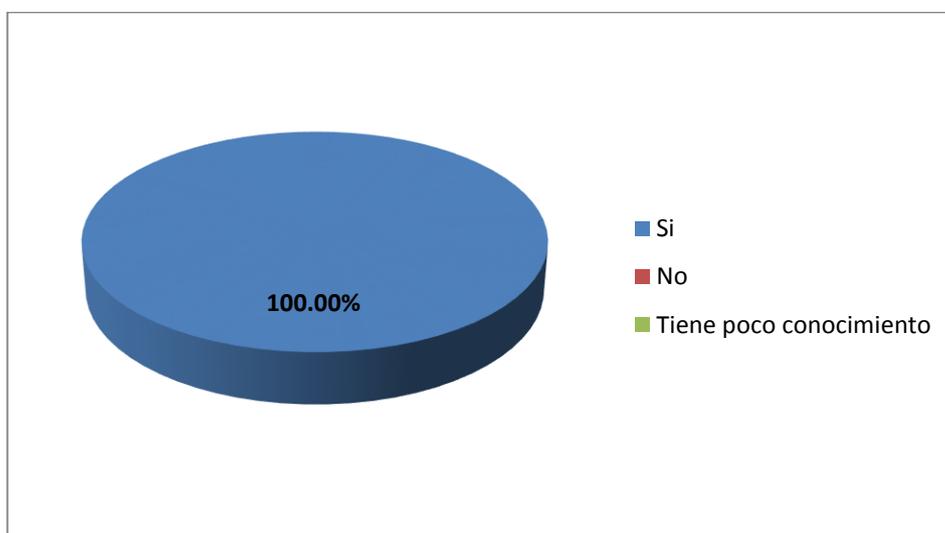


Figura 10. La gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

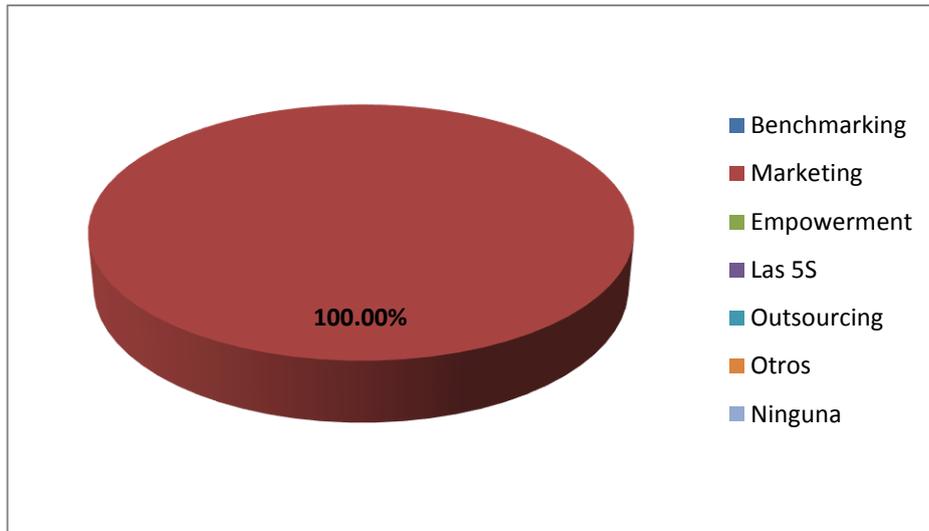


Figura 11. Técnicas de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

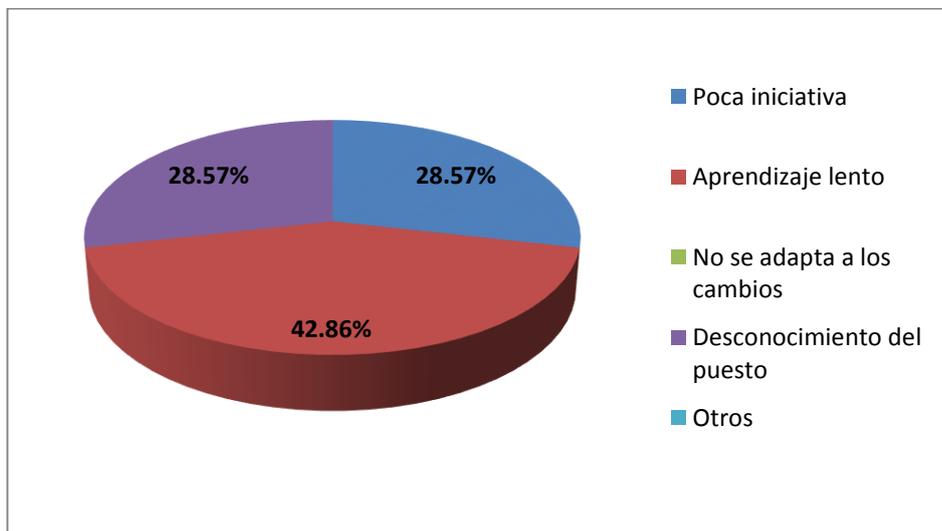


Figura 12. Dificultades para la implementación

Fuente. Tabla 3



Figura 13. Técnica de medición del rendimiento

Fuente. Tabla 3

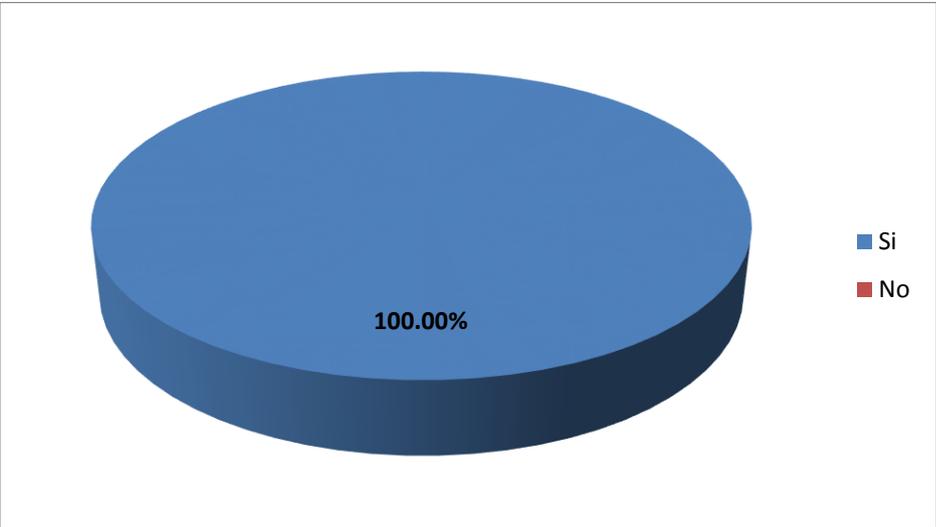


Figura 14. Mejora el rendimiento la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

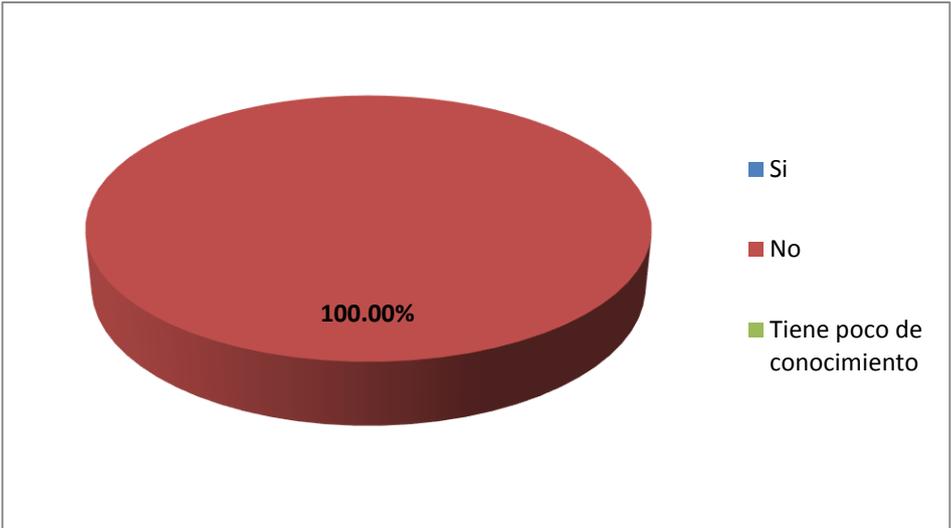


Figura 15. Conocimiento de las TIC

Fuente. Tabla 3

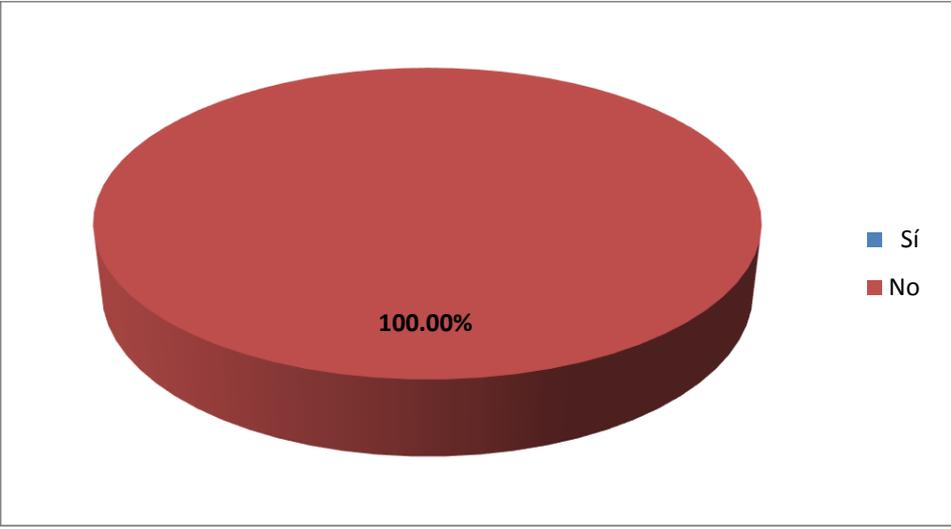


Figura 16. Computadora en la empresa

Fuente. Tabla 3

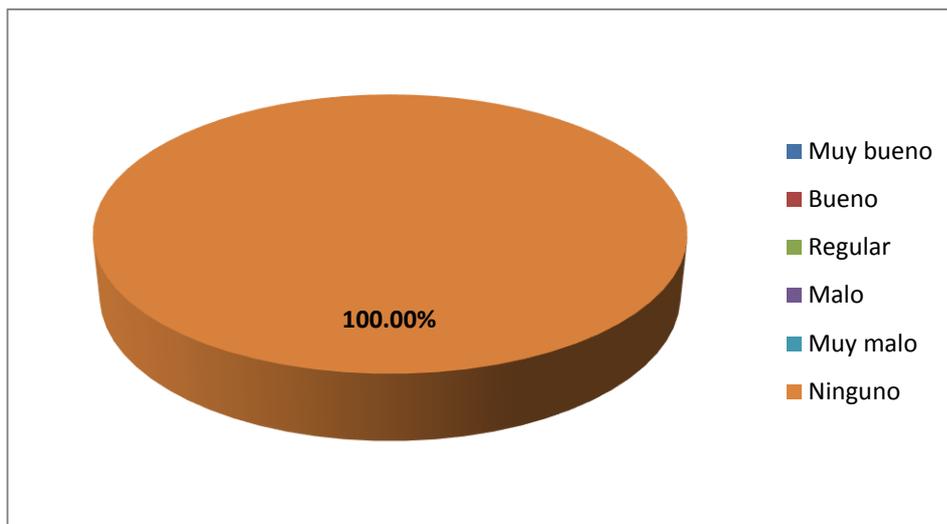


Figura 17. Nivel de conocimiento de computación

Fuente. Tabla 3

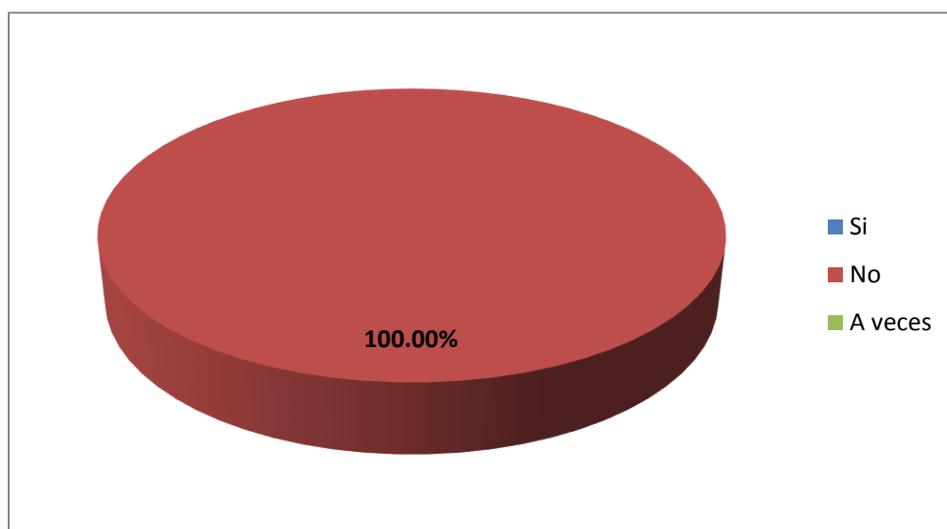


Figura 18. Compras de mercadería vía internet

Fuente. Tabla 3

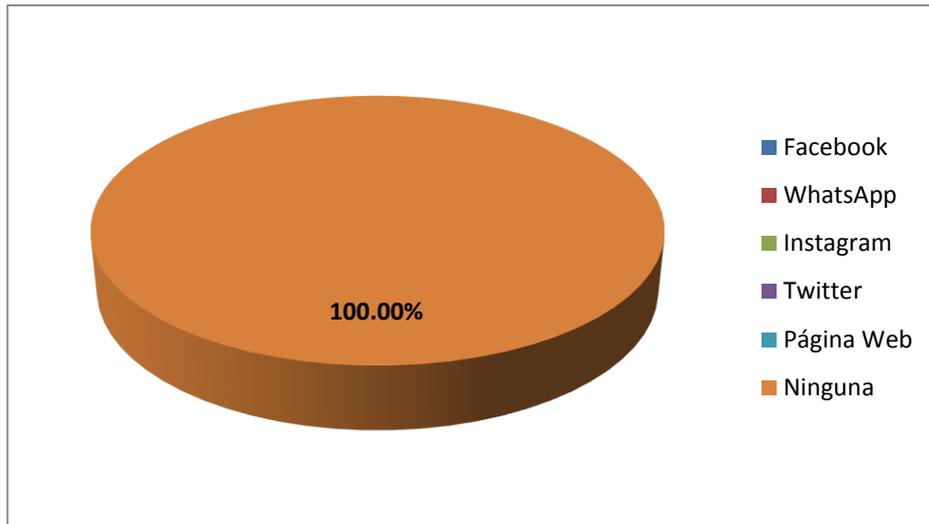


Figura 19. Redes sociales para impulsar las ventas

Fuente. Tabla 3

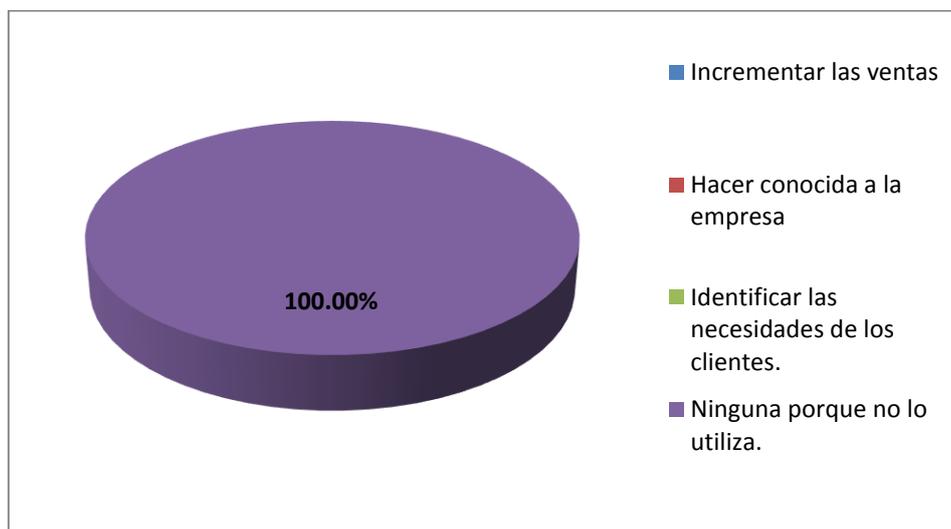


Figura 20. Beneficios de las TIC en la empresa

Fuente. Tabla 3