



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN Y
PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA
DE ACCESORIOS Y REPUESTOS PARA MOTOS, DEL
DISTRITO DE SANTA, AÑO 2017

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

AUTOR

SANTISTEBAN CAMPOS, FREDY CIRILO
ORCID ID orcid.org/0000-0002-9606-7933

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARÍAS
ORCID ID orcid.org/0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERÚ
2020**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Santisteban Campos, Fredy Cirilo

ORCID ID orcid.org/0000-0002-9606-7933

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado
Chimbote, Perú

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ORCID ID 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 Morillo

ORCID ID orcid.org/0000-0002-5746-9374

Presidenta

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID ID orcid.org/0000-0002-7575-3571

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID ID orcid.org/0000-0002-5471-4549

Miembro

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

PRESIDENTA

Limo Vázquez, Miguel Ángel

MIEMBRO

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

MIEMBRO

Centurion Medina, Reinerio Zacarias

ASESOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por sobre todas las cosas, por brindarme salud y sabiduría para realizar este trabajo.

Agradezco a mi asesor de tesis, por ser mi guía para poder cumplir con cada paso de la presente investigación.

Finalmente agradecer a mi familia por todo el apoyo que me brinda en cada momento, ellos son mi motor para seguir adelante.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a dios ya que sin el nada sería posible.

A mi familia por ser personas de quienes me brindaron su tiempo y formarme con buenos valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles y poder seguir adelante.

Dedico este trabajo de investigación a todos mis profesores por ser los que nos han transmitido conocimientos muy valiosos para nuestra vida.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y Control en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa 2017. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió en forma dirigida, una muestra de 6 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad. El 100% son de género masculino. El 67% solo han estudiado hasta la primaria. El 100% son dueños de su propio negocio. El 83% tienen de 7 años a más en el cargo que desempeñan. El 83% tiene una permanencia de más de 7 años. El 100% tiene de 1 a 5 trabajadores. El 83% tienen familiares que trabajan en su empresa. El 100% tienen como finalidad generar ganancias. El 67% desconocen el término gestión de calidad. El 100% desconoce las técnicas de gestión de calidad. El 83% tiene dificultades e la implementación de la gestión de calidad. El 100% utilizan la técnica de la observación. El 100% no conoce las tecnologías de información y comunicación. El 100% cuenta con algún dispositivo de comunicación. El 100% confirma la importancia de un sistema de seguridad para su empresa. El 67% utiliza las redes sociales para dar a conocer su empresa. Conclusión. La mayoría de las micro y pequeñas empresas no aplican gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación dado que no cuentan con conocimientos y experiencia para la aplicación de esta herramienta.

Palabras clave: Gestión de calidad, Tecnologías de Información y de la Comunicación, Micro y pequeñas empresas, Representante.

SUMMARY

The general objective of the research was to determine the main characteristics of Quality Management with the use of information and control technologies in the micro and small companies of the sector, trade, sale of accessories and spare parts for motorcycles, of the Santa 2017 district. The research was of a non - experimental design - transversal for the collection of the information was chosen in a directed way, a sample of 6 micro and small companies, to whom a questionnaire of 23 questions was applied, obtaining the following results. 55.0% of representatives of micro and small businesses are between 30 and 50 years of age. 58.5% are male. 77.5% have only studied until high school. 86.5% have a permanence of more than 7 years. 86.5% have 1 to 5 workers. 95.5% are intended to generate profits 82% are unaware of the term quality management. 36% of the staff are unaware of the position, which makes it difficult to implement quality management 68.5% use the technique of observation. 50.5% use more flyers in companies. 55% do not have an expert staff for the implementation of marketing in the company. Conclusion. Most of the micro and small companies do not apply quality management with the use of information and control technologies given that they do not have the knowledge and experience to apply this tool.

Keywords: Quality management, Information and Communication Technologies, Micro and small companies, Representative

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Jurado evaluador y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y Abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de Tablas y Figuras	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	7
III. Hipótesis.....	32
IV. Metodología	33
4.1 Diseño de la investigación.....	33
4.2 Población y muestra	33
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores.....	34
4.4 Técnicas e instrumentos	37
4.5 Plan de análisis	37
4.6 Matriz de consistencia.....	38
4.7 Principios éticos	40
V Resultados	41
5.1 Resultados	41
5.2 Análisis de resultados.....	48
VI. Conclusiones	63
Aspectos complementarios.....	65
Referencias bibliográficas	67
Anexos.....	71

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa 2017.	41
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa 2017.....	42
Tabla 3. Características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Control en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa 2017.....	43
Tabla 4. Propuesta de mejora en base a los resultados de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Control en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa 2017.....	47

Índice de Figuras

Figura 1. Edad.....	86
Figura 2. Genero.....	86
Figura 3. Grado de instrucción.....	87
Figura 4. Cargo.....	87
Figura 5. Tiempo en el Cargo.....	88
Figura 6. Años en el rubro.....	88
Figura 7. Número de trabajadores en la empresa.....	89
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.....	89
Figura 9. Finalidad de la empresa.....	90
Figura 1. Conoce el término gestión de calidad.....	90
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica.....	91
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad.....	91
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	92
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento.	92
Figura 15. La gestión de calidad ayuda alcanzar los objetivos.....	93
Figura 16. Conoce el término de TIC.....	93
Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda.....	94
Figura 18. Cuenta con una computadora en su empresa.....	94
Figura 19. Cuenta con sistema de pago visa o PayPal.....	95
Figura 20. Cuenta con dispositivo para comunicarse.....	95
Figura 21. Importancia de un sistema de seguridad.....	96
Figura 22. Importancia de la Tecnología para su empresa.....	96
Figura 23. Utiliza redes sociales para promocionar.	97

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las micro y pequeñas empresas van creciendo, ya que son constituidas por personas naturales o jurídicas, que van logrando conseguir posicionamiento en el mercado con diversas estrategias que plantean, sin embargo, la gran mayoría de las empresas que surgen, no logran mantener un buen ritmo en el mercado y por ello quiebran llevándolos al fracaso.

Las Micro y Pequeñas empresas mayormente empiezan con sus propios propietarios de manera informal, con la cual creen que teniendo experiencia es suficiente para crecer en el negocio, llevando una gestión administrativa desordenada y de baja calidad, más aún si se dedica a la venta de accesorios y repuestos para moto, donde la calidad del producto debe ser un factor primordial. Si en las organizaciones, todos estuvieran conscientes de que la calidad es una ventaja competitiva y como un factor importante que de alguna manera aseguraría una permanencia en el mercado y mejoraría las utilidades, logrando que todos conviertan la calidad en un estilo de vida.

Por otro lugar las micro y pequeñas empresas en Colombia, han crecido con respecto a la aplicación de la gestión del Marketing ya que durante el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de junio de 2014 se han invertido \$117.225 millones frente a los \$ 91.032 millones que se invirtieron en el 2013 en el mismo periodo, lo que representa un crecimiento de 27,64%, se detectó las plataformas web, la inversión publicitaria paso de \$ 90.093 millones en el 2013 a \$ 114.305 millones en el primer semestre de 2014 y en el Mobile reportaron un incremento considerable pasando de \$ 1.745 millones durante el primer periodo de 2013 a \$ 2.919 millones en 2014. (Britto, 2014)

Organizaciones con un buen manejo de la Gestión de Calidad bajo el enfoque del marketing y con el excelente servicio actualmente escasean, así lo revelo la oficina de Estudios Económicos del Instituto Nacional de Calidad (INACAL) solo el 1% de empresas en el Perú cuenta con sistemas de Gestión de Calidad. Dichos sistemas ayudan a que las empresas mejoren el grado de su competitividad, producción y comercialización de bienes y servicios en lo nacional e internacional.

Así mismo la problemática de la presente investigación está sujeta a lo mencionado, en donde las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de santa, tienen dificultad al momento de dar a conocer sus productos al cliente, es decir en la demora de la atención, al no contar con un buen sistema, que pueda diferenciar los productos necesarios que requiere el consumidor, llegando a determinar que no se da una adecuada importancia con el uso de las Tecnología de Información y Comunicación, de tal manera no lograr llegar a brindarles, comodidad y calidad del servicio.

Por este motivo cada vez las micro y pequeñas empresas generan menos ganancias, pierden clientela, la cual no crecen en el mercado empresarial, si esto continua así las Micro y Pequeñas empresas pueden llegar a fracasar. Ya que el servicio al cliente es un factor fundamental en el mercado, gracias a ello se puede llegar a posicionar en la mente de los clientes para así generar una ventaja competitiva. Crear estrategias con el fin de mejorar para así generar una ventaja competitiva. Crear estrategias con el fin de mejorar la calidad del servicio que presta y ampliar su portafolio de productos por medio de la generación de un valor en el servicio utilizando la tecnología de información y comunicación. Las empresas en el hecho que, gracias

a la tecnología, ha generado un cliente muy exigente que busca principalmente un buen servicio de calidad empresarial.

En Áncash es importante que los microempresarios, sigan siendo perseverantes, frente a los cambios continuos en su entorno y las nuevas tecnologías que han surgido, por ende, deben tomar conciencia que una buena gestión será el eje principal para que puedan seguir creciendo, de lo contrario fracasaran, claro está que para ello el gobierno debe apoyar en campañas, donde se oriente al emprendedor sobre las técnicas de gestión como es el Marketing Empresarial.

La presente investigación busca solucionar usando los beneficios que pueden dar las Tecnologías de Información y Comunicación, brindando estrategias que son fundamentales y de las cuales se necesitan, y las microempresas puedan sobresalir y expandirse en el mundo empresarial, llegando a obtener más clientela y poder satisfacer todas sus necesidades tanto en el servicio que se brinda el producto, como en la calidad que del servicio o producto e implementar un valor agregado para poder mejorar su negocio. Es por ello que la capacitación es muy importante, para saber que técnicas y herramientas implementar e utilizar para su negocio, es por ello que se busca conocer los objetivos planteador para lograr el progreso, por ende se plantea el siguiente enunciado. ¿ Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito de Santa, año 2017 para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo generar: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información,

comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y repuestos para motos del Distrito de Santa, año 2017. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos;

- Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos del Distrito de santa, año 2017.
- Establecer las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito de Santa, año 2017
- Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos del Distrito de Santa, año 2017.
- Elaborar una propuesta de mejora de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito de Santa, año 2017.

En la presente línea de investigación sobre las micro y pequeñas empresas, se justifica porque nos permitirá conocer las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas empresas, en donde daremos a conocer sus principales aspectos que se puedan obtener, también dar a conocer sus principales estrategias que son fundamentales para llegar a sus objetivos, Asimismo, se justifica

porque busca determinar a fondo sobre las principales características de la Gestión de Calidad, Así mismo nos brindara información sobre la importancia que se debe tener en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas, como emplear este instrumento de investigación y su vínculo que tiene dentro de las empresas y sobre el proceso que requieren las empresas en emplear al uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, así determinando un buen uso de las herramientas e instrumentos necesarios para implementarlas en las organizaciones. La finalidad del estudio de investigación será muy importante para realizar estudios y es fundamental conocer sobre las Tecnologías de Información y Comunicación en todas las áreas que se requieran incorporar, también porque nos dio a conocer las principales características en temas de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, principalmente porque es de fuente confiable, en el que podrá ser útil para las organización en conocer sus defectos y virtudes, tanto también en la toma de decisiones que se realicen.

Dicha investigación tuvo una técnica de encuesta donde se pudo ver que la mayoría de los empresarios de los tiendas de repuestos solo lo importa generar ganancia y prefieren dejar de lado una mayor capacitación y control de sus productos, para mejorar dicho resultado tenemos que hacerle saber a los dueños, que los clientes tienen que tener privilegios y ser los primeros antes que generar ganancia ya que ellos son el sustento de nuestra empresa. Otro resultado que podemos mejorar seria en cómo implementar la gestión de calidad en los trabajadores y tanto en los productos, de como ellos deben saber que el cliente tiene la razón, y tener la iniciativa de querer mejorar para poder dar una buena imagen de la empresa.

La investigación fue de diseño no experimental – transversal- descriptiva, para el recojo de la información se tomó una población de 8 micro y pequeñas empresas y una muestra de 6 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. El 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad. El 100% son de género masculino. El 67% solo han estudiado hasta la primaria. El 100% son dueños de su propio negocio. El 83% tienen de 7 años a más en el cargo que desempeñan. El 83% tiene una permanencia de más de 7 años. El 100% tiene de 1 a 5 trabajadores. El 83% tienen familiares que trabajan en su empresa. El 100% tienen como finalidad generar ganancias. El 67% desconocen el término gestión de calidad. El 100% desconoce las técnicas de gestión de calidad. El 83% tiene dificultades e la implementación de la gestión de calidad. El 100% utilizan la técnica de la observación. El 83% acepta que la gestión de calidad contribuye al rendimiento. El 100% no conoce las tecnologías de información y comunicación. El 100% cuenta con algún dispositivo de comunicación. El 100% confirma la importancia de un sistema de seguridad para su empresa. El 67% utiliza las redes sociales para dar a conocer su empresa. Se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no aplican gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación dado que no cuentan con conocimientos y experiencia para la aplicación de esta herramienta.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

En esta investigación se utilizó antecedentes en donde se encuentren la variable y sector, ya que por ser una nueva investigación no hay muchos antecedentes.

Mogollón (2017) en su tesis *Gestión de calidad y formalización en la mypes ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar del distrito de Yarinacocha, año 2016*. Tuvo como objetivo general: determinar y describir los principales beneficios de gestión de calidad y formalización en las mypes ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar del distrito de yarinacocha año 2016. Llego a los siguientes resultados: Del 100%, el 5% son Mypes informales y tan solo el 95% son Mypes formales. En cuanto a gestión de calidad, el 25% de las Mypes conocen sobre el tema de gestión, 75% no conoce sobre el tema de gestión calidad (empresarial). Mypes. Por lo tanto la mayoría de las Mypes del distrito de yarinacocha, hizo que las personas pongas sus pequeños negocios de repuestos y accesorios y trabajen formalmente generando sus propios ingresos y generando trabajo para más ucayalinos. Y dándole conocimientos y consejos a los dueños de las Mypes sobre gestión de calidad ya que le ayudara a gestionar, incrementar sus ganancias y a tener clientes muy satisfechos. Concluye que las microempresas ventas de repuestos y accesorios de motos y motokar son administradas y manejadas por los mismos dueños y son capaz de manejar un negocio, teniendo años de permanencia en el mercado y con buena expectativa de seguir invirtiendo en el negocio. • El resultado de la encuesta aplicada que las Mypes no conocen sobre el tema gestión de calidad ni herramientas de gestión ya que no se informan, ni se capacitan, es notable el deficiente papel de los dueños de las Mypes en

no informase, es prioridad en tomar interés sobre el tema. • Las Mypes son actualmente empresas de gran trascendencia dentro de nuestro mercado empresarial, puesto que son las que más producen y las que más empleos genera, a razón de que los empleadores obtienen mayores y mejores beneficios por acogerse a este sistema especial, y a los trabajadores les permite acceder a dichos centros sin contar con grandes carreras o preparaciones profesionales.

Poma (2015) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro venta minorista de artículos de ferretería en el distrito de Huaraz 2015*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el cumplimiento del procedimiento de compras en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de artículos de ferreterías en el distrito de Huaraz, 2015. Llego a los siguientes resultados: el 60% de los gerentes manifiestan tener de 38 a 47 años de edad, el 80% son de sexo masculino y el 45% cuentan con estudios superiores universitarios, El 80% de gerentes encuestados nunca utilizan los documentos de requisición, El 60% de gerentes encuestados manifiestan que pocas veces localizan con facilidad sus fuentes de suministros, El 70% de gerentes encuestados manifiesta que nunca utiliza medios de evaluación de proveedores, El 65% de gerentes encuestados manifiesta que siempre trabajan con los mismos proveedores, El 40% de gerentes encuestados manifiesta que nunca utilizan la orden de compra, El 80% de gerentes encuestados manifiesta que algunas veces tienen problemas con el tiempo de entregas de productos, El 95% de gerentes encuestados manifiesta que nunca utilizan el contrato de compras. Se concluye que el mayor porcentaje de los gerentes de las ferreterías son varones adultos

entre 38 - 47 años de edad, con un grado de instrucción superior universitario. Además, estos gerentes de las ferreterías perciben un alto grado de deficiencia respecto a la gestión de calidad porque no consideran el procedimiento de compras importante para realizar las compras de sus productos. Asimismo, respecto a los documentos de requisición, los resultados del estudio nos muestran que los gerentes de las ferreterías no utilizan los documentos de requisición, como pocas veces localizan las fuentes de suministro para adquirir sus productos. También se observa que los gerentes de las ferreterías nunca utilizan medios de reclutamiento de proveedores ellos generalmente trabajan con los mismos proveedores siempre, no se dan el afán de buscar nuevos proveedores, al igual que pocas veces utilizan los pedidos u órdenes de compra para su negocio. Igualmente, los gerentes de las ferreterías mencionaron que nunca realizan contratos de compra con sus proveedores, Finalmente se observa que los gerentes de las ferreterías no tienen el conocimiento de cómo realizar el procedimiento de compras.

Gamarra (2017) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, año 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarmey, 2016. Llego a los siguientes resultados: El 55% de los empresarios encuestados, respondieron que tienen entre 31 a 50 años, el 67% de los empresarios de las Mypes encuestadas son de género masculino, el 61% de los empresarios encuestados tienen grado de instrucción secundaria, en su situación legal de la Mype: El 50% tienen de 8 años a más, el 83%

de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores, El 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias, el 72% de las ferreterías si utilizan la gestión de calidad, El 50% de los empresarios de las Micro y Pequeñas Empresas afirman que el objetivo por el cual utilizan la Gestión de Calidad es para tener oportunidad de crecimiento, EL 72% no hacen uso de las TIC, El 72% no hacen ningún uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Concluyo que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarmey, sus edades oscilan entre los 31 a 50 años, son de sexo masculino y tienen grado de instrucción secundaria. Así mismo la totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas son formales, la mitad tienen una permanencia de 8 a más años en el rubro, la mayoría están constituidas como persona natural, se crearon con la finalidad de generar ganancia y cuentan con 0 a 4 trabajadores. Por otro, la mayoría de los empresarios, conocen muy bien lo que es el término de Gestión de Calidad es por ello que, si lo utilizan, la mitad lo utilizan con el objetivo de tener oportunidad de crecimiento. Finalmente, la mayoría de los dueños de las ferreterías de la Ciudad de Huarmey aún no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningún uso en el ámbito administrativo, ni internamente.

Palma (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia de santa 2015*. La tesis tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015. Llego a los siguientes resultados: la mayoría de los micro empresarios son personas cuya edad fluctúa entre los 50 a más años, también se puede observar que en su mayoría los

que se encuentran dirigiendo este tipo de empresas son de género masculino, el 83.3% de los encuestados tienen un grado de instrucción de estudios de secundaria completa, las micro y pequeñas empresas en su totalidad están siendo administradas por sus propios dueños, el 58.3% está desempeñando su cargo entre 10 – 30 años, el 83.3% de las micro y pequeñas empresas vienen desarrollando esta actividad en el rubro entre 11 a más años, el 58.3% de las micro y empresas son informales en su mayoría las micro y pequeñas empresas afirman que se formaron para generar ganancias, en su totalidad los encuestados gestionan su micro y pequeña empresa con calidad, el 66.7% de las micro y pequeñas empresas no han aplicado técnicas modernas para mejorar la gestión de calidad, el 66.6% de las micro y pequeñas empresas no conoce ninguna de las técnicas modernas, el 91.6% si evalúa los procesos de la gestión de calidad en sus micro y pequeñas empresas, el 33.3% del personal tiene poca iniciativa, el 58.3% de las micro y pequeñas empresas no tiene personal competitivo. se concluye que las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería, del distrito de Coishco se encuentran dirigidas en su totalidad por personas de género masculino y en su mayoría tiene una edad de 50 a más años, los representantes de las micro y pequeñas empresas solo cuentan con un grado de instrucción de secundaria completa y se encuentran administradas por sus propios dueños y en su mayoría tienen desempeñando su cargo entre 10 – 30 años, por otro lado, las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería del distrito de Coishco en su mayoría son informales y fueron formadas con la finalidad de generar ganancias y han desarrollado esta actividad en su mayoría de 11 a más años. finalmente, los representantes de las micro y pequeñas empresas en su totalidad consideran que la gestión de calidad contribuye al crecimiento del negocio, así también viene

gestionando sus micro y pequeñas empresas con calidad, pero la mayoría no aplica técnicas modernas utilizando una administración empírica, la minoría solo utiliza la técnica moderna de la benchmarking y empowerment, pero su personal tiene poca iniciativa, es por ello que consideran que la mayoría de su personal no es competitivo, también utilizan el método de la observación para medir el rendimiento de su personal, del mismo modo asegurar que la rotación de personal le impide realizar una buena gestión de calidad, y que la capacitación le ayudaría a realizar una adecuada gestión de calidad.

Mendoza (2016) en su tesis *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Calleria, periodo 2016*. La investigación tuvo como objetivo general: determinar la gestión de calidad y la formalización de las mypes sector comercial - rubro ferretería del distrito de Calleria, periodo 2016. Llego a los siguientes resultados: las edades de los propietarios de la empresa o administradores las edades de 36 a 50 años en un 47%, son de género masculino en un 80%, los propietarios de las empresas el nivel de grado de instrucción universitaria que representan el 40%, el 40% utiliza investigación de mercados, el 67% si conocen las normas ISO de certificación a la calidad, los dueños o administradores de las empresas han implementado en su empresa los servicio de internet para realizar la publicidad de su negocios, representando el 73%, el 60% no capacita a su personal para mejorar la calidad de atención al cliente, un 63% opinaron que si evalúan el nivel de satisfacción del cliente en la comercialización, las empresas encuestadas manifestaron que no usan las tecnologías de información y comunicación de su gestión para mejorar la calidad de su producto que equivale al 57%, el 93% que si son formales. Se concluye que respecto de las edades de los propietarios de las Mypes del

rubro ferreterías del distrito de Calleria, las más predominantes son personas mayores con responsabilidades bien definido para una mejor toma de decisiones. En cuanto a los propietarios o el administrador legal de la empresa, en su totalidad son de género masculino, se debe principalmente que está ligado al sector varonil. Respecto al grado de instrucción de los propietarios de las empresas, en el negocio rubro ferretero, poseen el nivel de grado de instrucción universitaria, lo que permite realizar una mejor planificación y gestión empresarial dado que son personas que conocen de administración. de acuerdo al análisis realizado a las ferreterías encuestadas, para su desarrollo utilizan el documento de gestión de calidad en la comercialización de sus productos, es el de investigación de mercados y conjuntamente se encuentra el plan de trabajo que utilizan para un mejor manejo, y otros documentos que mencionaron los encuestados que ellos ordenan de eso manera negocio, otro lado, de acuerdo al análisis realizado a las ferreterías encuestadas, para su desarrollo utilizan el documento de gestión de calidad en la comercialización de sus productos, es el de investigación de mercados y conjuntamente se encuentra el plan de trabajo que utilizan para un mejor manejo, y otros documentos que mencionaron los encuestados que ellos ordenan de eso manera negocio, los empresarios si conocen las normas iso, ya que sería de gran utilidad para todo empresario, conocer para establecer un sistema de gestión para que proporcione confianza en la conformidad del producto con requisitos establecidos o especificados, respecto al uso de las tecnologías y comunicaciones en la gestión de mejorar la calidad del producto, se llegó a la conclusión, de los encuestados no usan las tic, se debe porque no tienen conocimiento sobre que significa o se actualizan en el término tic, finalmente se concluye que las Mypes en un 93 % que si son formales.

Uriol (2014) en su tesis *Caracterización de las tic y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas (Mypes) de la asociación de pequeños industriales y artesanos de Trujillo – apiat, año -2013*. La investigación tuvo como objetivo general: describir las principales características del uso de las TIC y La Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) de la Asociación de pequeños empresarios industriales y artesanos de Trujillo – APIAT año – 2013, llego a los siguientes resultados del 100% de empresarios el 66.95% califica el uso de tic en su negocio como regular, del 100% de empresarios el 61.09% califica la frecuencia de uso de computadora en negocio como bueno, del 100% de empresarios el 62.76% califica el uso de internet en el negocio como bueno, del 100% de empresarios el 50.21% califica la frecuencia de uso de página web sunat para negocio bueno, del 100% de empresarios el 57.32% califica la frecuencia de uso de página web google para su negocio bueno, del 100% de empresarios el 59.00% califica la importancia de uso de teléfono para el negocio bueno, del 100% de empresarios el 59.41% califica la importancia de tener una página web es regular, del 100% de empresarios el 70.29% califica la importancia de un software de gestión para el negocio malo, del 100% de empresarios el 71.13% califica la importancia de uso de correo electrónico para el negocio malo, del 100% de empresarios el 60.67% califica el uso de bleger para compartir información a clientes regular, del 100% de empresarios el 74.48% califica el uso del ERP para el negocios regular, del 100% de empresarios el 63.60% califica la importancia de redes sociales para interactuar con clientes regular, del 100% de empresarios el 60.25% califica la política y objetivos de calidad como bueno, del 100% de empresarios el 67.36% califica la delimitación de responsabilidad y autoridad para calidad como bueno, del 100% de empresarios el 58.58% califica la administración de Mype a través de los

procesos como bueno, del 100% de empresarios el 57.32% califica la evaluación de satisfacción del cliente como bueno. Concluye que: las principales características que tienen las TIC y que usan los pequeños empresarios industriales y artesanos de Trujillo APIAT en el año 2013 son la computadora, el internet y el teléfono; lo cual demuestra un interés por el uso de herramientas tecnológicas en su negocio. la mayoría de los representantes de las Mypes encuestadas de APIAT opinaron que califican como muy bueno y bueno el uso de computadora, el internet y el teléfono, demostrando de esta manera el uso constante de tic en el negocio; sin embargo, con respecto al uso de las redes sociales en la cual está incluido el Facebook, el resultado fue que la mayoría opinaron que el uso de las redes sociales es considerado como regular siendo de la aceptación mayoritaria de los microempresarios. las principales características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas (Mypes) de la asociación de pequeños industriales y artesanos de Trujillo apiat año 2013 son las políticas de calidad, la administración a través de procesos y la satisfacción de los clientes.

2.2 Bases teóricas de la investigación

Las Micro y Pequeñas empresas

Es importante conocer que es una micro y pequeña empresa, de acuerdo con la Ley, 28015 (2003) las micro y pequeñas empresas son:

Una unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (Texto Único Ordenado), de la Ley de

Competitividad, Formación y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. (p. 2)

A pesar de que existe esta ley aún siguen existiendo una gran parte de las micro y pequeñas empresas, que no están siendo asistidas por el gobierno, con la cual e impide su buen desempeño en el mercado.

Características de la ley MYPE 30056

Según la nueva Ley, 30056 (2013) en su artículo 5 nos dice que las micro, y pequeñas empresas deben ubicarse en alguna 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.
- 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 UIT. (Artículo 5)

Con esta nueva ley se están beneficiando ambas partes tanto la empresa como los trabajadores, ya que al incrementar el número de trabajadores, se puede generar empleo y la empresa podrá producir menores volúmenes.

Importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú

Las microempresas en el Perú vienen generando empleos, puestos de trabajo y mejor calidad de vida, pero ello esto requiere una inversión que haga posible el desarrollo de las empresas o negocios, también se necesita emplear estrategias que les

permitan mantenerse en el mercado laboral generando la maximización en sus ingresos. Tello indica:

La importancia de las mypes se evidencia desde distintos ángulos, en primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo, es interesante pues es como una herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo y asimismo contribuyan con la producción de su empresa, se promueven las pequeñas empresas porque generan empleo e innovación, brindándole capacitación, fuentes de crédito y normas promotoras. Se equivocan quienes creen que las pequeñas empresas es un fenómeno exótico de los países preindustriales del tercer mundo, basta contemplar los dos millones de pujantes de pequeñas y medianas empresas que progresan en Alemania abasteciendo a los gigantes de Volkswagen, Siemens, Basf o Bayer, en el Japón el 80% del producto bruto interno proviene de la pequeña y mediana industria, en los estados unidos la más importantes transnacionales de la información han salido del seno de la pequeñas empresas, Apple por ejemplo nació hace dos décadas en una cochera familiar con un capital de solo veinte mil dólares, y en nuestro país no nos quedamos atrás con grandes ejemplos de micro y pequeños empresarios ubicados en el emporio gamarra. (Tello, 2014, p.204).

Clases de micro y pequeñas empresas

Las PYMES, son organizaciones dedicadas a las actividades industriales y de servicios que combina capital, trabajo y medios productivos para obtener un bien

o servicio que se destina a satisfacer diversas necesidades en un sector determinado y en un mercado de consumidores; sin embargo las MYPES tiene un cierta diferencia que los hace clasificarse, en este sentido Huamán (2009) los menciona

MYPE de Acumulación. Las MYPES de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

MYPE de Subsistencia. Las MYPES de subsistencia son aquellas unidades económicas sin capacidad de generar utilidades, en detrimento de su capital, dedicándose a actividades que no requieren de transformación substancial de materiales o deben realizar dicha transformación con tecnología rudimentaria. Estas empresas proveen un “flujo de caja vital”, pero no inciden de modo significativo en la creación de empleo adicional remunerado.

Nuevos Emprendimientos. Los nuevos emprendimientos se entienden como aquellas iniciativas empresariales concebidas desde un enfoque de oportunidad, es decir como una opción superior de autorrealización y de generación de ingresos. El plan nacional enfatiza el hecho que los emprendimientos apuntan a la innovación, creatividad y cambio hacia una situación económica mejor y más deseable ya sea para iniciar un negocio como para mejorar y hacer más competitivas las empresas (párr. 8).

La gestión de calidad

Sistema de gestión de calidad

Se enfoca en brindar un control definido que permita seguir realizando todos los procesos de manera correcta, enfocándose en suplir las necesidades que se pueden presentar por parte de los clientes, en donde ser competitivos y obtener beneficios rentables para la empresa son los objetivos primordiales.

Es un proceso en el cual mejora el rendimiento, el desempeño y además facilita la satisfacción tanto de los trabajadores como de los clientes por eso el sistema de gestión de calidad es una forma de trabajar, mediante la cual una organización asegura la satisfacción de las necesidades de sus clientes, para lo cual planifica, mantiene y mejora continuamente el desempeño de sus procesos, bajo un esquema de eficiencia que le permite lograr ventajas competitivas.

Que beneficios tiene trabajar con un sistema de gestión de calidad:

Mejora continua de la calidad de los productos y servicios que ofrece.

Atención amable y oportuna a sus usuarios.

Transparencia en el desarrollo de procesos.

Aseguras el cumplimiento de objetivos, en apego a leyes y normas vigentes.

Reconocimiento de la importancia de sus procesos o interacciones.

Integración del trabajo, en armonía y enfocado a procesos.

Mejores niveles de satisfacción y opinión al cliente.

Aumento de productividad y eficiencia. (Yáñez, 2008 p.21).

Gestión de la calidad genera ventajas

Al desarrollar la gestión de la calidad, trae consigo muchas ventajas tanto para la empresa como para los colaboradores, es una herramienta estratégica que permite mejoras en la captación y satisfacción de los clientes, originando la creación de una gestión de calidad estructura y formalizada de manera correcta. Rodríguez suscribe:

La gestión de la calidad nació desde hace décadas en el sector industrial, del cual se nutre hoy el sector servicios en busca de conceptos y herramientas que mejoren la atención al cliente y la eficiencia operacional. Las entidades financieras no escapan a esta oportunidad. Las instituciones globales, han perfeccionado las estrategias de gestión de calidad, logrando excelentes resultados de crecimiento, reducción de costos e impulsando el servicio al cliente, es importante resaltar los benéficos y mejoras que trae ejecutar una gestión de calidad estructurada. (Rodríguez, 2017, p.1).

La gestión de calidad es un conjunto de actividades de la función general de la dirección, que determina la política de calidad, sus objetivos, procesos e indicadores, con las responsabilidades correspondientes. Tiene fundamento en la satisfacción de las necesidades de los clientes externos, sin desconocer que los clientes internos son muy importantes para el cumplimiento de los objetivos de la calidad (Aldana, 2015. p.37)

Para que una empresa se posicione y surga en el mercado que hoy en día se encuentra muy competitivo se necesita contar con una buena gestión de calidad, en la cual Gonzales define como:

La Gestión de Calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna. La literatura en este campo, apoyada en una amplia evidencia empírica, concluye que la competitividad empresarial, en un entorno turbulento como el actual, exige una orientación prioritaria hacia las mejoras de calidad. El fundamento de esta prescripción teórica es la existencia de una relación positiva entre la Gestión de Calidad y los resultados organizativos. La abundante literatura existente reposa en una hipótesis explícita la implantación de sistemas de gestión y mejora de la calidad permite alcanzar posiciones de mercado, competitivas y financieras mas fuertes. Simultáneamente, el proceso de difusión ha revelado una fructífera aproximación de Gestión de la Calidad al resto de funciones empresariales y directivas. (Camisón C. & Gonzales, 2006, p. 20).

Pola (2009) menciona sobre la gestión de calidad que:

Es el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función calidad en una empresa. Esta tarea consta principalmente de los siguientes aspectos.

- Definir las políticas de calidad de la empresa, en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio.
- Establecer objetivos claramente definidos, acordes con las políticas de la empresa.

- Realizar la planificación en base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.
- Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.
- Seleccionar y formar al personal para cada puesto de trabajo.
- Motivar a la gente para el logro de los objetivos.
- Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias. (p, 24)

Aplicación de la Gestión de Calidad

Para muchas empresas lo primordial sería incorporar la gestión de calidad de una manera muy fácil, pero para realizar lo dicho se necesita de mucha información y no es tan fácil como se cree, por lo que:

La Gestión de Calidad se aplica en cualquier organización tanto si opera para obtener beneficios; Asimismo se aplica no solamente a aquellas personas que trabajan por un salario, sino a todas las demás, porque la gestión de la calidad es inherente al comportamiento de las personas se aplica a los productos y servicios, datos información, decisiones y a las acciones, etc. La gestión de calidad tiene como objetivo la mejora de los procesos, productos y servicios de una organización y cada persona perteneciente a la misma debe contribuir de alguna forma a ese fin. (Espinoza, 2014, p. 26)

La gestión de calidad es un factor fundamental para todas las empresas ya que ese factor es la que va a dar el cambio en la empresa, es la que dará confianza a los

clientes al momento de comprar el producto o al momento de adquirir el servicio. También es fundamental para la mejorar el enlace con tus proveedores, tener oportunidades para surgir.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación son muy importantes para las empresas, por ello Andrada define como:

Los procesos y productos derivados de las nuevas tecnologías (hardware, software y canales de comunicación) relacionados con el almacenamiento, el procesamiento y la transmisión digitalizados de información, que permiten la adquisición, la producción el tratamiento, la comunicación, el registro y la presentación de la información en forma de voz, imágenes y datos. (Andrada, 2004, p.9)

Características de la Calidad

Las características de la Calidad son muy importantes para las micro y pequeñas empresas, por ello Benavides Velasco, C. A. nos menciona que:

En este subepígrafe se desarrolla una cuestión que admite diversas denominaciones. Así para Garvin (1987), los factores que inciden sobre cómo perciben los clientes la calidad constituyen las dimensiones de la calidad. Por nuestra parte, aunque consideremos el planteamiento de Garvin, hablaremos de características de la calidad. Entendemos por ellas «aquellos rasgos diferenciadores inherentes de un producto, proceso, sistema o servicio relacionados con un requisito.» El uso de esta denominación se justifica en el desarrollo que se realiza del resto del capítulo en el que se analizan la gestión de la calidad y los sistemas en los que ella se basa desde la

configuración que a éstos les da la familia de normas ISO 9000.(Benavides Velasco, 2003, p. 152)

Gestión de calidad y desempeño

La gestión de calidad nos permite conocer sobre el significado de lo que esto implica dentro de las pequeñas empresas y como se emplea ya que viene a ser un factor indispensable, trae consigo un mejor desempeño de las personas, así como de un buen funcionamiento en todos los niveles de la empresa, consiguiendo la productividad y rentabilidad. Camisón determina que:

La gestión de calidad integra dentro de un enfoque estratégico, el tratamiento de la calidad en la empresa y se sustenta en los principios de orientación al cliente, mejora continua, enfoque en las personas y visión global de la organización. Tiene sus orígenes en el llamado “movimiento de calidad” surgido en Japón, en los años cincuenta, más concretamente llamado el control de calidad total, cuyo fundador fue feigenbaum. El concepto gestión de calidad ha ido evolucionando desde su nacimiento, aunque todavía hoy no existe consenso sobre su definición, no obstante, sí que existen diferentes aportaciones de las instituciones, líderes y de autores importantes en este campo, dado que se tiene que tener más conocimiento y consideración en lo que abarca la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas. (Camisón, 2009, p.10).

Procesos y productos derivados de las nuevas tecnologías

Si miramos a nuestro alrededor, veremos que nuestra vida cotidiana está poblada de objetos tecnológicos y que el ser humano ocupa un lugar fundamental en los distintos pasos que permiten idear, investigar, desarrollar e innovar para obtener productos tecnológicos como resultado de diferentes procesos que involucran el uso de materiales, energía, tecnología y personas capacitadas. A estos productos se los llama activos tangibles, porque tienen forma física, se los puede tocar y ver. Un ejemplo: Nuestro teléfono celular. (Andrada, 2004, p.9).

El Almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de información son principales factores en toda organización ya que hoy en día el mundo de la tecnología a avanzado y es por ello saber sus definiciones y como nos ayudaran en un futuro a la reducción de costos y posicionarse en el mercado como:

El proceso de transformación, de guardar, operar y enviar/recibir información bajo el formato digital; es decir, información expresada bajo la llamada lógica de dos estados posibles: tensión eléctrica baja y alta, representada habitualmente como ceros y unos, respectivamente. Estamos hablando de la codificación de la información en sistema binario.

Uno de los aspectos más importantes de nuestra cultura actual es que el estado de desarrollo de internet hoy, que se conoce como web 2.0, ha planteado a la gente una digitalización creciente de su vida cotidiana a través de las computadoras y todos los dispositivos relacionados: cámaras digitales, pendrives, tv, reproductores de música digital, por ejemplo. El eje principal de esta digitalización es el teléfono celular, que hace converger múltiples funciones en un único aparato.

Sin embargo, tenemos muchísima información aun no digitalizada o en vías de sufrir ese proceso. Un ejemplo muy valioso es la reciente inauguración en la web de la biblioteca Mundial de la UNESCO. (p. 12)

La gestión de calidad en los procesos es fundamental, ya que, al momento de la elaboración de los productos, teniendo la materia prima de calidad y el buen proceso de calidad, va a dar los mejores resultados al momento de finalizar el proceso de la elaboración del producto.

La adquisición, producción, tratamiento, comunicación, registro y presentación de la información son herramientas en las que Andrada define como:

Los dispositivos de captura de información, llamados sensores, son aquellos que nos permiten introducir información en la computadora desde fuentes diversa y acerca de los temas más disimiles, como fenómenos de la naturaleza, misiones en el espacio, experimentos científicos, procesos industriales, experiencias sensoriales y hasta emocionales. Existen sensores ópticos, de movimiento, de temperatura, de presión, etc.; que son utilizados en distintas aplicaciones de captura de datos. Un ejemplo: las consolas de juego o PlayStation, que traen accesorios con sensores de movimiento, cuyo controlador dispone de una gran precisión a la hora de jugar a algunos minijuegos como el tenis, la esgrima e incluso el paintball, un juego de estrategia muy confundido y practicado en la vida real. (p.12)

En esta instancia aparece una característica muy importante de la información: su inmaterialidad, determinada por la posibilidad que brinda el hecho de que dicha información puede ser digitalizada. (p. 12)

Las TIC convierten la información, tradicionalmente sujeta a un medio físico, en inmaterial. Mediante la digitalización es posible almacenar grandes cantidades de información, en dispositivos físicos de pequeño tamaño (discos, CD, memorias USB, etc.) A su vez, los usuarios pueden acceder a información ubicada en dispositivos electrónicos lejanos, que se transmite utilizando las redes de comunicación de una forma transparente e inmaterial. (Andrada, 2004, p. 12)

Las tic como señala el autor es fundamental, pues señala que antes se utilizaban disquetes yd y otros más, antes no se veía que tengan USB o que tengan otras cosas que ahora no hay, es por ello que las tecnologías de información y comunicación en los sectores públicos y Mypes se definen como:

El impacto de esta tecnología se detecta en una infinidad de actos cotidianos que van desde la compra de boletos aéreos a la interacción con el sector público (para obtener un certificado, participar en las compras públicas, que representan una cuota importante del PBI, pagar impuestos), de la información médica al juego y a la comunicación entre personas en fin el modus operandi de la sociedad moderna y de sus instituciones públicas y privadas se ve profundamente modificado. Lo que hace unos años se definía como el “tsunami” de las nuevas tecnologías ha afectado también al sector empresarial. La adopción de TIC en las empresas se ha sucedido en etapas. Si bien con altas y bajas, en general las grandes empresas han mantenido las inversiones en sistemas de soporte a sus funciones empresariales desde hace varias décadas, por ejemplo, en sistema de intercambio electrónico de datos en cierta medida las grandes empresas han señalado (y lo siguen haciendo) el camino a las empresas de menor tamaño. Con la simplificación y reducción de los costos de la tecnología, los servicios que antes estaban al alcance de las grandes empresas – poco a poco se han

difundido a medianas y hasta pequeñas empresas, especialmente durante el boom de internet de los años 1990, pero los errores, fueron rápidamente absorbidos y sus lecciones incorporadas en mejores prácticas. (Cazorzi, 2011, p. 24)

Las tecnologías de información y de la comunicación son importante para la empresa ya que les va ayudar a mejorar los procesos del software y hardware, para mejorar. También es fundamental contar con una computadora, contar con páginas web, contar con las redes sociales, todo eso es fundamental para la empresa, al momento de dar a conocer su producto o para la comunicación. En fundamento hablando de tecnología, la tecnología avanza rápido, hace 50 años no se tenía celular, y hoy en día todos tienen un celular en la mano y tienen facilidades al momento de la compra, también el internet de 4g que hay hoy en día, antes se tenía 3g y la señal era muy recayente era muy lento se podría decir o se caía y se tenía que arreglar como una semana. Las comunicaciones son medios fundamentales para poder dar a conocer tu producto, o para reclutar a sus trabajadores, la comunicación puede ser de boca a boca, se puede utilizar la radio, o la televisión. Aunque hoy en día se utiliza mas las redes sociales para promocionar sus productos ya que son más baratos al momento del pago. El Facebook cuando quieres crear una pagina y quieres dar a conocer a mas personas, tienes que pagar un mínimo porcentaje.

Uso estratégico de las TIC

La valoración principal de las Tecnologías de información y Control tienen usos estratégicos en las que Rodríguez Bermúdez, J. R. (2015) señala como:

Los profesores, investigadores y consultores de dirección de las tecnologías acostumbramos a promover el valor de las TIC más allá del soporte a los procesos

ordinarios del negocio y la reducción de los riesgos operativos, los riesgos de fallar. O sea, las TIC no solo deberían servir para hacer que las cosas funcionen, sino aportar valor o ventaja estratégica que permita a la empresa competir mejor. Para este fin, acudimos a las teorías de Michael Porter, el mayor gurú de la estrategia: el modelo de la cadena de valor interna y extendida y los procesos del core business, el análisis de la atractividad de un sector (el modelo de las “cinco fuerzas”), las estrategias competitivas genéricas, la naturaleza dual de la tecnología (fuente de ventaja competitiva y de riesgo estratégico a la vez) y particularmente, el rol de Internet, y aún más allá, la ventaja competitiva de las regiones y naciones y la creación de clusters tecnológicos y de innovación. Todo esto es guay, o a mí me lo parece, pero entiendo bien que para muchos estudiantes y practicantes de perfil más tecnológico resulte una colección de palabrería “de letras”, de la que cuesta sacar algo en claro como usos concretos de las TIC como:

- Reducir los costes propios de cada proceso y de la coordinación de procesos internos. Es el caso de la implantación de sistemas de información de empresa (ERP y otros) que permiten ejercicios de reingeniería, como Cisco con la implantación de Oracle, o el uso de Internet para minimizar el coste de las ventas y el inventario, como en el caso de Dell Computer. (p. 33)
- Reducir los costes de colaborar con otros y los costes de los propios clientes, proveedores y socios de negocio. Es el caso de los sistemas de información entre empresas, la segunda generación de ERP, como los que usan Wal-Mart, Procter y Gamble o, en el mundo de Internet, la plataforma eBay. (p. 33)
- Hacer la empresa más ágil, reduciendo los tiempos para llegar al mercado o servir a los clientes. Es el caso de Zara, para conocer en el momento los

inventarios de todas sus tiendas y almacenes, rellenar semanalmente los lineales con nuevos productos y diseñar y entregar decenas de nuevas colecciones cada año. (p. 33)

- Invertir en nuevos canales y puntos de venta, como es el caso de Roca, facilitando a los puntos de venta y clientes el diseño personalizado de sus baños y cocinas o el de Apple o Nespresso, creando una experiencia exclusiva de cliente en sus tiendas. (p. 33)
- Promover y facilitar el crecimiento. La tecnología se ha convertido en un facilitador estratégico de los procesos de expansión territorial y de las fusiones y adquisiciones. En nuestro entorno, el Banc Sabadell o el bufete Cuatrecasas son una referencia. (p. 34)

2.3 Marco conceptual

Micro y Pequeña Empresa (MYPE)

Las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuesto para motos, están en vía de desarrollo y es por ello que necesitan implementar diferentes estrategias para seguir su camino hacia su mercado meta y no quedarse en pleno crecimiento, es por ello la micro y pequeña empresa, que puede ser natural o jurídica, puede tener diferente forma de organización, en la cual se dedica al desarrollo de actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio. Las características de las MYPE, según el cual una MYPE debe reunir dos criterios, uno es la cantidad de empleados y el otro el monto de las ventas anuales equivalentes a Unidades Impositivas Tributarias (UIT)

Tecnologías de la información y la comunicación

Es el conjunto de recursos, técnicas y procedimientos usadas en el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información que van de la mano con la Tecnología, así mismo también se puede incorporar un concepto de telecomunicación y hacer referencia a un dispositivo muy distinto a la que tradicionalmente se entiende por computadora pues podría llevarse a cabo, por ejemplo, con un teléfono móvil o una Tablet y la Tecnología seguirá avanzando y cada vez aparecerán más cosas tecnológicas.

Gestión

Se conceptualiza como la acción de administrar algo, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer, dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación. La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión también la podemos definir como la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Calidad

Es el conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. En la cual la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo es una fijación mental del cliente que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad de este para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse con el contexto que se esté considerando.

III. HIPOTESIS

En la presente investigación no se planteó una hipótesis, debido a que es una investigación de tipo descriptivo, el cual tiene un objetivo claro del detallar las características más relevantes de la Gestión de Calidad con el uso de las tecnologías de Información y de la comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, así mismo el diseño es no experimental.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el diseño no experimental, transversal, descriptivo de propuesta. Fue no experimental porque la variable capacitación no ha variado y se describe tal como se presentó en las micro y pequeñas del sector comercio – rubro venta de accesorios y repuestos para motos, en el Distrito de Santa, Provincia del Santa, año 2017. Fue Transversal porque tuvo un espacio de tiempo determinado con un inicio y un fin, este estudio se desarrolló específicamente en el año 2017 y fue descriptivo, Porque se describió las características de la variable capacitación de las Micro y pequeñas empresas en estudio, la variable y sobre ello se realizó una propuesta de mejora.

Hernández (2004) Transversal: es aquella investigación que se centra en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo, en este diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (párr. 2).

Peña (2012) Descriptivo: es un método que se basa en la observación, por lo que son de gran importancia los cuatro factores psicológicos: atención, sensación, percepción y reflexión. El problema principal de dicho método reside en el control de las amenazas que contaminen la validez interna y externa de la investigación. (p.6).

4.2 Población y Muestra

\boxed{M} \longrightarrow O Donde que:

M: representa la muestra.

O: Representa la observamos.

Población: Se usó una población de 8 micros y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito de Santa, año 2017.

Muestra: Se determinó una muestra de 6 micro y pequeñas empresas del sector y ámbito estudio, las cuales fueron seleccionadas a través de un muestreo no probabilístico “Muestra dirigida” y que estuvieron dispuestas a participar en la presente investigación.

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación	La gestión de la calidad es gestionar todos los procesos de una empresa, basándose en la calidad y permitirá obtener el máximo de ventajas competitivas y la satisfacción total de los clientes.	La gestión de calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión con la ayuda de las Tecnologías de Información y Comunicación para almacenar información y recuperarla después, enviar y	Edad	a) 18 – 30 Años b) 31 – 50 Años c) 51 a más	Razón
			Genero	a) Masculino b) Femenino	Nominal
			Grado de Instrucción	a) Primaria b) Secundaria c) Superior no universitaria d) Superior universitaria	Ordinal
			Cargo que desempeña	a) Dueño b) Administrador	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años	Razón
			Tiempo de	a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años	

		recibir información de un sitio a otro.	permanencia en el rubro	c) 7 a más años	Razón
			Número de Trabajadores	a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores	Razón
			Las personas que trabajan en su empresa son	a) Familiares b) Personas no familiares.	Nominal
			Objetivo de creación	a) Generar ganancia b) Subsistencia	Nominal
			Termino de gestión de calidad	a) Si b) No	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad	a) Benchmarking b) Red corporativas c) empowerment d) Las 5 s e) outsourcing f) otros	Nominal
			Dificultades para implementar la gestión de calidad	a) Poca iniciativa b) Aprendizaje lento c) No se adapta a los cambios d) Desconocimiento del puesto e) otros	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	a) La observación b) La evaluación c) Escala de puntuaciones d) Evaluacion de 360° e) otros	Nominal

			La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	a) Si b) No	Nominal
			La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos	a) Si b) No	Nominal
			Conoce las Tecnologías de Información y Control	a) Si b) No	Nominal
			Cuenta con algún dispositivo para poder comunicarse con sus trabajadores de su empresa	a) Si b) No	Nominal
			Importancia de un sistema de seguridad para su empresa	a) Si b) No	Nominal
			Importancia de la tecnología para dar a conocer su empresa	a) Si b) No	Nominal
			Utiliza las redes para dar a conocer su empresa	a) Si b) No	Nominal

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se ha utilizado la técnica de la encuesta y como instrumento se aplicó un cuestionario de 23 preguntas distribuidos de la siguiente manera en las características de representantes, características de las Mypes y de la variable de las Tecnologías de Información y Control.

Fajardo (2018) El cuestionario: Es el instrumento que tiene forma material impresa o digital, utilizado para registrar la información que proviene de personas que participan en una encuesta, en una entrevista o en otros procedimientos como son los experimentos. (párr. 4).

4.5 Plan de Análisis

Los resultados fueron obtenidos mediante la encuesta se aplicó el cuestionario de preguntas a los representantes obteniendo los resultados de las variables de las cuales dieron información adecuada según la temática de las preguntas de las encuestas y fueron procesadas a través de tabulaciones la cual consistía en facilitar al momento de ver los resultados de las preguntas realizadas. En algunos casos no ha querido dar información para lo cual se ha dado una muestra dirigida y luego se ha trabajado en gabinete utilizando programa de Microsoft Word, Excel, Figuras y tablas que se presentó teniendo ya consigo el cuadro de tabulación y asimismo un prototipo de elaboración de resultados por parte del docente de investigación en la plataforma virtual del curso, la elaboración del cuadro de resultados consistía de 3 tablas, tabla 1, respecto a las características de los representantes, tabla 2, características de las micro y pequeñas empresas y tabla 3, características de la gestión de calidad con el uso de la Tecnología de Comunicación y Control en las micro y pequeñas empresas.

4.6 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	METODOLOGÍA		
			POBLACION Y MUESTRA	METODO	TECNICA E INSTRUMENTO
¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información, Comunicación y propuesta de mejora de las Micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro accesorios y repuestos para motos en el Distrito de Santa, provincial del Santa, año 2017?	<p>Objetivo general</p> <p>¿Determinar la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro accesorios y repuestos para motos, en el Distrito de Santa, Provincia del Santa, año 2017?</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos del Distrito de Santa, año 2017</p> <p>Establecer las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos,</p>	Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación.	<p>Población: Estuvo determinada por 8 micro y pequeñas empresas de la provincia del santa registradas oficialmente en Santa.</p> <p>Muestra: La muestra esta conformada de 6 micro y pequeñas empresas la cual se determinó por la aplicación de una formula muestral para la población.</p>	<p>Diseño de la investigación</p> <p>El diseño de la investigación es, no Experimental, transversal descriptivo de propuesta.</p> <p>Es no experimental, porque se estudió conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones ,</p> <p>Es transversal, porque se estudió en un espacio de tiempo determinado donde se tiene un inicio y un fin,</p> <p>Es descriptivo de propuesta porque solo se describió las características más relevantes de las Micro y pequeñas empresas,</p>	<p>Técnica Encuesta Se encuestó a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos del Distrito de Santa, año 2017</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p> <p>Se empleó un cuestionario con preguntas muy bien estructuradas sobre la gestión de calidad y las TIC de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos del Distrito de</p>

	<p>del Distrito de Santa, año 2017.</p> <p>Describir las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito de Santa, año 2017.</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito de Santa, año 2017</p>			<p>representantes y la variable en estudio y sobre ese resultado se elaboró una propuesta de mejora</p>	<p>Santa, año 2017.</p>
--	--	--	--	---	-------------------------

4.7 Principios Éticos

Esta presente investigación se elaboró basado en los siguientes principios tales como; Principio de Respeto a la persona. Respetando ideas y comentarios de los representantes de la Micro y pequeñas empresas consideren, es confidencial porque solamente se publica la información que el representante de la Micro y pequeña empresa autorice. Asimismo, beneficencia, porque se respeta los derechos del autor aumentando los beneficios y disminuyendo los daños o perjuicios. Es confiable, porque los datos son reales y obtenidos de la misma organización, diarios, blog, etc.

Beneficencia y no mal eficiencia, porque la información obtenida fue de uso para fines académicos, respetando el bienestar en todo momento de las personas voluntarias que participaron en la investigación.

Justicia, porque el trabajo de investigación se realizó bajo el cumplimiento de las normas y reglamentos de la universidad, y haciendo uso de las buenas practicas académicas teniendo en cuenta el trato equitativo con las personas que participaron el proceso de la investigación.

Integridad científica: Se consideró este principio ético, ya que se toma como referencia a los diferentes autores para las bases de esta investigación sin manipular sus afirmaciones.

Consentimiento informado y expreso: La información publicada se hizo con el consentimiento de las personas involucradas en la investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de las empresas de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuesto para motos, del Distrito de Santa, año 2017.

Características	n	%
Edad		
18 – 30 años	0	0.00
31 – 50 años	4	67.00
51 a más años	2	33.00
Total	6	100.00
Genero		
Masculino	6	100.00
Femenino	0	0.00
Total	6	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	1	16.00
Primaria	4	67.00
Secundaria	1	17.00
Superior no universitario	0	0.00
Superior universitario	0	0.00
Total	6	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	6	100.00
Administrador	0	0.00
Total	6	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	1	17.00
4 a 6 años	0	0.00
7 a más años	5	83.00
Total	6	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito del Santa, año 2017.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

Características	n	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	1	17.00
4 a 6 años	0	0.00
7 a más años	5	83.00
Total	6	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	6	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	6	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son		
Familiar	5	83.00
Persona no familiar	1	17.00
Total	6	100.00
Objetivo de la creación de la empresa		
Generar ganancia	6	100.00
Subsistencia	0	0.00
Total	6	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito de Santa, año 2017.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

Características	n	%
Conocimiento sobre la gestión de calidad		
Si	2	33.00
No	4	67.00
Total	6	100.00
Técnicas de gestión de calidad		
Benchmarking	0	0.00
Red-corporativas	0	0.00
Las 5 a	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	6	100.00
Total	6	100.00
Dificultades para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	0	0.00
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	1	17.00
Otros	5	83.00
Total	6	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	6	100.000
La evaluación	0	0.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	6	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	5	83.00
No	1	17.00
Total	6	100.00

Continúa...

Continúa tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

Características	n	%
La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización		
Si	5	83.00
No	1	17.00
Total	6	100.00
Conocimiento del término Tecnologías de información y comunicación		
Si	0	0.00
No	6	100.00
Total	6	100.00
Aplicación de gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes		
Si	2	33.00
No	4	67.00
Total	6	100.00
Implemento de una computadora en su empresa		
Si	4	67.00
No	2	33.00
Total	6	100.00
Sistema de pago a través de visa o PayPal		
Si	0	0.00
No	6	100.00
Total	6	100.00
Dispositivo para poder comunicarse con sus trabajadores de su empresa		
Si	6	100.00
No	0	0.00
Total	6	100.00
Importancia de un sistema de seguridad para su empresa		
Si	6	100.00
No	0	0.00
Total	6	100.00

Continúa...

Continúa tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

Características	n	%
Importancia de la tecnología para dar a conocer su empresa		
Si	6	100.00
No	0	0.00
Total	6	100.00
Uso de las redes sociales para dar a conocer su empresa		
Si	4	67.00
No	2	33.00
Total	6	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito del Santa, año 2017.

Tabla 4

Elaboración de la propuesta de mejora en base a los resultados de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

Problema	Causa	Solución – Aplicación de mejora	Responsable
Termino gestión de Calidad	Conformismo del propietario	Implementar el sistema de gestión de calidad, mayor capacitación en el tema.	Administrador/propietario
Dificultades para la implementación de una adecuada Gestión de Calidad	Falta de interés y desmotivación personal.	Capacitar al personal constantemente sobre temas de atención al cliente, como brindar un mejor servicio.	Administrador/propietario
Desconocimiento de las Tecnologías de Comunicación y Control	Falta de estudios instructivos para llevar una empresa, no acepta los cambios.	Innovar con las estrategias de las TIC e implementarlas con conocimiento y asesoramiento.	Administrador/propietario
No cuenta con productos de calidad	Desconoce sobre las características de la Calidad del producto	Implementar reuniones e discutir sobre los productos de calidad	Administrador/propietario

Continúa....,

Continúa.....

Problema	Causa	Solución – Aplicación de mejora	Responsable
Poca atracción de clientes	Falta de conocimiento para hacer conocer sus servicios	Aplicación de los diferentes tipos de comunicación, implementación del marketing	Administrador/propietario
No implementan herramientas de las TIC	Poca iniciativa para implementar y ejercer las herramientas	Desarrollo de las herramientas, aplicar la forma de percibir información (visual, verbal, auditivo)	Administrador/propietario
No implementa las redes sociales	Falta de conocimiento para difundir sus servicios	Implementar el uso de las redes sociales, implementar mayor publicidad.	Administrador/propietario
No implementa sistemas de seguridad	Conformismo y poca iniciativa del propietario	Implementación de un sistema de seguridad, alarmas	Administrador/propietario

5.2 Análisis de resultado

Respecto al objetivo N° 01: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del Distrito de Santa, año 2017.

- El 67.00 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años, en la cual se asemeja a Antúnez (2017) que llegó al siguiente resultado el 72.70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31-50 años, lo cual contrasta con Yaurequi (2017) quien obtuvo como resultados que el 50.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 18-30 años.
- El 100.00% de los representantes son de sexo masculino, lo cual corrobora con Vilca (2015) quien obtuvo el siguiente resultado: El 56.00% de los representantes legales encuestados de las micro y pequeñas empresas son del sexo masculino.
- El 67.00% de los representantes solo tienen primaria, esto hace referencia a que mayormente en este rubro las personas no tienen conocimiento o no tienen los estudios necesarios para llevar una organización.
- El 100.00% de los representantes señalan que son dueño de sus negocios, mayormente se genera por falta de recursos o por desconfianza, esto se asemeja a Gamarra (2017) que en su proyecto de investigación tuvo el siguiente resultado; el 67.00% de los representantes son dueño de su propio negocio.
- El 83.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más en el cargo, esto nos hace referencia que mayormente los dueños manejan su

propio negocio, la cual contrasta con Palma (2016) que el 83.00% señala que las micro y pequeñas empresas son administradas por sus propios dueños.

Respecto al objetivo N°2: Determinar las características de las micro y pequeñas empresas de sector comercio - rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

- El 83.00% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a de tiempo de permanencia en el mercado, esto da a entender que la mayoría de las micro y pequeñas empresas están sujetas a leyes, normas y regulaciones legales por el estado, tanto por su antigüedad. lo cual es similar a Huertas (2015) que obtuvo el siguiente resultado que el 85.00% de las Micro y pequeñas empresas tienen de 3 a más de 5 años en el rubro y por otro lado contrasta con Antúnez (2017) quien obtuvo el siguiente resultado que el 68.20% de las micro y pequeñas empresas tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, en la cual se asemeja con Vilca (2015) que obtuvo el siguiente resultado. El 61.00% de las micro y pequeñas empresas se dedica al comercio por más de 03 años respectivamente.

- El 100.00% de los representantes tienen a sus trabajadores de 1 a 5, lo cual es similar a Antúnez (2017) quien obtuvo el siguiente resultado que el 63.60% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores.

- El 83.00% de las personas que trabajan en la organización son familiares del dueño, esto quiere decir que el dueño tiene más confianza con su familia y opta por contratarlos.

- El 100.00% de los representantes de las Mype se formaron con el fin de obtener ganancias, lo que se asemeja a Gamarra (2017) que indica que el 61.00% de las Mypes fueron creadas con la finalidad de generar ganancia, lo que también concuerda con Palma (2016) donde afirma que en su mayoría de las micro y pequeñas empresas se formaron para generar ganancias.

Respecto al objetivo N°03: La gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de santa, año 2017.

- El 67.00% de los representantes encuestados no conoce sobre el tema de gestión de calidad, esto coincide con Mogollón (2017) que tuvo el siguiente resultado el 75.00% no conoce sobre el tema de gestión de calidad, lo que no coincide con Mendoza (2016) que obtuvo el siguiente resultado el 67.00% si conocen las normas ISO de certificación a la calidad.

- El 100.00% no conocen sobre las técnicas de gestión de calidad, lo que coincide con Palma (2016) que obtuvo los siguientes resultados el 66.60% de las micro y pequeñas empresas no conocen ninguna de las técnicas modernas de gestión de calidad, esto nos da a conocer que hoy en día se implementa muy poco o casi nada la gestión de calidad.

- El 83.00% de los representantes de las Mypes encuestadas mencionan que el grado de calidad de su producto es buena, la cual coincide con Antúnez (2017) quien obtuvo el siguiente resultado que el 59.10% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si aplican una gestión de calidad, cabe precisar que los representantes de las Mypes están tomando más coincidencia sobre la calidad que se da en sus productos.

- El 83.00% de los representantes de las Mypes mencionan que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio, muchos de los representantes afirman que la gestión de calidad es positiva para su empresa, pero muy poco lo practican o no tienen conocimiento de ello,
- El 83.00% de los representantes de las Mypes mencionan que la gestione calidad si ayuda a alcanzar su objetivo y metas trazadas en la organización, lo que coincide con Valera (2011) donde obtuvo el siguiente resultado el 80.00% de los encuestados si tienen idea de que la gestión de calidad ayuda a las metas de la organización.
- El 100.00% de los representantes de las Mypes no conocen sobre el termino de Tecnologías de Información y Comunicación, esto nos hace referencia a que muy poco se utilizan las tecnologías de información y comunicación en este rubro, por motivos de educación o falta de interés.
- El 67.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas mencionan que si cuentan con una computadora en su empresa, son pocas las empresas que cuentan con una computa e insuficiente para poder llevar a cabo su inventario o poder realizar sus contabilidad.
- El 100.00% de los representantes de las Mypes encuestadas señalan que no cuentan con un sistema de pago a través de visa o PayPal, la totalidad nos hace referencia que no tienen conocimiento y no se adaptan al cambio, al mundo de la tecnología.
- El 100.00% de los representantes de las Mypes encuestadas mencionan que si cuentan con algún dispositivo para poder comunicarse con sus trabajadores de su empresa,

mayormente el representante utiliza el dispositivo del teléfono celular para poderse comunicar.

- El 100.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si creen que es importante para su empresa contar con un sistema de seguridad, señalan que un buen sistema de seguridad como alarmas, les ayuda a evitar posibles robos.

- El 100.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas si creen que la tecnología es un factor importante para dar a conocer su empresa, aunque la mayoría no esta acostumbrada a la tecnología, pues pero tampoco se niegan al cambio, señalan que con un poco de empeño y esfuerzo van a poner a favor y sacaran provecho al máximo.

- El 67.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas encuestadas si utilizan las redes sociales para que den a conocer su empresa, es una de las rvedes que utiliza para poder dar a conocer su negocio y poder dar a conocer sus promociones a bajos precios y con gran acogida.

PROPUESTA DE MEJORA

1. Datos generales

Las tiendas de repuestos y accesorios para motos ubicados en el distrito de Santa en su mayoría tienen más de 5 años de antigüedad, en sus inicios estas empresas fueron creadas por personas con grado de instrucción primaria y algunos sin estudios, sin embargo eran personas emprendedoras que soñaban con lograr el éxito en este sector, cabe decir que los primeros locales en donde se ofrecían estos servicios eran en sus propias viviendas.

2. Misión

Brindar productos y servicios basados en la gestión de calidad, utilizando productos de muy buena calidad, ofrecida a través de un excelente servicio, logrado mediante una capacitación continua de nuestros colaboradores que se identifican plenamente con la esencia de la Organización.

3. Visión

Consolidarnos en el mercado de ventas de repuestos y accesorios para motos, ofreciendo calidad, confianza. Seguridad, innovación de nuestros productos y un excelente servicio.

4. Objetivos

“Mejorar los ingresos en un 10% en los próximos 3 meses”.

“Mejorar la satisfacción del cliente en un 10%”.

“Mejorar la visibilidad en los diferentes canales online”.

“Mejorar la estrategia de fidelización de clientes”.

“Incrementar la visibilidad de la empresa en Internet aumentando los canales”.

“Evaluar los proyectos y priorizar los más importantes”.

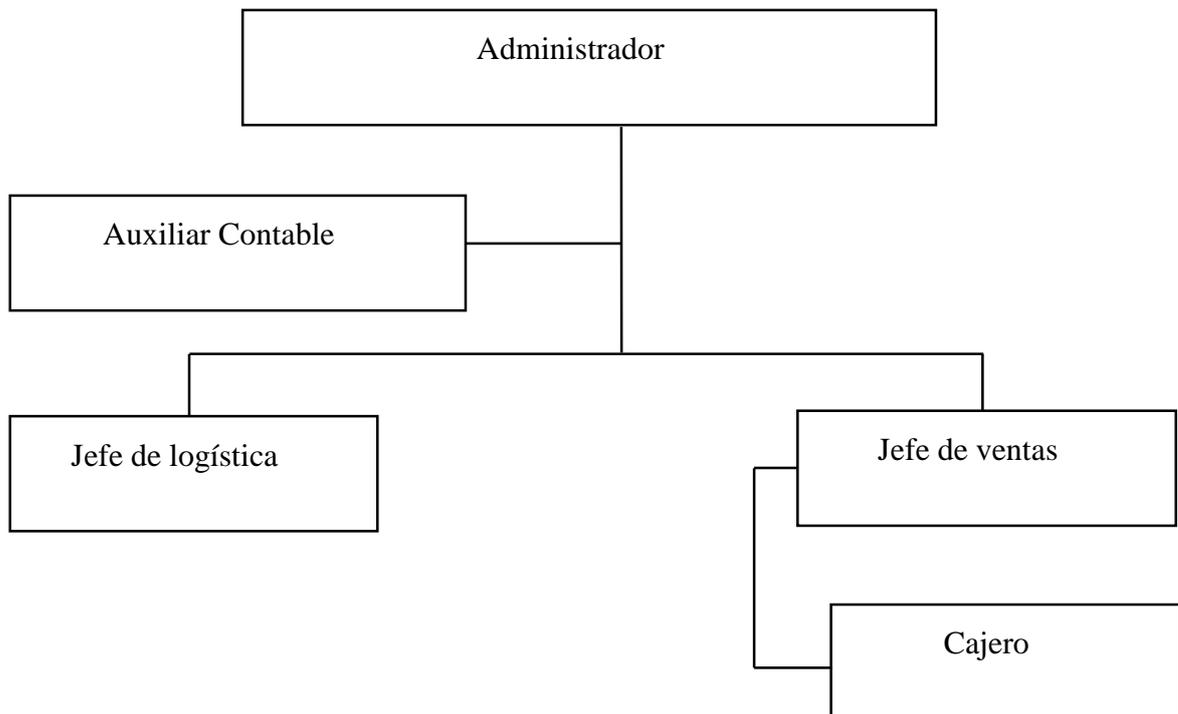
“Comercializar nuestros productos a través de las Redes Sociales”.

“Conocer gustos y preferencias de nuestros clientes habituales”.

5. Productos y/o servicios

Las micro y Pequeñas empresas de este rubro de ventas de accesorios y repuestos para motos, ofrece una variedad de productos de una buena calidad y un buen servicio en atención al cliente con personal calificado, brindando seguridad en sus vehículos y satisfacción de los clientes.

6. Organigrama de la empresa



6.1 Descripción del Funcionamiento

Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 2 años como administrador en una empresa comercial. • Titulación universitaria Superior preferentemente Económicas o Administración de Empresas. • Estudios de especialización en Dirección Financiera. • Conocimientos de contabilidad, matemáticas financieras, legislación mercantil y fiscal, análisis de inversiones, mercados de capitales.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. • Conducir al equipo encargada de la implementación y administración de los acuerdos. • Coordinar en forma permanente a diferente nivel para una prestación oportuna y de calidad, según la normatividad vigente. • Implementar un Sistema de Control que enfatice en la supervisión, monitoreo, seguimiento y evaluación de las metas y de la calidad de las afiliaciones y prestaciones y servicios.
Cargo	Auxiliar contable
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 2 años como auxiliar contable. • Titulado o bachiller en Contabilidad. • Estudios de capacitación contable, tributario y costos • Manejo de los programas de Office (Word, Excel) • Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Diseña, gestiona y ejecuta las estrategias económicas y financieras de una empresa. • Interpreta la información contable para el planeamiento, el control y la toma de decisiones. • Forma parte de las decisiones gerenciales, en base a la interpretación de la información contable y financiera. • Administra e identifica los riesgos financieros en las organizaciones. • Administra y supervisa los estados contables históricos y proyectados, presupuestos y sistemas de costos de la empresa

Cargo	Jefe de Almacén
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 1 año en el área logística y almacén. • Estudios Técnico en Administración Logística • Habilidades para organizar el trabajo, establecer relaciones interpersonales, supervisar personal, realizar cálculos numéricos, redactar informes y negociar y analizar
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar la organización de los materiales y productos almacenados. • Controlar que la mercadería adquirida cumpla los requisitos de calidad y costo. • Ver que los productos estén en stock. • Recepcionar que los productos que ingresan al almacén estén en las mejores condiciones.
Cargo	Jefe de Almacén
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 1 año en el área logística y almacén. • Estudios Técnico en Administración Logística • Habilidades para organizar el trabajo, establecer relaciones interpersonales, supervisar personal, realizar cálculos numéricos, redactar informes y negociar y analizar
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar la organización de los materiales y productos almacenados. • Controlar que la mercadería adquirida cumpla los requisitos de calidad y costo. • Ver que los productos estén en stock. • Recepcionar que los productos que ingresan al almacén estén en las mejores condiciones.
Cargo	Jefe de Ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 01 año en Ventas Intangibles (Asesor Ventas y Servicios, Vendedor de Campo) • Titulación universitaria Superior preferentemente Económicas o Administración de Empresas. • Capacitación en temas de negociación con clientes y proveedores.
funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Generar y/o desarrollar cartera de clientes nuevos individuales.

	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con el modelo de ventas y prospección diaria, efectuando llamadas, agendando citas y visitas a clientes con el objetivo de cumplir la cuota asignada. • Reportar diariamente las ventas nuevas realizadas para el pago de las comisiones respectivas.
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de 1 año como cajero en alguna empresa comercial. • Título Técnico de Instituto en administración o contabilidad.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y darles la bienvenida a los clientes. • Registrar los productos adquiridos diariamente, escaneando el código de barras o ingresando el número de identificación en las cajas registradores. • Recibir pagos y dar el cambio, además de elaborar y entregar facturas. • Brindar a los clientes servicios posteriores a la venta en términos de reparaciones, devoluciones o cambio de mercancía. • Dar respuesta a las inquietudes de los clientes brindando asistencia sobre los procedimientos y políticas del establecimiento.

1.2 Diagnostico General

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<p>O1 Tendencia favorable de los indicadores económicos del país que proyectan mejoras en la economía de los diferentes sectores.</p> <p>O2. Desarrollo de nuevos convenios con empresas del sector de comercio.</p> <p>O3. Pocos competidores en venta de accesorios y repuestos.</p> <p>O4. Empresas ubicadas en torno al negocio que podrían ser clientes potenciales.</p>	<p>A1. Presencia de gran número de venta de repuestos y accesorios.</p> <p>A2. Estrategias agresivas que realicen los competidores actuales.</p> <p>A3. Reducción de la oferta de repuestos y accesorios japonés.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1. Personal técnico de motos especializado.</p> <p>F2. Diversidad y calidad de repuestos.</p> <p>F3. Calidad en la atención al cliente.</p> <p>F4. Rápida entrega de los pedidos.</p> <p>F5. Ubicación del local en zona comercial</p>	<p>F – O</p> <p>Consolidar alianzas y convenios con empresas estratégicas que permitan lograr un posicionamiento de la organización basado en : Calidad de los productos, excelencia en el servicio y un ambiente agradable.O5, F1, F2,F3,F4</p>	<p>F – A</p> <p>Fortalecer la innovación y calidad de los repuestos y accesorios, así como potenciar el servicio al cliente para enfrentar estrategias agresivas que realicen los competidores actuales y no se afecte la demanda de los clientes. A2,A6,F1, F5</p>
<p>Debilidades</p> <p>D1. Planeamiento estratégico no formalizado.</p> <p>D2. El registro de ventas y costos es manual y no permite tener información a tiempo real.</p> <p>D4. No existe una política de retención del talento humano.</p> <p>D5. No existe un sistema de evaluación de desempeño del personal.</p>	<p>D – O</p> <p>Crear un software para el registro de ventas y costos con el fin de mejorar las decisiones de inversión, del mismo modo capacitar al recurso humanos para el uso de dicho software de esta manera se logrará mejora el talento humano, y por ende mejorar los indicadores económicos. D2, D4, O1,03</p>	<p>D – A</p> <p>Desarrollar estrategias de Marketing que fomenten las visitas a las empresas, a fin de lograr un posicionamiento que destaque por la propuesta de valor brindada. A2,A6,D1</p>

2. Indicadores de Gestión

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Nivel de ventas.	La ventas se encuentran estancadas	Mejorar la calidad de los productos y servicios, a través del estudio de mercado. Aplicar el marketing mix y de servicios para incrementar las ventas
Participación en el mercado	Se desconoce la participación de mercado.	Investigar los ingresos por ventas de los competidores directos.
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	La satisfacción regular	Mejorar los procesos de atención al cliente. Crear un flujograma de servicios. Crear un buzón de sugerencias y reclamos Aplicar encuestas de satisfacción.
Posicionamiento frente a la competencia	La marca no es muy reconocida	Crear un sitio web empresarial. Crear un plan de marketing.
Rentabilidad de la empresa	Se desconoce la rentabilidad de las empresas	Identificar los ingresos y egresos de la empresa mediante un flujo de caja económico y financiero.
Nivel de endeudamiento	Se trabaja con finamiento	Tomar buena decisiones de inversión
Cumplimiento del programa de entregas	Los productos se entregan al instante	En este caso la entrega del producto depende mucho de los requisitos que cumpla el cliente, por lo tanto, se le debe dar la información necesaria del cliente antes de adquirir un producto.

3. Problemas

Problemas	Acción de mejora
Desconocimiento de la gestión de calidad	Buscar asesoramiento para mejorar la capacidades en el tema de gestión de calidad
Poca iniciativa del personal	Mejorar el clima laboral Crear un plan de incentivos
Se mide el rendimiento a través de la observación	Investigar que otras técnicas de evaluación de desempeño se pueden aplicar.
No se cuenta con un sistema de pago a través de visa o PayPal	Implementar un sistema de pago a través de visa o PayPal

4. Establecer Soluciones

9.1 Establecer Soluciones

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Buscar asesoramiento para mejorar la capacidades en el tema de gestión de calidad	Puede que el personal muestre resistencia al cambio	10 días	Mejorar las capacidades y habilidades del personal en el tema de gestión de calidad.	Identificar la persona encargada o el asesor para la capacitación en gestión de calidad.
2	Mejorar el clima laboral Crear un plan de incentivos	Quizá el personal no este conforme con las estrategias para mejorar el clima laboral	10 días	Mejorar la iniciativa y motivación del personal	Aplicar una encuesta de satisfacción a los trabajadores.
3	Investigar que otras técnicas de evaluación de desempeño se pueden aplicar.	Puede que las técnicas no se adapten a las empresas	10 días	Conseguir aplicar otras herramientas para medir el desempeño del colaborador.	Identificar las técnicas de medición de rendimiento que se pueden adaptar a la empresa

4	Implementar un sistema de pago a través de visa o PayPal	Puede que el personal no se adapte a esta nueva herramienta.	10 días	Mejorar el posicionamiento de la marca. Marcar la diferencia frente a los competidores.	Identificar la forma de pago o adquisición de esta herramienta.
---	--	--	---------	---	---

4.2 Estrategias que desea implementar

ÁREA DE MEJORA N°1: Recursos humanos	
Descripción del problema	El personal muestra poca iniciativa en la implantación de la gestión de calidad
Causas que provocan el problema	Baja productividad, insatisfacción del personal y mal clima laboral
Objetivo a conseguir	Mejorar la iniciativa y motivación del personal
Acciones de mejora	Mejorar la organización interna Otorgar reconocimientos al personal Mejorar las relaciones laborales
Beneficios esperados	Mejoramiento de la eficiencia en el proceso de organización Se generará una mejor satisfacción del trabajador Mejoramiento ambiente laboral

5. Recursos para la implementación de las estrategias

- ✓ Humanos
- ✓ Económicos
- ✓ Tecnológicos

6. Esquematizar las estrategias

- ✓ Establecer acciones
- ✓ Estrategias
- ✓ Humanos
- ✓ Económicos
- ✓ Tecnológicos
- ✓ Establecer el tiempo del desarrollo (de cada estrategia).

Establecer acciones	Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
Buscar asesoramiento para mejorar la capacidades en el tema de gestión de calidad	Identificar la persona encargada o el asesor para la capacitación en gestión de calidad.	Administrador	s/. 1300.00	Uso de las TICS, en este caso uso de las computadoras	10 días
Mejorar el clima laboral Crear un plan de incentivos	Crear oportunidades de crecimiento profesional Implementar un programa de incentivos	Administrador	s/. 600.00	Base de datos	10 días
Investigar que otras técnicas de evaluación de desempeño se pueden aplicar.	Identificar las técnicas de medición de rendimiento que se pueden adaptar a la empresa	Administrador	s/. 300.00	Informes	10 días
Implementar un sistema de pago a través de visa o PayPal	Identificar la forma de pago o adquisición de esta herramienta. Capacitar al personal para el uso de esta herramienta.	Administrador	s/. 2000.00	Informes	10 días

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de 31 a 49 años de edad, el total es del sexo masculino, así mismo la mayoría tiene el grado de instrucción primaria, y la totalidad de los encargados son dueños de la empresa y la mayoría de los representantes encuestados tienen 7 años siendo dueños de las micro y pequeñas empresas.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años de permanencia en el mercado, la totalidad de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores, así mismo la totalidad de los representantes encuestados señalan que las personas que trabajan en la Mype son familiares, la totalidad de las micro y pequeñas empresas se formaron para generar rentabilidad.

La mayoría de los representantes no conocen sobre el tema de gestión de calidad, la totalidad no conocen sobre las técnicas de gestión de calidad, además la mayoría de los representantes encuestados han presentado diferentes dificultades para implementar la gestión de calidad, la totalidad de los representantes de las Mypes la técnica que utiliza para medir el rendimiento de su personal es la observación, y los representantes señalan que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio, en la que la mayoría de los representantes mencionan que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar sus objetivos y metas trazadas de la organización, y su totalidad de los representantes de las Mypes no conocen sobre el termino de tecnología de información y comunicación, también nos indica que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas no aplican la gestión de calidad en el servicio que brindan a sus clientes, la mayoría de los representantes mencionan que si

cuentan con una computadora en su empresa, y señalan que las Mypes no cuentan con un sistema de pago a través de visa o PayPal, en tanto su totalidad de los representantes de las Mypes si cuentan con algún dispositivo para poder comunicarse con sus trabajadores, y también si creen que es importante un sistema de seguridad para su empresa, también señalan que si creen que la tecnología es importante para dar a conocer su empresa y la memoria de los representantes encuestados si utilizan las redes sociales para que den a conocer su empresa.

Se elaboró el plan de mejora en base a los resultados de la investigación, con la finalidad de cumplir con sus objetivos mejorando establecer las estrategias que permitan aplicar una adecuada gestión de calidad y brindando productos y servicios de mayor calidad, llegando a la satisfacción de los clientes.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Implementar los tipos de tics, como el de gestionar pedidos, promocionar productos, conocer mejor a los clientes y reducir sus costos, la gran mayoría de los propietarios de las Mypes no aprovecha de una manera adecuada los tics. Se les recomienda que sigan capacitándose en su sector ya que el hecho de contar con estudios superiores universitarios les ayudara a que con capacitaciones adecuadas pueda tener mejores conocimientos de herramientas administrativas para generar rentabilidad de manera eficiente.

Orientar en mejorar sus procesos de adquisición y compra de sus productos para tener a sus clientes satisfechos, implantando requisitos mínimos y estándares de calidad. Deben implantarse técnicas para la identificación de problemas y solución que no impidan una buena gestión, mantener una capacitación constante en sus colaboradores dado que al tener nuevos conocimientos este tendrá mejor rendimiento, lo cual llevara a que la MYPE genere más ganancias.

Capacitar al representante como a los colaboradores con respecto a las técnicas de gestión de calidad, ello ayudara a que estos puedan tener un mejor conocimiento del puesto de trabajo, hoy en día, las empresas se decantan por la implementación de distintas herramientas o estrategias que les ayuden a alcanzar sus objetivos, en pos de adquirir ventajas competitivas respecto a la competencia. Esto explica claramente el papel fundamental que juegan las TIC y las herramientas que colaboran en la toma de decisiones para de esta manera lograr que su negocio quede consolidado en la mente del consumidor y una posición en el mercado.

Ejecutar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación, para mejorar su nivel y capacidad en la empresa, la cual se verán reflejados en los resultados positivos a largo y mediano plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Atao E. (2008). *Importancia de las micros y pequeñas empresas en el mundo*. LIMA.

Recuperado:

<http://www.mundomype.com/articulos/ImportanciadelasMyPEsenelMundo.pdf>

Benavides Velasco, C. A. (2003). *Gestión del conocimiento y calidad total*. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/53033?page=152>.

Chafloque, J. (2014). *El marketing estratégico y su incidencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo del rubro de hoteles y restaurantes de la provincia de Chiclayo, año 2014*. Recuperado.

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035960>

Camisón C. (2009). *Gestión de calidad y desempeño* recuperado de:

<http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/33356>

Chafloque, J. (2014). *El marketing estratégico y su incidencia en la rentabilidad de las micros y pequeñas empresas* Recuperado de

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035960>

Comelio, U. (2014). *Caracterización del financiamiento de la mypes*. Recuperado de

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000038671>

Escobedo A. (2016). “*caracterización del financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías, casco urbano del distrito de Chimbote*” recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039738>

Fajardo M. (2018). “Diferencias entre cuestionario y encuesta” Recuperado de:

<http://uvsfajardo.sld.cu/diferencia-entre-cuestionario-y-encuesta>

- Hernández, L (2015). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio rubro restaurantes del distrito de la esperanza, año 2014*, Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000037811>
- Hernández R. (2004). “Investigación no experimental” Recuperado de:
https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_no_experimental Ley 28015 (2003). “ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” recuperado de:
<http://www.leyes.congreso.gob.pe/documentos/leyes/28015.pdf>
- Huertas P. (2014) “*Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías de la ciudad de Sullana, año 2014*” Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039726>
- Hernández R. (2004). “Investigación no experimental” Recuperado de:
https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_no_experimental
- Hilario R. (2007). *Una mirada a las políticas a favor de las MYPES en América Latina. Lima*. Recuperado: <http://www.comercio.com> Ley 28015 (2003). “ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa” recuperado de:
<http://www.leyes.congreso.gob.pe/documentos/leyes/28015.pdf>
- Marroquín R. (2012). “Metodología de la investigación” Recuperado de:
http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Martell, B. (2013). *Gestión del marketing para lograr la rentabilidad para las mypes*. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000027853>
- Mendivil. (2008). *Análisis y propuestas para la formalización de las micro y pequeñas empresas*, recuperado:
<http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtm>

- Pola Maseda, Á. (2009) *Gestión de la calidad*. Barcelona, Spain: Marcombo.
Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/45847>
- Reyna R. (2008) “*Incidencia del financiamiento y la capacitación en la micro y pequeñas empresas del sector comercio estaciones de servicio y su implicancia en el desarrollo socioeconómico del distrito Nuevo Chimbote*. Tesis de Maestría en Contabilidad universidad los Ángeles de Chimbote” Chimbote
- Rodríguez D. (2017). *Gestión de calidad* listín diario.
Recuperado de <https://www.listindiario.com/economia/2017/11/13/490254/gestion-de-calidad-genera-ventajas-en-el-sector-financiero>
- Rodríguez Bermúdez, J. R. (2015) *Usos estratégicos de las TIC*. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/57677?page=30>.
- Salamanca, S. (2011). *La gestión del marketing digital para lograr la rentabilidad de las MYPES en el distrito de Pueblo Libre año 2012*. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000027853>
- SUNAT. (2010) *Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña, Ley MYPE. DECRETO SUPREMO* Recuperado: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normasLegales.html>.
- Sutton C. (2008). *Capacitación del personal. Argentina* recuperado: <http://www.monografias.com/trabajos16/capacitacion-personal/capacitacion->
- Vargas M. (2005) *El financiamiento como estrategia de desarrollo para las medianas empresas en Lima Metropolitana*. Tesis UNMSM. UPGFCA
- Vilca, S. (2015). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir del distrito de Juliaca, provincia de san Román, periodo 2013-2014*. Recuperado <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/45>

Vilca, S. (2015). *Caracterización del financiamiento, la capacitación y la Cruz, Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1038>

Yáñez C. (2008), *sistema de gestión de calidad* recuperado de: <http://internacionaleventos.com/articulos/articuloiso.pdf>

Zapata L. (2004). *Los determinantes de la generación y la transferencia del conocimiento en pequeñas y medianas empresas del sector de las tecnologías de la información de Barcelona*. Universidad Autónoma de Barcelona.

ANEXOS

Anexo n°1

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
N°	ACTIVIDADES	Año 2017				Año 2018				Año 2019				Año 2020						
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Cocurricular		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del proyecto	x																		
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		x																	
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			x																
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				x															
5	Mejora del marco teórico y metodológico					x														
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información						x													
7	Elaboración del consentimiento informado							x												
8	Recolección de datos								x											
9	Presentación de resultados									x										
10	Análisis e interpretación de los resultados										x									
11	redacción del informe											x								
12	revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación												x							
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación													x						
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														x					
15	Redacción de artículo científico															x				
16	Revisión del informe de tesis y articulo científicos																x			
17	Pre banca																	x		
18	Sustentación del informe final																		x	

Anexo 2. presupuesto

Presupuesto desembolsable estudiante			
Categorías	Base	% Numero	Total (S/.)
Suministros			
Impresiones	70.00	0.2	14.00
Fotocopias	80.00	0.1	8.00
Empastado	0.00	0	0.00
Papel Bond A 4 (500 Hojas)	2.00	22.5	45.00
Lapiceros	3.00	0.8	2.40
Servicios			0.00
Uso del turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			169.40
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar la información	120.00	1	120.00
Sub total			120.00
Taller de investigación			0.00
Matricula	300.00	1	300.00
Pensión	850.00	2	1700.00
Sub total			2000.00
Total de presupuesto desembolsable			2289.40
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% Numero	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			2941.40

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante

Anexo 3. Cuadro de Sondeo

CUADRO DE SONDEO

Nombre de ventas de repuestos y accesorios para motos	Nombre del propietario	Dirección
El Pilas	Fernando Cabanillas López	Avenida S/N las ponceanas
Tisho	José campos Zavaleta	Jiron, Pachacutec
El chino	anónimo	Jirón rio Santa mz D Lt 12
El chimbotano	Fernando Vázquez Ramírez	Auxiliar panamericano norte
Honda	Anónimo	San Carlos – jirón Pachitea
K & L	Jorge balta Saavedra	Jiron-juan julio peralta

Anexo 4 Consentimiento Informado

Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

Estimado señor (a)

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación titulada Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 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 la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 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 la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 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 la gestión de calidad con el uso del marketing 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: Santisteban Campos Fredy Cirilo. El celular 968493786, o al correo: Fredy.sc27@hotmail.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

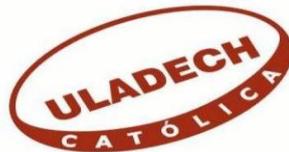
Firma Participante

Nombre del Investigador

Firma del Investigador

Fecha

Hora



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **“Gestión de Calidad con el uso de las tecnologías de información, comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de santa, año 2017”**. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

Nombre del representante y / o Administrador:
_____ Marcar con una (X) la respuesta adecuada.

I. GENERALIDADES

**1.1. REFERENTE A 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

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

a) Si

b) No

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

a) Benchmarking

b) red-corporativas

c) empowerment

d) las 5

e) outsourcing

f) otros

12. ¿Qué dificultades 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

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

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

a) si

b) no

15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar objetivos y metas trazados por la organización.

a) Si

b) No

**2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS:
TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.**

16. ¿Conoce el termino de Tecnologías de Información y Comunicación?

a) Si

b) No

17. ¿Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes?

a) Si

b) No

18. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

a) Si

b) No

19. ¿Cuenta con sistema de pago a través de visa o PayPal?

a) Si

b) No

20. ¿Cuenta con algún dispositivo para poder comunicarse con sus trabajadores en su empresa?

a) Si

b) No

21. ¿Cree usted que es importante un sistema de seguridad para su empresa?

a) Si

b) No

22. ¿Cree usted que la tecnología es importante para dar a conocer su empresa?

a) Si

b) No

23. ¿Utiliza las redes para dar a conocer su empresa? a) Si

b) No

Anexo 6. Hoja de tabulaciones

Tabla 1.

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuesto para moto, del Distrito de Santa, año 2017.

N°	Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	Edad	18 – 30 años		0	0.0
		31 – 50 años	IIII	4	67.0
		51 a más años	II	2	33.0
		Total	IIII II	6	100.0
2	Genero	Masculino	IIII II	6	100.0
		Femenino		0	0.0
		Total	IIII II	6	100.0
3	Grado de instrucción	sin instrucción	I	1	16.0
		Primaria	IIII	4	67.0
		Secundaria	I	1	17.0
		Superior no universitario		0	0.0
		Superior universitario		0	10.0
		Total	IIII II	6	100.0
4	Cargo que desempeña	Dueño	IIII II	6	100.0
		Administrador		0	0.0
		Total	IIII II	6	100.0
5	Tiempo que desempeña en el cargo	0 a 3 años	I	1	17.0
		4 a 6 años		0	0.0
		7 a más años	IIII I	5	83.0
		Total	IIII II	6	100.0

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para moto, del distrito de Santa, año 2017.

N°	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
6	Tiempo de la permanencia de la empresa en el rubro	0 a 3 años	I	1	17.0
		4 a 6 años		0	0.0
		7 a más años	IIII I	5	83.0
		Total	IIII II	6	100.0
7	Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIII II	6	100.0
		6 a 10 trabajadores		0	0.0
		11 a más trabajadores		0	0.0
		Total	IIII II	6	100.0
8	Las personas que trabajan en su empresa son	Familiares	IIII I	5	83.0
		personas no familiares	I	1	17.0
		total	IIII II	6	100.0
9	Objetivo de la creación de la empresa	Generar ganancia	IIII II	6	100.0
		Subsistencia		0	0.0
		Total	IIII II	6	100.0

Tabla 3.

Características de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

N°	Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
10	Conoce sobre gestión de calidad	Si	II	2	33.0
		No	IIII	4	67.0
		Total	IIII II	6	100.0
11	Que técnicas de gestión de calidad conoce	Benchmarking		0	0.0
		Red-corporativas		0	0.0
		Empowerment		0	0.0
		Las 5 a		0	0.0
		Outsourcing		0	0.0
		Otros	IIII II	6	100.0
		Total	IIII II	6	100.0
12	Que dificultades presenta para la implementación de gestión de calidad	Poca iniciativa		0	0.0
		Aprendizaje lento		0	0.0
		No se adapta a los cambios		0	0.0
		Desconocimiento del puesto	I	1	17.0
		Otros	IIII I	5	83.0
		Total	IIII II	6	100.0

13	Que técnicas conoce para medir el rendimiento del personal	La observación	IIII II	6	100.0
		La evaluación		0	0.0
		Escala de puntuaciones		0	0.0
		Evacuación de 360°		0	0.0
		Otros		0	0.0
		Total	IIII II	6	100.0
14	La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si	IIII I	5	83.0
		No	I	1	17.0
		Total	IIII II	6	100.0
15	La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización	Si	IIII I	5	83.0
		No	I	1	17.0
		Total	IIII II	6	100.0
16	Conoce el termino de Tecnologías de información y comunicación	Si		0	0.0
		No	IIII II	6	100.0
		Total	IIII II	6	100.0
17	Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes	Si	II	2	33.0
		No	IIII	4	67.0
		Total	IIII II	6	100.0

18	Cuenta con una computadora en su empresa	Si	IIII	4	67.0
		No	II	2	33.0
		Total	IIII II	6	100.0
19	Cuenta con sistema de pago a través de visa o PayPal	Si		0	0.0
		No	IIII II	6	100.0
		Total	IIII II	6	100.0
20	Cuenta con algún dispositivo para poder comunicarse con sus trabajadores en su empresa	Si	IIII II	6	100.0
		No		0	0.0
		Total	IIII II	6	100.0
21	Cree usted que es importante un sistema de seguridad para su empresa	Si	IIII II	6	100.0
		No		0	0.0
		Total	IIII II	6	100.0
22	Cree usted que la tecnología es importante para dar a conocer su empresa	Si	IIII II	6	100.0
		No		0	0.0
		Total	IIII II	6	100.0
23	Utiliza las redes para dar a conocer su empresa	Si	IIII	4	67.0
		No	II	2	33.0
		Total	IIII II	6	100

Anexo 7. Figuras

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

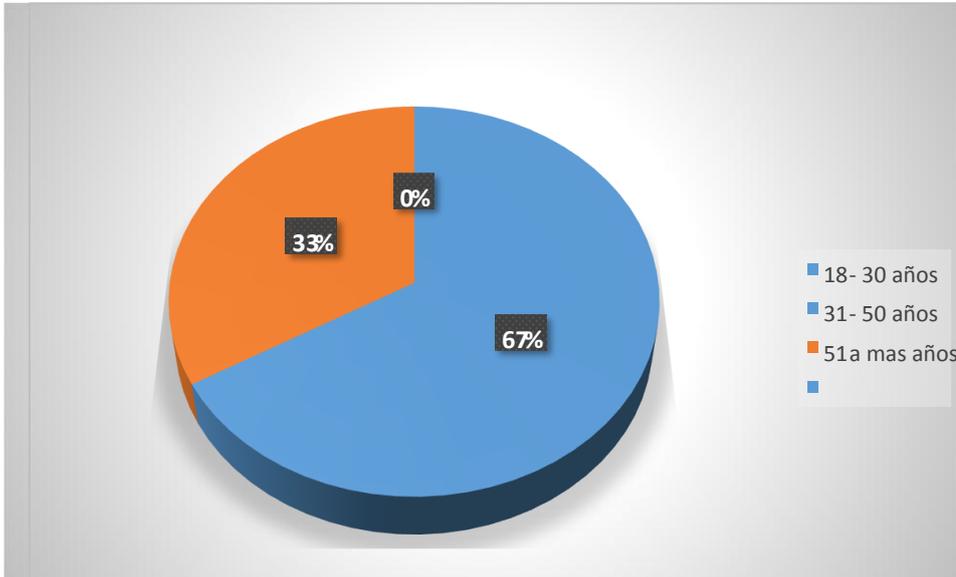


Figura 1. Edad

Fuente, tabla 1

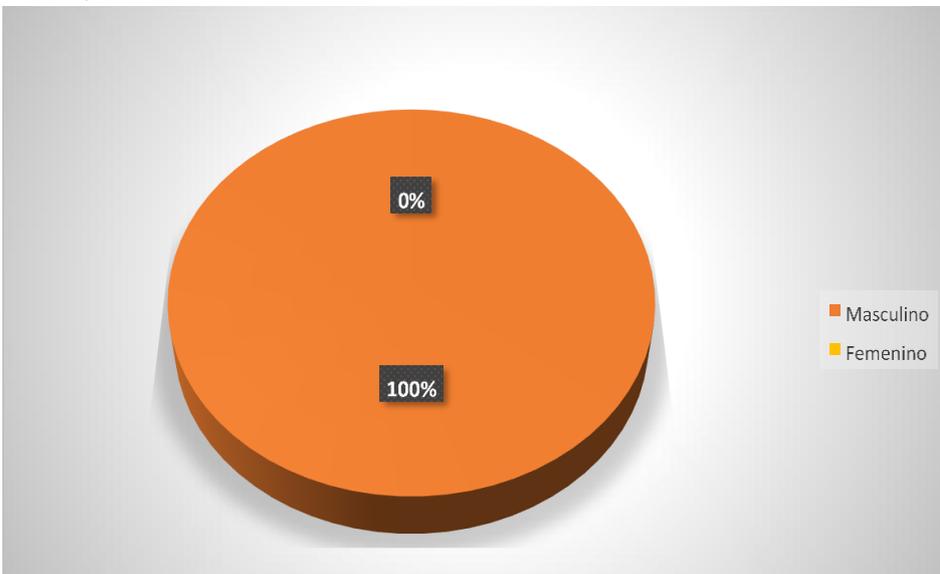


Figura 2. Géneros

Fuente, tabla 1

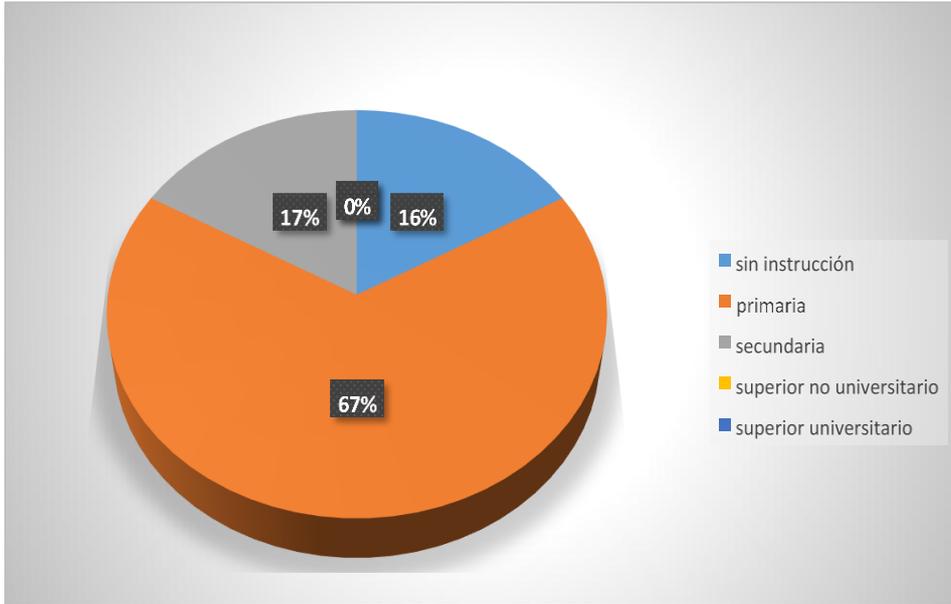


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente, tabla 1

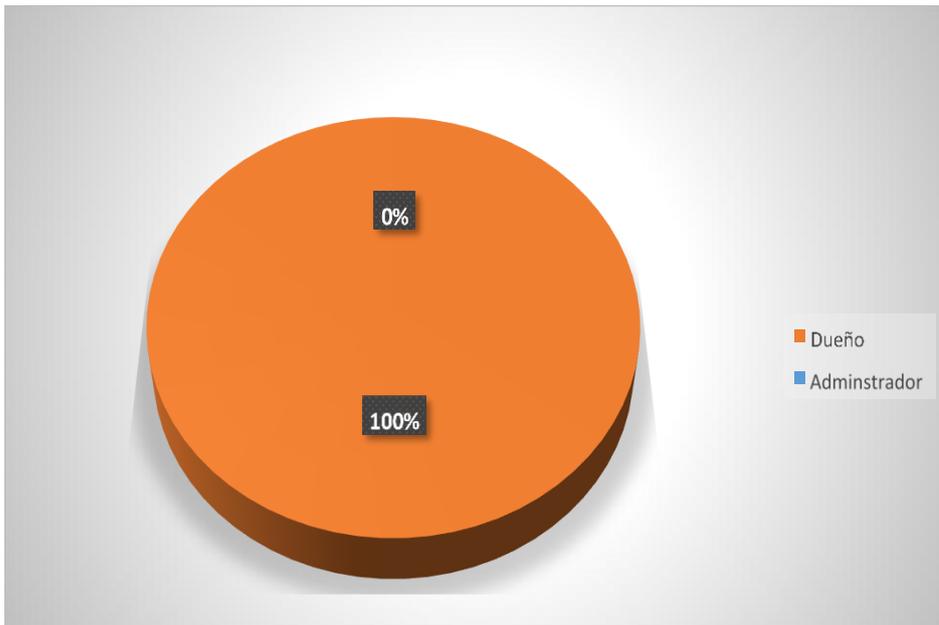


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente, tabla 1

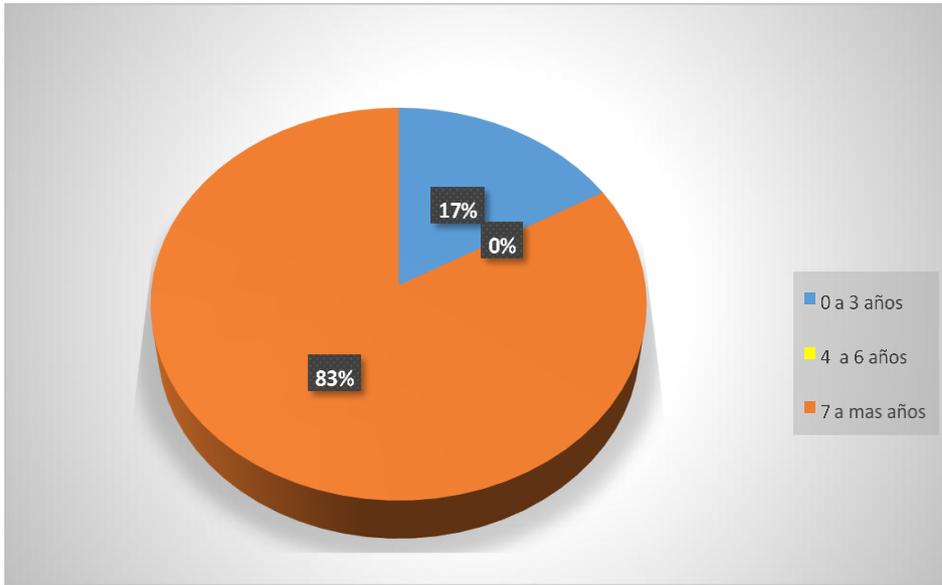


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente, tabla 1

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

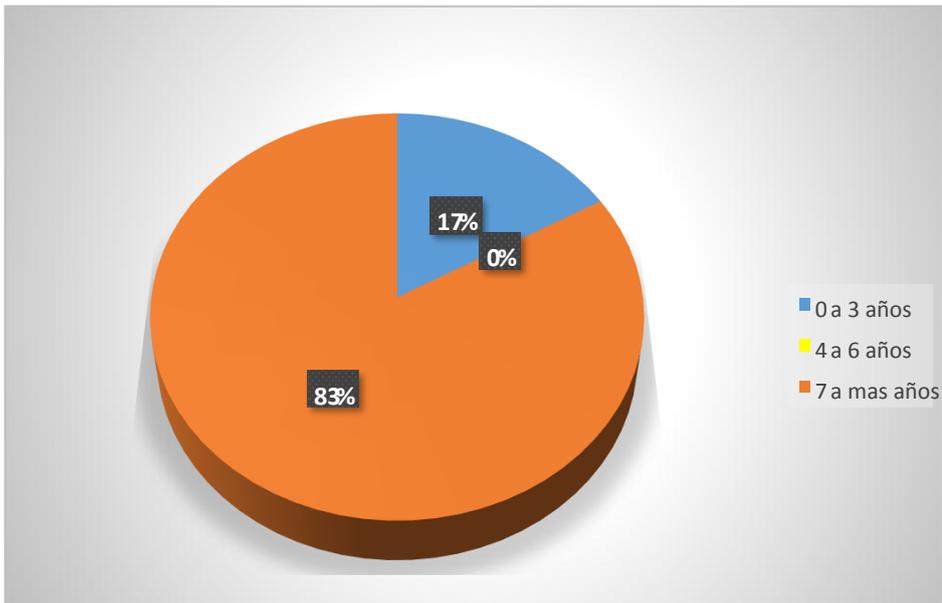


Figura 6. Tiempo de la empresa en el rubro

Fuente, tabla 2

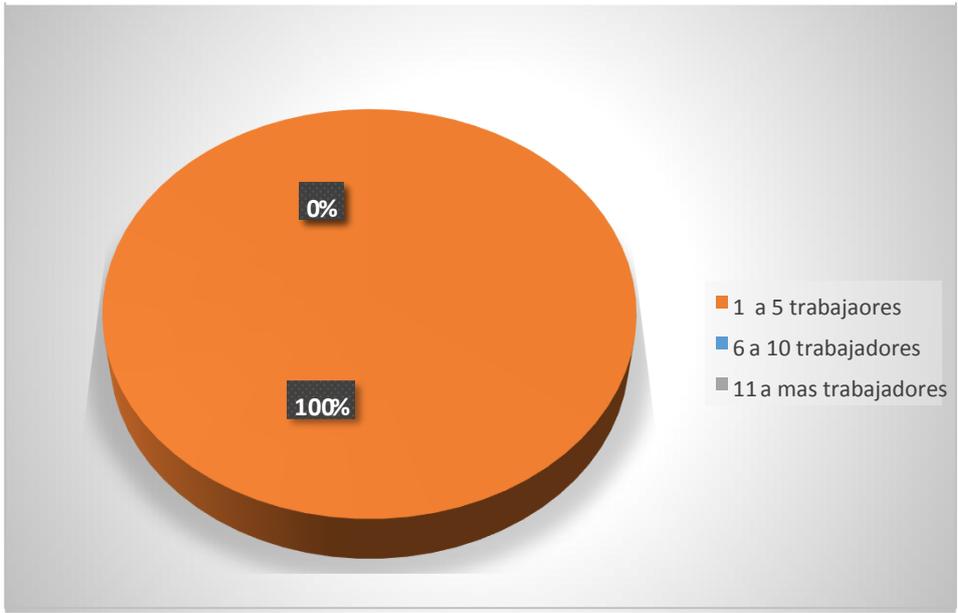


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente, tabla 2

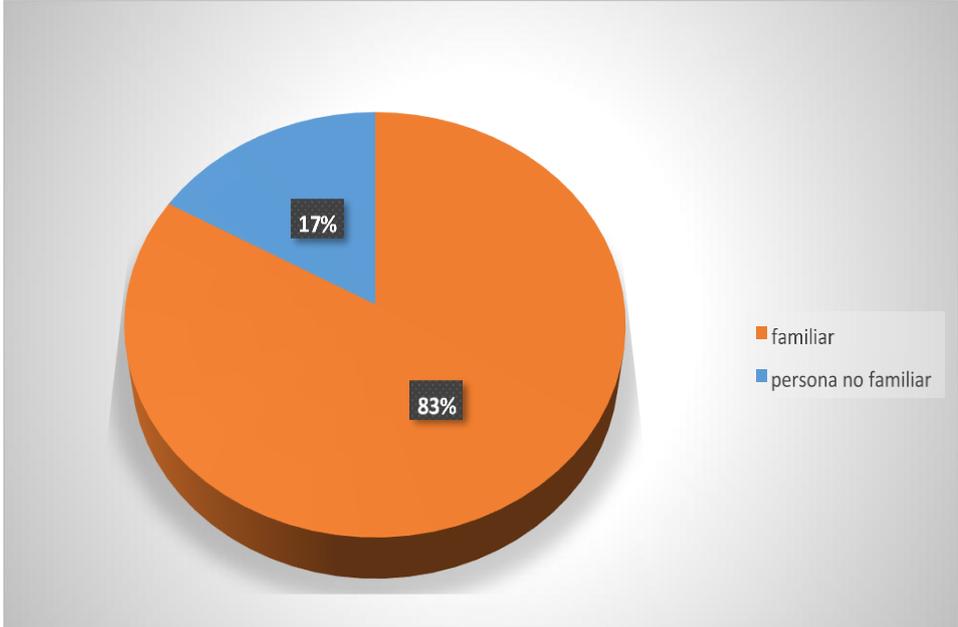


Figura 8. Las personas que trabajan en su empresa son

Fuente, tabla 2

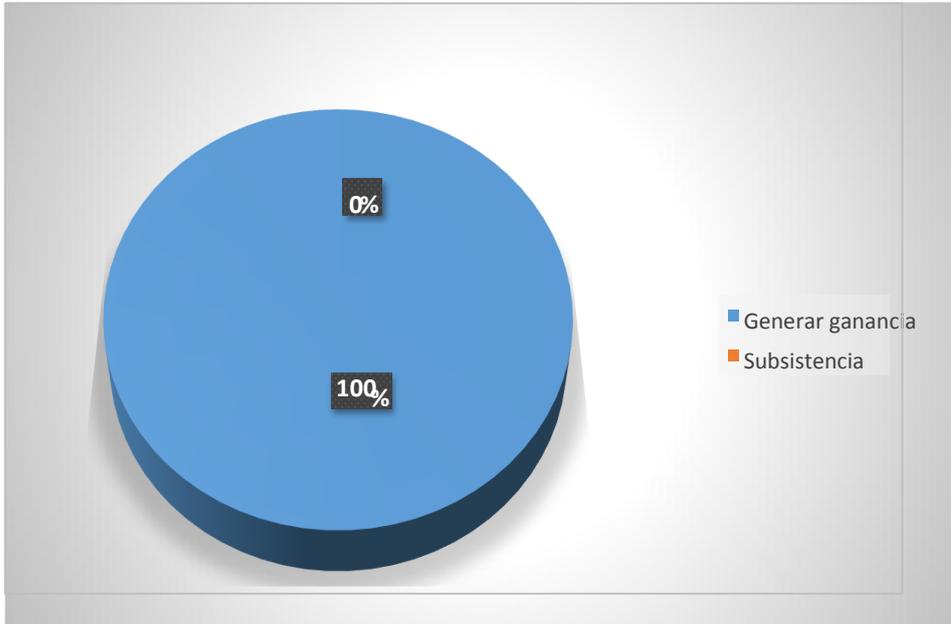


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente, tabla 2

Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información, comunicación y propuestas de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de accesorios y repuestos para motos, del distrito de Santa, año 2017.

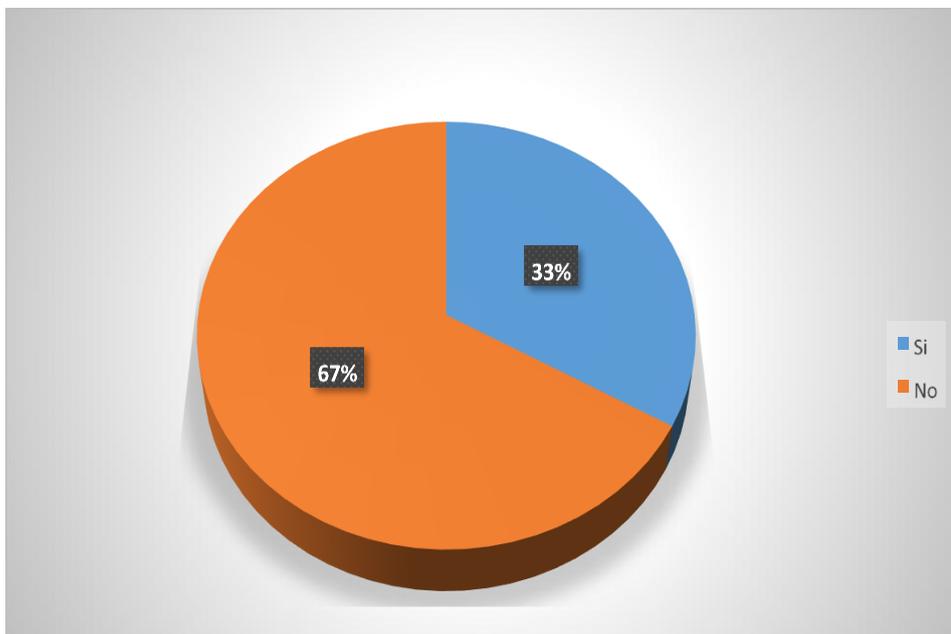


Figura 10. Conoce sobre la gestión de calidad

Fuente, tabla 3

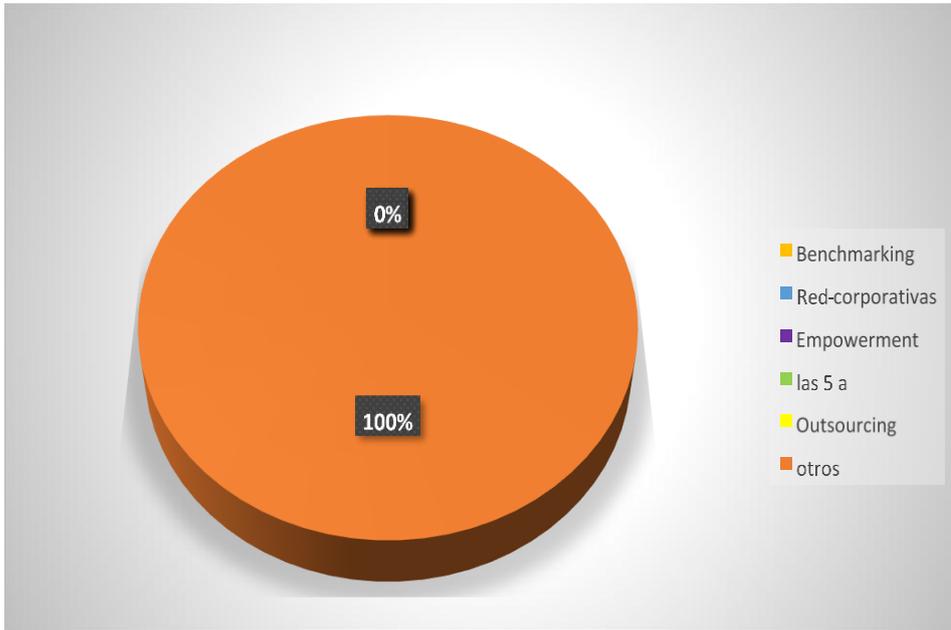


Figura 11. Conoce técnicas modernas de la gestión de calidad como
Fuente, tabla 3

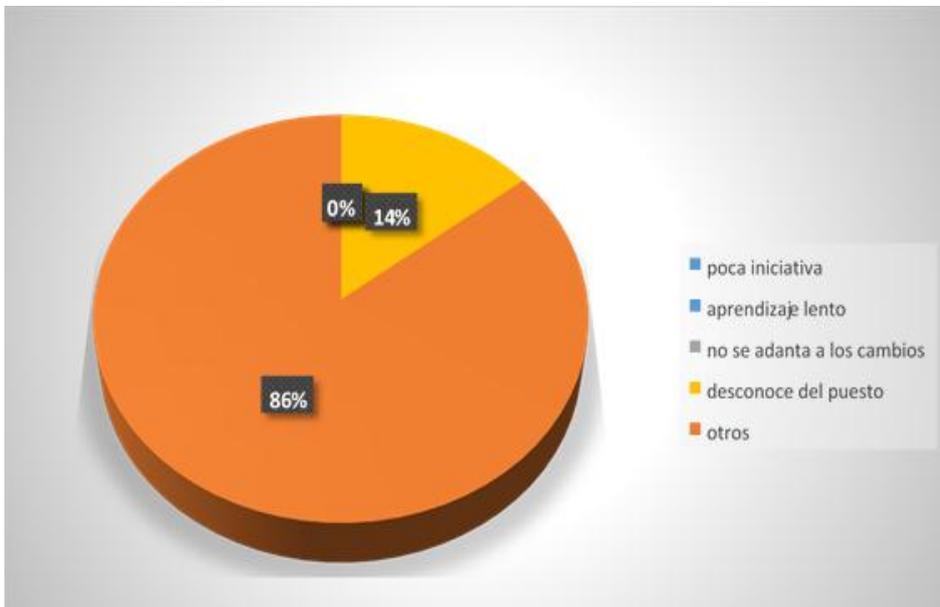


Figura 12. Dificultades presenta para implementar de gestión de calidad.
Fuente, tabla 3

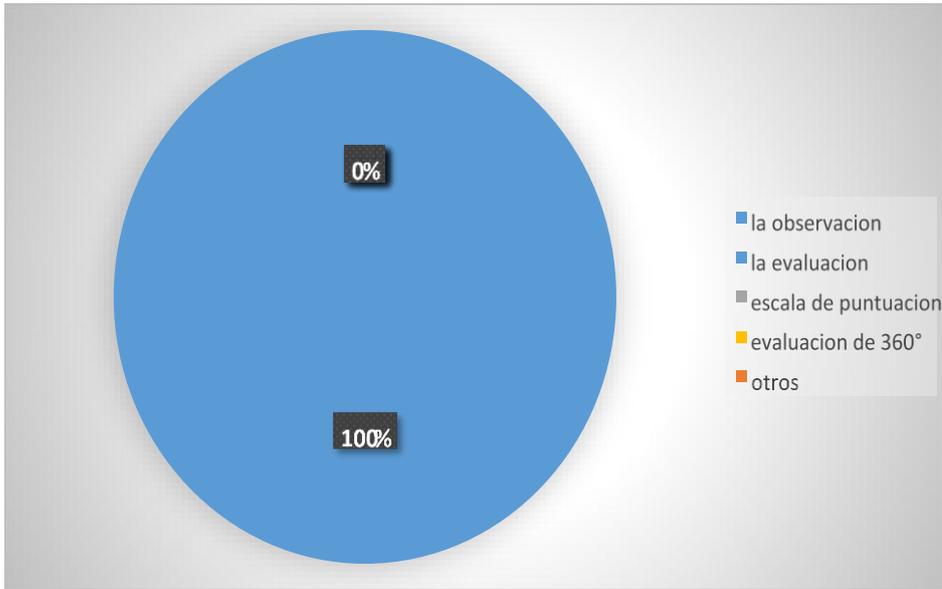


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.

Fuente, tabla 3

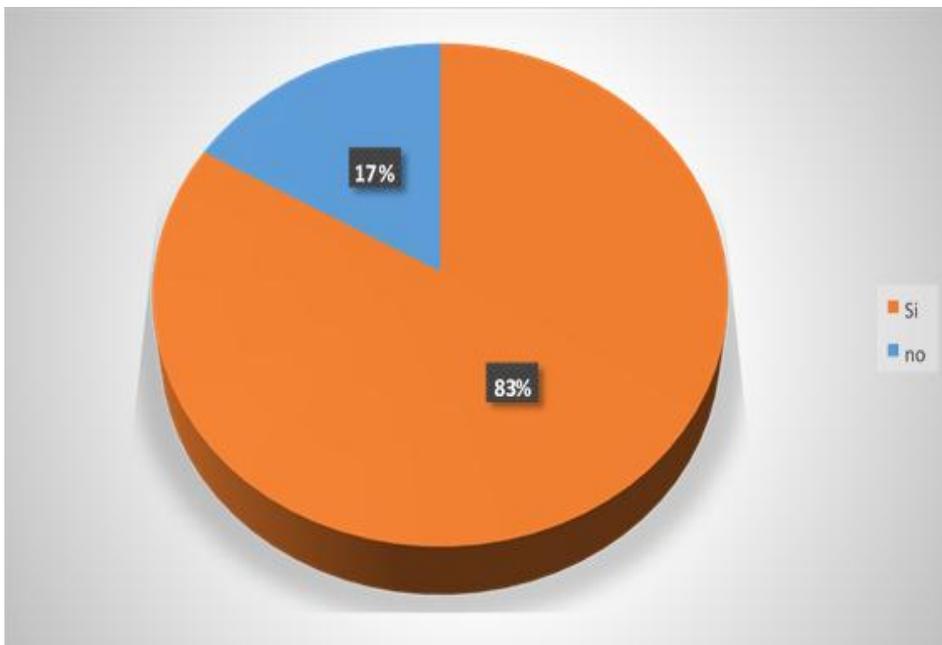


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio.

Fuente, tabla 3

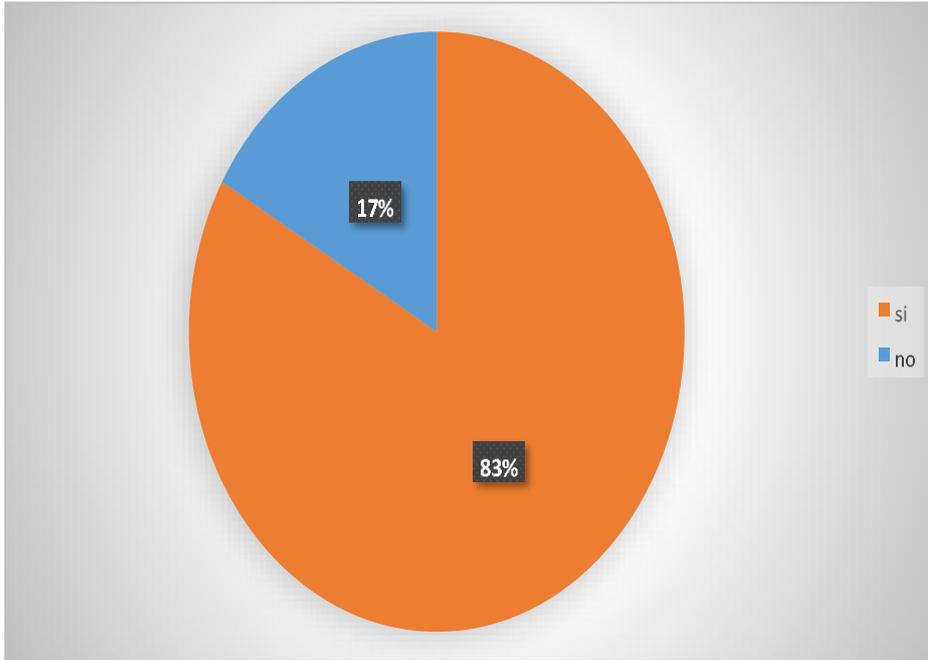


Figura 15. La gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas por la organización.

Fuente, tabla 3

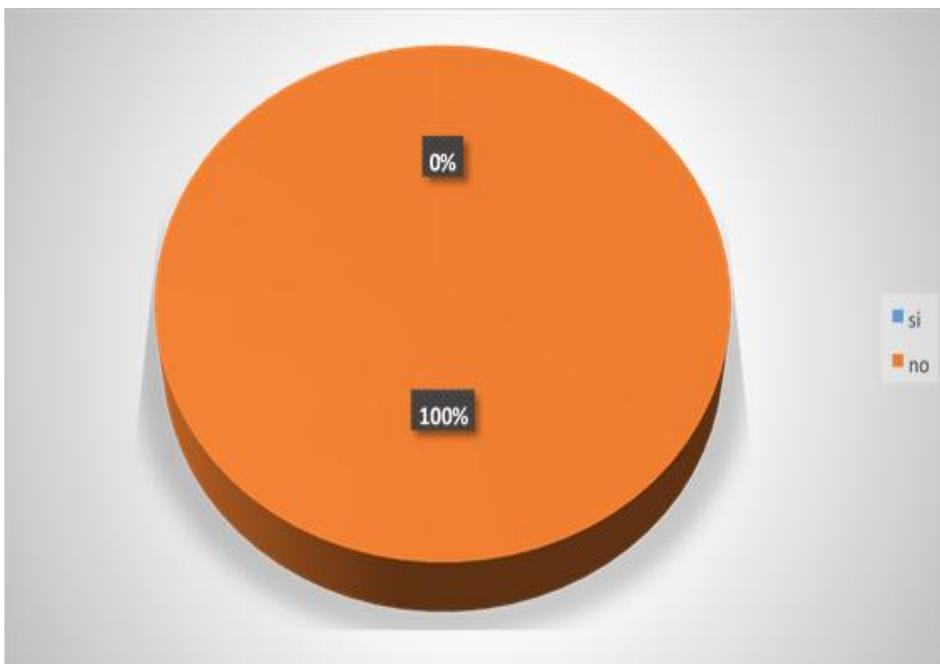


Figura 16. Conoce el término de Tecnologías de información y comunicación.

Fuente, tabla 3

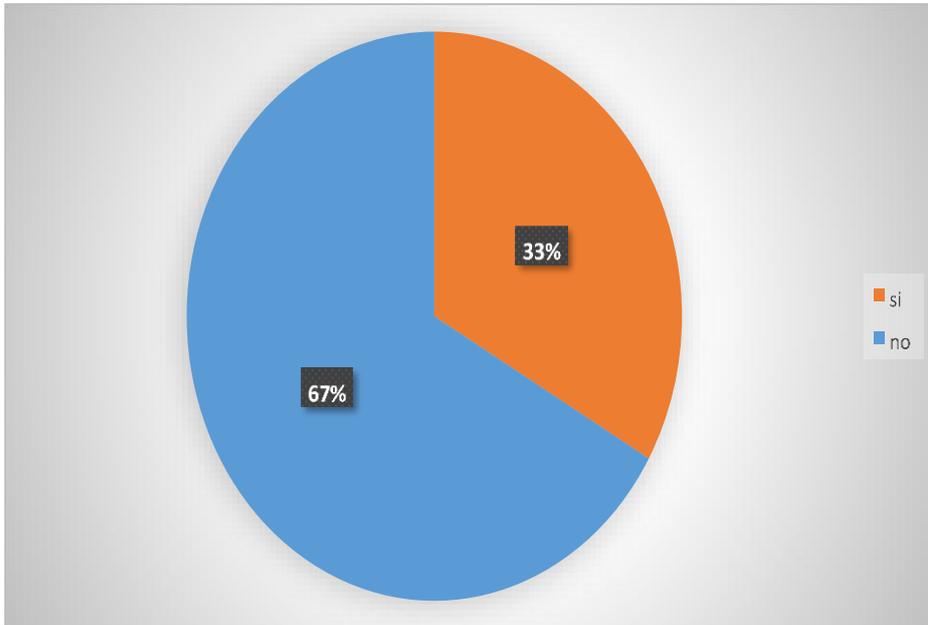


Figura 17. Aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes.

Fuente, tabla 3

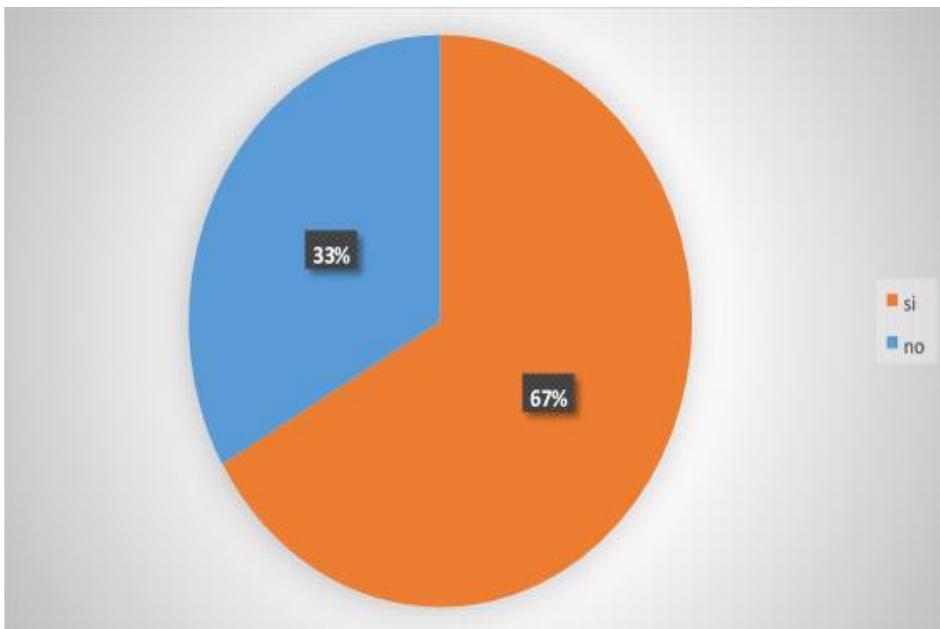


Figura 18. Cuenta con una computadora en su empresa.

Fuente, tabla 3

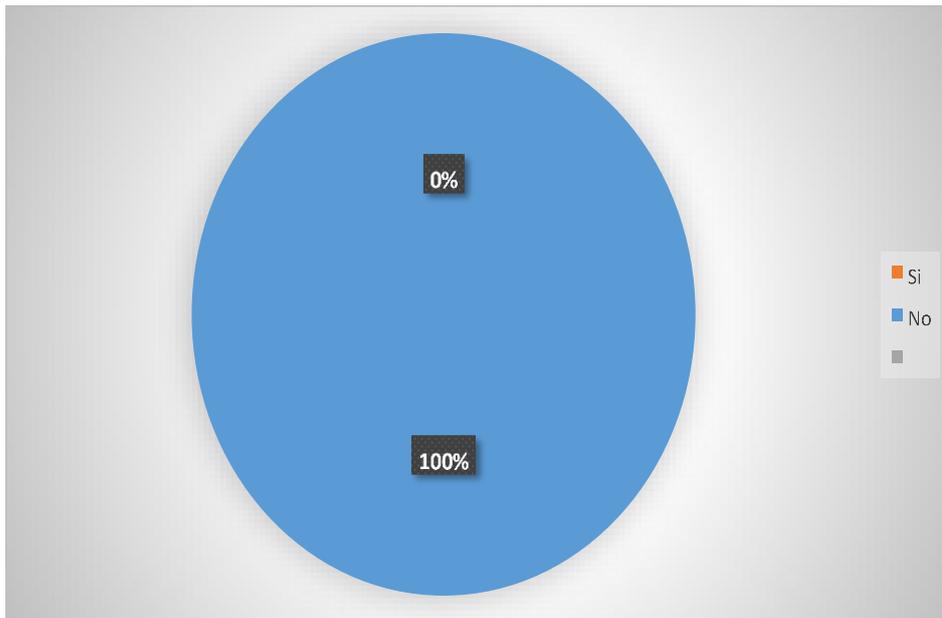


Figura 19. Cuenta con sistema de pago a través de visa o PayPal.

Fuente, tabla 3

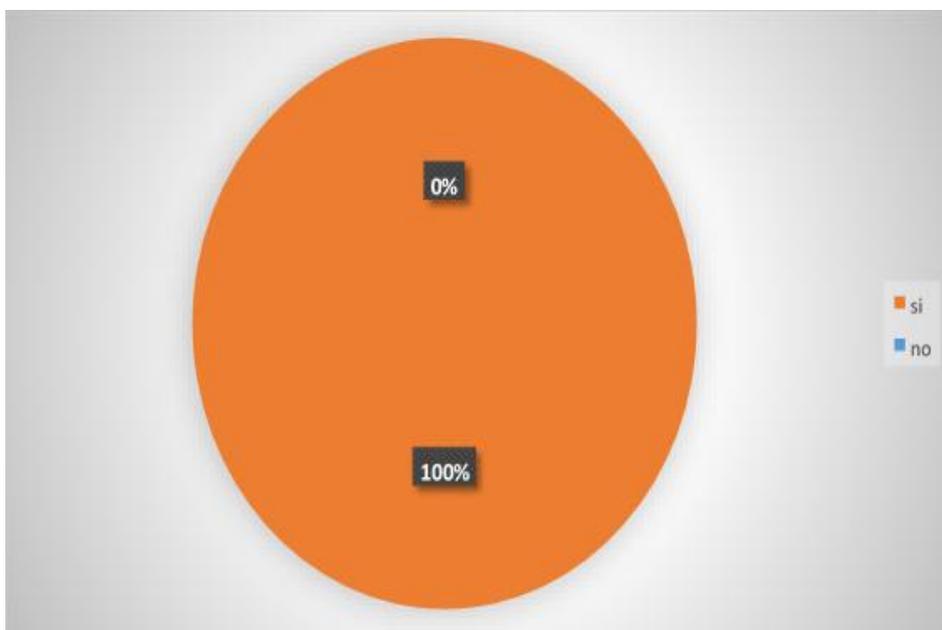


Figura 20. Cuenta con algún dispositivo para poder comunicarse con sus trabajadores en su empresa.

Fuente, tabla 3

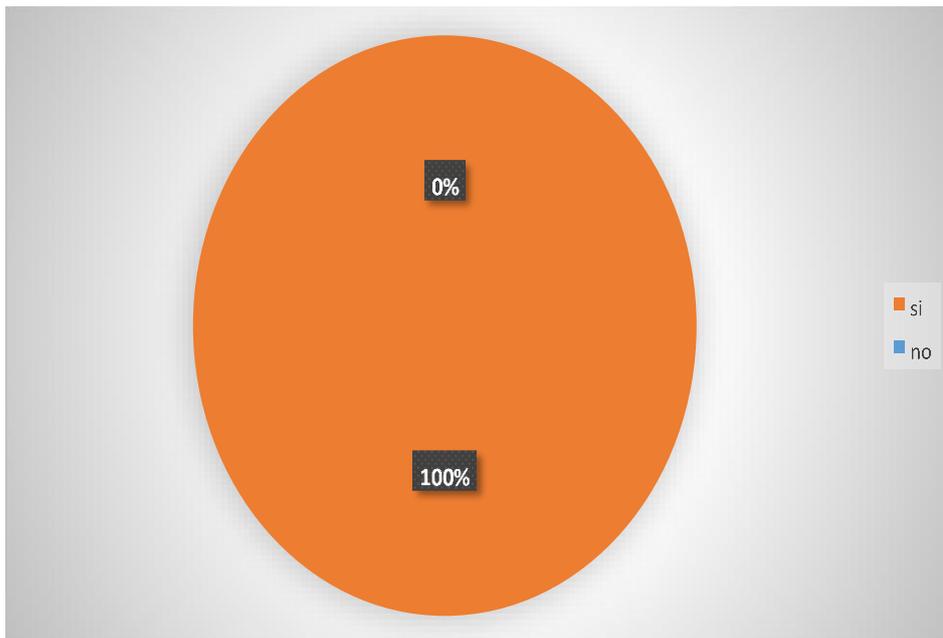


Figura 21. Es importante un sistema de seguridad para su empresa.

Fuente, tabla 3

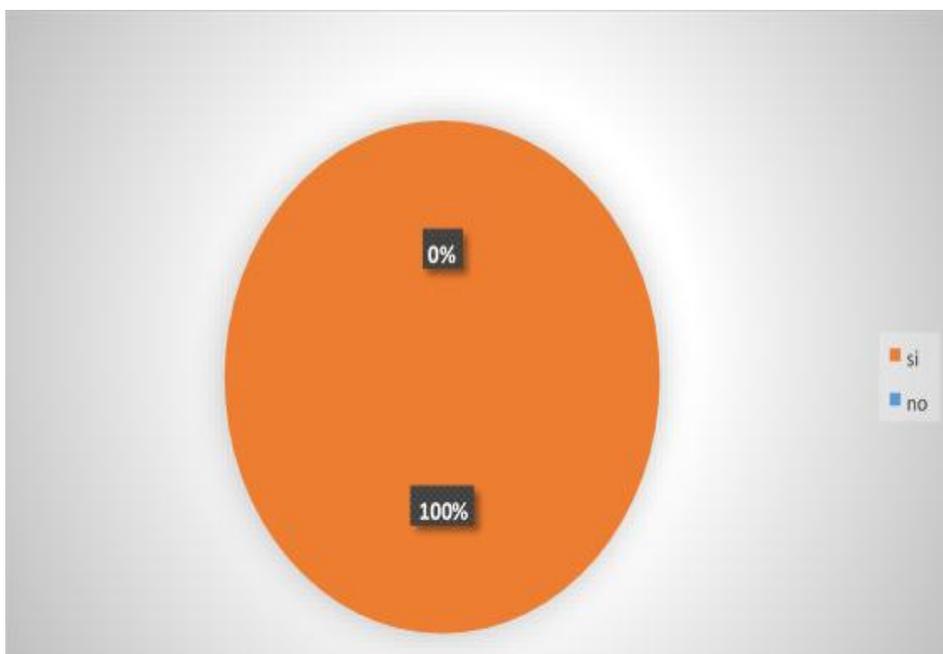


Figura 22. La tecnología es importante para dar a conocer su empresa.

Fuente, tabla 3

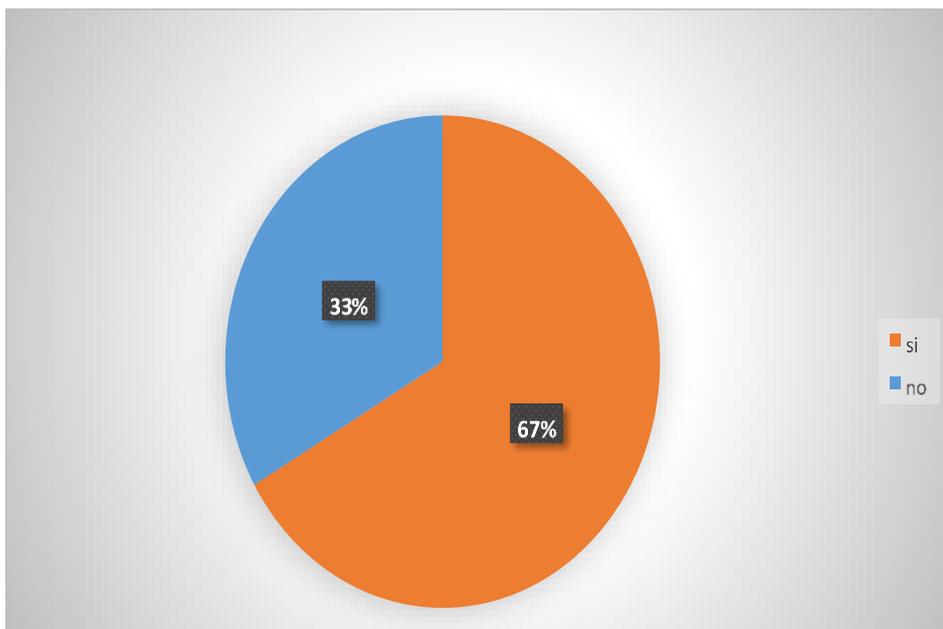


Figura 23. Utiliza las redes sociales para dar a conocer su empresa.

Fuente, tabla 3