



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO,
RUBRO GRIFO, DISTRITO CHIMBOTE, 2019

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

AUTORA

QUISTGAARD CALLE, MARICIELO EDITH

ORCID: 0000-0002-1166-6225

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Quistgaard Calle, Maricielo Edith

Orcid: 0000-0002-1166-6225

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Ayacucho, Perú

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO:

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria y brindarme la sabiduría suficiente para poder culminar de manera satisfactoria mi trabajo de investigación.

A mis padres, y demás familiares por el apoyo incondicional que me brindaron y que pusieron su confianza y esfuerzo para cumplir con mis objetivos planeados.

Al asesor, Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías por la comprensión y el tiempo que me brindo para poder culminar mi Tesis.

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mis padres que supieron inculcar buenos valores, apoyaron y ayudaron a cumplir mi meta.

A mi familia por el apoyo continuo en cada paso de mi proyecto y que siempre me brindaron su comprensión para poder llegar a mis objetivos.

RESUMEN

Para el tema de investigación se propuso el siguiente problema general: ¿Cuáles son las características de las tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019?. La metodología fue, de diseño no experimental – transversal, y se utilizó una población muestral de 16 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados. El 75.00% tienen entre 18 a 30 años de edad. El 87.50% son mujeres. El 75.00% tienen un título de educación superior no universitario. El 50.00% cuentan con 1 a 5 trabajadores. El 8.25% se formaron para generar ganancias. El 56.25% de los representantes consideran que el personal muestra poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. El 62.50% tienen poco conocimiento sobre el término TIC. El 62.50% tienen un nivel bueno en computación. El 87.50% usan el internet para la compra de mercaderías. El 50.00% han logrado con el uso de las TIC hacer conocida la empresa. Se concluye que la mayoría de las microempresas, aplican las TIC, pero para mejorar el prestigio y posicionamiento de la marca es necesario implementar una página web empresarial debido a que se podrá mejorar la imagen de fiabilidad y de seguridad de la marca, del mismo modo hará que el cliente tenga menos dudas en la adquisición del servicio.

Palabras clave: Calidad, comunicación, gestión, información, tecnologías

ABSTRAC

For the research topic, the following general problem was proposed: What are the characteristics of information and communication technologies as a relevant factor in quality management and improvement plan in micro and small companies in the service sector, sector grifo, Chimbote district, 2019 ?. The methodology was non-experimental - cross-sectional design, and a sample population of 16 micro and small companies was used, to whom a questionnaire of 21 questions was applied. Obtaining the following results. 75.00% are between 18 and 30 years old. 87.50% are women. 75.00% have a non-university higher education degree. 50.00% have 1 to 5 workers. 87.50% were formed to generate profits. 56.25% of the representatives consider that the staff shows little initiative in the implementation of quality management. 62.50% have little knowledge about the term ICT. 62.50% have a good level in computing. 87.50% use the internet to purchase merchandise. 50.00% have achieved with the use of ICT to make the company known. It is concluded that the majority of micro-companies apply ICT, but to improve the prestige and positioning of the brand it is necessary to implement a business website because it will be possible to improve the image of reliability and safety of the brand, in the same way it will make the client have fewer doubts in the acquisition of the service

Keywords: Quality, communication, management, information, technologies

CONTENIDO

| | |
|---|------|
| 1. TÍTULO DE LA TESIS | i |
| 2. EQUIPO DE TRABAJO..... | ii |
| 3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO | ii |
| 4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA..... | iii |
| 5. RESUMEN Y ABSTRACT | v |
| 6. CONTENIDO | vii |
| 7. ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS | viii |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. REVISIÓN DE LITERATURA | 6 |
| III. HIPÓTESIS..... | 31 |
| IV. METODOLOGÍA | 32 |
| 4.1 Diseño de la investigación | 32 |
| 4.2 Población y muestra | 32 |
| 4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores | 34 |
| 4.4 Técnicas e instrumentos | 37 |
| 4.5 Plan de análisis | 38 |
| 4.6 Matriz de consistencia..... | 39 |
| 4.7 Principios éticos | 40 |
| V RESULTADOS | 41 |
| 5.1 Resultados | 41 |
| 5.2 Análisis de resultados..... | 47 |
| VI. CONCLUSIONES | 63 |
| ASPECTOS COMPLEMENTARIOS | 64 |
| REFERENCIAS BIOGRÁFICAS | 65 |
| ANEXOS | 69 |

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de tablas

| | Pág. |
|--|------|
| Tabla 1. Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019 | 41 |
| Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019 | 42 |
| Tabla 3. Características de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019 | 43 |
| Tabla 4. Plan de mejora de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019 | 46 |

Índice de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Edad | 77 |
| Figura 2. Genero..... | 77 |
| Figura 3 Grado de instrucción | 78 |
| Figura 4. Cargo..... | 78 |
| Figura 5. Tiempo en el Cargo | 79 |
| Figura 6. Años en el rubro | 79 |
| Figura 7. Número de trabajadores en la empresa..... | 80 |
| Figura 8. Personas que trabajan en la empresa | 80 |
| Figura 9. Objetivo de la empresa..... | 81 |
| Figura 10. Termino gestión de calidad | 81 |
| Figura 11. Técnicas de gestión que aplica | 82 |
| Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad | 82 |
| Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal | 83 |
| Figura 14. Gestión de calidad mejora el rendimiento. | 83 |
| Figura 15. Termino TIC | 84 |
| Figura 16. Computadora en su empresa..... | 84 |
| Figura 17. Nivel de conocimiento de computación | 85 |
| Figura 18. Internet para las compras de mercadería..... | 85 |
| Figura 19. Redes sociales que utiliza la venta de sus productos | 86 |
| Figura 20. Teléfono para coordinar asuntos de la empresa..... | 86 |
| Figura 21. Beneficios de las TIC dentro de su empresa..... | 87 |

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas son importante para todos los países que atraviesan por dificultades de desarrollo económico y productivo, por ende el estado brinda apoyo para que los emprendedores sigan adelante y logren mejorar su calidad de vida, por lo tanto es necesario que apliquen herramienta de gestión de calidad en este caso el uso de las tecnologías de la información y comunicación son herramientas que mejoran la productiva de las organizaciones; en general, la implementación de las TIC, tienen más uso e implementación en países desarrollados, los cuales han dado constancia de la gran relevancia que tienen para sus empresas. Su importancia radica en que ayudan a las empresas a anticiparse a las necesidades del mercado, e inclusive son consideradas una estrategia elemental para obtener ventaja competitiva y mejorar la rentabilidad empresarial, en un mundo cada vez más globalizado. Por desgracia, no todas las empresas tienen la posibilidad de implementar las TIC debido a que el acceso a ellas requiere de recursos económicos, infraestructura especializada, personal capacitado y firme convencimiento de parte del empresario de su utilidad y beneficios.

En la actualidad, es prácticamente imposible imaginar un entorno empresarial sin acceso a Internet o correo electrónico. Los sistemas de almacenamiento y comunicación de datos, así como las computadoras tradicionales, se han convertido en una parte fundamental del negocio y es impensable que una empresa pueda alcanzar el nivel de eficiencia alcanzado hoy a través de las comunicaciones; Sin embargo, pocas MYPES aplican esta herramienta y, por lo tanto, no pueden adaptarse al medio ambiente. pero podemos decir que este problema ocurre en todas las regiones del mundo.

Por otra parte, las MYPES españolas, son una gran potencia para el crecimiento del país, debido a que representan el 99% del tejido empresarial; del mismo modo el crecimiento interanual del número total de empleados fue de un 3,53%, con un aumento de 358.247 puestos de trabajo y las micro y pequeñas empresas son las que experimentan una mayor tasa de incremento, con un 4,54% y un 4,01%; pero estas empresas están afrontando grandes problemas que en ocasiones

se vuelve difícil de controlar, en este sentido la principal causa del fracaso en que no aplican las Tecnología de la información y comunicación, ya que solo el 4,5% de las empresas con menos de diez trabajadores vende a través de la web. (Instituto Nacional de Estadística, 2017)

De manera similar, en Colombia existen aproximadamente 1.500.000 micro y pequeñas empresas, del mismo modo en 7,3% se incrementó la creación de empresas en el país en 2017. Se crearon 323.265 unidades productivas (70.022 sociedades y 253.243 personas naturales), sin embargo el problemas más acuciante es que las MYPES no hacen uso de las TIC, del mismo modo no hubo un crecimiento en base la desarrollo de las TIC y la presencia de las empresas en la Web y su relación con el entorno digital siguen rezagadas, dado que poco más del 30% de los diferentes sectores del país que aún no utilizan las herramientas tecnológicas para comercializar los productos que ofrecen, a pesar de que esta técnica de gestión se convierte en una necesidad diaria, tanto para la venta como para la exposición al mundo. (Garavito, 2018)

El porcentaje de micro y pequeñas empresas en Chile es significativo, debido a que más de 60% de las empresas existentes corresponde a ellas, lo que hace significativo su aporte en términos de productos o servicios y, en temas laborales entregan diversas vacantes de trabajo, esto hace que constituyan un sólido e indiscutible argumento para valorarlas y considerarlas como pilares fundamentales de la economía; no obstante, este tipo de empresas cierra porque sus dueños no implementan en sus procesos las TIC; puesto que solo el 26,3% tiene una página web empresarial y menos de un 43% venden sus productos en las redes sociales; las cuales son herramientas potentes para competir en el mercado actual. (Fernández, 2019)

Por otra parte, en el Perú las micro y pequeñas empresas contribuyen en un 45% al PBI, del mismo modo representante cerca del 96.5% de las empresas que existen en el país dando empleo a más de 8 millones de peruanos, sin embargo al igual que los países europeos fracasan por que no hace uso del as TICs; debido a que Solo el 15% accede a Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC), en

consecuencia, el porcentaje del personal con acceso a computadoras y al Internet también está fuertemente rezagado. (Terrones, 2014)

En Ancash los emprendedores no dan a las TIC la verdadera importancia que tienen porque no conocen sus ventajas, del mismo modo las personas que dirigen las empresas piensan en los costos, porque aplicar TIC es invertir, cabe decir que las TIC son un instrumento muy valioso para la gestión empresarial, pues ayuda a mejorar los procesos del negocio, a generar mejor información para la toma de decisiones y obtener ventajas competitivas

En el distrito de Chimbote, en donde se desarrolló el trabajo de investigación, se observó que las microempresas no han llevado una formación o capacitación para el uso de las tecnologías de la información y comunicación. Por ello, es importante contar con la ayuda de un experto que analice las distintas áreas del negocio para conocer el nivel de madurez digital, y así poder aconsejar acerca de las soluciones más adecuadas. Por lo anteriormente expresado, el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019?

Para resolver el problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

Y para cumplir con el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- a) Identificar las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

b) Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

c) Señalar las características de las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

d) Elaborar un plan de mejora de las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019

Este trabajo de investigación está justificado porque permitió conocer las principales características de las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad, de los gerentes o representantes y de las micro y pequeñas empresas en estudio.

Esto también se justifica porque proporcionó nuevos conocimientos sobre las herramientas o técnicas modernas de gestión, como las tecnologías de comunicación de la información, hasta el punto de que los empresarios interesados en el tema pueden mejorar sus procesos de toma de decisiones, optimizar y automatizar sus recursos.

Del mismo modo servirá como aporte para todos los emprendedores de la Región y del país, para que a través de los resultados que se obtendrán en este estudio puedan mejorar sus procesos utilizando las nuevas tecnologías y de esta manera mejorar su posicionamiento y participación en el mercado empresarial.

Por último servirá como antecedente para futuros investigadores, como son los alumnos de todas las universidades de la localidad, del mismo servirá para los emprendedores de la Región Ancash, ya que podrán observar los errores empresariales, y de esta manera tratar de reducirlos, pudiendo así mejorar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas.

La investigación fue, de diseño no experimental – transversal, y se utilizó una población muestral de 16 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados. El 75.00% tienen

entre 18 a 30 años de edad. El 87.50 son mujeres. El 75.00% de los representantes tienen un título de educación superior no universitario. El 68.75% son propietarios. El 50.00% cuentan con 1 a 5 trabajadores. El 81.25% se formaron para generar ganancias. El 56.25% de los representantes consideran que el personal muestra poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. El 100.00% aplican la técnica de la observación. El 62.50% tienen poco conocimiento sobre el término TIC. El 62.50% consideran que tienen un nivel bueno en computación. El 87.50% usan el internet para la compra de mercaderías. El 50.00% de los representantes han logrado con el uso de las TIC hacer conocida la empresa. Se concluye que la mayoría de las microempresas, aplican las TIC, pero para mejorar el prestigio y posicionamiento de la marca es necesario implementar una página web empresarial debido a que se podrá mejorar la imagen de fiabilidad y de seguridad de la marca, del mismo modo hará que el cliente tenga menos dudas en la adquisición del servicio .

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Internacionales

Cerón (2018) en su investigación *Las tecnologías de la información y comunicación en las micro, pequeñas y medianas empresas en el sur de Jalisco*. El objetivo de este trabajo fue analizar las tecnologías de información y comunicación (TIC) como herramienta para llevar a cabo las actividades de desarrollo en las Mipymes en ciudad Guzmán, Jalisco. El estudio se realizó en Ciudad Guzmán, Jalisco, la investigación fue descriptivo, de diseño no experimental. Se analizaron 280 Mipymes, de propiedad familiar, en los meses de enero a mayo del 2016. La encuesta aplicada se constituye de 17 preguntas y 50 variables. El uso de las TIC es directamente proporcional, respecto a la actividad económica que se realice, el 60.36% de las micro, pequeñas y medianas empresas utilizan las TIC como herramienta para la gestión y el control de su capital; mejorando su servicio al cliente e incrementando sus ventas con el servicio y soporte a ventas, este es considerado el mayor motivo en las empresas para implementar las TIC. Las empresas han incorporado en una forma lenta los diversos tipos de dispositivos móviles como computadoras, tabletas, teléfonos inteligentes que les ayuden a estar especialmente comunicados con sus clientes y proveedores.

Párraga (2017) en su tesis *La implementación de las tecnologías de la información y comunicación en las PYMES de la zona 4 del Ecuador y su impacto en la competitividad empresarial*. La presente investigación tuvo como objetivo principal, determinar el impacto de las tecnologías de información y comunicación en la competitividad empresarial de las PYMES de la zona 4 del Ecuador. Para ello se realizó una evaluación del nivel de adopción de las TICs y se analizó su uso eficiente y estratégico en la cadena de valor de la empresa. El tipo de investigación es básica, explicativa, con un diseño no experimental. Para la recolección de información se utilizaron dos encuestas estructuradas las cuales se aplicaron a una muestra de 120 empresarios de diversos sectores de la zona 4 (manufactura, servicios,

comercio). Entre las principales conclusiones se encontró que el uso de las TICs es escaso (apenas 36% usa internet) e inadecuado (no se realiza comercio electrónico, banca electrónica, etc.) y que ello no permite avanzar en la competitividad. A partir de los resultados de la investigación se desarrolló una propuesta que consta de dos ejes de trabajo y cinco acciones estratégicas que permitan darles solución a las problemáticas encontradas.

López (2017) en su tesis *Tecnologías de la información y las comunicaciones en la actividad de las ferreterías pymes en Bogotá*. Tuvo como objetivo analizar la relación de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) con el desempeño de las pequeñas y medianas ferreterías en Bogotá. El estudio fue de diseño descriptivo, cuantitativo, la información de este estudio se obtuvo mediante la aplicación de una encuesta estructurada a una muestra de 50 propietarios o administradores de ferreterías en Bogotá donde se indagó sobre el uso y la apropiación de las TIC y su influencia en los resultados de estos negocios. El procesamiento de la información se realizó mediante la prueba estadística de análisis de regresión y los resultados del estudio indican que no hay evidencia estadísticamente significativa que permita aceptar la relación entre las TIC y el desempeño de las ferreterías. Este documento implica para las ferreterías una demostración en la relación del uso del internet como elemento de las TIC para la mejora del desempeño operacional y los resultados financieros y una justificación de la relación de las TIC con varios factores que permitirán el crecimiento de estos negocios.

Nacionales

Isla (2019) en su tesis *Las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro eventos infantiles, distrito San Juan de Lurigancho, provincia de lima, 2019*. La investigación tuvo como objetivo general, Determinar las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro eventos infantiles, distrito San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, 2019. La investigación fue, de diseño no experimental

– transversal, y se utilizó una población muestral de 16 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados. El 75.00% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 87.50% de los representantes tienen son de género femenino. El 75.00% tienen grado de instrucción superior no universitario. El 68.75% de los representantes son los dueños. El 62.50% tienen más de 7 años en el cargo. El 62.50% de las micro y pequeñas empresas llevan más de 7 años en el rubro. El 50.00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores. El 81.25% de las micro y pequeñas empresas se formaron para generar ganancias. El 68.75% de los representantes tienen poco conocimiento sobre el término gestión de calidad, El 50.00% de los representantes aplican la técnica del Benchmarking, El 56.25% de los representantes consideran que el personal muestra poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad, El 100.00% de los representantes aplican la técnica de la observación, El 100.00% de los representantes consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa, El 62.50% de los representantes tienen poco conocimiento sobre el término TIC, EL 56.25% de los representantes no cuentan con una computadora. El 62.50% de los representantes consideran que tienen un nivel bueno en computación, El 87.50% de los representantes usan el internet para la compra de mercaderías, El 68.75% de los representantes utilizan el Facebook para ofrecer sus servicios, El 100.00% de los representantes usa el teléfono para coordinar los asuntos de la empresa. El 50.00% de los representantes han logrado con el uso del as TIC hacer conocida la empresa. Se concluye que las empresas en estudio si aplican las TIC, en este caso usan las redes sociales para mejorar la calidad de los servicios, además aplican el benchmarking para crear estrategias que mejoren el posicionamiento de la marca.

Villacorta (2017) en su tesis *Gestión de la calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro estéticas, del distrito de Santa, año 2017*. La investigación tuvo como objetivo general, describir las principales características de la Gestión de la calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del

sector servicio, rubro estéticas, del distrito de Santa, año 2017. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 15 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 53.33% de los representantes tienen entre 31 50 años de edad. El 60.00% de los representantes son de género femenino. El 66.67% de los representantes tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 73.33% de los representantes son los dueños. El 40.00% de los representantes tienen en el cargo entre 0 a 3 años. El 60.00% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro entre 4 a 6 años. El 86.67% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. El 66.67% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando. El 80.00% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias. El 66.67% de los representantes si conoce el término gestión de calidad. El 46.67% de los representantes utilizan la lluvia de ideas. El 46.67% de los representantes aseguran el aprendizaje lento es una de las dificultades que tiene el personal para implementación de la gestión de calidad. El 86.67% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 80.00% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. El 80.00% de los representantes conocen el significado de las TIC. El 73.33% de los representantes no cuentan con una computadora en la empresa. El 40.00% de los representantes consideran que tienen un nivel de conocimiento de computación muy bueno. El 80.00% de los representantes a veces hacen uso del internet para ejecutar sus compras. El 80.00% de los representantes utilizan el Facebook. El 93.33% de los representantes siempre hacen uso del teléfono para coordinar asuntos de su empresa. El 53.33% de los representantes aseguran que, gracias al uso de las TIC, han incrementado las ventas. Se concluye que la mayoría de los representantes en estudio aplican la técnica de lluvia de ideas, por ende, han logrado mejorar sus estrategias para un mejor servicio, del mismo modo usan las redes sociales para ofrecer sus productos y servicios y por ello han incrementado sus ventas.

Escobar (2017) en su tesis *Características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la cooperativa agraria Appbosa, distrito de Marcavelica, provincia de Sullana. año 2017*. La presente investigación, de tipo cuantitativo con diseño descriptivo, se realizó con el objetivo de: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la cooperativa agraria APPBOSA, distrito de Marcavelica, provincia de Sullana. Año 2017. El universo fue de 22 personas entre directivos, gerencia, y personal de confianza, a quienes se le aplicó un cuestionario de 12 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 81.8% de los encuestados responden que nunca existen políticas claras de calidad que satisfacen las necesidades del cliente, el 72.7% siempre la gestión de calidad ha mejorado la imagen de la organización con los clientes, el 81.8% es muy importante que la organización invierta en las TIC, el 77.3% nunca utiliza software para ayuda de las funciones organizativas y de control en los procesos comerciales, administrativos y operativos. el 77.3% de los encuestados responden que siempre es relevante tener la página web actualiza. el 59.1% de los encuestados responden que siempre es usan el internet para las funciones organizativas. el 77.3% de los encuestados responden que siempre la información y comunicación ayudan a que los colaboradores sean más eficientes con sus funciones. el 90.9% de los encuestados responden que siempre han tenido un celular a su cargo para el cumplimiento de su labor. el 59.1% de los encuestados responden que siempre Las TIC dentro de la organización mejora la información y comunicación entre los colaboradores. el 68.2% de los encuestados responden que siempre Las TIC dentro de la organización mejora la relación con clientes y proveedores. el 59.1% de los encuestados responden que siempre la organización permite a sus directivos y colaboradores de confianza a utilizar el teletrabajo para el cumplimiento de sus funciones, el 54.5% de los encuestados responden que siempre la organización la tecnología de la información y comunicación (TIC) han ayudado a mejorar las negociaciones comerciales, procesos administrativos y operativos. Concluyéndose que los beneficios de calidad que determinan los directivos, gerencia y colaboradores es la mejora de la imagen organizacional ante los clientes; y el incremento de su rentabilidad por tener control en sus procesos administrativos y empresariales

Locales

Bayona (2019) en su tesis *Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019*. La investigación tuvo como objetivo general, Determinar las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019. La investigación fue, de diseño no experimental – transversal, y se utilizó una población muestral de 22 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados: El 81.82% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, El 68.18% de los representantes son de género femenino, El 72.73% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria, El 68.18% de los representantes son los administradores, El 68.18% de los representantes tienen entre 4 a 6 años en el cargo, El 68.18% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años en el rubro, El 77.27% de las micro y pequeñas empresas tienen entre a 1 a 5 trabajadores, El 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen a personas no familiares trabajando. El 90.91% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias, El 72.73% de los representantes tienen poco conocimiento sobre el termino gestión de calidad, El 63.64% de los representantes aplican el Marketing, El 50.00% de los representantes consideran que su personal no se adapta a los cambios, El 81.82% de los representantes aplican la técnica de la observación, El 100.00% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad mejora el rendimiento. El 81.82% de los representantes manifiestan que tienen poco conocimiento del termino TIC, El 72.73% de los representantes si cuentan con una computadora, El 81.82% de los representantes manifiestan que tienen un nivel de conocimiento regular en computación, El 81.82% de los representantes expresan que a veces utilizan el internet para la compra de mercaderías, El 81.82% de los representantes usan la red social Facebook para ofrecer los servicios, El 68.18% de los representantes expresan que siempre utilizan sus teléfonos para coordinar los

asuntos de la empresa, El 54.55% de los representantes establecen que lograron como beneficio incrementar las ventas de la empresa. Se concluye que: La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen poco conocimiento sobre el término gestión de calidad, así mismo aplican el Marketing en sus procesos, manifiestan que el personal no se adapta a los cambios, miden o evalúa en rendimiento del personal a través de la observación, considera que la gestión de calidad si mejorar el desempeño de la empresa. Por otra parte, cuentan con poco conocimiento sobre el término TIC, si cuentan con una computadora, del mismo modo cuentan con un nivel de conocimiento regular, a veces usan el internet para la compra de mercaderías, así mismo usan la red social Facebook para ofertar sus servicios, siempre usan sus teléfonos para coordinar los asuntos de la empresa, finalmente han mejorado su nivel de ingresos o ventas.

Villanueva (2018) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de abarrotes, mercado la perla, distrito Chimbote, año 2018*. La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de abarrotes, mercado la perla, distrito Chimbote, año 2018. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió una población muestral de 43 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: El 53.49% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 a 50 años de edad. El 60.47% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino. El 44.19% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios secundarios. El 88.37% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños. El 55.81% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo más de 7 años. El 88.37% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 81.40% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 colaboradores. El 90.70% de las micro

y pequeñas empresas tienen como trabajadores a sus familiares. El 67.44% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas por su subsistencia. El 69.77% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad. El 74.42% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la lluvia de ideas. El 39.53% aseguran las dificultades en la aplicación de la gestión de calidad, es la poca iniciativa. El 58.14% miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 69.77% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no opinan con respecto así la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 69.77% de los representantes no conocen el significado de las TIC. El 74.42% de los representantes no cuentan con una computadora en la empresa. El 39.53% de los representantes consideran que tienen un nivel de conocimiento de computación regular. El 51.16% de los representantes a veces hacen uso del internet para ejecutar sus compras. El 100.0% de los representantes no utilizan ninguna red social. El 44.19% de los representantes siempre hacen uso del teléfono para coordinar asuntos de su empresa. El 53.49% de los representantes aseguran que, gracias al uso de las TIC.

Morales (2017) en su tesis *Gestión de calidad con uso de tecnologías de información y comunicación (tic) en los almacenes en las micro y pequeñas empresas del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en los almacenes en Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. Objetivos específicos: Describir las características de como los representantes y/o personal administrativo pueden contribuir a una gestión de calidad en Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. Determinar si Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016 aplican las TIC en los almacenes. Describir las características de Tecnología de Información y Comunicación (TIC) para lograr una gestión de calidad en el área de almacén, aplicable a Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. La investigación fue no experimental - transversal – Descriptivo. Para el recojo de información la muestra utilizada fueron 25 MYPE de una población de 99, a

quienes se les aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario con 20 preguntas a los representantes. Obteniéndose los siguientes resultados: El 84% de los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector construcción de Chimbote, tienen la edad promedio mayor a 30 años. El 64% de los representantes de Las MYPES de las empresas del sector construcción de Chimbote son de sexo masculino. Un 92% de representantes de Las MYPES del sector construcción de Chimbote, cuentan con estudios superiores. El 72% de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector construcción de Chimbote tiene una estructura orgánica definida. El 80% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote, se encuentran formalizadas. Un 48% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote tiene más de 10 años de permanencia en el rubro de construcción. El 56% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote tiene como objetivo principal dar empleo a la familia. El 88% de los encargados del almacén de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector construcción de Chimbote tienen alguna capacitación. El 92% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote tienen política que los guíe. El 92% de Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote tienen procesos para la gestión de sus almacenes. El 48% de Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote utilizan el almacenamiento en bloque o arrume. El 64% de Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote llevan el kardex como medida de control de entradas y salidas de los productos almacenados. El 56% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote ha tenido pérdidas. El 60% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote tiene materiales vencidos en sus almacenes. El 44% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote verifican sus inventarios físicos anualmente. El 44% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote conoce el correo electrónico. El 48% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote 2016 tiene 2 computadores. El 40% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote utiliza la Hoja de Cálculo Electrónica (Excel) Un 52% de Las MYPES del sector construcción de Chimbote tienen a la falta de control.

Conclusiones: Con respecto a la gestión de calidad con el uso de TIC, la gran mayoría de los responsables que tienen a cargo el almacén de Las MYPES del sector construcción del distrito de Chimbote tienen alguna capacitación en los procesos de

almacén. Una mayoría relativa tienen políticas que guían sus actividades en el área de almacén, También una mayoría relativa realiza como proceso de gestión en los almacenes la “Recepción, control e inspección”, pero es necesario complementarlo con los otros procesos que completan el ciclo de gestión. Asimismo, una mayoría relativa utiliza almacenamiento; no obstante, es necesario que se utilice otros tipos. La mayoría llevan kardex con registro de entradas y salidas de los productos. La mayoría tiene pérdidas por falta de inventario y no tienen materiales vencidos en sus almacenes en una revisión. Una minoría relativa verifica los inventarios físicos anualmente. Por otro lado, una mayoría relativa conoce y usa la TIC como correo electrónico para sus operaciones. El uso de internet y el computador van asociados por lo que se puede deducir que conocen y los usan de forma integrada ya que la gran mayoría tienen dos computadores dentro de sus activos como empresa. Asimismo, una minoría controla sus inventarios con hoja de cálculo electrónica (Excel), pero es necesario de acompañarlas con procedimientos en todo el proceso de gestión de almacén para sacarle un mayor provecho. Es a razón de ello que parte de Las MYPES del sector construcción lo utiliza para controlar sus inventarios, ya que la mayoría coincide que la falta de control es una causa que genera problemas en los inventarios de almacenes. Si bien Las MYPES conocen y tienen infraestructura tecnológica, no las están usando o explotando para poder minimizar sus posibles problemas potenciales en los inventarios de almacenes.

2.2 Bases teóricas

Micro y pequeñas empresas

Una micro empresa o microempresa es una empresa de tamaño pequeño, del mismo modo su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma, de acuerdo con la Ley 28015 (2003) indica que

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona física o jurídica, en cualquier forma de organización o gestión

empresarial prevista en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o el suministro de servicios (p. 4).

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

Características de la Ley MYPE 30056

Cabe señalar que el DS N ° 008-2008-TR, Reglamento del TUO de la ley para el fomento de la competitividad, la formalización y el desarrollo de la micro y pequeña empresa y el acceso al empleo digno, ha establecido que los trabajadores en micro-empresas que hubieran aceptado el régimen laboral El régimen creado por la Ley N ° 28015 sólo mantendría dicho régimen especial hasta el 4 de julio de 2013, luego de lo cual tendrían que pasar al régimen laboral general. En consecuencia, las empresas que hayan aceptado la Ley N ° 28015, es decir que hayan aceptado el régimen MYPE hasta el 30 de septiembre de 2008, sólo mantendrán el régimen laboral especial hasta el 4 de julio de 2013, con lo cual, a partir del 5 de julio de 2013, los trabajadores de las empresas mencionadas deben migrar al régimen laboral general, correspondiente a derechos laborales más importantes. Al respecto la Ley 30056 (2003) indica que el tamaño de las mypes desde ahora se va a categorizar de acuerdo al nivel de ventas anual:

Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (art. 5)

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado

por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la Producción cada dos (2) años. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Los desafíos y las oportunidades actuales que están formando el futuro de las MYPES, es una cuestión de suma importancia. Uno de los motivos del gran desarrollo del mercado de las MYPES es su capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos, políticos y culturales del ambiente en el que se encuentren, al respecto Vásquez (2014) describe la importancia de estas MYPES

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Mejoran la distribución del ingreso.

Contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico. (párr. 7)

Las micro y pequeñas empresas son fundamentales para la economía, ya que éstas tienen un vínculo determinante entre la generación de empleos y la actividad económica. Así sea comprando y vendiendo productos, ofertando bienes y servicios, así como produciendo

Gestión de calidad

La gestión de calidad puede considerarse como una manera de dirigir y liderar una organización, ya que su aplicación implica un enfoque sistémico que considera todas las interacciones entre todos los elementos de la empresa. La calidad, noción

que trasciende características físicas y funcionales, puede medirse a través de la satisfacción de clientes y usuarios. De acuerdo con la Norma ISO 9001 (2015)

La gestión de calidad, es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo. Así que, antes que nada, tenemos que hacer hincapié en que no se quiere identificar los errores cuando ya se han producido, sino que se deben evitar antes de que ocurran.

Beneficios de la gestión de calidad

Villagrán (2018)

Mejoras en la organización de la compañía. Los sistemas de gestión de calidad ayudan a sistematizar operaciones y a hacer más eficientes los procesos de una empresa y permite, además, generar ahorros, detectar recursos ociosos y redistribuirlos eficazmente.

Control del desempeño de los procesos y de la organización. Los sistemas de gestión de calidad facilitan la gestión organizacional e indican cuándo el plan no está siendo cumplido y permite, incluso, determinar las razones por las cuales no se está logrando el objetivo.

Fomento del aprendizaje organizacional y perfeccionamiento de la capacitación de los trabajadores de la empresa. Al tener más información de los procesos se pueden destinar más recursos a la capacitación del personal de manera que estos puedan adaptarse a las nuevas exigencias tecnológicas y puedan ejecutar sus funciones eficientemente y con mayor motivación y compromiso.

Potenciar la innovación, las nuevas ideas, los nuevos métodos. Los sistemas de gestión de calidad impulsan una mejora continua en las organizaciones. La mejora continua es un proceso estructurado y sistemático dirigido a obtener un rendimiento mayor de un proceso, a aumentar la calidad de un servicio o a

disminuir el costo de obtención de actividades que ya desarrollamos de forma habitual

Mejora la imagen de productos y servicios y, a medio plazo, la de la organización. Esto incide en una mejor posición de mercado respecto a la competencia. Adoptar un sistema de gestión de la calidad es lanzar una señal a todos los agentes que interactúan con nuestra organización sobre nuestro compromiso con la calidad y la mejora continua.

Incrementa la posición competitiva de la empresa. La empresa aumenta su liderazgo en el mercado y optimiza sus posibilidades de sostenibilidad en el tiempo y su liderazgo.

Los sistemas de gestión de la calidad consideran las necesidades y expectativas del cliente, por lo que su empleo tiene un impacto positivo en su satisfacción y fidelización.

Planificación

Las previsiones administrativas deben realizarse tomando en cuenta que nunca alcanzarán certeza completa, ya que existe siempre el riesgo, al respecto Osorio (2014) establece que:

Planeación, es pensar con anticipación en los objetivos, acciones y recursos de la empresa, basándose en un plan o método lógico y práctico y no en intuiciones. Para la realización del plan efectivo se debe tomar en cuenta que los objetivos deben ser concretos, específicos y a corto plazo; que los procedimientos deben ser funcionales y beneficiosos de los cuales se deberá seguir para el logro de los fines. (p. 11)

Además, un Plan es una guía para que la organización obtenga y comprometa los recursos necesarios para el logro de las metas propuestas en el plan; para que cada miembro de la empresa desarrolle sus funciones guiándose en el plan establecido; y que dicha Planeación debe ser flexible a los cambios o correcciones necesarias.

Organización

El trabajo tiende a dividirse cada vez más en actividades concretas. El individuo reditúa mayor eficiencia, precisión y destreza al responsabilizarlo a una actividad más limitada y concreta. La especialización genera mayor creatividad e iniciativa, al respecto Osorio (2014) explica que “organizar es dividir, separar y reunir nuevamente para coordinar las actividades y los recursos de la empresa, cumplir las metas que se encuentran plasmadas en la Planeación”. (p. 17)

Dirección

Es importante lograr una comunión de intereses particulares y generales dentro de la organización, para el logro de los objetivos, de acuerdo con Osorio (2014) establece que la dirección “es también llamado Liderazgo, que es la capacidad de influir y ejercer la autoridad sobre los demás, con la ambición de alcanzar las metas de la institución; por lo tanto radica en dosificar energía, dirigir, activar e inducir a terceros” (p. 23)

El liderazgo o la Dirección es un componente tan primordial de la labor administrativa, que algunos consideran que la administración, es alcanzar los fines por medio de las personas. El fundamento del Liderazgo en la Administración, implica inspirar al personal y propiciar, para mantener un sistema administrativo estable.

Control

El control es imposible si no se fijan anticipadamente, en forma precisa y cuantitativa, los estándares correspondientes a la operación en turno, según Osorio (2014) menciona que es control “es establecer patrones, medir, y modificar el desempeño individual y grupal del personal de la empresa, para que las actividades que están planificadas se ajusten; y no se desvíen del objetivo principal asignado por la empresa”. (p. 33)

En resumen, el control facilita el logro del propósito que atribuye la empresa, indicando que la planeación no se logra solo sin el apoyo de otras etapas; por lo

general para la verificación del cumplimiento de actividades siempre se medirán para alcanzar el éxito.

Principios de gestión de calidad

Los ocho principios de gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección de una organización con el fin de conducirla hacia una mejora en el desempeño, al respecto la Norma ISO 9001 (2015) los describe:

Enfoque al cliente: Una organización depende de sus clientes por lo que deberían comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer los requisitos y esforzarse en superar las expectativas de éstos.

Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Estos líderes deberían crear un ambiente interno, en el cual todo el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el cumplimiento de los objetivos de la organización.

Participación del personal: El personal es la esencia de una organización y su compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado es alcanzado más fácilmente si las actividades y recursos relacionados con él son gestionados como un proceso.

Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficiencia y eficacia de una organización en el logro de sus objetivos.

Mejora continua: La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación beneficiosa para ambos aumenta su capacidad para crear valor. (p. 17)

La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad centrada en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Los clientes se inclinan por aquellas empresas que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran que la empresa seleccionada dispone de un buen sistema de gestión de calidad

Las tecnologías de la información y comunicación

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones han revolucionado nuestra manera de vivir, permitiendo la invención de nuevos bienes y servicios, de nuevos métodos de comercialización y cobro, así como medios alternativos para el flujo de la información, que no siempre son legales o pasan por áreas controladas de la sociedad, por ello es necesario definir esta herramienta, al respecto Tello (2015) explica que las TICs son “el universo de las comunicaciones, asimismo nos dice que son herramientas teórico conceptuales que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información, es correcta las expresiones, porque comprobamos en la vida diaria los benéficos que nos proporciona las Tics” (p. 9).

A diferencia de épocas anteriores, las TICs nos permiten hoy en día la comunicación instantánea y a través de enormes distancias geográficas, superando fronteras y fomentando el proceso de interconexión mundial conocido como la globalización.

Importancia de las tecnologías de la información y comunicación

Esta herramienta práctica tiene como objetivo lograr que, al finalizar su lectura, el micro y pequeño empresario sea capaz de analizar y comprender las potencialidades y ventajas concretas que presenta la incorporación de las TIC para

mejorar su negocio, al respecto Vidal (2015) establece que más específicamente el micro y pequeño empresario será capaz de:

Identificar ventajas para las distintas áreas y actividades del negocio (administración, trámites, comunicación, mercadeo, articulación en red, etc.).

Manejar información sobre las herramientas disponibles.

Analizar alternativas de incorporación de herramientas en las distintas áreas y actividades del negocio. (p. 7)

Por su parte según Rodríguez y Olaya (2015) establecen que:

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación TIC'S es un conjunto de medios o herramientas tecnológicas de la informática y la comunicación de que podemos utilizar en pro del aprendizaje; su importancia no puede desconocerse. La facilidad de crear, procesar, difundir información ha roto todas las barreras que limita la adquisición del conocimiento, contribuyendo al desarrollo de habilidades y destrezas comunicativas entre docentes y estudiantes. (párr. 8)

Los autores de la cita; nos dicen que el empleo de las TIC'S, nos facilitara en los diversos ámbitos de nuestra vida, en la educación habrá un gran impacto en el desarrollo de los nuevos saberes en los estudiantes, con el objetivo de acceder, manejar, integrar y evaluar información; construyendo nuevos conocimientos y comunicarse con otros, aplicando las técnicas adecuadas.

Características de las tecnologías de la información y comunicación

Las tecnologías de información y comunicación tienen como características principales las siguientes: Son de carácter innovador y creativo, pues dan acceso a nuevas formas de comunicación. Tienen mayor influencia y beneficia en mayor proporción al área educativa ya que la hace más accesible y dinámica, al respecto Gonzales (2015) expresa las siguientes características:

Inmaterialidad. La digitalización nos permite disponer de información inmaterial, para almacenar grandes cantidades en pequeños soportes o acceder a información ubicada en dispositivos lejanos.

Instantaneidad. Podemos conseguir información y comunicarnos instantáneamente a pesar de encontrarnos a kilómetros de la fuente original.

Interactividad. Las nuevas TIC se caracterizan por permitir la comunicación bidireccional, entre personas o grupos sin importar donde se encuentren. Esta comunicación se realiza a través de páginas web, correo electrónico, foros, mensajería instantánea, videoconferencias, blogs o wikis entre otros sistemas.

Automatización de tareas. Las TIC han facilitado muchos aspectos de la vida de las personas gracias a esta característica. Con la automatización de tareas podemos, por ejemplo, programar actividades que realizaran automáticamente los ordenadores con total seguridad y efectividad.

Las TIC están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales. Sin embargo, es de reseñar que estos cambios no siempre indican un rechazo a las tecnologías o medios anteriores, sino que en algunos casos se produce una especie de simbiosis con otros medios.

Tecnologías de la información y comunicación para la capacitación

Se puede utilizar las TIC no sólo para aprender a distancia sino también para manejar información de la oferta formativa existente (en cualquier modalidad: presencial, semi-presencial, virtual) e identificar cuál es el curso que se ajusta mejor a tus necesidades o las de tus colaboradores, al respecto Vidal (2015) establece que:

Es necesario identificar cuáles son realmente tus necesidades de capacitación (o las de tus colaboradores): qué necesitas aprender o en qué debes actualizarte para cumplir con los objetivos de tu negocio o mejorar los resultados

Analizar y evaluar los requisitos y características de los cursos que has seleccionado de acuerdo a tus posibilidades y las de tu empresa (contenidos del programa, modalidad virtual o presencial, carga horaria, pre-requisitos, equipos disponibles, costos, etc.). (p. 18)

Tecnologías de la información y comunicación que utilizan las micro y pequeñas empresas

Internet

Cada vez más, las empresas están rindiéndose a las facilidades que la Internet y sus herramientas pueden ofrecer a las actividades corporativas. La importancia del internet en el ámbito empresarial va mucho más allá del contacto con los clientes. La web es un medio eficaz para la divulgación de la marca, ayuda a conocer mejor el perfil del público objetivo y permite negociaciones con personas que están del otro lado del mundo. Al respecto Chauvin (2015)

Reducción de costos en las operaciones de la empresa. Debido a que la automatización es una de las ventajas del IoT, esta herramienta puede ser útil en la actualización de los procesos vinculados a las actividades laborales, así como también en reducción de archivos físicos a almacenar, optimizando también espacios de trabajo.

Las redes sociales

Los sitios de redes sociales son en donde hoy en día se encuentra el consumidor. Es una ventana a su mundo y la oportunidad de tener un contacto directo con él. Escucharlo y saber qué es lo que está necesitando, que percepción tiene de la marca, y hasta es posible pedirle ayuda al momento de lanzar un nuevo producto, al respecto Corralón (2018):

El Internet ha traído a su paso instantaneidad. Los clientes están acostumbrados a tener a su alcance a través de un clic todo tipo de información de un producto o servicios. Las redes sociales en este sentido se pueden

convertir en nuestros mejores aliados a la hora de contactar, conectar y generar una comunidad con nuestros clientes. (párr. 12)

Las redes sociales, bien utilizadas por las empresas, se valen para potenciar su visibilidad lo que mejorará los resultados comerciales. Por lo tanto, es un gran potenciador para que cualquier empresa suba de escalón. Actualmente, un gran número de potenciales clientes, empresas y emprendedores, utilizan alguna de las muchas redes sociales que existen, por lo cual seguro que encuentras contactos y seguidores a los que sacarles partido.

Los correos electrónicos

La importancia de tener una cuenta de correo electrónico radica en brindar un medio digital de contacto continuo con quien lo necesite. El correo de la empresa es importante porque es la forma más fácil de compartir información con otros miembros de una empresa u organización. De esta forma, tanto las empresas como los profesionales y sus clientes reducen su gasto en correo, faxes y llamadas telefónicas a lo esencial. De acuerdo con Hontoria (2014) indica que las siguientes ventajas del correo electrónico

Rápido, llega al destino con bastante rapidez (aunque no podemos considerar que llegue instantáneamente al destinatario).

Es barato

No importa donde enviemos

Solo requieres de una conexión básica a Internet.

Puedes enviar correos a múltiples personas a la vez.

Puedes enviar archivos de video, sonido, imágenes, ejecutables, etc...

Por un lado, debe tener en cuenta el hecho de que los correos electrónicos comerciales son una excelente manera de comunicarse con clientes potenciales y clientes de todo el mundo. A veces, las llamadas telefónicas no son una forma viable de comunicación

debido a las barreras del idioma y las zonas horarias. Pero los correos electrónicos le permiten conectarse con personas de todo el mundo de manera profesional y concisa. Por supuesto, debe asegurarse de que los correos electrónicos que envía sean de la mejor calidad posible, y puede llevar un poco de trabajo y contratar personas para que creen correos electrónicos para usted.

Las computadoras

Las computadoras permiten la aplicación de diferentes tipos de programas que pueden ayudar a las empresas a realizar un seguimiento de sus archivos, documentos, agendas y plazos. Las computadoras también permiten a las empresas organizar toda su información de una forma muy accesible. De acuerdo con Santander (2015) explica que:

La recepcionista utiliza la computadora para grabar mensajes, localizar empleados y para tareas administrativas.

El departamento de ventas coteja la disponibilidad del producto y el crédito del cliente. Recomienda materiales para complementar el producto ordenado.

El departamento de mercadeo utiliza la computadora para producir el material de promoción, utilizan programas de gráficas, dibujos y Desktop publishing. Utilizan calendarios electrónicos para planificar las promociones.

En envío y recibo utilizan la computadora para entrar transacciones manteniendo actualizados los records de inventario y venta. (p. 22)

El sistema informático ha sido el equipo más importante dentro de una empresa, ya que es capaz de realizar diferentes funciones al mismo tiempo, facilitando el trabajo para un mejor desempeño, teniendo en cuenta que las comunicaciones pueden diseñarse de diferentes formas en el entorno empresarial. También se puede investigar cualquier tema, en otro orden de cosas, permite la comunicación a través de Internet a nivel nacional e internacional, permitiendo que la empresa sea más competitiva y logre con éxito su objetivo propuesto.

Beneficios de las Tecnologías de la información y comunicación

Es así como para el caso específico de las micro y pequeñas empresas se han identificado impactos relevantes, como la mejora de las relaciones con los clientes y la capacidad para conseguirlos, sin embargo, Hoyos (2015) establece los siguientes beneficios del uso de esta herramienta:

La adopción de las TIC constituye una oportunidad para acceder a mercados más competitivos

Las TIC permiten optimizar la asignación de los recursos organizacionales por medio de la automatización de tareas, el establecimiento y gestión de bases de datos, la incorporación, y el intercambio de información en tiempo real mejorando la coordinación entre los miembros de equipos de proyectos,

Otros efectos importantes de las TIC en la PYMES, son mejora en los procesos de planificación y elaboración de presupuestos. La mejora en el proceso de marketing, la simplificación de los procesos de facturación y de cobros, mayor eficiencia en los procesos de recepción y despachos de mercancía, y mayor satisfacción en los empleados. (p. 113)

Las virtudes de las TICs no son difíciles de enumerar: su mayor velocidad, capacidad y distribución de la información permiten que usuarios de distintas partes del planeta pueden conectarse usando computadores y otros aparatos especializados, para comunicarse de múltiples maneras y emprender diversas transacciones: comprar y vender objetos e información, compartir datos personales, conversar en tiempo real, incluso jugar videojuegos en línea aún sin hablar el mismo idioma.

6.3 Marco conceptual

Micro y pequeñas empresas

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), en cualquier forma de organización que tiene

como objetivo desarrollar la extracción, procesamiento, producción, comercialización de bienes o la prestación de servicios.

Gestión

Gestionar el negocio en términos de calidad es un factor esencial para el éxito de un negocio. No se trata de una simple burocracia, pero es estratégicamente importante garantizar que la empresa llegue al futuro con la salud deseada. En este sentido, es muy importante analizar la calidad de los procesos de gestión de la empresa y valorar en qué medida se pueden mejorar para incrementar la productividad.

Calidad

En un mundo globalizado como el actual, los desafíos son cada vez mayores, especialmente en el área de la competencia empresarial, lo que permite enfrentar una fuerte competencia, tanto a nivel nacional como internacional. La buena calidad es una condición que debe tener cualquier servicio para lograr un mayor desempeño en su actividad y su sostenibilidad, respetando las normas y reglas necesarias para satisfacer las necesidades de los clientes.

La calidad dentro de una empresa es un factor importante de satisfacción para sus clientes, empleados y accionistas, y proporciona herramientas prácticas para la gestión general. Hoy, es necesario cumplir con estándares de calidad para ser competitivos en un mercado cada vez más exigente; Por esta razón, debes buscar: mejora continua, satisfacción del cliente, Estandarización, control de procesos.

Tecnologías de la información y comunicación

Las TIC han transformado la forma de trabajar y gestionar los recursos en la empresa, se han convertido en un elemento clave para hacer más productivo el trabajo del desarrollo. Agiliza la comunicación de la empresa con su entorno, apoya el trabajo en equipo. Ayuda a promover los productos en el mercado y aumenta la productividad del negocio.

Internet se ha convertido en la columna vertebral del comercio, ha experimentado un fuerte crecimiento, la apertura de muchas industrias nuevas y la reconfiguración de negocios existentes. Gracias a esto, la comunicación asertiva se puede realizar a través de diferentes redes sociales.

III. HIPÓTESIS

En el estudio: Las tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019; no se planteó una hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño

No experimental – transversal- descriptivo de propuesta

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019, es decir se observó el fenómeno tal como se encontró dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente en el año 2019.

Fue descriptivo de propuesta, porque se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la variable Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019; y en base a los resultados se elaboró un plan de mejora.

4.2 Población y muestra

a) Población

La población estuvo conformada por 16 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019. La cual se obtuvo mediante la base de datos de la Municipalidad provincial del Santa.

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por 16 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019. Es decir, se utilizará el 100% de la población.

4.5. Operacionalidad de la variable

| Aspecto complementario | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|------------------------|--|----------------------|--|----------|
| Representantes | Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa. (Ley 28015, 2003) | Edad | <ul style="list-style-type: none"> - De 18 a 30 años - De 31 a 50 años - De 51 años a más | Razón |
| | | Género | <ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino | Nominal |
| | | Grado de instrucción | <ul style="list-style-type: none"> - Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario - Superior universitario | Ordinal |
| | | Cargo | <ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador | Nominal |
| | | Tiempo en el Cargo | <ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas | Razón |

| Aspecto complementario | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|-------------------------------|---|---|--|-----------------|
| Micro y pequeñas empresas | MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y/o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley 28015, 2003) | Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro | <ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 años a mas | Razón |
| | | Número de trabajadores | <ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores | |
| | | Personas que trabajan en la empresa | <ul style="list-style-type: none"> - Personas familiares - Personas no familiares | Nominal |
| Objetivo de la empresa | <ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancias - Subsistencia | | | |

| Variable | Definición conceptual | Dimensiones | Indicadores | Medición |
|---|--|---|---|-----------------|
| Las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad | Gestión de calidad es hacer uso de las herramientas modernas, en este sentido las Tecnologías de la información y comunicación que nos permiten acceder, producir, guardar, presentar y transferir información. Ellas están en todos los ámbitos de nuestras vidas, en nuestra vida social, familiar y escolar. Sus usos son ilimitados y pueden manejarse con facilidad, sin necesidad de ser un experto. (Vidal, 2015) | Termino gestión de calidad | <ul style="list-style-type: none"> - Si - Tengo cierto conocimiento - No | Nominal |
| | | Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica: | <ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Empowerment - Lluvia de ideas - Outsourcing - otros - Ninguno | |
| | | Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad | <ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros | |
| | | Técnicas para medir el rendimiento del personal | <ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - La escala de puntuaciones - Evaluación 360° - Otros | |
| | | Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa | <ul style="list-style-type: none"> - Si - A veces - No | |
| | | Termino TIC | <ul style="list-style-type: none"> - Si - Tengo cierto conocimiento. - No | |
| | | Computadora en LA empresa | <ul style="list-style-type: none"> - Si - No | |

| | | | | |
|--|--|--|---|---------|
| | | Nivel de conocimiento de computación | <ul style="list-style-type: none"> - Muy bueno - Bueno - Regular - Malo - Muy malo | Nominal |
| | | Internet para las compras de mercadería | <ul style="list-style-type: none"> - Si - A veces - No | |
| | | Tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos | <ul style="list-style-type: none"> - Facebook - WhatsApp - Twitter - Página Web - Ninguna | |
| | | Teléfono para coordinar asuntos de su empresa | <ul style="list-style-type: none"> - Siempre - Casi siempre - Algunas veces - Muy poca veces - Nunca | |
| | | Beneficios del uso de las TIC | <ul style="list-style-type: none"> - Incrementar ventas - Hacer conocida la empresa - Identificar las necesidades de los clientes - Ninguna porque no utiliza | |

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario que abarcaba 21 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes, las 5 primeras preguntas están referidas a los datos de la característica de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas, las otras 4 preguntas se refiere a la características de las micro y pequeñas empresas y las 12 últimas preguntas están referidas a las características de las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante para la gestión de calidad. (Ver Anexo 5)

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: Microsoft Word: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. Acrobat Reader XI: Es un software gratuito que permitió leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. Microsoft Excel: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas. Del mismo modo se usó el Mendeley para elaborar las citas y referencias en Norma APA, así mismo se utilizó el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio y por último el PPT para la presentación de la ponencia

4.7. Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos | Variable | Población y muestra | Metodología | Instrumentos y Procesamiento |
|--|---|--|---|--|--|
| <p>¿Cuáles son las principales características de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019?</p> | <p>Objetivo general</p> <p>Determinar las principales características de las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.</p> <p>Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.</p> <p>Señalar las características de las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.</p> <p>Elaborar un plan de mejora en base a los resultados de las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019</p> | <p>Las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad</p> | <p>Población:</p> <p>La población estuvo conformada por 16 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.</p> <p>Muestra</p> <p>La muestra estuvo conformada por 16 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019. Es decir, se utilizó el 100% de la población</p> | <p>Diseño</p> <p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño</p> <p>No experimental – transversal-descriptivo de propuesta</p> | <p>Técnica</p> <p>La técnica utilizada fue la encuesta.</p> <p>En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario</p> <p>Plan de análisis</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel.</p> |

4.7. Principios éticos

El presente estudio titulado: las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019, se tomaron en cuenta los siguientes principios éticos:

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, para el proceso de realización del trabajo de investigación se utilizó las encuestas y material informativo para evaluación por parte del asesor, para los cual se utilizó hojas de reciclaje.

Libre participación y derecho a estar informado, la información solicitada a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, fue de uso académico y se respetó si el representante autorizo o no la publicación de sus datos, previamente al encuestarlos se les comunico el fin de dicho acto y se presentó un consentimiento.

Beneficencia no maleficencia la información solicitada a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes, se realizó de forma ordenada, oportuna, considerando el tiempo y el lugar adecuado, respetando cada opinión.

Justicia, la información solicitada a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes se plasmó tal cual fue su aportación respetando la verdad de la información.

Integridad científica, alude al correcto procedimiento de la práctica de la ciencia, y connota honestidad, transparencia, justicia y responsabilidad el cual se refleja en el trabajo de investigación realizado

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

| Datos generales | N | % |
|-----------------------------|----|--------|
| Edad (años) | | |
| 18 a 30 | 12 | 75.00 |
| 31 a 50 | 4 | 25.00 |
| 51 años a más. | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Genero | | |
| Femenino | 14 | 87.50 |
| Masculino | 2 | 12.50 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Grado de instrucción | | |
| Sin instrucción | 0 | 0.00 |
| Primaria | 0 | 0.00 |
| Secundaria | 3 | 18.75 |
| Superior no universitaria | 12 | 75.00 |
| Superior universitaria | 1 | 6.25 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Cargo | | |
| Dueño | 11 | 68.75 |
| Administrador | 5 | 31.25 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Tiempo en el Cargo | | |
| 0 a 3 años | 5 | 31.25 |
| 4 a 6 años | 1 | 6.25 |
| 7 años a más | 10 | 62.50 |
| Total | 16 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

| De la Empresa | N | % |
|---|----|--------|
| Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años) | | |
| 0 a 3 años | 4 | 25.00 |
| 4 a 6 años | 2 | 12.50 |
| 7 años a más | 10 | 62.50 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Numero de colaboradores | | |
| 1 a 5 | 8 | 50.00 |
| 6 a 10 | 6 | 37.50 |
| 11 a más | 2 | 12.50 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Personas que trabajan en su empresa | | |
| Familiares | 6 | 37.50 |
| Personas no familiares | 10 | 62.50 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Objetivo de la empresa | | |
| Generas ganancias | 13 | 81.25 |
| Subsistencia | 3 | 18.75 |
| Total | 16 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

Tabla 3

Características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

| Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad | N | % |
|---|----|--------|
| Termino gestión de calidad | | |
| Si | 2 | 12.50 |
| Tiene poco conocimiento | 11 | 68.75 |
| No | 3 | 18.75 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Técnicas de gestión de calidad que aplica | | |
| Benchmarking | 8 | 50.00 |
| Marketing | 3 | 18.75 |
| Empowerment | 5 | 31.25 |
| Las 5 S | 0 | 0.00 |
| Outsorsing | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Dificultades en la gestión de calidad | | |
| Poca iniciativa | 9 | 56.25 |
| Aprendizaje lento | 5 | 31.25 |
| No se adapta a los cambios | 2 | 12.50 |
| Desconocimiento del puesto | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Técnicas para medir el rendimiento del personal | | |
| La observación | 16 | 100.00 |
| La evaluación | 0 | 0.00 |
| La escala de puntuaciones | 0 | 0.00 |
| Evaluación 360° | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Gestión de calidad mejora el rendimiento | | |
| Si | 16 | 100.00 |
| No | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |

Continúa ...

Tabla 3

Características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

| Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad | N | % |
|---|----|--------|
| Termino TIC | | |
| Si | 6 | 37.50 |
| Tiene poco conocimiento | 10 | 62.50 |
| No | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Computadora en su empresa | | |
| Si | 7 | 43.75 |
| No | 9 | 56.25 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Nivel de conocimiento de computación | | |
| Muy bueno | 0 | 0.00 |
| Bueno | 10 | 62.50 |
| Regular | 6 | 37.50 |
| Malo | 0 | 0.00 |
| Muy malo | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Internet para las compras de mercadería | | |
| Si | 14 | 87.50 |
| A veces | 2 | 12.50 |
| No | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Redes sociales que utiliza la venta de sus productos | | |
| Facebook | 11 | 68.75 |
| WhatsApp | 5 | 31.25 |
| Twitter | 0 | 0.00 |
| Página Web | 0 | 0.00 |
| Ninguna | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |

Continúa ...

Tabla 3

Características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019. Concluye

| Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad | N | % |
|---|----|--------|
| Teléfono para coordinar asuntos de la empresa | | |
| Siempre | 16 | 100.00 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| Algunas veces | 0 | 0.00 |
| Muy pocas veces | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |
| Beneficios del uso de las TIC | | |
| Incrementar ventas | 6 | 37.50 |
| Hacer conocida la empresa | 8 | 50.00 |
| Identificar las necesidades de los clientes | 2 | 12.50 |
| Ninguna porque no utiliza | 0 | 0.00 |
| Total | 16 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

Tabla 4

Plan de mejora de las de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

| Problema | Causa | Solución | Responsable |
|--|---|--|----------------------|
| Termino gestión de calidad El 68.75% tienen poco conocimiento | Cuentan con estudios técnicos; sin embargo, no llevaron curso de admiración de empresas | Buscar profesionales en gestión empresarial y solicitar capacitación en temas de gestión de calidad. | Administrador/dueño |
| Dificultades en la implementación de la gestión de calidad El 56.25% tienen poca iniciativa | El personal se siente desmotivado Sensación de un trabajo rutinario | Dinámicas de grupo Plan de incentivos no económicos Reuniones periódicas con el personal con el fin de promover nuevas ideas o estrategias para la empresa | Administrador /dueño |
| Computadora en la empresa El 56.25% no cuentan con una | Aunque cuentan con un nivel bueno para el uso de computadoras, el personal no está acostumbrado a usarlas para las actividades de la empresa. | Capacitar al personal para el uso de las computadoras | Administrador/ dueño |

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

El 75.00% de los representantes oscilan entre 18 a 30 años de edad, estos datos coinciden con lo aportado con Bayona (2019) quien indica que el 81.82% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, del mismo modo con Isla (2019) quien indicó que el 75.00% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. Pero estos datos se contrastan con lo hallado por Morales (2017) quien manifiesta que el 84% tienen la edad promedio mayor a 30 años, así mismo con Villanueva (2018) quien aportó que el 53.49% tiene entre 31 a 50 años de edad. Se observa que la mayoría son personas con experiencia en el rubro por ende han logrado sobrevivir durante muchos años.

El 87.50% de los representantes son de género femenino, estos datos coinciden con lo aportado con Bayona (2019) quien indica que el 68.18% de los representantes son de género femenino, del mismo modo con Isla (2019) quien indicó que el 87.50% de los representantes tienen son de género femenino, así mismo con Villanueva (2018) quien aportó que el 60.47% son de género femenino. Pero estos datos se contrastan con Morales (2017) quien manifiesta que el 64% son de sexo masculino. Se observa que la mayoría son mujeres, debido a que son personas puntuales y confiables para el puesto.

El 75.00% de los representantes expresan tener grado de instrucción superior no universitaria, estos resultados coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 72.73% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria, así mismo Morales (2017) quien manifiesta que el 92% cuentan con estudios superiores, del mismo modo con Isla (2019) quien indicó que el 75.00% tienen grado de instrucción superior no universitarios. Pero se contrasta con Villanueva (2018) quien aportó que el 44.19% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios secundarios.

Se observa que la mayoría son personas con estudios técnicos por ende han logrado ser más eficientes en sus puestos.

El 68.75% de los representantes expresan que son los dueños de las empresas, estos resultados coinciden con Isla (2019) quien indico que el 68.75% de los representantes son los dueños, así mismo con Villanueva (2018) quien apor to que el 88.37% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños. Pero se contrastan con Bayona (2019) quien indica que el 68.18% de los representantes son los administradores. Se observa que la mayoría son los fundadores de la empresa, y en ellos recae la responsabilidad para que la empresa crezca.

El 62.50% de los representantes indican que se encuentran en el cargo más de 7 años, estos datos coinciden con Isla (2019) quien indico que el 62.50% tienen más de 7 años en el cargo, así mismo con Villanueva (2018) quien apor to que el 55.81% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo más de 7 años. Pero estos resultados se contrastan con lo hallado por Bayona (2019) quien indica que el 68.18% de los representantes tienen entre 4 a 6 años en el cargo. Se observa que la mayoría cuentan tienen muchos años en el cargo puesto que fueron responsables.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

El 62.50% de las empresas se encuentran en el rubro más de 7 años, estos datos coinciden con Isla (2019) quien indico que el 62.50% de las micro y pequeñas empresas llevan más de 7 años en el rubro. Pero estos datos se contrastan con Bayona (2019) quien indica que el 68.18% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años en el rubro, de la misma manera con Morales (2017) quien manifiesta que el 48% tiene más de 10 años de permanencia en el rubro de construcción. Se observa que la mayoría de las empresas tiene un buen nivel de participación en el rubro debido a que tienen más de 7 años.

El 50.00% de las empresas cuentan con 1 a 5 colaboradores, estos datos coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 77.27% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, del mismo modo con Isla (2019) quien indico que el 50.00% de las micro y pequeñas empresas cuentan con 1 a 5 trabajadores. Se observa que la empresa aún no cuenta con la suficiente liquidez para contratar a más personas.

El 62.50% de las empresas expresan contar con un personal no familiar, estos datos coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 81.82% tienen a personas no familiares trabajando, del mismo modo con Villacorta (2017) quien indico que el 66.67% de las micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando. Se observa que la mayoría prefiere contratar a personas no familiares porque indican que son más responsables.

El 87.25% de las empresas indican que se crearon para generar ganancias, estos datos coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 90.91% tienen como objetivo generar ganancias, del mismo modo con Isla (2019) quien indico que el 81.25% de las micro y pequeñas empresas se formaron para generar ganancias. Pero se contrastan con Morales (2017) quien manifiesta que el 56% tiene como objetivo principal dar empleo a la familia. Se observa que la mayoría se creó con la finalidad de incrementar sus ganancias y con ello solventar los gastos de sus familias.

Tabla 3

Características de ñas tecnologías de la información y comunicación para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019

El 68.75% de los representantes indican que tienen poco conocimiento de la gestión de calidad, estos datos coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 72.73% de los representantes tienen poco conocimiento sobre el termino gestión de calidad, del mismo modo con Isla (2019) quien indico que el 68.75% de los representantes tienen poco conocimiento sobre el término gestión de calidad, de la misma manera con del mismo modo con Villacorta (2017) quien

indico que el 66.67% de los representantes si conoce el término gestión de calidad. Se observa que la mayoría si muestran conocimiento de la gestión de calidad, en este sentido podemos decir que los sistemas de gestión de la calidad ayudan a sistematizar las operaciones y hacer más eficientes los procesos de una empresa, además de ahorrar dinero, detectar los recursos en desuso y redistribuirlos de manera eficiente. Seguimiento del desempeño de los procesos y la organización

El 50.00% de los representantes expresan que aplican el benchmarking, estos datos coinciden con Isla (2019) quien indico que el 50.00% de los representantes aplican la técnica del Benchmarking. Pero estos datos se contrastan con Bayona (2019) quien indica que el 63.64% de los representantes aplican el Marketing. Se observa que la mayoría aplica esta técnica debido a que permite a la empresa a Mejorar el nivel de calidad: Uno de los principales objetivos del Benchmarking es mejorar el valor creado en un producto, en función de sus precios y los costes necesarios para su fabricación y venta. Una comparación es inútil si el resultado no conduce a un aumento tangible de la calidad.

El 56.25% de los representantes indican que el personal muestra poca iniciativa, estos datos coinciden con Isla (2019) quien indico que el 56.25% de los representantes consideran que el personal muestra poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. Pero estos datos se contrastan con Bayona (2019) quien indica que el 50.00% de los representantes consideran que su personal no se adapta a los cambios. Se observa que el personal muestra poca iniciativa porque no tiene motivación, en este sentido es necesario adecuar al personal para el puesto, debido a que esto es fundamental para lograr una excelente motivación en el trabajo. En otras palabras, los desafíos y demandas del trabajo deben satisfacer y estimular las necesidades del trabajador. Por ejemplo, puede resultar muy frustrante realizar tareas repetitivas que no requieren el entrenamiento que tenemos.

El 100,00% de los representantes expresan que miden el rendimiento del personal con la técnica de la observación, estos datos coinciden con Bayona

(2019) quien indica que el 81.82% de los representantes aplican la técnica de la observación, del mismo modo con Isla (2019) quien indico que el 100.00% de los representantes aplican la técnica de la observación. Se observa que la mayoría consideran que es necesario medir el rendimiento del personal en este sentido la evaluación del desempeño de nuestros colaboradores es necesaria porque nos permite medir el logro de los objetivos propuestos y dar retroalimentación al trabajador sobre su comportamiento y desempeño. Del mismo modo evaluar el desempeño de un empleado es un componente fundamental para las empresas, ya que permite implementar estrategias y afinar la eficiencia. El proceso incluye la definición de: misión, visión, cultura organizacional y competencias profesionales de los cargos.

El 100.00% de los representantes expresan que la gestión de calidad si mejora el rendimiento, estos datos coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 100.00% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad mejora el rendimiento, del mismo modo con Isla (2019) quien indico que el 100.00% de los representantes consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa. La mayoría consideran que la gestión de calidad permite satisfacer al cliente: el principal objetivo de la puesta en marcha de un sistema de gestión de la calidad es poder cumplir con todas las expectativas establecidas por el cliente. Todo el proceso está orientado a este objetivo: obtener nuevos clientes: el cumplimiento de los estándares que determina un sistema de gestión de la calidad, ofrece seguridad a los clientes potenciales.

El 62.50% de los representantes indican que tienen poco conocimiento de las TICS, estos datos coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 81.82% de los representantes manifiestan que tienen poco conocimiento del termino TIC. Pero se contrasta con Villacorta (2017) quien indico que el 80.00% de los representantes conocen el significado de las TIC. La mayoría considera que las TIC han transformado el mundo del trabajo, convirtiéndose en un elemento fundamental para un desarrollo más productivo en el trabajo. Esto ayuda a hacer más efectiva la comunicación de las organizaciones con el entorno en el

que se desarrolla. Mejora del trabajo en equipo, mayor productividad y mejor visibilidad de los productos en el mercado.

El 56.25% de los representantes expresan que no cuentan con una computadora, estos datos coinciden con Villacorta (2017) quien indico que el 73.33% de los representantes no cuentan con una computadora en la empresa. Pero estos datos se contrastan con lo hallado por Bayona (2019) quien indica que el 72.73% de los representantes si cuentan con una computadora. Las computadoras permiten la aplicación de diferentes tipos de programas que pueden ayudar a las empresas a realizar un seguimiento de sus archivos, documentos, agendas y plazos. Las computadoras también permiten a las empresas organizar toda su información de una manera muy accesible. La capacidad de almacenar grandes cantidades de datos en una computadora es conveniente, económica y ahorra espacio. La capacidad de los equipos informáticos permite a una empresa organizar sus archivos de manera eficiente y conduce a una mejor gestión del tiempo y productividad.

El 62.50% de los representantes consideran que tienen un nivel bueno en computación, estos datos coinciden con Villacorta (2017) quien indico que el 40.00% de los representantes consideran que tienen un nivel de conocimiento de computación muy bueno. Pero estos datos se contrastan con Bayona (2019) quien indica que el 81.82% de los representantes manifiestan que tienen un nivel de conocimiento regular en computación. Las computadoras han hecho que las empresas sean más personales y empoderadas, permitiéndoles realizar tareas que antes tenían que ser subcontractadas. Por ejemplo, una empresa puede utilizar un programa de oficina para crear su propio material de formación. Se puede utilizar un programa de autoedición para crear materiales de marketing. Los programas de impuestos y contabilidad en línea permiten a las empresas preparar sus propias declaraciones de impuestos. Esto permite que las operaciones dominantes de una empresa permanezcan internas y permite que la empresa sea más independiente y menos propensa a errores de terceros.

El 87.50% de los representantes expresan que usan el internet para la compra de mercaderías, estos datos coinciden con lo hallado por Isla (2019) quien

indico que el 87.50% de los representantes usan el internet para la compra de mercaderías. Pero se contrastan con Bayona (2019) quien indica que el 81.82% de los representantes expresan que a veces utilizan el internet para la compra de mercaderías. En una empresa, hoy es fundamental contar con un sitio de Internet para la difusión de información que ofrece los productos y servicios que está lista para brindar; todo ello con el objetivo de llegar a cada uno de los hogares de sus clientes que podrán tener la posibilidad de obtener información más profunda no solo sobre los productos, sino también sobre la empresa en general; teniendo en cuenta que Internet es accesible para todos, rompiendo las barreras informáticas y llegando así a los dispositivos móviles, lo que permite una interacción efectiva e inmediata entre la empresa y sus clientes potenciales

El 68.75% de los representantes indican que usan el Facebook para ofrecer sus servicios, estos datos coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 81.82% de los representantes usan la red social Facebook para ofrecer los servicios, del mismo modo con Villacorta (2017) quien indico que el 80.00% de los representantes utilizan el Facebook. En una empresa, hoy es fundamental contar con un sitio de Internet para la difusión de información que ofrece los productos y servicios que está lista para brindar; todo ello con el objetivo de llegar a cada uno de los hogares de sus clientes que podrán tener la posibilidad de obtener información más profunda no solo sobre los productos, sino también sobre la empresa en general; teniendo en cuenta que Internet es accesible para todos, rompiendo las barreras informáticas y llegando así a los dispositivos móviles, lo que permite una interacción efectiva e inmediata entre la empresa y sus clientes potenciales.

El 100.00% de los representantes indican que siempre usan sus celulares para coordinar los asuntos de la empresa, estos datos coinciden con Bayona (2019) quien indica que el 68.18% de los representantes expresan que siempre utilizan sus teléfonos para coordinar los asuntos de la empresa, del mismo modo con Villacorta (2017) quien indico que el 93.33% de los representantes siempre hacen uso del teléfono para coordinar asuntos de su empresa. En una empresa, hoy es fundamental contar con un sitio de Internet para la difusión de

información que ofrece los productos y servicios que está lista para brindar; todo ello con el objetivo de llegar a cada uno de los hogares de sus clientes que podrán tener la posibilidad de obtener información más profunda no solo sobre los productos, sino también sobre la empresa en general; teniendo en cuenta que Internet es accesible para todos, rompiendo las barreras informáticas y llegando así a los dispositivos móviles, lo que permite una interacción efectiva e inmediata entre la empresa y sus clientes potenciales.

El 50.00% de los representantes indican que el uso de las TIC les ha permitido hacer conocida la empresa, estos datos coinciden con Isla (2019) quien indico que el 50.00% de los representantes han logrado con el uso del as TIC hacer conocida la empresa. Pero estos datos se contrastan con Bayona (2019) quien indica que el 54.55% de los representantes establecen que lograron como beneficio incrementar las ventas de la empresa, del mismo modo con Escobar (2017) quien establece que el 68.2% de los encuestados responden que siempre Las TIC dentro de la organización mejora la relación con clientes y proveedores. La mayoría considera que el uso delas tic permite mejorar la comunicación. Desde un punto de vista interno o externo, las TIC nos permiten tener una ventaja en el proceso de comunicación. Toda empresa necesita una comunicación fluida entre áreas y con sus grupos de interés. La implementación de un software empresarial que ofrece sofisticados canales de comunicación a cuya información se accede desde cualquier dispositivo conectado. Esto significa que los tiempos de respuesta son inmediatos y el flujo de datos es más ágil y accesible.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

Nombre o razón social: Grifo Energigas

Representante: Juan Velarde Torres

Dirección: Av. José Pardo 3850

2. Misión

Somos una empresa dedicada a la distribución, manejo y comercialización de combustibles comprometidos a ofrecer un servicio de calidad, enfocada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes en un tiempo de entrega y volumen exacto de nuestros productos, brindando seguridad y honestidad que garantiza un servicio de excelencia.

3. Visión

Ser una corporación integrada, líder en proveer soluciones a los requerimientos de energía de nuestros mercados; ágil y anticipada al futuro y a la competencia; en permanente búsqueda de nuevas oportunidades de negocios, comprometida con la creación de valor para nuestros clientes, personal, proveedores y accionistas y en armonía con el medioambiente y la responsabilidad social.

4. Objetivos

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

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

“Mejorar la estrategia de fidelización de clientes”.

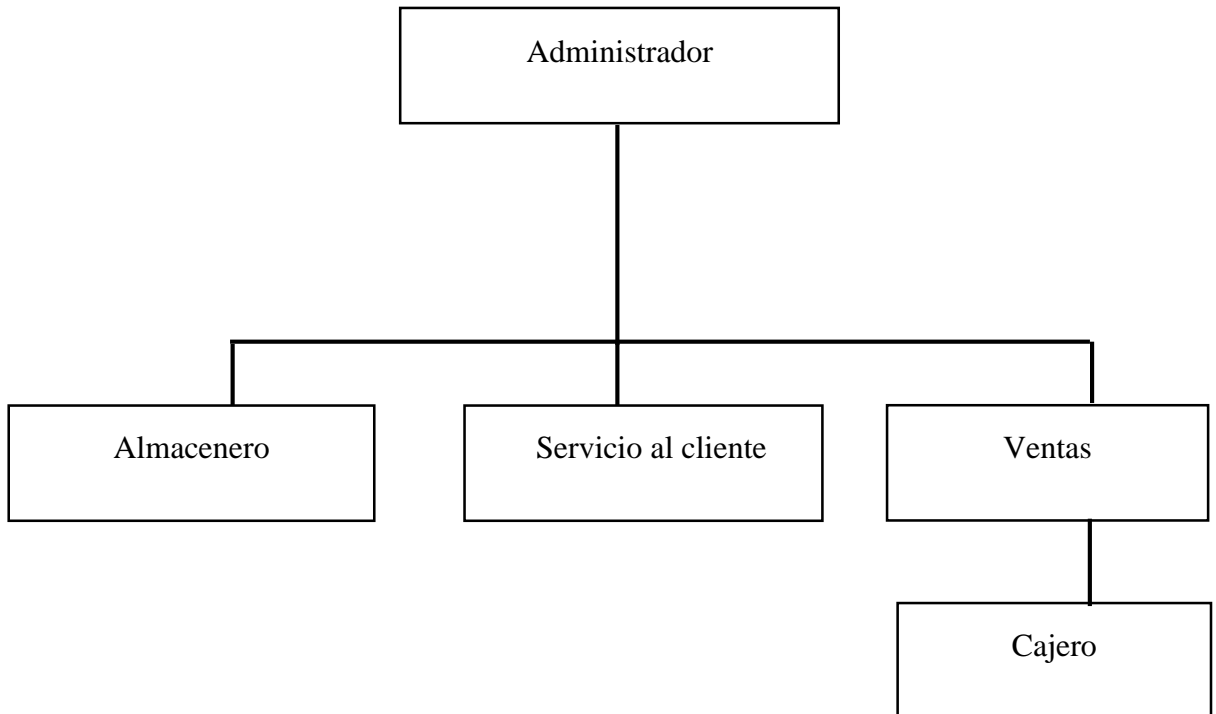
“Incrementar la visibilidad de la empresa en Internet aumentando los canales de comunicación”.

“Comercializar los servicios a través de las Redes Sociales”.

5. Productos y/o servicios

Pensar en una estación de servicio es pensar en el suministro de carburante. Pero cualquier conductor conoce que es preciso ocuparse de otras cuestiones y, así, se recurre a la estación de servicio en busca de agua, para el radiador y para limpiar los cristales, o de aire, para el inflado de los neumáticos y comprobar su presión, o de otros múltiples productos para el mantenimiento del vehículo: aceite, baterías, líquido de frenos, líquido para el limpiaparabrisas, lámparas... o, sencillamente para su limpieza

6. Organigrama de la empresa



7. 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. Crecimiento de la población .</p> | <p>A1. Presencia de gran número de grifos</p> <p>A2. Estrategias agresivas que realicen los competidores actuales.</p> <p>A3. Incremento en el costo de los insumos.</p> <p>A4. Cancelación del contrato de alquiler del local por parte del arrendador.</p> |
| <p>Fortalezas</p> <p>F1. Personal especializado.</p> <p>F2. Diversidad y calidad de servicios.</p> <p>F3. Calidad en la atención al cliente.</p> <p>F4. Experiencia en el rubro grifos.</p> <p>F5. Ubicación del local en zona comercial</p> | <p>F – O</p> <p>Se cuenta con experiencia del personal, sin embargo, es de suma importancia capacitar al personal constantemente para un mejor servicio F1, F4, O2</p> | <p>F – A</p> <p>Fortalecer la innovación y calidad de los servicios que ofrecen los grifos, 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,F1, F5</p> |
| <p>Debilidades</p> <p>D1. Planeamiento estratégico no formalizado.</p> <p>D2. El registro de ingresos y costos es manual y no permite tener información a tiempo real.</p> <p>D2. No existe una política de retención del talento humano.</p> <p>D3. No existe un sistema de evaluación de desempeño del personal.</p> | <p>D – O</p> <p>Implantar una base de datos para el registro de ingresos y egresos con el fin de lograr información en tiempo real, de esta manera se podrá tomar decisiones de inversión ya que se cuentan con una tendencia favorable en los indicadores económicos del país. D2, O1</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,D1</p> |

8. Indicadores de una buena gestión.

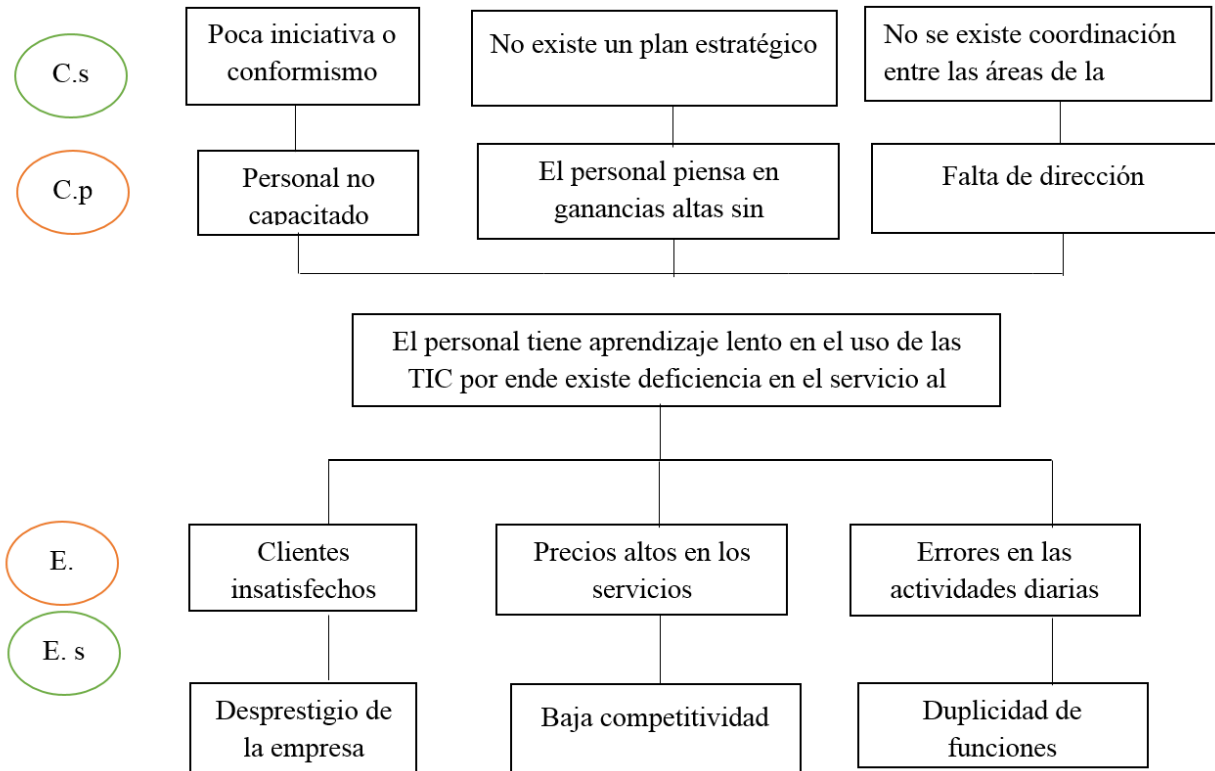
- Nivel de ventas.
- Participación en el mercado.
- Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos.
- Posicionamiento frente a la competencia.
- Rentabilidad de la empresa.
- Nivel de endeudamiento.

| Indicadores | Problema | Acción de mejora |
|--|---|---|
| Nivel de ventas. | Se encuentran estancadas | Descuentos a los mejores clientes |
| Participación en el mercado | Se desconoce de la participación de mercado | Identificar el nivel de ingresos de la competencia, mediante un estudio de mercado. |
| Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos | Se desconoce la satisfacción del cliente, debido a que no se aplicaron encuestas de satisfacción. | Aplicar encuestas de satisfacción |
| Posicionamiento frente a la competencia | La marca es poco conocida | Aplicar el benchmarking, con el fin de identificar las mejores prácticas de otras marcas conocidas. |
| Rentabilidad de la empresa | Se desconoce de la rentabilidad de la empresa | Establecer o aplicar indicadores de rentabilidad |
| Nivel de endeudamiento | Se trabaja con financiamiento de terceros . | Elaborar proyectos de inversión para usar eficientemente el financiamiento. |

9. Problemas

| Problemas | Acción de mejora |
|---|--|
| El personal tiene aprendizaje lento | Realizar talleres de capacitación para mejorar el aprendizaje en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. |
| Se mide el rendimiento a través de la observación | Investigar que otras técnicas de evaluación de desempeño se pueden aplicar . |
| No se cuenta con una computadora | Adquirir computadoras y capacitación para el uso eficiente de esta máquina tecnológica . |

10. Causas (Utilizando el diagrama de espina causa- efecto).



11. Establecer soluciones.
11.1. Establecer acciones

| N° | Acciones de mejora a llevar a cabo | Dificultad | Plazo | Impacto | Priorización |
|----|--|---|---------|--|--|
| 1 | Realizar talleres de capacitación para mejorar el aprendizaje en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, tales como el uso de las redes sociales, y páginas web. | Desconocimiento para implementar los talleres de capacitación | 15 días | Mejorar el aprendizaje en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación | Identificar las Tecnologías de la Información y Comunicación más utilizadas en el mundo empresarial |
| 2 | Investigar que otras técnicas de evaluación de desempeño se pueden aplicar. | Puede que las técnicas no se adapten a las empresas | 15 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 |
| 3 | Adquirir computadoras y capacitación para el uso eficiente de esta máquina tecnológica . | Temor del personal de adaptarse a este nuevo cambio, es decir al uso de ordenadores para las actividades de la empresa. | 15 días | Actualizarse en el uso de máquinas modernas como es el uso de computadoras. | Identificar el modelo de PC o características, en este sentido la PC debe ser la que tenga un rendimiento medio para ciertas actividades de la empresa. Capacitar al personal para el uso de estos ordenadores. |

11.2.Estrategias (que se desean implementar).

| ÁREA DE MEJORA N°1: Recursos humanos | |
|---|--|
| Descripción del problema | El personal tiene aprendizaje lento, se mide el rendimiento a través de la observación, no se cuenta con una computadora |
| Causas que provocan el problema | Desconocimiento del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, de las técnicas para la medición del desempeño y desconocimiento del uso de las computadoras. |
| Objetivo a conseguir | Mejorar el aprendizaje en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación |
| Acciones de mejora | Realizar talleres de capacitación para mejorar el aprendizaje en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Investigar que otras técnicas de evaluación de desempeño se pueden aplicar. Adquirir computadoras y capacitación para el uso eficiente de esta máquina tecnológica. |
| Beneficios esperados | Mejorar el aprendizaje en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación Conseguir aplicar otras herramientas para medir el desempeño del colaborador. Actualizarse en el uso de máquinas modernas como es el uso de computadoras . |

12. Recursos para la implementación de las estrategias

- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos

13. Esquematizar las estrategias

- Establecer acciones
- Estrategias
- Humanos

- Económicos
- Tecnológicos
- Establecer el tiempo del desarrollo

| Establecer acciones | Estrategias | Humanos | Económicos | Tecnológicos | Tiempo |
|--|---|----------------|-------------------|-----------------------------|---------------|
| Realizar talleres de capacitación para mejorar el aprendizaje en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. | Identificar las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación | Administrador | s/. 1000.00 | Computadoras Proyectores | 15 días |
| Investigar que otras técnicas de evaluación de desempeño se pueden aplicar . | Identificar las mejores técnicas para medir el rendimiento . | Administrador | s/. 1000 00 | Computadoras | 15 días |
| Adquirir computadoras y capacitación para el uso eficiente de esta máquina tecnológica. | Identificar que computadoras cuentan con las características necesarias para realizar algunas tareas de la empresa. | Administrador | s/. 1000.00 | Computadoras Proyectores | 15 días |

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes oscilan entre 18 a 30 años de edad, son de género femenino, expresan tener grado de instrucción superior no universitaria, expresan que son los dueños de las empresas, indican que se encuentran en el cargo más de 7 años

La mayoría de las empresas se encuentran en el rubro más de 7 años, cuentan con 1 a 5 colaboradores, expresan contar con un personal no familiar y se crearon para generar ganancias

La mayoría de los representantes indican que tienen poco conocimiento de la gestión de calidad, expresan que aplican el benchmarking, indican que el personal muestra poca iniciativa, expresan que miden el rendimiento del personal con la técnica de la observación, expresan que la gestión de calidad si mejora el rendimiento, indican que tienen poco conocimiento de las TICS, del mismo modo no cuentan con una computadora, consideran que tienen un nivel bueno en computación, usan el internet para la compra de mercaderías, indican que usan el Facebook para ofrecer sus servicios, siempre usan sus celulares para coordinar los asuntos de la empresa y finalmente indican que el uso de las TIC les ha permitido hacer conocida la empresa

Se elaboró el plan de mejora en base a los resultados de la investigación, con la finalidad de establecer las estrategias que permitan aplicar una adecuada gestión de calidad .

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Capacitar para el uso de las TIC, dado que las empresas pueden adquirir tecnología y herramientas de punta, pero estas quedan obsoletas si no cuentan con el recurso humano preparado para su manejo.

Adquirir computadoras, debido a que actualmente, las computadoras ayudan a los centros de llamadas con preguntas de los clientes, reciben pagos y asistencia en general. Los sistemas automatizados de voz están disponibles sin restricción de tiempo, y son siempre amables. La combinación de sitios web, publicidad y marketing proporciona un medio sencillo y rápido a la globalización comercial enorme. Los sitios web hacen que la compañía se encuentre rápidamente al alcance de todos.

Crear una página web empresarial, en este sentido el internet no es sólo un medio de comunicación, sino que es el canal publicitario más grande que ha existido nunca. Gracias a la incorporación de elementos multimedia (sonido, imagen o vídeo) y las nuevas ramas de expansión como las redes sociales, tu empresa podrá ser vista a nivel mundial y visitada por gran cantidad de usuarios.

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

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bayona, F. (2019). *Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Cerón, M. (2018). *Las tecnologías de la información y comunicación en las micro, pequeñas y medianas empresas en el sur de Jalisco*. Revista Global de Negocios, 6 (1), 1 – 13.
- Corralón, E. (2018). *¿Qué beneficios aportan a tu pyme las redes sociales?*. <https://thesocialmediafamily.com/beneficios-redes-sociales/>
- Chauvin, S. (2015). *Como Aplicar Internet en la Empresa*. <http://www.mujeresdeempresa.com/como-aplicar-internet-en-la-empresa/>
- Escobar, E. (2017). *Características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la cooperativa agraria Appbosa, distrito de Marcavelica, provincia de Sullana. año 2017*
- Fernández, J. (2019). *La Transformación Digital no pasa solo por entregar tecnología a las Pymes*. <https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/2019/02/09/la-transformacion-digital-no-pasa-solo-por-entregar-tecnologia-a-las-pymes/>
- Garavito, H. (2018). *Las TIC en las pymes, una necesidad de mercado*. <https://www.analdex.org/2017/03/07/las-tic-en-las-pymes-una-necesidad-de-mercado/>
- Gonzales. D. (2015). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. <http://www.monografias.com/trabajos67/tics/tics2.shtml>.

- Hontoria, J. (2015). *La importancia del correo electrónico en las empresas*.
<https://tipesoft.com/la-importancia-del-correo-electronico-en-las-empresas/>
- Hoyos, J. (2015). *Papel de las tic en el entorno organizacional de las PYMES*.
file:///C:/Users/Administrador/Downloads/Dialnet-
ElPapelDeLasTICEnElEntornoOrganizacionalDeLasPymes-4521389.pdf
- Instituto Nacional de Estadística, (2017). *Casi un millón de microempresas en España aún no tiene Internet*.
https://elpais.com/economia/2017/09/14/actualidad/1505385054_283653.html
- Isla, G. (2019). *Las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro eventos infantiles, distrito San Juan de Lurigancho, provincia de lima, 2019*.
- Ley 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa*.
<http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley 30056 (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las micro, pequeñas y medianas empresas*.
<http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
- López, Y. (2017). *Tecnologías de la información y las comunicaciones en la actividad de las ferreterías pymes en Bogotá*. (Tesis post grado). Facultad ciencias económicas y administrativas. Universidad de la Sabana. Colombia
- Morales, M. (2017). *Gestión de calidad con uso de tecnologías de información y comunicación (tic) en los almacenes en las micro y pequeñas empresas del sector*

- construcción de la ciudad de Chimbote año 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Norma ISO 9001 (2015). Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L. Recuperado de, <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5818/tfg-san-pro.pdf?sequence=1>
- Osorio, I. (2014). *El proceso administrativo y sus efectos en los establecimientos educativos privados en la ciudad de Quetzaltenango*. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Osorio-Imelda.pdf>
- Párraga, L. (2017). *La implementación de las tecnologías de la información y comunicación en las PYMES de la zona 4 del Ecuador y su impacto en la competitividad empresarial. (Tesis post grado)*. Facultad de ciencias administrativas. Universidad Nacional mayor de San Marcos. Ecuador
- Rodríguez, M. y Olaya, R. (2015). Las Tics. En Educación. Novatos virtuales Conocimiento tecnológico. <http://ticsenlaeducacionyaneth.blogspot.com/>.
- Santander, L. (2015). *¿Qué es un computador?*. <http://www.actiweb.es/ubvsucre/archivo3.pdf>
- Terrones, A. (2014). *Sólo el 15% de mypes accede a TIC en el país y el 98% de grandes empresas*. <https://andina.pe/agencia/noticia-solo-15-mypes-accede-a-tic-el-pais-y-98-grandes-empresas-433383.aspx>
- Tello, D. (2015). *Formación a través de Internet: Evaluación de la calidad*. Barcelona, España: Paidós
- Vidal, A. (2015). *¿En qué pueden las TIC ayudar a mi negocio?*. file:///D:/mini_guiaticpyme.pdf

- Vásquez, M. (2014). *Importancia de las MYPEs en el Perú*.
<http://pymesperuana.blogspot.com/2014/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Villagrán, J. (2018). *¿Por qué tu empresa debe contar con un buen sistema de gestión de calidad?*. <https://mydatascope.com/blog/es/por-que-tu-empresa-debe-contar-con-buenos-sistemas-de-gestion-de-calidad/>
- Villacorta, Y. (2017). *Gestión de la calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro estéticas, del distrito de Santa, año 2017*
- Villanueva, W. (2018). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de abarrotes, mercado la perla, distrito Chimbote, año 2018*.

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de Actividades

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|--|------------|---|---|---|-------------|---|---|---|------------|---|---|---|-------------|---|---|---|
| N° | Actividades | Año 2017 | | | | Año 2019 | | | | Año 2020 | | | | Año 2021 | | | |
| | | Semestre I | | | | Semestre II | | | | Semestre I | | | | Semestre II | | | |
| | | Mes | | | | Mes | | | | Mes | | | | Mes | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Elaboración del Proyecto | X | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación | | X | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación | | | X | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor | | | | X | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Mejora del marco teórico | | | | | X | | | | | | | | | | | |
| 6 | Redacción de la revisión de la literatura | | | | | | X | | | | | | | | | | |
| 7 | Elaboración del consentimiento informado (*) | | | | | | | X | | | | | | | | | |
| 8 | Ejecución de la metodología | | | | | | | | X | | | | | | | | |
| 9 | Resultados de la investigación | | | | | | | | | X | X | | | | | | |
| 10 | Conclusiones y recomendaciones | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| 11 | Redacción del pre informe de Investigación. | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| 12 | Reacción del informe final | | | | | | | | | | | | | X | | | |
| 13 | Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| 14 | Presentación de ponencia en eventos científicos | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| 15 | Redacción de artículo científico | | | | | | | | | | | | | | | | X |

Anexo 2. Presupuesto

| Presupuesto desembolsable estudiante | | | |
|---|-------------|-----------------|--------------------|
| Categorías | Base | % Numero | Total (S/.) |
| Suministros | | | |
| Impresiones | 0.3 | 30 | 9 |
| Fotocopias | 50 | 0.1 | 5 |
| Empastado | 0 | 0 | 0 |
| Papel Bond A 4 (500 Hojas) | 2 | 22.5 | 45 |
| Lapiceros | 2 | 0.8 | 1.6 |
| Servicios | | | 0 |
| Uso del turnitin | 50 | 2 | 100 |
| Sub total | | | 160.6 |
| Gastos de viaje | | | |
| Pasajes para recolectar la información | 20 | 2 | 40 |
| Sub total | | | 40 |
| Total de presupuesto desembolsable | | | 200.6 |
| Presupuesto no desembolsable | | | |
| Categoría | Base | % Numero | Total (S/.) |
| Servicios | | | |
| Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD) | 30 | 4 | 120 |
| Búsqueda de información en base de datos | 35 | 2 | 70 |
| Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC) | 40 | 4 | 160 |
| Publicación de artículo en repositorio institucional | 50 | 1 | 50 |
| Sub total | | | 400 |
| Recurso humano | | | |
| Asesoría personalizada (5 horas por semana) | 63 | 4 | 252 |
| Sub total | | | 252 |
| Total de presupuesto no desembolsable | | | 652 |
| Total (S/.) | | | 852.6 |

Financiamiento: Autofinanciado por el estudiante.

Anexo 3. Matriz de validación

| Título: Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019 | | | | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|---------------------------------|----|------------------------------|----|--|----|
| Autor: Quistgaard Calle, Maricielo Edith | | | | | | | | | |
| Matriz de validación de juicio por expertos | | | | | | | | | |
| Orden | Pregunta | Criterios de evaluación | | | | | | | |
| | | ¿Es pertinente con el concepto? | | ¿Necesita mejorar la redacción? | | ¿Es tendencioso aquiescente? | | ¿Se necesita mas ítems para medir el concepto? | |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1OE | DIMENSIÓN 1 | | | | | | | | |
| 1 | ¿Conoce el termino Gestión de Calidad? | | | | | | | | |
| 2 | ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce? | | | | | | | | |
| 3 | ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden la implementación de gestión de calidad? | | | | | | | | |
| 4 | ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce? | | | | | | | | |
| 5 | ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio? | | | | | | | | |
| 2OE | DIMENSIÓN 2 | | | | | | | | |
| 6 | ¿Conoce las TIC? | | | | | | | | |
| 7 | ¿Cuenta con una computadora en su empresa? | | | | | | | | |
| 8 | ¿Cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación? | | | | | | | | |
| 9 | ¿Hace uso del internet para ejecutar las compras de mercadería para su empresa? | | | | | | | | |
| 10 | ¿Qué tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos? | | | | | | | | |
| 11 | ¿Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa? | | | | | | | | |
| 12 | ¿Qué beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa? | | | | | | | | |



Alvarez Callan, Anghel Michael

Licenciado en administración

Anexo 4. Constancia de validación

Quien suscribe, Alvarez Callan, Anghel Michael, con DNI: 70551643, de profesión de licenciado en administración, con CARNET DE COLEGIO N° 17796, he revisado el proyecto de tesis “**Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019**”, que desarrolla la bachiller en administración Quistgaard Calle, Maricielo Edith , con DNI: 70799575, para obtener el título en licenciatura.

Tras evaluar los instrumentos de recolección de datos (encuestas), con la finalidad de optimizar los resultados, valido el instrumento presentado por la tesista, puesto que reúne las condiciones para que la información que se obtenga se ajuste a la realidad

Ayacucho – Perú 08 de febrero del 2021



Alvarez Callan, Anghel Michael

Licenciado en administración

Anexo 5. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro grifo, distrito Chimbote, 2019.

Para obtener el título profesional de licenciada en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

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) Educación básica
- c) Superior no universitaria
- d) 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

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

1. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

2. Número de Trabajadores

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

3. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

4. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

3 REFERENTE A LA VARIABLE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD

1. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No
- c) Tengo cierto conocimiento.

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

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) Empowerment
- d) La 5 s
- e) Outsorsing
- g) Ninguno

3. ¿Qué dificultades tienen los trabajadores que impiden 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

4. 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

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

- a) Si
- b) No

6. ¿Conoce las TIC?

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

7. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

- a) Sí
- b) No

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

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

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

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

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

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

11. ¿Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Algunas veces
- d) Muy pocas veces
- e) Nunca

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

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

Anexo 6. Figuras

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

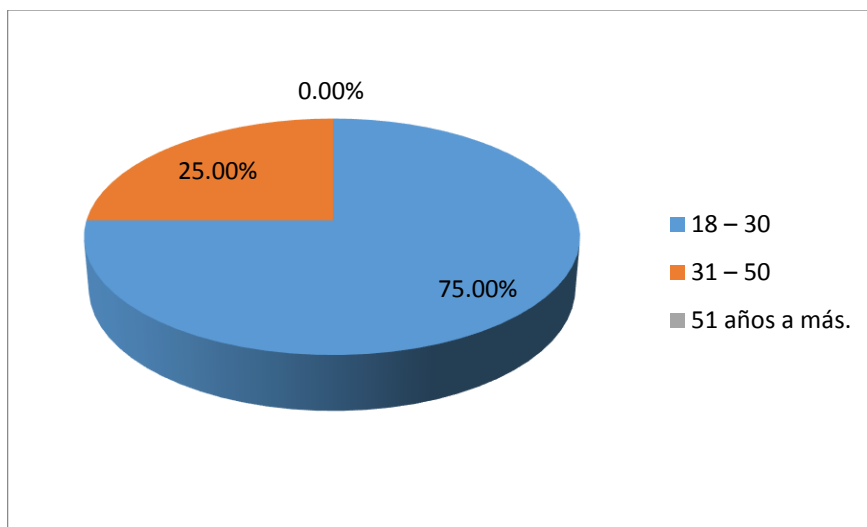


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

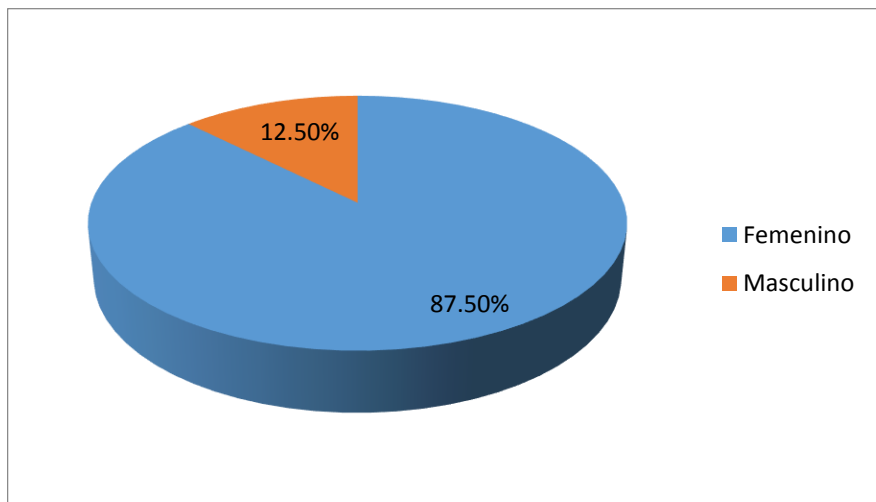


Figura 2. Género del representante

Fuente. Tabla 1

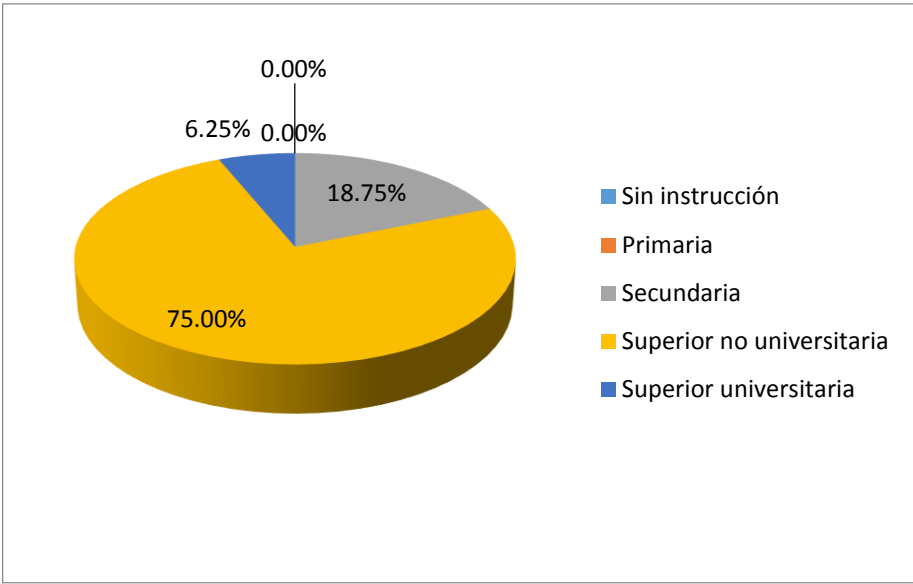


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

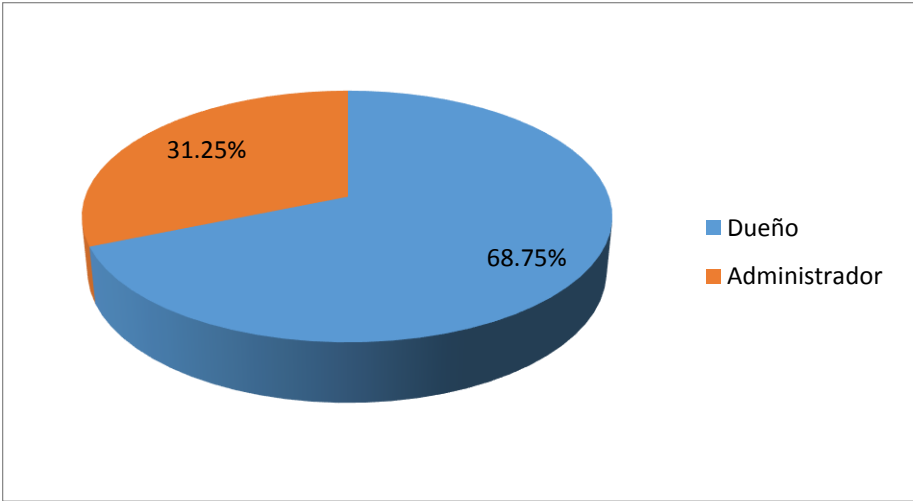


Figura 4. Cargo

Fuente. Tabla 1

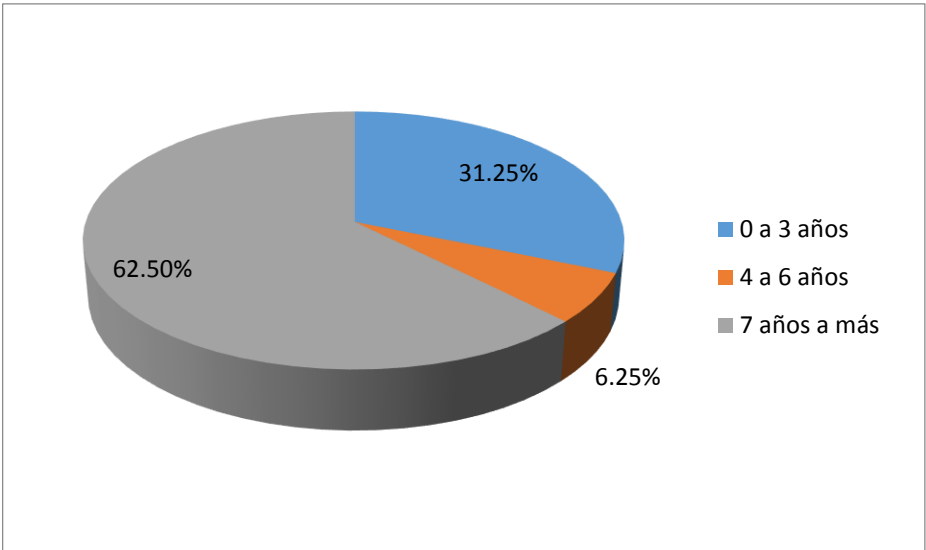


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente. Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

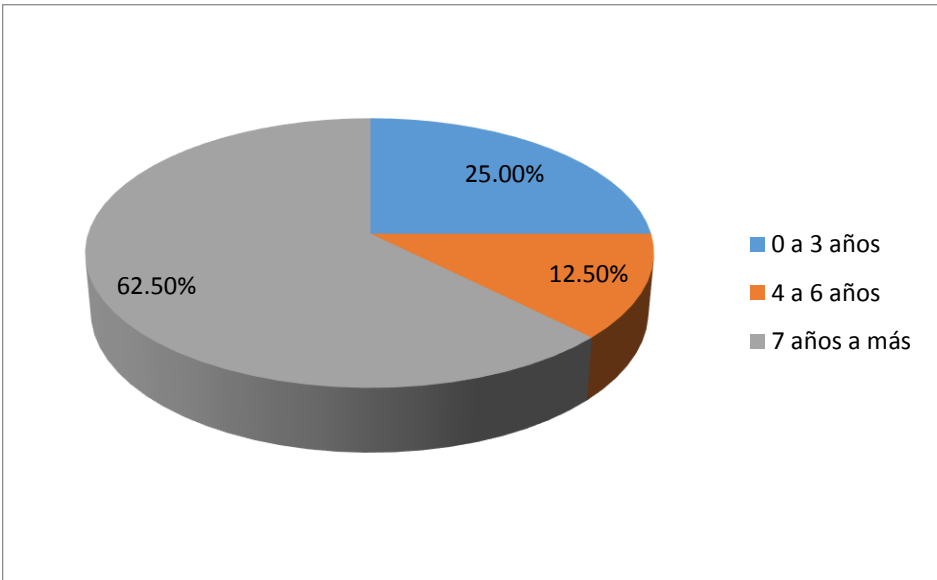


Figura 6. Tiempo en el rubro

Fuente. Tabla 2

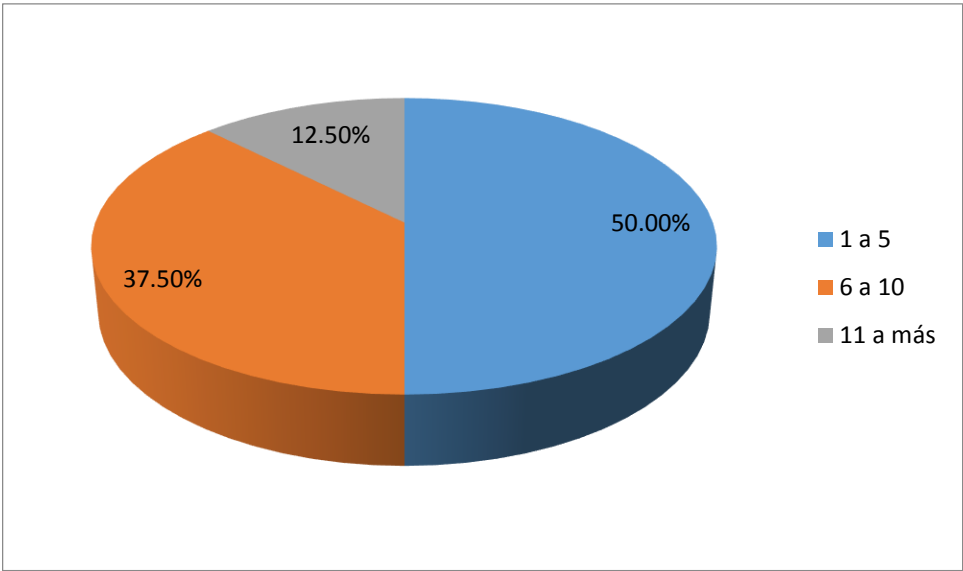


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente. Tabla 2

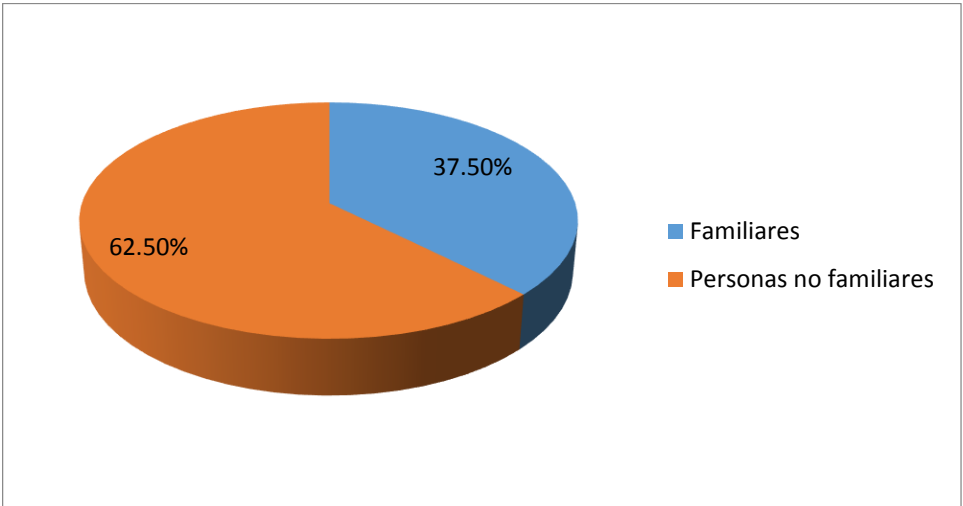


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente. Tabla 2

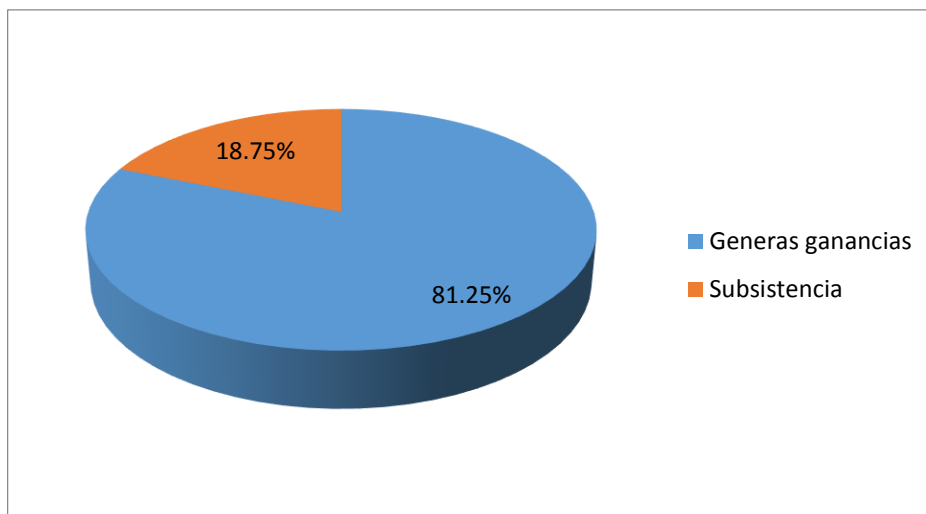


Figura 9. Finalidad de la MYPE

Fuente. Tabla 2

c) Referente a las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas:

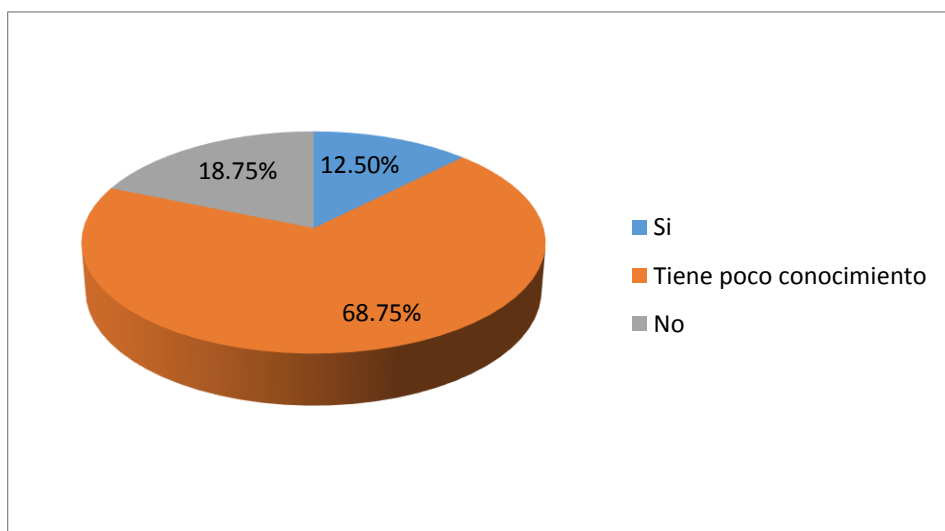


Figura 10. Conocen el término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

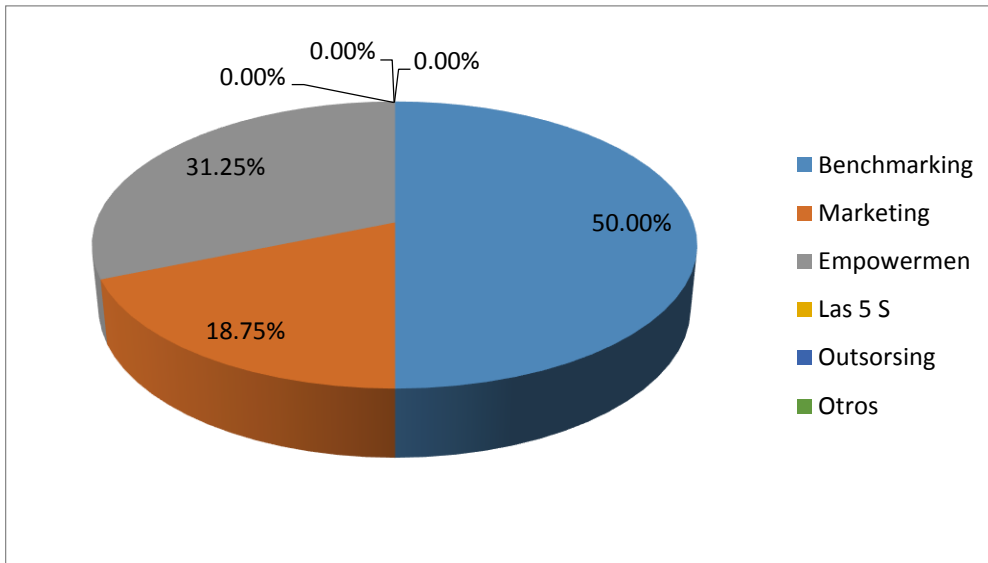


Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica

Fuente. Tabla 3

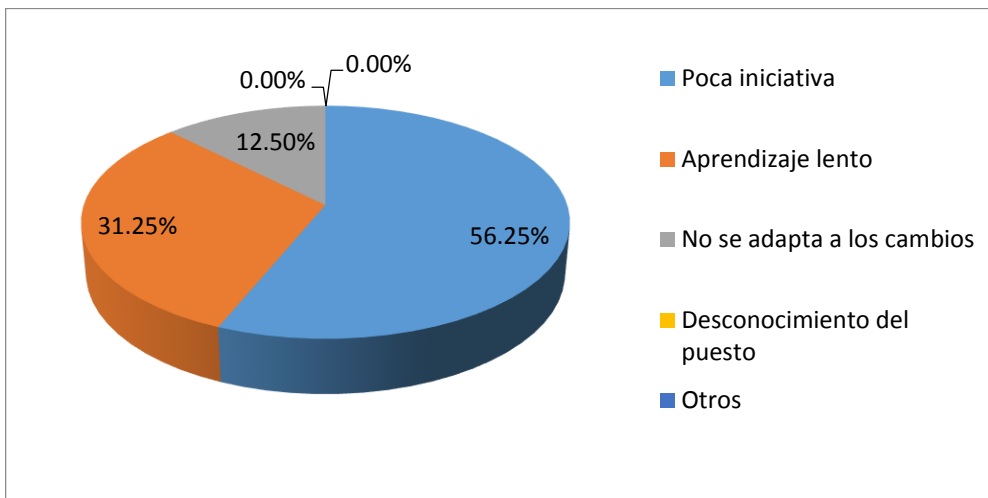


Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

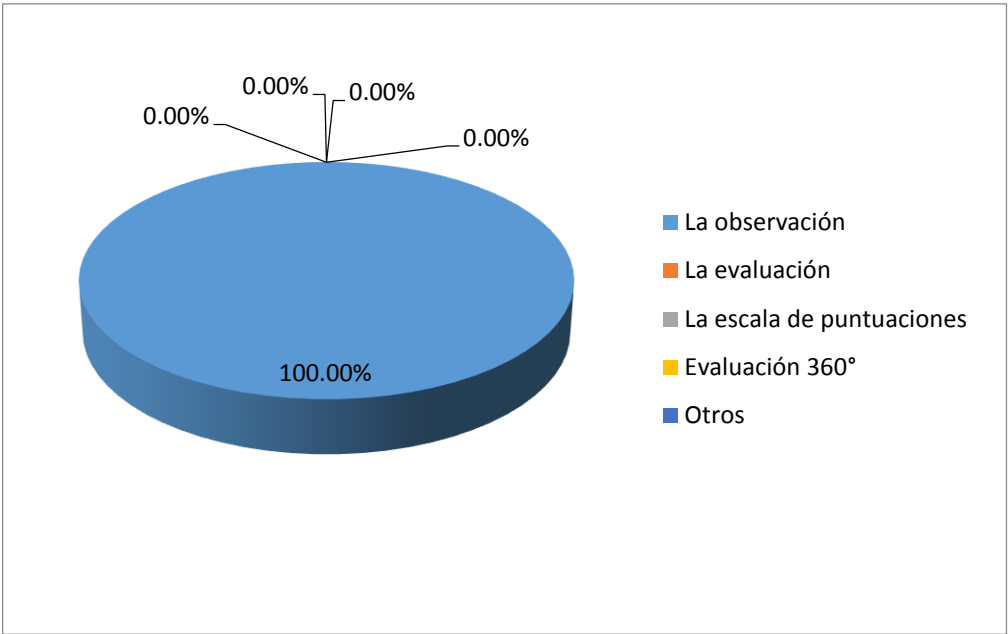


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente. Tabla 3

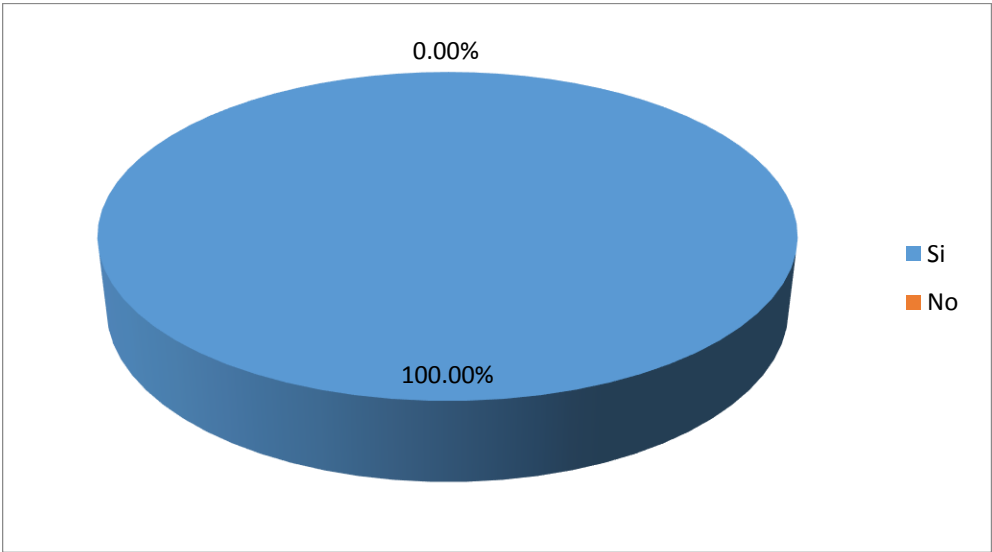


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente. Tabla 3

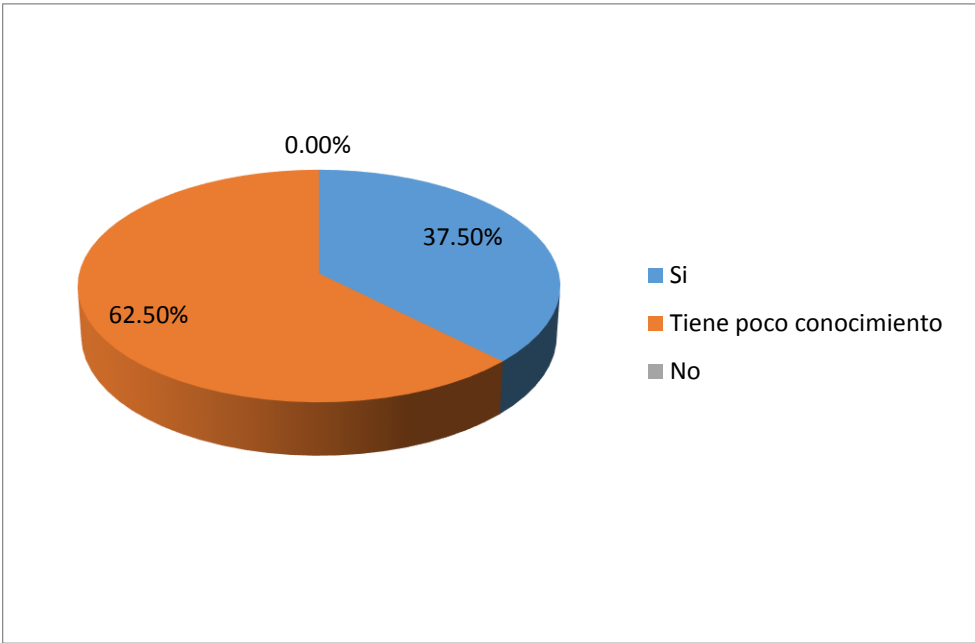


Figura 15. Conoce las TIC

Fuente. Tabla 3

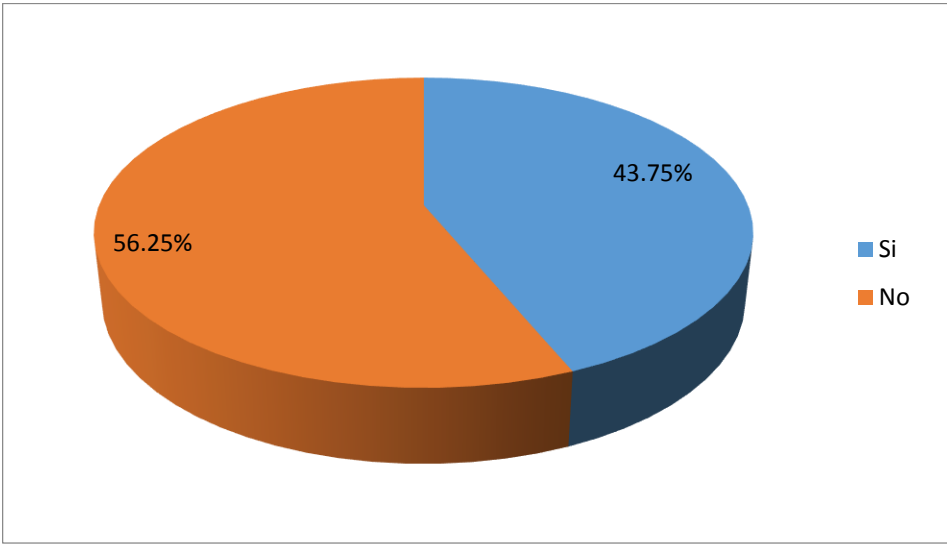


Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa

Fuente. Tabla 3

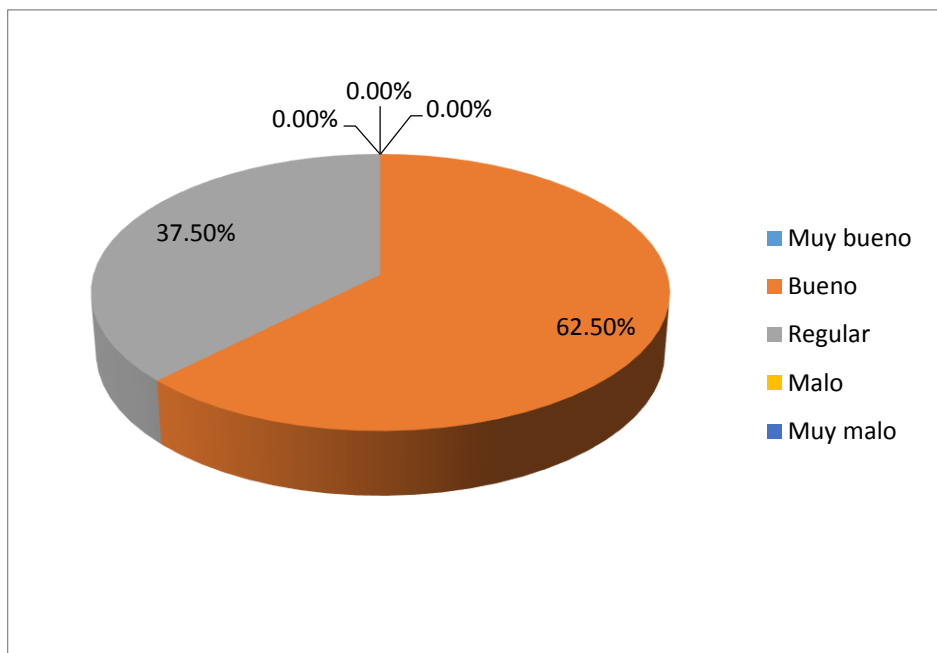


Figura 17. Nivel de conocimiento de computación

Fuente. Tabla 3

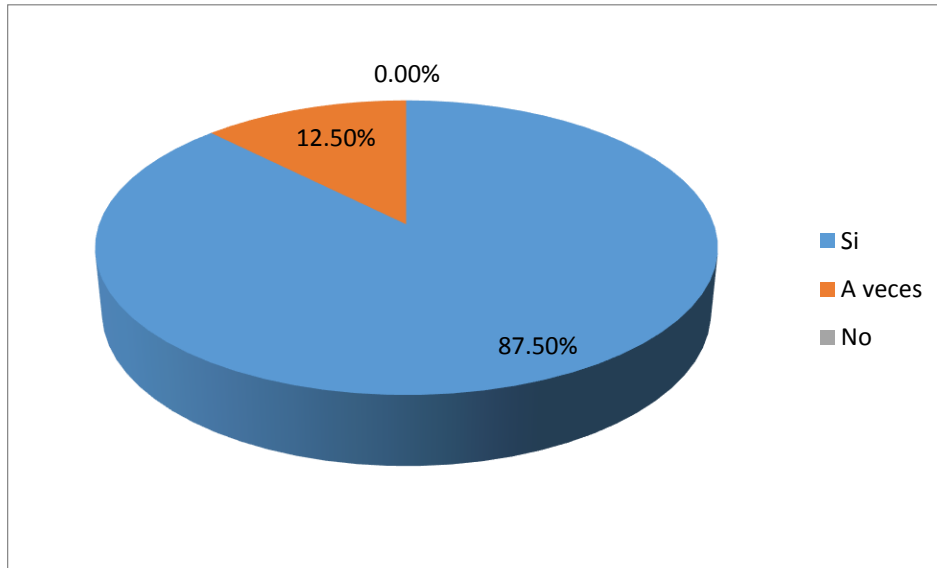


Figura 18. Internet para las compras de mercadería

Fuente. Tabla 3

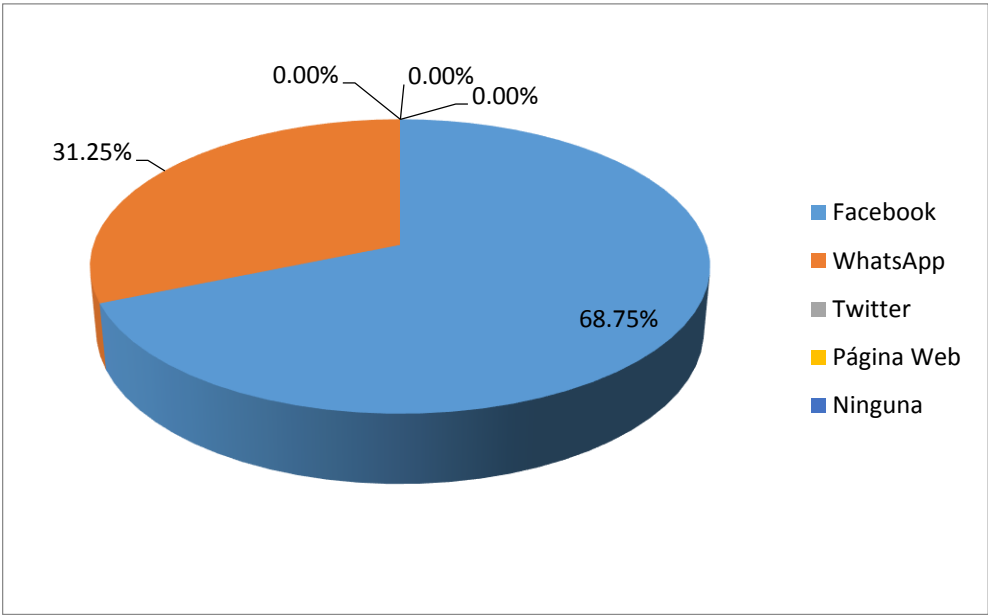


Figura 19. Redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos
Fuente. Tabla 3

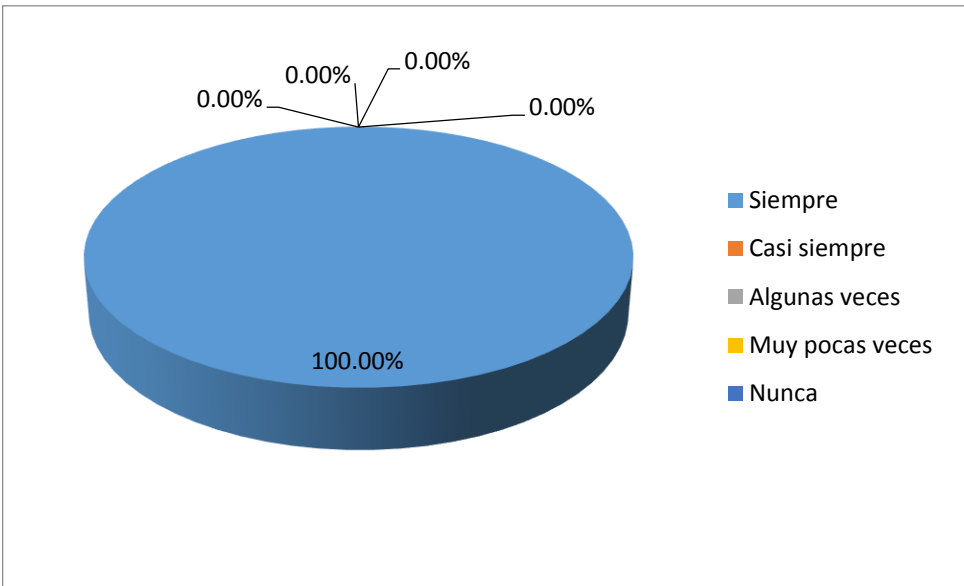


Figura 20. Emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa
Fuente. Tabla 3

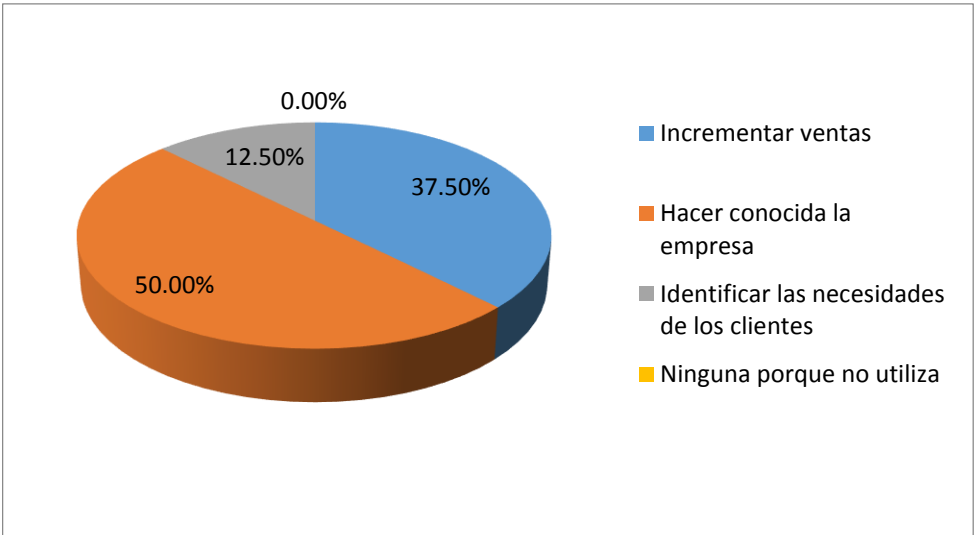


Figura 21. Beneficios obtuvo utilizando las TIC

Fuente. Tabla 3