



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA
COMUNICACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, CENTRO
COMERCIAL HUALLAYCO EN EL DISTRITO DE
HUÁNUCO, 2020**

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

AUTOR

ORTIZ POMA, LIDER ALAN

ORCID: 0000-0003-3076-2148

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

LIMA – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Ortiz Poma, Líder Alan

ORCID: 0000-0003-3076-2148

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID ID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000 0003 2177 5676

Salinas Gamboa, José Germán

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000 – 0003 - 2177 - 5676

Presidente

Mgtr. Salinas Gamboa, José Germán

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mgtr. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarias

ORCID ID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

AGRADECIMIENTO

A la casa de estudios ULADECH, que a través de sus docentes brindaron conocimientos para el logro profesional.

A las Mypes que amablemente aceptaron colaborar con el estudio, brindando datos e información suficiente para el desarrollo.

A los encuestados por emitir respuestas conscientes y confiables para obtener resultados que reflejaron la realidad de las Mypes, debilidades y fortalezas.

DEDICATORIA

A mis padres por ser los pilares más importantes en mi vida y por demostrar siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mis abuelos por su apoyo incondicional; por ser guías, ejemplos de vida y hoy en honor a ellos lograré ser; una profesional de éxito.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 23 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 21 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 52% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 y 50 años, el 43% tiene grado superior universitaria, el 69% son dueños, el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia de 4 a 6 años, el 52% de los representantes conocen el termino gestión de calidad, el 39% emplean la técnicas modernas para la gestión de calidad, finalmente el 52% conoce el termino TIC y el 47% no utiliza las tecnologías de la información y la comunicación en su negocio. La investigación concluye que la gestión de calidad con el uso de las TICs, son importantes en la administración de una empresa, es por ello que la mayoría de los micro y pequeños empresarios conocen ambos términos, sin embargo, solo algunas Mypes emplean el uso de las TICs para aplicar técnicas modernas en la gestión de calidad.

Palabras Clave: Gestión, Mype, TIC.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the characteristics of quality management with the use of information and communication technologies in micro and small enterprises in the service sector, Huallayco shopping center in the district of Huánuco, 2020. The research was of a non-experimental, cross-sectional, descriptive design, for the collection of information a sample population of 23 micro and small enterprises was used, to whom a structured questionnaire with 21 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 52% of the representatives of micro and small enterprises are between 31 and 50 years old, 43% have a university degree, 69% are owners, 60% of the micro and small enterprises have a time of permanence of 4 to 6 years, 52% of the representatives know the term quality management, 39% use modern techniques for quality management, finally 52% know the term TIC and 47% do not use information and communication technologies in their business. The research concludes that quality management with the use TICs are important in the administration of a company, which is why most of the micro and small entrepreneurs know both terms, however, only a part of them use TICs to apply modern techniques in quality management.

Key words: Management, Mype, TIC.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO	iii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	8
CONTENIDO	9
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	12
I. INTRODUCCIÓN.....	14
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA	19
2.1. Antecedentes	19
2.2. Bases Teóricas de la Investigación.....	27
2.3. Marco conceptual	36
III. HIPÓTESIS	38
IV. METODOLOGÍA.....	39
4.1 Diseño de la investigación	39
4.2 Población y muestra	40
4.3 Definición y operacionalización de la variable e indicadores	36
4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	36
4.5 Plan de análisis	36
4.6 Matriz de consistencia.....	36
4.7 Principios Éticos.....	36

V. RESULTADOS	37
5.1 Resultados	37
5.2 Análisis de Resultados	42
VI. CONCLUSIONES.....	49
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	61
ANEXOS	65
Anexo 1: Cuestionario.....	65
Anexo 2: Cronograma de actividades	69
Anexo 3: Presupuesto.....	70
Anexo 4: Validación	71
Anexo 5: Figuras	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.	37
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.	38
Tabla 3. Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.	39
Tabla 4. Características de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad del representante.....	72
Figura 2. Género del representante	72
Figura 3. Grado de instrucción	73
Figura 4. Cargo que desempeña.....	73
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo.....	74
Figura 6. Tiempo de permanencia de la microempresa	74
Figura 7. Número de trabajadores.....	75
Figura 8. Relación con los trabajadores.....	75
Figura 9. Objetivo de creación.....	76
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad.....	76
Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad.....	77
Figura 12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad	77
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	78
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio...78	
Figura 15. Conocimiento de las TIC.....	79

Figura 16. Computadora en la empresa	79
Figura 17. Nivel de computación.....	80
Figura 18. Uso del internet para ejecutar las compras de mercadería	80
Figura 19. Tipo de redes sociales para impulsar la venta de los productos	81
Figura 20. Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa	81
Figura 21. Beneficio obtenido utilizando las TIC en la empresa.....	82

I. INTRODUCCIÓN

Según la OIT, (2020), las Mypes aumentaron significativamente en América Latina y el Caribe (ALC). Para ello, se usaron las más recientes estadísticas generadas por las Encuestas, considerando veintitrés países de la zona con datos de entre dos mil diez y 2018.

Por otra parte Heredia y Dini (2021) mencionan que la emergencia del COVID-19 ha generado cambios importantes en las políticas de apoyo a las microempresas y pymes (MYPE) de América Latina y al mismo tiempo, ha abierto nuevos interrogantes y desafíos para el futuro.

Las Encuestas de Empresas del Banco Mundial consideran el campo manufacturero y de servicios, organizaciones que aportan significativamente a la economía de cada nación. Este último incluye comercio al por mayor y al por menor, transporte, almacenaje, construcción, hotelería, comunicaciones y tecnologías de la información. Son excluidos los servicios concedidos por el Gobierno, la industria del cuidado de la salud y los servicios financieros. Por otro lado, solo se toman en cuenta las compañías formales y que tienen más de 5 empleados. La encuesta está organizada en dieciséis secciones, que incluyen los temas de infraestructura, prácticas administrativas, comercio, género, fuerza laboral, crimen, finanzas, regulación y permisos, innovación y tecnología, de esta manera como medidas de desempeño y productividad. (Organización Internacional del Trabajo, 2020, p. 15)

Para Heredia y Dini, (2021), el Ministerio de Desarrollo Productivo es el encargado del cargo de la formulación de políticas y desarrollo de programas destinados a impulsar y mantener firme a las mipymes, mediante la segregaría de la Pequeña y Mediana Empresa y los emprendedores (SePyME). La SePyME tiene entre sus objetivos fomentar “procesos de transformación productiva, tanto a nivel sectorial como regional y también intervenir en el fortalecimiento, reestructuración y reingeniería de las mipymes, promoviendo la

productividad, la integración del conocimiento, la digitalización, la utilización auténtica, la agregación de valor, el desarrollo local, la formalización, internacionalización y competitividad” (pág. 31)

Las Mypes son el resumen del desarrollo, aun cuando el campo informal urbano en el Perú ha sido un fenómeno propio de las últimas 2 décadas, debido al acelerado proceso de migración y urbanización, la aparición del autoempleo y de un sinnúmero de unidades económicas de pequeña escala, en frente de las limitadas fuentes de empleo asalariada y formal para el conjunto de integrantes de la PEA (Arbulú, 2016, p. 1).

Por otra parte, INEI (2021), menciona que en el primer trimestre de 2021 y conforme la constitución legal que adoptaron las compañías, las personas naturales (con negocios) representaron el 62,1% del total de altas, seguido de aquellas constituidas como sociedad anónima (17,1%) y las que operaron bajo la modalidad de empresa individual de responsabilidad limitada (13,9%), entre las más significativas. En el caso de las compañías en estado de baja, las personas naturales concentraron el 98,5% del total.

Y por último, ComexPerú (2021), de acuerdo con las cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) en el 2020 publicada por el INEI, el campo privado peruano está conformado primordialmente por micro y pequeños negocios. A causa de la crisis ocasionada por la pandemia, las Mypes fueron seriamente afectadas de esta manera en dos mil veinte se registraron aproximadamente 3,1 millones de Mypes distribuidos a lo largo del territorio nacional, un 48,8% menos que en 2019. Esto prueba el gran impacto en el rubro empresarial, más asimismo revela un mecanismo de transmisión de la crisis económica cara los hogares que subsistían con los ingresos generados por las Mypes.

Según, la Camara de comercio de Huánuco, (2020), en la zona, el 95% de la actividad comercial está orientada a la micro y pequeña empresa, y es primordialmente servicios. Esto significa 32 000 Mypes, de las que un 50% ha colapsado.

Así mismo, Refulio (2021) menciona que “de las 32,450 MyPes registradas, el 20% ya ha colapsado en Huánuco. La economía pertenece en un 95% a los micro y pequeños empresarios, aquí no hay ni mediana ni empresas grandes” (p. 12).

Se puede examinar que las tecnologías de información y comunicaciones (TICs) están impulsando importantes cambios en muchos campos industriales: redes de transmisión de datos de alta velocidad, bodegas de datos, Internet, e-business, e-commerce y otras tecnologías nuevas están rompiendo barreras tradicionales para hacer negocios y convertir la manera en que estos operan. (Fonseca, 2013, p. 3)

Por otra parte las tecnologías de información y la comunicación (TIC) como menciona (Dini et al., 2021, p. 12). En consecuencia, dejan crear los modelos de negocio y, al idéntico tiempo, detonan cambios en la organización de las cadenas de valor, con ocasiones para nuevos entrantes, más asimismo con desafíos y presiones competitivas para los incumbentes, quienes tienen que estar en incesante actualización.

En estos tiempos existen una estrecha relación entre la gestión de calidad y el TIC, siempre la gestión de calidad busca obtener una mejora continua en todo aspecto de las empresas y por ende es muy esencial la herramienta del Tics, para que se pueden realizar los trabajos en un tiempo real. El TIC tiene una influencia amplia en la gestión de calidad va pasando los años la tecnología va evolucionada de año en año, esto debe ser impredecible para cualquier empresa para su uso sea de lo mejor en todas las áreas que lo requieren.

En todas las partes del país hay Mypes que ofrecen sus servicio y productos mediante las tecnologías que lo tenemos, por ende, es una herramienta que ayuda de acuerdo a las

necesidades que requiere la organización en la ciudad de Huánuco tenemos diferentes rubros de Mypes que están utilizando la tecnología de acuerdo a lo que requiere.

En esta investigación se enfocó en todo lo que es venta de accesorios para laptops, computadoras, esta galería Huallayco va creciendo día a día más, como se sabe los años van pasando desaparecen por diferentes circunstancias y solo quedan algunos que son emprendedores. Como sabemos la mayoría de las Mypes se crean sin ayuda de expertos por ello la gran parte desconocen la gestión de calidad y también no tienen bien claro el uso de la tecnología de la información y comunicación (tics) por ello se llegó a identificar el problema y se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020?

Así mismo como respuesta al problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020. Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020. Describir las características de las

Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Este trabajo de investigación se justificó por el hecho de que brinda conocimiento referente a la administración de calidad y la relación que tiene con las TIC y como los dos favorecen a la compañía en prosperar sus procesos tanto internos como externos, mejora la calidad y brindar un buen servicio, dando a la compañía y representantes un valor agregado que dejará sobresalir en el mercado y conseguir más ganancias.

La investigación concluye que la gestión de calidad con el uso de las TICs, son importantes en la administración de una empresa, es por ello que la mayoría de los micro y pequeños empresarios conocen ambos términos, sin embargo, solo algunas Mypes emplean el uso de las TICs para aplicar técnicas modernas en la gestión de calidad.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Escoto, Flores y Morales (2017) en su tesis *Incidencia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la promoción turística del restaurante Vuela Vuela* ubicado en la ciudad de Estelí. Tuvo como objetivo general: evaluar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la promoción turística del restaurante Vuela Vuela. Y planteo los siguientes objetivos específicos: describir la situación actual del restaurante Vuela Vuela con respecto a la promoción turística. Diagnosticar que tipo de tecnologías de información y comunicación son implementadas dentro del restaurante Vuela Vuela. Proponer estrategias de marketing digital que contribuyan al uso de las TIC en la promoción turística del restaurante Vuela Vuela. La metodología utilizada fue la siguiente: utilizó el método inductivo, poniendo en práctica la investigación exploratoria y descriptiva; realizada en el tiempo comprendido de septiembre, octubre y noviembre del año 2016. Como instrumentos utilizados para la recolección de datos, se realizó una entrevista estructurada, dirigida a los responsables del restaurante, así mismo se aplicaron encuestas a los clientes para conocer la percepción externa del uso de la tecnología en promoción turística, de igual manera se hizo grupo focal con colaboradores del local. Después de realizar la entrevista a los responsables del restaurante se obtuvo que el negocio carece de equipos tecnológicos para la promoción turística, facturación manual, cuentan con ordenador que no es utilizado todo el tiempo, los pedidos son escritos en comandas, el establecimiento facilita la opción de geolocalización a los usuarios, tienen poca presencia y afluencia de visitas a internet y tienen una página Web. La investigación concluye que: las tecnologías de la información

y la comunicación, hoy en día, son la base para brindar un servicio de calidad en las empresas turísticas.

Jijena (2015) en su tesis TIC, co-innovación y productividad de las pequeñas y medianas empresas en Chile: evidencia empírica y comparación internacional de resultados. Tuvo como objetivo general: verificar las relaciones de complementariedad entre las fuentes de co-innovación (uso de las tecnologías de la información y comunicación, cualificación del capital humano, formas de gestión organizacional) y su impacto en la productividad de las pequeñas y medianas empresas chilenas. Y planteó los siguientes objetivos específicos: efectuar un análisis empírico de las principales variables que constituyen las fuentes de co-innovación en las pequeñas y medianas empresas chilenas. Establecer relaciones de complementariedad entre las fuentes de co-innovación y verificar cómo ésta impacta en la productividad. Comparar los resultados observados para la economía chilena con los de la economía catalana, destacando fortalezas y debilidades. Establecer un análisis comparativo de la experiencia chilena con la de otros países. Proponer recomendaciones para la pequeña y mediana empresa chilena, en base a los resultados de la investigación. La metodología utilizada correspondió a una muestra probabilística de 3,202 empresas chilenas con ventas anuales superiores a 2,400 UF (US\$ 82.348, al 31-12-2006), representativa de 12 sectores de la economía y de 4 estratos de tamaño de empresas, definidos en función del valor de sus ventas anuales de acuerdo al criterio del servicio de impuestos internos. La investigación concluye que los resultados confirman lo adelantado. Como resultado del análisis de los datos entregados en la muestra de las PYME chilenas, se constata una baja productividad del trabajo, la cual visibiliza elementos para una explicación en las relaciones de complementariedad que se establecen entre el uso de las TIC, las nuevas las formas de

organización del trabajo y la cualificación de los trabajadores. Fuertes indicadores de complementariedad indicarían fuertes relaciones laborales basadas en la seguridad del trabajo, la presencia de flexibilidad laboral y una cultura de innovación. Las empresas – independientes del tamaño– valoran las TIC, reconociendo en éstas un medio para mejorar su eficiencia y competitividad. Aun así, la inversión en ellas como porcentaje respecto de las ventas totales, se encuentran bajo la tendencia en relación a países de mayor desarrollo.

Peña (2014) en su tesis Propuesta de diseño de un modelo de gestión basado en la integración de herramientas de tecnología de información (IT) a partir del análisis del estado de madurez de procesos (CMM) para micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en Bogotá, caso de estudio. Tuvo como objetivo general: diseñar un modelo de gestión basado en la integración de herramientas de tecnología de la información para las MiPymes, a partir del análisis del estado de madurez de sus procesos (CMM), empleando como caso de estudio una MiPyme de un sector productivo de Bogotá. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Realizar un diagnóstico general de las MiPymes en Bogotá a partir de información sectorial y gubernamental, con el fin de caracterizar los modelos de gestión que en ellas son aplicables. Caracterizar los procesos sobre los que se sustenta la administración y gestión de las MiPymes, con el fin de formular estrategias para la adopción e implementación de herramientas basadas en tecnologías de la información a partir del análisis de madurez de los procesos (CMM). Diseñar el modelo de gestión que permita a las MiPymes adoptar herramientas de tecnología de información que contribuyan al logro de su objeto social de manera efectiva. Documentar un caso de estudio que permita validar el modelo de gestión y proveer las recomendaciones correspondientes para la MiPyme seleccionada. La metodología

utilizada fue la siguiente: La metodología sobre la cual se basa la dinámica del modelo de gestión propuesto se denomina IDEAL. El modelo IDEAL fue inicialmente creado como un modelo de ciclo de vida para la mejora de procesos basado en el CMM, pero su aplicación es mucho más amplia. La investigación concluye que: El diagnóstico arroja que existen 7 factores que juegan en contra para las MiPymes: la informalidad 63.00%, el 59.00% de las empresas cuentan con una computadora, el 60.00% de los dueños conocen el termino TICs, el 40.00% se encuentran en baja calidad de sobre empleos, no obtienen ventajas de programas de apoyo del gobierno y sectores productivos, el desconocimiento del entorno, falta de definición y segmentación de mercados meta, la baja inversión en investigación y desarrollo y la baja capacidad de asociatividad. Desde la implantación y operación las variables que afectan la implantación y operación de tecnologías de la información para el mejoramiento de los procesos corresponden a 7 factores: la baja capacidad de absorción tecnológica, no tienen soportes tecnológicos, informáticos y programas de apoyo, niveles muy bajos de madurez de sus procesos, escasa infraestructura, procesos inflexibles y poco ágiles y gestión subjetiva y no basada en indicadores, desconocimiento de las herramientas de mejoramiento y tecnologías de la información. Desde las tecnologías de la información, las MiPymes que adopten el modelo propuesto, adquieren una visión integradora de la gerencia de procesos de negocio, el modelo de madurez de procesos BPMM y las dimensiones de la tecnología de la información y los tipos de sistemas de información. Este modelo propuesto, otorga a la MiPymes un escenario de adopción de metodologías de mejoramiento tecnológico e iniciativas en el uso de las TIC con base en la propuesta de la sociedad para la promoción y reconversión industrial – SPRI, en la medida que integra las dimensiones de los procesos de negocio, la madurez de los procesos y los sistemas de información.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Aguirre (2017) en su tesis *Influencias de las TICS en el beneficio de las MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María, 2016* tuvo como objetivo general: analizar la manera en que el uso de las tics influye en mejorar la satisfacción de servicio de las MYPES en el sector culinario de la ciudad de Tingo María, 2016 y planteo los siguientes objetivos específicos: identificar las tecnologías que se podrán aplicar para mejorar la satisfacción de servicio de las MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María. Identificar el grado de utilización de las TIC para mejorar la satisfacción de servicio de las MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María. Analizar la seguridad que brinda las TIC para mejorar la satisfacción de servicio de las MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María. La metodología estuvo basada en un enfoque cuantitativo de tipo aplicado de nivel descriptivo - explicativo. La muestra fue 15 restaurantes a quienes se les aplico un cuestionario obteniendo los siguientes resultados: el 35% de los restaurantes usan conexión a internet, el 30% utiliza las redes sociales, el 37% utiliza el catálogo de productos y servicios como herramienta de transacción comercial, el 42% utiliza herramientas web, el 50% navega por internet pero no usan las TIC para obtener beneficios económicos y por último se encuestó a 30 clientes de cada restaurante de la muestra y se obtuvo que el 60% de clientes opinan que el servicio de tecnología es malo – muy malo. La investigación concluye que se demuestra que la interacción entre las formas de instrumentos tics y satisfacción si influye para la modernización de los restaurantes en Tingo María con la implementación de tics, de esta manera genera más clientes, más ingresos económico y más prestigio para la empresa.

2.1.3 Antecedentes locales

Fabián (2017) en su tesis *Uso de las redes sociales en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016*. Tuvo como objetivo general: conocer la influencia del uso de las redes sociales en promoción digital de ventas de los restaurantes de Huánuco, 2016 y planteo los siguientes objetivos específicos: describir cómo las gestiones comerciales de redes sociales influyen en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016. Analizar cuáles son los anuncios publicitarios en las redes sociales que más impactan en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016. Describir como las comunicaciones interactivas a través de las redes sociales causan mejor impacto en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016. La metodología estuvo basada en un diseño no experimental de tipo cuantitativo, descriptivo y correlacional, para lo cual se diseñó un cuestionario estructurado de 17 preguntas para la recolección de los datos. Los resultados más relevantes sobre la hipótesis general arrojaron como resultado la significancia y una relación directa moderada entre las variables, pero para las dimensiones correspondientes no se encontró significancia alguna, siendo sus resultados los siguientes: el 82% considera que las redes sociales son el medio más eficaz para difusión publicitaria, el 82% considero que Facebook es la red social más utilizada por los restaurantes, el 53% viene utilizando las redes sociales hace un año, el 94% de los dueños administra las cuentas de redes sociales, el 84% publica fotografías como contenido para anuncios publicitarios, el 66% utilizan las cámaras de sus dispositivos móviles para las fotografías, el 46% siempre realiza retoques con fotoshop, el 66% el tiempo de permanencia de los contenidos publicitarios en la red permanecen más de un día, el 35% mantiene una comunicación unidimensional con sus clientes, el 33% realiza

el seguimiento continuamente a comentarios o quejas de sus clientes, el 35% publican en su portal sobre los ambientes del negocio, el 46% dan descuento por reservaciones anticipadas, el 59% no obsequian artículos para fidelización. La investigación concluye que se puede mencionar que los restaurantes están tratando de implementarse y adaptándose muy lentamente hacia las nuevas tendencias de las redes sociales, medios digitales y virtuales, de cuyas causas y características fundamentales se desconoce.

Picoy (2017) en su tesis *Influencia de las TICS en el beneficio del sector culinario de la ciudad de Huánuco, 2016* que tuvo como objetivo general: Determinar el grado de influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el desempeño laboral de las PYMES del sector culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017 y planteo los siguientes objetivos específicos: Identificar las tecnologías de Información y comunicación que se utilizan en las PYMES del sector culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017. Identificar de qué manera las tecnologías de información y comunicación influyen en las PYMES del sector culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017. Formular las acciones que se deben realizar dependiendo de la influencia de las tecnologías de información y comunicación en las PYMES del sector culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017. La metodología estuvo basada en profundizar el análisis e interpretación de los resultados en donde utilizó el diseño no experimental, de nivel descriptivo correlacional explicativo, se trabajó con una muestra de 50 trabajadores de las PYMES del sector culinario, seleccionados mediante el tipo de muestreo por selección intencionada a quienes se les practico un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados fueron los siguientes: el 28% está totalmente de acuerdo que un software le ayuda en las ventas, el 28% está totalmente de acuerdo que la forma de pago virtual les ayuda, el 28% está totalmente de acuerdo que los equipos tecnológicos les

ayudan, el 28% está totalmente de acuerdo que los recursos tecnológicos están a su alcance, el 26% está totalmente de acuerdo en que las cámaras de seguridad les ayuda, el 36% están totalmente de acuerdo que acceden a la web en necesidad de la empresa, el 32% están totalmente de acuerdo que la tecnología GPS ayuda a la empresa, el 100% no poseen una página web, el 32% están totalmente de acuerdo que el uso de redes sociales ayuda a la empresa, el 26% están totalmente de acuerdo que su nivel de producción es acorde a las políticas de la entidad, el 26% están totalmente de acuerdo que cumplen con eficiencia su trabajo, el 28% están totalmente de acuerdo que tienen un nivel de capacitación alto, el 28% están totalmente de acuerdo que tienen un nivel de habilidad alto, el 26% están totalmente de acuerdo que llegan a cumplir con las metas, el 28% están totalmente de acuerdo que llegan a cumplir con las metas de los cronogramas establecidos, el 26% están totalmente de acuerdo que cumple con las tareas establecidas, el 28% están totalmente de acuerdo que logra desarrollar su trabajo con calidad, el 28% están totalmente de acuerdo que su grado de responsabilidad está acorde a su capacidad profesional, el 28% están totalmente de acuerdo que tienen un nivel alto de conocimiento técnico, el 32% están totalmente de acuerdo que las actividades se realizan en un tiempo óptimo. Para estimar los estadígrafos se usó la estadística descriptiva e inferencial y para la contratación de la hipótesis se aplicó la prueba de correlaciones. La investigación concluye que la correlación es moderada, el cual se confirma que La influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación afecta al desempeño laboral de las PYMES del sector Culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Micro y Pequeñas Empresas

Para iniciar la investigación, debemos conocer algunas definiciones, primero debemos saber cómo se definen las micro y pequeñas empresas en nuestra sociedad, y sus características e importancia.

Tal como lo establece el Estado en su Decreto N° 28015 (2003), en nuestra sociedad las micro y pequeñas empresas son analizadas como elementos económicos, lo cual dice: Las micro y pequeñas empresas son unidades económicas integradas por personas naturales o jurídicas, conforme a cualquier forma de organización o gestión comercial prevista en la legislación vigente, que tengan por objeto la realización de actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de mercancías o suministro de mercancías Atender. Atender (p. 1).

Las pequeñas y microempresas pueden ser establecidas por personas físicas (con la Universidad Renmin de China a partir de 10) o personas jurídicas (con la Universidad Renmin de China a partir de 20) con empresas. En ambos casos, la función de las pequeñas y microempresas está dentro de nuestro país eso conlleva al desarrollo de nuestro país.

Características

El Decreto N° 30056 modifica las características de las micro y pequeñas empresas, ya que el Decreto N° 1086 dispone lo siguiente:

Trabajadores Totales: Las microempresas van desde uno (1) hasta diez (10) trabajadores. Esta pequeña empresa cubre de uno (1) a cien (100) trabajadores inclusive.

Nivel de Ventas Anual: Hasta 150 UIT para microempresas

UIT. Pequeñas empresas desde el monto máximo indicado para microempresas y hasta 1700 UIT - UIT (página 1). Pero en 2013 se modificó el Decreto N° 30056 para no

tener en cuenta el número máximo de trabajadores y solo considerar las ventas, hasta 150 UIT para microempresas y de 150 UIT a 1700 UIT para pequeñas empresas

Se debe tener en cuenta que las micro y pequeñas empresas deben registrarse en el Registro Nacional de Micro y Pequeñas Empresas (REMYPE), lo cual se puede hacer en la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, las cuales tendrán derecho a los beneficios de reducción de renta.

Como parte del desarrollo económico del país, toda empresa, grande o pequeña, está obligada a realizar una serie de pagos, los cuales serán administrados de acuerdo a sus ingresos, tal como lo indica el Decreto N° 1269 (2016).

Entre ellas se encuentran las siguientes consideraciones: Si sus ingresos anuales del año no superan las 300 UIT, declaran y pagan el 1% de sus ingresos netos mensuales. Si sus ingresos superan las 300 UIT en algún mes, declaran y pagan el 1,5% de los ingresos. Esta tasa es similar a la tasa para los contribuyentes amparados por el RER y el régimen general del 18%. Se utiliza para pagar el impuesto sobre la renta anual.

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas no solo en el Perú resultaron como una alternativa de solución ante el desempleo, las personas desempleadas o como también los emigrantes de zonas de la sierra a la costa buscaron una solución ante esta coyuntura la cual es iniciar una pequeña empresa ya sean formales o no genera un ingreso importante a la economía del país porque se promueve el empleo así también lo manifiesta Tello (2014) que nos dice:

La importancia de la MYPE se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa. (p. 6)

Se consideran distintos ángulos para indicar la importancia que tienen las micro y pequeñas empresas en nuestra sociedad siendo la principal la promoción del empleo, ahora se debe buscar cómo mantener estas nuevas y pequeñas empresas en el tiempo con el fin también de buscar la formalidad de las mismas.

El impacto de las micro y pequeñas empresas en el Perú

En el artículo Fortalecimiento de las MYPE, mencionó el aporte de las pequeñas y microempresas al PIB, nos mostró su impacto en nuestra economía, haciéndolas cada vez más importantes, y los resultados son los siguientes:

En 2016, el número de Mypes presentes en el país llegó a 5,5 millones, lo que representa un incremento de 3,4%. Las ventas de Mypes también aumentaron, con ventas totales que alcanzaron los S\$136 mil millones en 2016 (un 3% más en comparación con el mismo período del año pasado) 2015), equivalente al 20,6% del PIB (ComexPerú, 2017, p. 6). Los datos de 2016 nos muestran datos de micro y pequeñas empresas.

INEI (2017) es: "El 94,7% de las unidades económicas del país son microempresas con ventas anuales no mayores a 577.500 soles o 150 unidades tributarias (UIT). El 4,4% son pequeñas empresas" (p. 7).

A nivel de actividad económica. INEI (2017) nos dice: “El 45.3% corresponde a las actividades comerciales, le siguen otros servicios (14.8%), servicios profesionales, técnicos y de apoyo profesional (10.5%), industrias manufactureras (8,2%) y actividades de servicio de comidas y bebidas (7,6%)” (p.7).

Variable 1: Gestión de calidad

Concepto

La adecuada gestión de todos de los aspectos relacionados con la calidad supone la planificación, diseño y desarrollo de productos y procesos en el marco de una organización y gestión de los recursos humanos para la calidad, de esta manera como la conveniente implantación y control de calidad y su certificación final. Todo ello supondrá una gestión de la compañía, sus productos y procesos, basada en la calidad, y llevará a exactamente la misma a conseguir el máximo de ventajas a nivel competitivo y la satisfacción total de los clientes del servicio mediante la identificación, aceptación y satisfacción de todas y cada una sus esperanzas y necesidades mediante los procesos, productos y servicios (Cuatrecasas y González, 2017, p. 20).

Por otra parte, Inatec (2020) define que la gestión de calidad se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes del servicio, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad usa al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para conseguir una calidad más consistente. La gestión de calidad tal y como se conoce hoy ha ido evolucionando, ha desarrollado sus conceptos y ha incorporado nuevas filosofías, del idéntico modo que ha excluido aquellos principios que por el paso del tiempo han quedado obsoletos (p. 9).

Calidad

Para, Inatec, (2020) menciona que el término de calidad tiene asociada muchas definiciones dependiendo el enfoque que se busque resaltar. uno de los enfoques habituales es delimitar calidad desde la perspectiva del usuario o consumidor final. esencialmente se afirma que un producto o servicio es de calidad, si satisface apropiadamente las esperanzas de tal usuario (p. 7).

Por otra parte, Carrera et al. (2018) define que en los “tiempos modernos en los que vivimos, la calidad abarca desde el diseño del producto hasta el servicio postventa, pasando por todos los procesos internos donde se le da especial importancia tanto al cliente interno como externo”.

Gestión de Calidad total

Según, Santiago (2017), inicialmente la calidad era entendida como un medio de control, aplicado tras la fabricación, que ponía de manifiesto los defectos existentes, es decir, el control de calidad. Posteriormente se trató de asegurar que los productos fabricados cumplieran las especificaciones marcadas de forma continua, es decir, el aseguramiento de la calidad. (p. 112) podemos decir hoy en día se trata de emplear la calidad en forma global en todas las organizaciones, esto es la gestión de calidad total, por ende, esto implica a toda una organización.

Así mismo, Araque (2018), el enfoque sobre la calidad total se ha introducido en las organizaciones en el mundo entero. No solamente los países, sino las regiones o grupo de organizaciones, han establecido premios y criterios para este fin (p. 30).

Por otra parte, Carrera et al. (2018) menciona que el sistema de gestión de la organización que busca prosperar resultados, incluyendo los financieros, garantiza la

supervivencia en un largo plazo mediante un enfoque congruente con el aumento de la satisfacción del usuario y que cumple las necesidades de todos de los conjuntos de interés (clientes, trabajadores, suministradores, Sociedad y socios) (p.12).

Objetivos de la gestión de calidad

En su libro Santiago menciona que la gestión de calidad total es un sistema empresarial que trata de:

- Establecer meridianamente la visión y la misión de la compañía, a corto y a medio plazo, mediante un liderazgo fuerte de la directiva.

- Valorar en su justa medida las 2 infraestructuras esenciales de la empresa, como son los Recursos Humanos y la Formación.

- Aplicar de forma ordenada el sistema de gestión de la calidad con otros sistemas de administración de la compañía, como pueden ser costos, logística, materiales, etc.

- Alcanzar de forma continua los objetivos de la compañía, es decir a la la misión de la organización, creando día a día una compañía más fuerte, que se asegure el liderazgo en el mercado, o por lo menos la supervivencia.

- Utilizar de forma conveniente todos de los conceptos y herramientas relacionadas con la calidad total.

- Conseguir relaciones mutuamente ventajosas entre todos de los miembros de la compañía, así mismo con los clientes del servicio externos, en su sentido más extenso: clientes del servicio, distribuidores, sociedad, partes interesadas, etc. (Santiago, 2017, p. 113).

El camino hacia un sistema de calidad

Según, Carrera et al. (2018), para llegar a un SGC en nuestro medio, conocido por norma como una certificación ISO 9001 es recomendable comprender y fortalecer ciertas técnicas y herramientas, es de esta manera que el "camino a un SGC"

Principios de la Gestión de Calidad

Estos principios son de validez universal, tanto para empresas para cualquier otro tipo de organizaciones. La calidad está en continua evolución y estos principios se van modificando y matizando con el paso del tiempo. (Carrera et al., 2018, p. 15) se menciona los siguientes principios:

- a). enfoque al cliente
- b). liderazgo
- c). participación del personal
- d). enfocado basado en proceso
- e) enfoque de sistema para la gestión
- f). mejora continua
- g). enfoque basado en hechos para la toma de decisiones
- h). relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.

Así mismo, (Cuatrecasas & González, 2017) da la conformidad a estos principios se implementarán de acuerdo con la naturaleza de cada organización y sus objetivos específicos. Lo que sí es común a todos ellos es que su utilización plantea una perspectiva que puede constituir la base para la mejora del desempeño y la excelencia de una organización (p. 254).

Variable 2: Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)

Según, Ayala y Gonzales (2015), el desarrollo tecnológico y la revolución de Internet han puesto en evidencia que la red ha pasado a ser parte de nuestras vidas. Atrás quedaron los años en que la informática era un terreno exclusivo de los militares y también ingenieros. El desarrollo y la expansión de la red mundial dejaron llegar a millones de usuarios. (p.11)

Por otra parte, Cruz et al., menciona que las Tecnologías de la Información y la de Comunicación (TIC) se desarrollan desde los avances científicos producidos en el campo de la informática y de las telecomunicaciones, de ahí la relevancia de la tecnología que accede al proceso de producción, interacción, tratamiento y comunicación de la información. (2019, p. 6)

Y por último, Garay, (2019) los sistemas tecno científicos están formados por conjuntos de científicos, de tecnólogos, de administradores y gestores, de empresarios y también inversionistas y muchas veces de militares. Aunque no es una característica intrínseca de la tecno ciencia, hasta el momento el control de los sistemas tecno científicos ha estado en pocas manos de elites políticas, de conjuntos líderes de empresas trasnacionales o de militares, asesorados por especialistas tecno científicos (p. 102).

Características de las Tecnología de Información y Comunicación

Según, Cruz et al., (2019) manifiesta que es una serie de “características fundamentales como una vía factible a todo tipo de información, establece una comunicación inmediata, ya sea sincrónica o asincrónica, en la automatización de las actividades, almacenamiento de numerosa información y la interacción entre computadores y usuarios” (p. 2).

Por lo tanto, las TIC son algo más que informática y ordenadores, pues no marchan como sistemas apartados, sino en conexión con otras mediante una red. Asimismo, son algo más que tecnologías de emisión y difusión (como tv y radio), pues no solo dan cuenta de la divulgación de la información, sino aparte de esto dejan una comunicación interactiva. (Ayala y Gonzales, 2015, p. 34) por ende menciona las siguientes características:

- **Inmateriales.** la información no se halla unida a objetos físicos, su soporte son los medios electrónicos que permiten trabajar con datos, códigos que pueden ser visuales, auditivas, audiovisuales y textuales.

- **Interconexión.** Hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías.

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

- **Elevando los parámetros de calidad y sonido.** El proceso y transmisión de la información engloba todo género de información: textual, imagen y sonido, con lo que los avances han sido encaminados a lograr transmisiones multimedia de enorme calidad, lo como ha sido facilitado por el proceso de digitalización.

- **Digitalización.** El objetivo es que la información de distinto tipo (sonidos, texto, imágenes, animaciones) se transmita por los mismos medios al estar representada en un formato único universal (p.35).

Herramientas informáticas de gestión

Según, Rivoir y Morales (2019), el dominio de las competencias asociadas al conocimiento general de las TIC y el manejo de las herramientas de productividad

(procesador de texto, hoja de cálculo, presentador) y también Internet, desarrollando habilidades y habilidades para el aprendizaje permanente de nuevos hardware y software (p.144).

Oportunidades que nos brinda la Tecnología de la información y Comunicación

Las oportunidades que brinda el TIC son muy importantes para las empresas por ello van a poder promocionar brindar información lo que se va ofrecer, dentro de la organización y así lograr una segmentación masiva para un buen ingreso de la empresa. (Cruz et al., 2019, p. 8) es de mera importancia esta integración como herramienta de progreso para una sociedad más compleja y competitiva. Por esto, se insiste en la necesidad de pensar en la tecnología y la investigación como fuente de desarrollo humano antes que, como instrumento de poder.

2.3. Marco conceptual

Gestión. Es el acto dirigido por un representante de la empresa, incluyendo la dirección de cualquier proceso para obtener de él el mayor beneficio, procurando hacerlo en el menor tiempo y con la menor cantidad de recursos.

Calidad: es la característica del producto o servicio brindado por el representante de la empresa, que cumple con el estándar requerido por el cliente y logra la completa satisfacción del cliente.

TIC: Acrónimo correspondiente a Tecnologías de la Información y la Comunicación es una herramienta que permite un mejor desarrollo de los procesos y mantiene una comunicación instantánea entre las diferentes áreas de la empresa y fuera de la empresa, así como una comunicación más rápida con los proveedores.

MYPE: Estas siglas hacen referencia a las micro y pequeñas empresas, que son pequeñas empresas que pueden ser dirigidas por personas naturales o jurídicas, y se consideran una unidad económica.

III. HIPÓTESIS

Dado a que la investigación es de tipo descriptivo no se formulan hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad según (Hernández et al., 2010).

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental, transversal - descriptivo.

Fue no experimental, es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes; se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, fenómenos o contextos que ya ocurrieron o se dieron en su contexto natural sin la intervención directa del investigador (Hernández y Mendoza, 2018, p. 187) por lo tanto no manipulo la variable gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación es decir solo se observó los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural, conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificación.

Fue transversal, porque el trabajo de investigación buscó indagar el nivel o estado de las variables en una población; en este caso, en un tiempo único, (Hernández y Mendoza, 2018, p. 177) en este caso de la “Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Fue descriptivo, porque en el trabajo de investigación denominado “Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020”. Como menciona; (Hernández y Mendoza, 2018, p. 105) tienen como finalidad especificar propiedades y características de conceptos, fenómenos, variables o hechos en un contexto determinado.

4.2 Población y muestra

Población:

Ríos (2017) menciona que es el conjunto o la totalidad de un grupo de elementos, casos u objetos que se quiere investigar. Está determinada por sus características, por ende, esta investigación la población estuvo conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Muestra:

Ríos (2017) menciona que es un subconjunto representativo de la población. Se asume que los resultados encontrados en la muestra son válidos para la población. (p. 89) en este caso la muestra estuvo conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

4.3 Definición y operacionalización de la variable e indicadores

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Son las personas encargadas de dirigir, administrar o gestionar los recursos tanto materiales como humanos dentro de las micro y pequeñas empresas.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una serie de características como son la edad, genero, grado de instrucción, cargo y tiempo en el cargo que van a influir directa o indirectamente en la toma de decisiones.	Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Edad del representante	Ordinal
				Género del representante	Nominal
				Grado de instrucción	Ordinal
				Cargo que desempeña	Nominal
				Tiempo que desempeña en el cargo	Ordinal

Aspecto complementario	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente.	La Mypes son unidades económicas que tienen por características años de permanencia en el mercado, tienen una cantidad pequeña de trabajadores, muchas veces existe una relación familiar con los trabajadores, pero con un objetivo de existencia.	Características de las micro y pequeñas empresas	Tiempo de permanencia de la microempresa	Razón
				Número de trabajadores	
				Relación con los trabajadores	Nominal
				Objetivo de creación	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad	Inatec, (2020) define que la gestión de calidad se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad usa al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para conseguir una calidad más consistente.	La gestión de calidad tiene características tales como el conocimiento, aplicación de técnicas modernas, técnicas de evaluación de rendimiento que ayude al funcionamiento de la gestión de calidad y por otro lado las dificultades para implementarla.	Características de la gestión de calidad	Conocimiento de la gestión de calidad	Nominal
				Técnicas modernas para la gestión de calidad	
				Dificultades para implementar la gestión de calidad	
				Técnicas de evaluación de rendimiento	
				Mejora del rendimiento empresarial	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Tecnologías de la Información y Comunicación	Según, Ayala y Gonzales, (2015), el desarrollo tecnológico y la revolución de Internet han puesto en evidencia que la red ha pasado a ser parte de nuestras vidas. Atrás quedaron los años en que la informática era un terreno exclusivo de los militares y también ingenieros. El desarrollo y la expansión de la red mundial dejaron llegar a millones de usuarios (p. 11).	Las Tecnologías de la Información y Comunicación tiene características tales como el conocimiento, nivel de computación, uso de internet para comparar mercadería, uso de redes sociales y la aplicación de las TICs para beneficios del centro comercial Huallayco del distrito de Huánuco.	Características de las Tecnologías de la Información y Comunicación	Conocimiento de las TICs.	Nominal
				Computadoras en la empresa	
				Compras de mercadería mediante internet	
				Medios telefónicos para coordinar asuntos empresariales	
				Beneficios del uso de las TICs.	

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas representan la parte abstracta de la recolección de datos; es la forma que emplea el investigador para obtener datos., por lo tanto, determinan el instrumento a emplearse. (Ríos, 2017, p. 101) por ende a técnica que se utilizó para la recolección de la información fue la encuesta porque es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

El instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario el cual estuvo estructurado con 21 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes: las 5 primeras preguntas estuvieron referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes se refirió a las características de las micro y pequeñas empresas y las 12 últimas preguntas estuvieron referidas a las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación.

4.5 Plan de análisis

Para el análisis y el procesamiento de los datos se utilizó la estadística descriptiva, el cual se realizó a través del programa Excel para las figuras, también se utilizó Microsoft Word para elaborar la redacción del trabajo de investigación, las tablas y realizar el análisis de los resultados, se utilizó el PDF para presentar el trabajo de investigación final, se utilizó el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio y por último el PPT para la presentación de la ponencia.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020?</p>	<p>Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.</p> <p>a) Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.</p> <p>b) Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.</p> <p>c) Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.</p> <p>d) Describir las características de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.</p>	<p>Variable 1: Gestión de calidad</p> <p>Variable 2: Tecnologías de la Información y Comunicación</p>	<p>Población: Estuvo conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo.</p> <p>Muestra: Estuvo conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.</p>	<p>Fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo.</p> <p>Fue no experimental porque no se manipulo a la variable gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación.</p> <p>Fue transversal porque el trabajo de investigación Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación se llevó a cabo en un tiempo determinado teniendo un inicio y un fin.</p> <p>Fue descriptivo porque en el trabajo de investigación solo se describió las características de las variables.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado</p>

4.7 Principios Éticos

En el presente trabajo de investigación, se utilizó 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 del sector servicios en el centro comercial Huallayco, 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 del sector servicio en el centro comercial Huallayco, 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 del sector servicio del centro comercial Huallayco 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 de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Datos generales	N	%
Edad		
18 - 30 años	4	17.39
31 - 50 años	12	52.18
51 a más	7	30.43
Total	23	100.00
Género		
Masculino	10	43.48
Femenino	13	56.52
Total	23	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	7	30.43
Superior no universitaria	6	26.09
Superior universitaria	10	43.48
Total	23	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	16	69.57
Administrador	7	30.43
Total	23	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	7	30.43
4 a 6 años	10	43.48
7 a más años	6	26.09
Total	23	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

De las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la microempresa		
0 a 3 años	1	4.35
4 a 6 años	14	60.87
7 a más años	8	34.78
Total	23	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	16	69.56
6 a 10 trabajadores	6	26.09
11 a más trabajadores	1	4.35
Total	23	100.00
Relación con los trabajadores		
Familiares	10	43.48
No Familiares	13	56.52
Total	23	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	20	86.96
Subsistencia	3	13.04
Total	20	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación	N	%
Conoce el termino gestión de calidad		
Si	12	52.17
No	2	8.70
Tiene poco conocimiento	9	39.13
Total	23	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	2	8.70
Marketing	9	39.12
Empowerment	2	8.70
Las 5 C	5	21.74
Outsourcing	0	0.00
Otros	5	21.74
Total	23	100.00
Dificultades para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	8.70
Aprendizaje lento	10	43.48
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	7	30.43
Otros	4	17.39
Total	23	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	11	47.83
La evaluación	8	34.78
Escala de puntuaciones	3	13.04
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	1	4.35
Total	23	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del personal		
Si	23	100.00
No	0	0.00
Total	23	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Tabla 4

Características de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Características de las Tecnologías de la Información y la Comunicación	N	%
Conocimiento de las TICs		
Si	12	52.17
No	1	4.35
Tiene poco conocimiento	10	43.48
Total	23	100.00
La empresa cuenta con computadora		
Si	13	56.52
No	10	43.48
Total	23	100.00
Nivel de conocimiento de computación		
Muy bueno	4	17.39
Bueno	11	47.83
Regular	8	34.78
Malo	0	0.00
Muy malo	0	0.00
Total	23	100.00
Uso del internet para ejecutar compras de mercadería		
Si	9	39.13
No	6	26.09
A veces	8	34.78
Total	23	100.00
Tipos de redes sociales para impulsar las ventas		
Facebook	14	60.87
WhatsApp	1	4.35
Instagram	0	0.00
Twitter	0	0.00
Página web	0	0.00
Ninguna	8	34.78
Total	23	100.00

Continúa...

Tabla 4

Características de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Concluye...		
Características de las Tecnologías de la Información y Comunicación	N	%
Frecuencia de uso del teléfono para asuntos empresariales		
Siempre	4	17.39
Casi siempre	6	26.09
Algunas veces	12	52.17
Muy pocas veces	1	4.35
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
Beneficios del uso de las TICs		
Incrementar las ventas	8	34.78
Hacer conocida a la empresa	0	0.00
Identificar las necesidades de los clientes	4	17.39
Ninguna porque no lo utiliza	11	47.83
Total	23	100.00

Nota. Datos tomados del cuestionario aplicado a los representantes de las Mypes del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

5.2 Análisis de Resultados

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Edad: el 52,18% de los representantes tenían entre 31 y 50 años (Tabla 1), estos resultados concuerdan con lo encontrado por Abanto (2017) que el 75% de los representantes tenían entre 31 y 50 años. Pero contrastaron con los hallazgos de Jáuregui (2017), quien planteó que el 50% de los representantes tenían entre 18 y 30 años, y finalmente estos resultados contrastaron con los hallazgos de Flores (2017), quien planteó que el 75% de los representantes tenían entre 48 y 62 años. Estos resultados muestran que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas de la industria de servicios, venta de accesorios, venta de equipos de cómputo y otros rubros en el centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco son adultos con experiencia laboral, pero a algunos de sus compañeros les resultó un poco difícil adaptarse a la nueva tecnología.

Género: el 56.52% de los representantes de la MYPE son de género femenino (Tabla 1), estos resultados concuerdan con lo encontrado por Abanto (2017) que el 85.7% de los representantes son de género masculino, también concuerda con el resultado encontrado por Jáuregui (2017) el 50% de los representantes son de género masculino, finalmente estos resultados contrastan con lo encontrado por Flores (2017) el cual manifiesta que el 50% de los representantes son de género masculino. Estos resultados muestran que las MYPE del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco la mayor parte son de género femenina por el gran desempeño que genera y dirige múltiples trabajos.

Educación: el 43,48 % de los representantes tiene título universitario (Tabla 1), estos resultados contrastan con los resultados de Abanto (2017), quien afirmó que el 100 % de los representantes tiene título de educación secundaria, y también mostró que los

resultados encontrados por Jáuregui (2017), el 53,33% de los representantes cuentan con bachillerato, y finalmente estos resultados contrastan con los hallazgos de Flores (2017), quien afirmó que el 75% de los representantes cuentan con un cuerpo técnico con grado superior Representantes de pequeñas y medianas empresas. Las microempresas de la industria, venta al por menor de accesorios y venta al por menor de equipos de cómputo son una minoría de personas con títulos universitarios avanzados que buscan adquirir nuevos conocimientos y diferenciarse de años anteriores y poder aplicarlos a su negocio.

Cargos ocupados: el 69,57% de los representantes eran propietarios (Tabla 1), estos resultados están en línea con lo encontrado por Abanto (2017) que el 100% de los representantes eran propietarios. De nuevo, son consistentes con los resultados de Jáuregui (2017), que afirma que el 75% de los representantes eran propietarios. “Estos resultados sugieren que la mayoría de las micro y pequeñas empresas están a cargo de sus dueños, lo que significa que tienen mayor responsabilidad y no se dan el tiempo de capacitarse como en temas TIC”.

Tiempo en el cargo: el 43,48% de los delegados tenían entre 4 y 6 años (Tabla 1), estos resultados contrastan con los de Abanto (2017) quien afirma que el 62,5% de los delegados tenían más de 7 años en el cargo. Estos resultados muestran cuánto tiempo ocupan actualmente el puesto los representantes de la MYPE del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco parcialmente son nuevos, también las tiendas de este rubro no perduran mucho tiempo en el mercado.

Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Duración de las pequeñas y microempresas: El 60,87% de las pequeñas y microempresas tienen de 4 a 6 años (Tabla 2), estos resultados son consistentes con los

resultados de Flores (2017) que el 100% de las pequeñas y microempresas tienen de 5 a 10 años viejo. “Pero contrastan con los hallazgos de Jáuregui (2017), quien señala que el 37,5 % de las micro y pequeñas empresas tienen 7 años o más, y finalmente estos resultados contrastan con los hallazgos de Abanto (2017), quien señala que el 62,5 % de las micro y las pequeñas empresas tienen más de 7 años. “Estos resultados muestran que las pequeñas y microempresas actuales de la industria de servicios, venta de accesorios y venta de equipos de cómputo en el centro comercial Huallayco del distrito de Huánuco tienen en su mayoría de 4 a 6 años de antigüedad, lo que indica que son empresas relativamente pequeñas”. Nuevo, viejo negocio no tiene continuidad, probablemente porque no hay aplicación de una buena gestión de calidad.

Número de empleados: El 69,56% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 empleados (Tabla 2), estos resultados son consistentes con Flores (2017) afirma que el 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 3 empleados y también son consistentes con los hallazgos de Jáuregui (2017), que afirmó que el 62,5% de las micro y pequeñas empresas tenían de 1 a 3 trabajadores, y finalmente estos resultados estaban en consonancia con los hallazgos de Abanto (2017) que el 100% de las micro y pequeñas empresas tenían de 1 a 3 trabajadores. para 5 trabajadores. “Estos resultados muestran que las pequeñas y microempresas actuales del sector servicios, rubro detallista de accesorios y equipos de cómputo, del centro comercial Huallayco del distrito de Huánuco, en su mayoría cuentan con 1 a 5 trabajadores, lo que indica que la mayoría de las empresas de este tipo son pequeñas, No se necesitan más trabajadores para lograr sus objetivos.

Lista de los trabajadores: el 56.52% de las MYPE no tienen ninguna relación familiar con sus trabajadores (Tabla 2) estos resultados tienen coincidencia con Abanto

(2017) en la cual menciona el 75% de las MYPE no tienen ninguna relación familiar con los trabajadores. Podemos afirmar que los resultados en la actualidad de la MYPE del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco en la mayoría no tienen un rose familiar entre dueños y trabajadores, lo cual esto significa que los representantes distinguen lo familiar y profesional.

Creación y el objetivo: el 86.96% de las MYPE fue creado para poder tener una ganancia (Tabla 2) esto resultado tiene una semejanza con lo que dice Abanto (2017) lo cual menciona que el 100% de las MYPE fueron fundadas para generar ingresos. Podemos definir que esto demuestra que en la realidad de las MYPE el sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco la gran parte de fue creado para su generar ganancias.

Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

El termino de gestión de calidad: el 52.17% de los representantes tienen un amplio conocimiento de gestión de calidad (tabla 3), este resultado está en línea por lo mencionado en las conclusiones de Abanto (2017) que el 100% de los representantes tienen un desconocimiento del termino gestión de calidad, por otra parte, también se contrasta este resultado con Jáuregui (2017) en lo cual define que el 100% de los representantes no tienen ningún conocimiento de la gestión de calidad.

Podemos afirmar y demostrar en la actualidad los representantes de las MYPE del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, la gran mayoría tienen conocimiento del termino gestión de calidad a la comparación de los precedentes de los años anteriores, esto ayudara a surgir en el mercado competitivo donde vivimos.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: el 39.12% de los representantes tienen conocimiento sobre el marketing (tabla 3), estos resultados contrastan con los

resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 75% de los representantes conocen el liderazgo, también contrastan con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 75% de los representantes conocen el liderazgo como técnica moderna. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco en su mayoría no conocen a las tecnologías de la información y comunicación como una técnica moderna.

Dificultad para poder implementar la gestión de calidad: el 43.48% tienen inconveniente para el aprendizaje de la gestión de calidad (Tabla 3), estos resultados encontrados contrastan con Abanto (2017), donde define que el 62.5% de los representantes tienen poca iniciativa por parte de los ayudantes para poder implementar una buena gestión de calidad.

Podemos definir en la actualidad los que trabajan en la MYPE del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, podemos definir que hay un aprendizaje muy lento para implementar la gestión de calidad, esto se debe a diferentes circunstancias pueden ser el cambio de ideas y nuevos paradigmas.

Métodos para medir la capacidad del personal: 47.83% encuestados menciona que la gran mayoría utilizan la técnica de la observación para un buen rendimiento del personal (Tabla 3), los resultados encontrados concuerdan con Abanto (2017) lo cual menciona que el 75% utilizan la observación como una técnica para potenciar al trabajador. Podemos definir que los resultados obtenidos demuestran que los representantes de la MYPE del sector servicios, rubro venta minorista de accesorios y equipos de cómputo centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, utilizan la técnica

de la observación para medir el rendimiento de sus trabajadores, esto conlleva que desconocen a otros tipos de técnicas.

Gestión de calidad contribuye a la mejora del rendimiento del negocio: el 100% de los encuestados mencionan que la gestión de calidad ayuda a mejorar en un buen rendimiento en su negocio (Tabla 3), este resultado se asemeja como menciona Abanto (2017) en la cual menciona que el 62,5% de los representantes que una buena gestión de calidad ayuda a incrementar al negocio. Podemos definir que los resultados en la actualidad de las MYPE del sector servicios, rubro venta minorista de accesorios y equipos de cómputo centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, en todas las organizaciones investigadas conocen el beneficio de una buena gestión de calidad.

Describir las características de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

Tienen conocimiento de las TIC: el 52,17% de los encuestados si conocen las tecnologías de la comunicación (Tabla 4) y el 43,48% están poco informado de las TICs y un mínimo porcentaje de los representantes desconocen sobre el tema de las TICs, estos resultados se relacionan con Peña (2014), quien menciona que el 60.00% de los dueños conocen el termino TICs, en ese sentido podemos definir con este resultado que los representante de la MYPE del sector servicios, rubro venta minorista de accesorios y equipos de cómputo centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, la gran mayoría de los encuestados si conocen el tema del TICs.

Computadora en la empresa: El 56,52% de los encuestados mencionan que tienen una computadora en su centro de negocio (Tabla 3), y el 43,48% de los encuestados no cuentan con una computadora en sus negocios, estos resultados coinciden con Peña

(2014), quien menciona que el 59.00% de las empresas en estudio cuentan con una computadora, en ese sentido podemos definir de acuerdo a estos resultados de los representantes de la MYPE del sector servicios, rubro venta minorista de accesorios y equipos de cómputo centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, la gran parte de los negocios encuestados si tienen una computadora, por ende no toda organización lo toma como una herramienta en el trabajo.

Beneficios de las TIC: El 47.83% no utilizan las TICs por ende no obtienen sus beneficios, el 34.78% logran incrementar sus ventas con el uso de las TICs y el 17.83% logran identificar las necesidades de los clientes mediante el uso de las TICs, este resultado coincide con lo mencionado por Aguirre (2017), quien refiere que el 50% navega por internet, pero no usan las TIC para obtener beneficios económicos, de esa forma se puede concluir que la mayoría de los micro y pequeños empresarios no obtienen beneficios de las TICs para obtener mayores beneficios.

VI. CONCLUSIONES

- La mayoría de los micro y pequeños empresarios conocen el término gestión de calidad, utilizan el marketing como una técnica de gestión para alcanzar la calidad y aplican técnicas para medir la capacidad del personal, sin embargo, tienen poco conocimiento sobre técnicas modernas, por otro lado, un considerable porcentaje tiene dificultades para implementar la gestión de calidad porque existe una mínima iniciativa de parte de los trabajadores.
- La mayoría de las Mypes cuentan con una computadora en sus negocios, para impulsar sus ventas utilizan las redes sociales como el Facebook y así impulsan la venta de todos sus productos y para la adquisición de sus productos utilizan el teléfono, sin embargo, un considerable porcentaje no obtienen beneficios por que no utilizan las TIC como herramienta de gestión.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

- Realizar charlas informativas sobre los temas de manejo personal o reclutamiento del personal.
- Capacitar en temas de TIC tanto a los representantes y trabajadores.
- Impulsar a realizar publicidades en diferentes redes sociales.
- Innovar el ERP para almacenar datos de los clientes y trabajadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto, K. (2017). *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017*. Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3330>
- Aguirre, J. (2017). *Influencias de la TICS en el beneficio de la MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María, 2016*. Tesis de maestría. Universidad Nacional "Herminia Valdizán", Huánuco. Recuperado de http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/2899/PMGP%2000015%20A32.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2W9wQGr_Ov7Z1RUalnut30Y1jne3IBUfy3OuzZOvqg621jP8GR0ghZo
- Araque, D. D. (2018). *Gestión de la Calidad*.
- Arbulú, J. (2016). La pyme en el Perú. *Libro de Egresados, 1*, 32–36.
- Ayala, Ñ. E. E., & Gonzales, S. S. R. (2015). *Tecnologías de la información y la comunicación. Universidad Inca Garcilaso de La Vega, fondo editorial*.
- Carrera, C., Cumbal, L., Moreno, G., & Morales, R. (2018). *Sistemas de gestión de calidad*.
- ComexPerú. (2021). *El número de MYPE peruanas se redujo un 48.8% en 2020 y la informalidad paso al 85% como consecuencia de la pandemia*. 1–3.
- Cruz, P. Pozo, V., Aushay, Y., y Parra, A. (2019). *Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) como forma investigativa interdisciplinaria con un enfoque intercultural para el proceso de formación estudiantil Miguel Alejandro Cruz Pérez Mónica Alexandra Pozo Vinuesa Hilda Rocío Aushay Y. 9*.

- Cuatrecasas, L., & González, B. J. (2017). *gestión integral de la calidad*.
- Dini, M., Gligo, N., & Patiño, A. (2021). Transformación digital de las mipymes: Elementos para el diseño de políticas. *Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/99)*, Santiago, Comisión Económica Para América Latina y El Caribe (CEPAL), 61.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47183/1/S2100372_es
- Decreto Legislativo N° 1086. (27 de junio de 2008). *Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente*. Lima, Perú.
- Decreto Legislativo N° 1269. (17 de diciembre de 2016). *DECRETO LEGISLATIVO QUE CREA EL RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO DEL IMPUESTO A LA RENTA*. Lima, Perú.
- Di Biase, F., & Di Biase, A. (2014). *TIC en la pequeña y mediana empresa* (2 ed.). (D. Biase, Ed.) Recuperado de <https://www.amazon.com>
- Escoto, M., Flores, E., & Morales, J. (2017). *Incidencia de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en la promoción turística del Restaurante Vuela ubicado la ciudad de Estelí*. Universidad Nacional de Nicaragua, Managua. Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/6540/1/17861.pdf>
- Fabián, L. (2017). *Uso de las redes sociales en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016*. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional "Hermilio Valdizan", Huánuco. Recuperado de <http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/3003/TEC%2000289%20F11.pdf?Sequence=1&isAllowed=y>
- Flores, M. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jirón*

- José Balta del distrito de Chimbote, 2016. Tesis de Magister. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2475/MARKETING_COMPETITIVIDAD_FLORES_CENTURION_MARIA_MAGDALENA.pdf?sequence=1&isAllowed=y*
- Fonseca, P. D. E. (2013). Desarrollo e implementación de las TICS en las PYMES de Boyacá - Colombia. *Faedpyme International Review*, 2(4), 49–59.
<https://doi.org/10.15558/fir.v2i4.46>
- Garay, C. L. M. (2019). *Tecnología de información y comunicación - Horizontes Interdisciplinarios y de investigación.*
- Heredia, Z. A., & Dini, M. (2021). Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina. *Comisión Económica Para América Latina y El Caribe*, 118.
www.cepal.org/apps%0Ahttps://repositorio.cepal.org/handle/11362/46743
- Huánuco, cámara de comercio de. (2020). No hay reactivación económica en Huánuco. *Perucámaras*, 1–4.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación - Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=6443>.
- Inatec. (2020). Gestión de la calidad. *Tecnología Nacional.*
- INEI. (2021). En el Perú existen más de 2 Millones 838 Mil Empresas. *Inei*, 2.
<http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-087-2021-inei.pdf>

- Jáuregui, Y. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote*, 2014. Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1820>
- Ley N° 28015. (03 de Julio de 2003). *LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA*. Lima, Perú.
- OIT. (2020). *Entorno MIPYME: Medidas de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina y el Caribe frente a la crisis de la COVID-19*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_762907.pdf
- Picoy, J. (2017). *Influencia de las TICS en el beneficio del sector culinario de la ciudad de Huánuco, 2016*. Tesis de maestría. Universidad Nacional "Hermilio Valdizán", Huánuco. Recuperado de http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/2136/TM_Picoy_Gonzales_Juan.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0Q975-5iqC_97c3N1pO_zVVb8CNsFezL2KAvACpcacSqAEN8iZoRQnzA
- Refugio Huaccho, R. (2021). *20% De Las Mypes En Huánuco Han Colapsado Por La Pandemia*. 1. <https://www.ahora.com.pe/20-de-las-mypes-en-huanuco-han-colapsado-por-la-pandemia/>
- Ríos, R. (2017). *guía para la investigación y redacción*.
- Rivoir, A. L., y Morales, M. J. (2019). *Tecnologías digitales*.
- Santiago, H. (2017). *Herramientas para la gestión de calidad*.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario



¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios en centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020, por ello acudo a Ud. Con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación en la investigación es voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados, los que se publicaran en el repositorio de la universidad.

Su participación es muy valiosa y se agradece por ello.

Datos demográficos

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

a) Dueño

b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

1.2. Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas.

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

a) 0 a 3 años

b) 4 a 6 años

c) 7 a más años

7. Número de Trabajadores

a) 1 a 5 trabajadores

b) 6 a 10 trabajadores

c) 11 a más trabajadores.

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

a) Familiares

b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación de la empresa

a) Generar ganancia

b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

a) Si

b) No

c) Tiene poco conocimiento

11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?

a) Benchmarking

b) Marketing

- c) Empowerment
- d) Las 5 C
- e) Outsourcing
- f) otros

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

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

13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

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

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

- a) Si
- b) No

2.2. REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: Tecnologías de la información y comunicación

15. ¿Conoce las TIC?

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

16. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

- a) Sí
- b) No

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

- a) Muy bueno
- b) Bueno

- c) Regular
- d) Malo
- e) Muy malo

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

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

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

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

20. ¿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

21. ¿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 2: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																						
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021								Año 2022-1				
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Co-curricular				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3		
1	Elaboración del Proyecto	■																				
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		■																			
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			■																		
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				■																	
5	Mejora del marco teórico					■																
6	Redacción de la revisión de la literatura.						■															
7	Elaboración del consentimiento informado							■														
8	Ejecución de la metodología								■													
9	Resultados de la investigación									■												
10	Conclusiones y recomendaciones										■											
11	Redacción del pre informe de Investigación.											■										
12	Reacción del informe final												■									
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación													■								
14	Presentación de ponencia en eventos científicos														■							
15	Redacción de artículo científico															■						
16	Revisión del informe de tesis y artículo científico																■					
17	Pre banca																	■	■			
18	Sustentación del informe final																				■	

Anexo 3: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/)
Sumisitos (*)			
· Impresiones	0.20	102	20.40
· Fotocopias	0.10	204	20.40
· Empastado	30.00	2	60.00
· Anillado	4.00	1	4.00
· Lapiceros	1.00	2	2.00
Servicios			
· Uso del turnitin	50	2	100.00
Sub total			206.80
Gastos de viaje			
· Pasaje para recolectar información	2.30	4	9.20
Sub total			9.20
Total del presupuesto desembolsable			216.00
Presupuesto no desembolsable			
Categoría	Base	% o Numero	Total (S/)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	35.00	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			
Recurso humano			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/)			868.00

Anexo 4: Validación

Yo, **Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente**, Identificado con **DNI N° 17878519** con Registro de colegiatura **REGUC N° 01639**, con profesión Licenciado en Administración y ejerciendo actualmente como experto; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos del trabajo: **GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS EN CENTRO COMERCIAL HUALLAYCO EN EL DISTRITO DE HUÁNUCO, 2020**, presentado por la estudiante universitaria de la escuela de Administración. Los resultados de la revisión realizada corresponden a aspectos como la adecuación (correspondencia del contenido de la pregunta con los objetivos de la investigación); la pertinencia (relación estrecha de la pregunta con la investigación) y la redacción (interpretación unívoca del enunciado de la pregunta, a través de la claridad y precisión del uso del vocabulario técnico) de cada uno de los ítems presentados; el detalle se presenta en el Tabla a continuación.



Lic. Adm. Chacaltana Buenafuente Carlos
CLAD 01637

Mg Carlos Jesús Chacaltana Buenafuente

Anexo 5: Figuras

Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

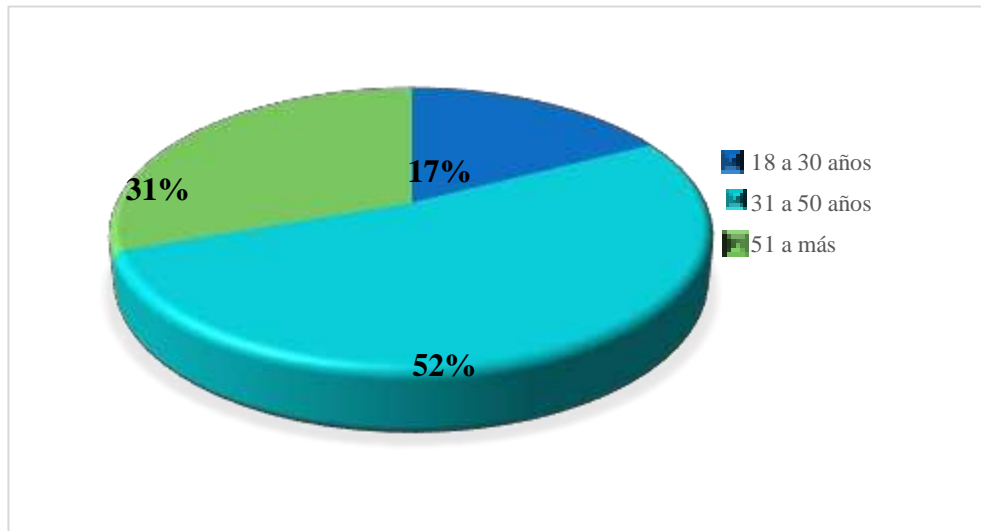


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

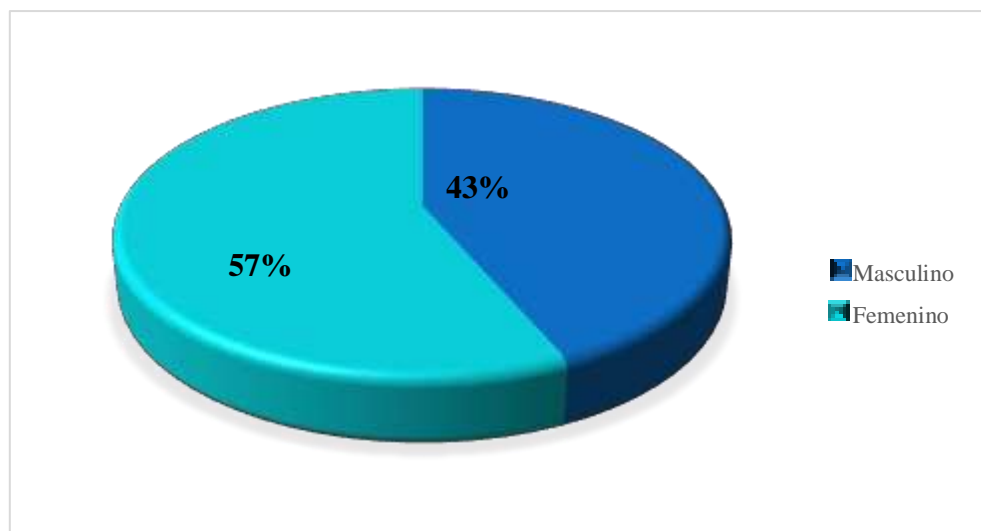


Figura 2. Género del representante

Fuente: Tabla 1

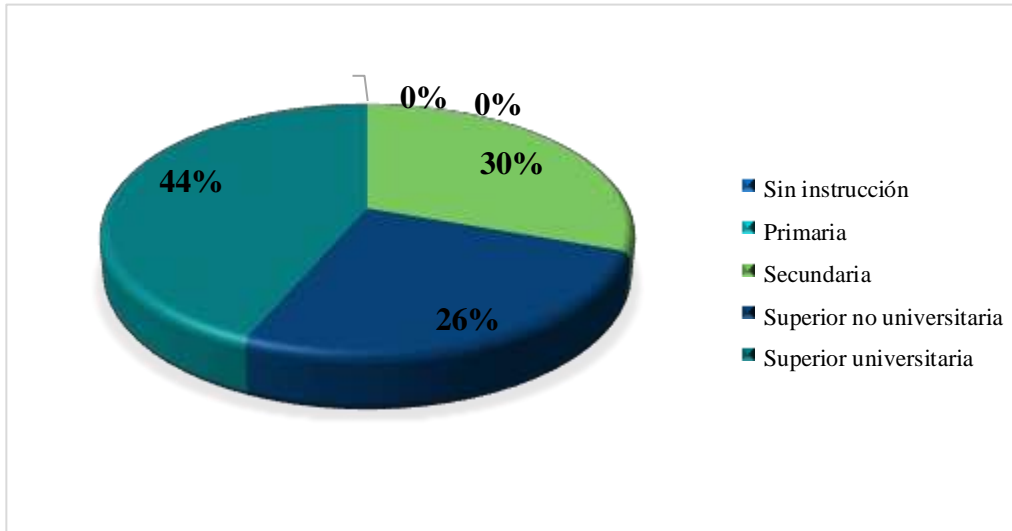


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

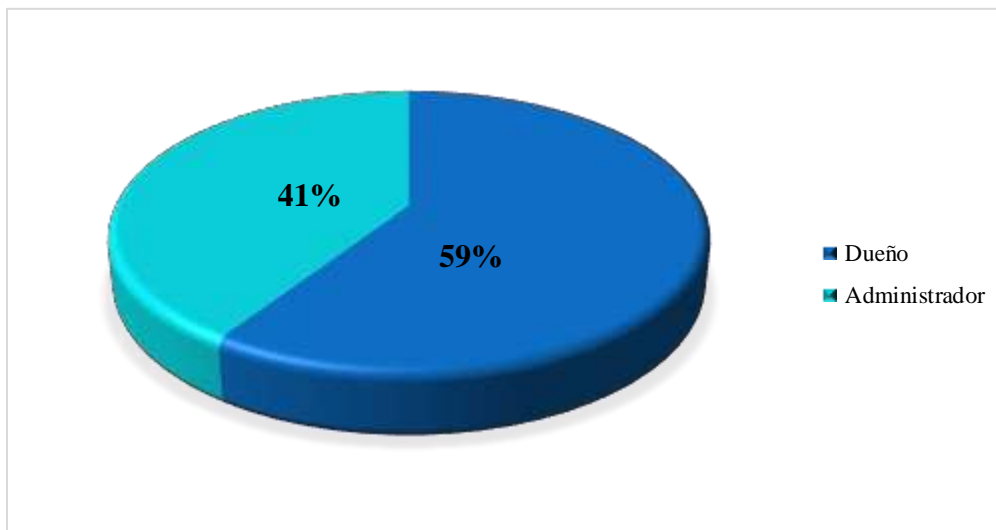


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

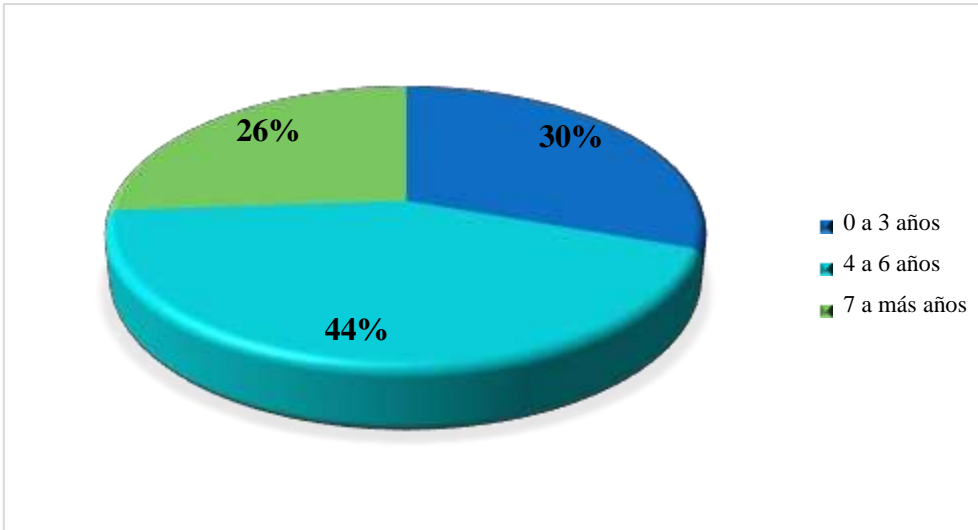


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

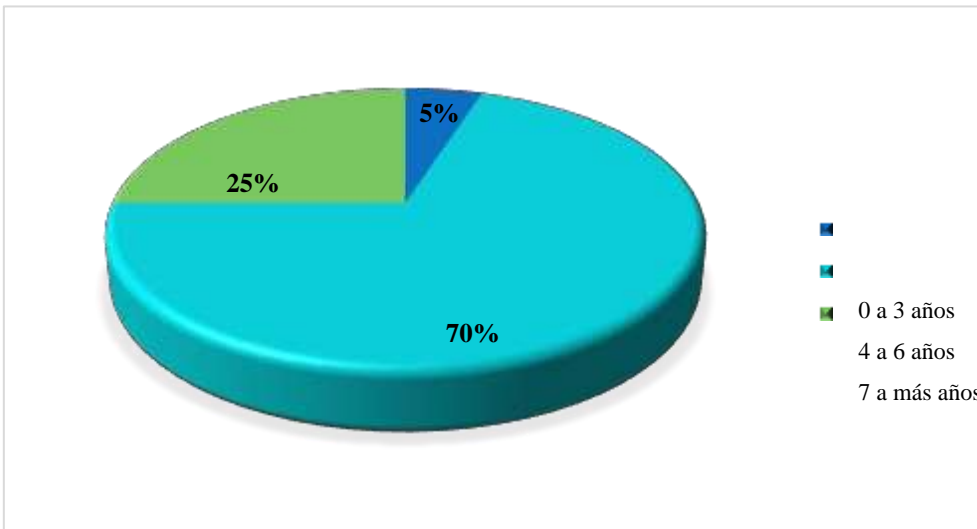


Figura 6. Tiempo de permanencia de la microempresa

Fuente. Tabla 2

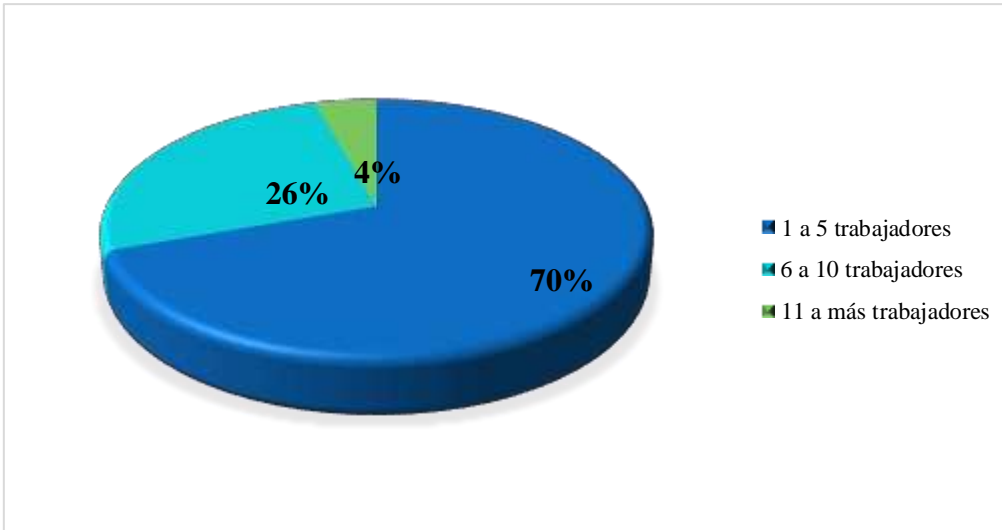


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

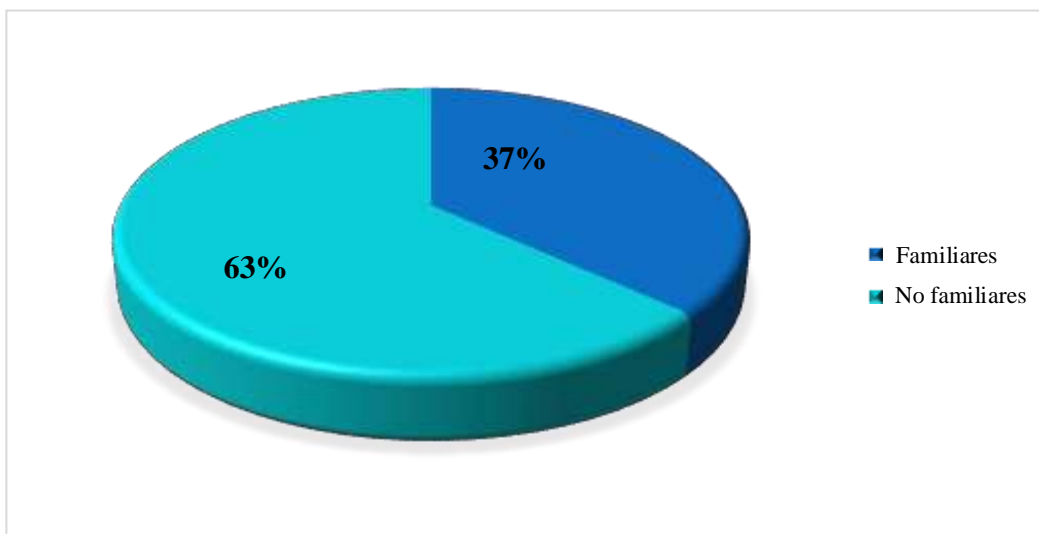


Figura 8. Relación con los trabajadores

Fuente. Tabla 2

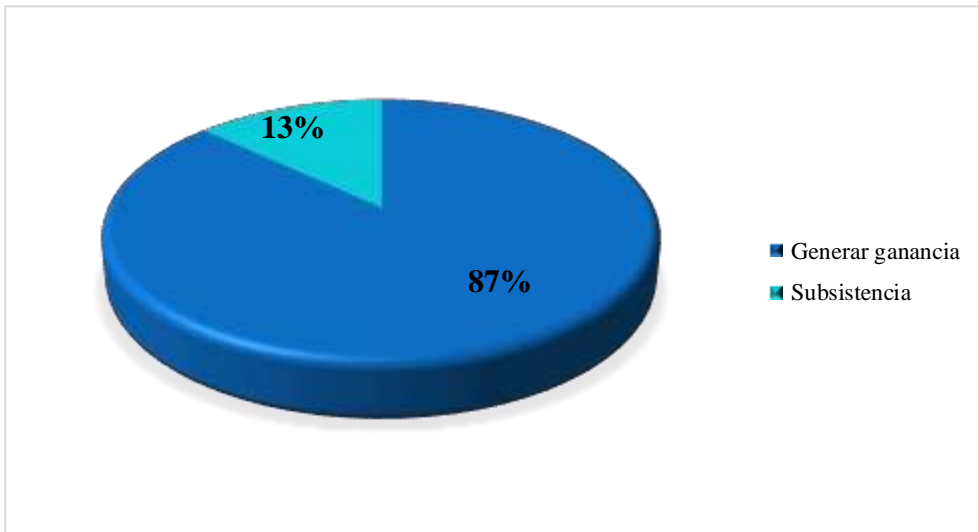


Figura 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, centro comercial Huallayco en el distrito de Huánuco, 2020.

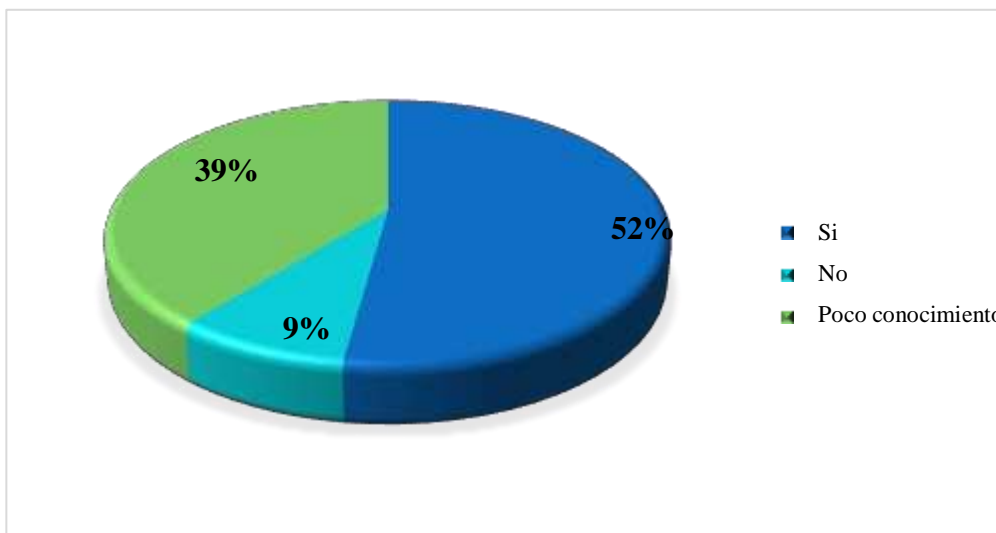


Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

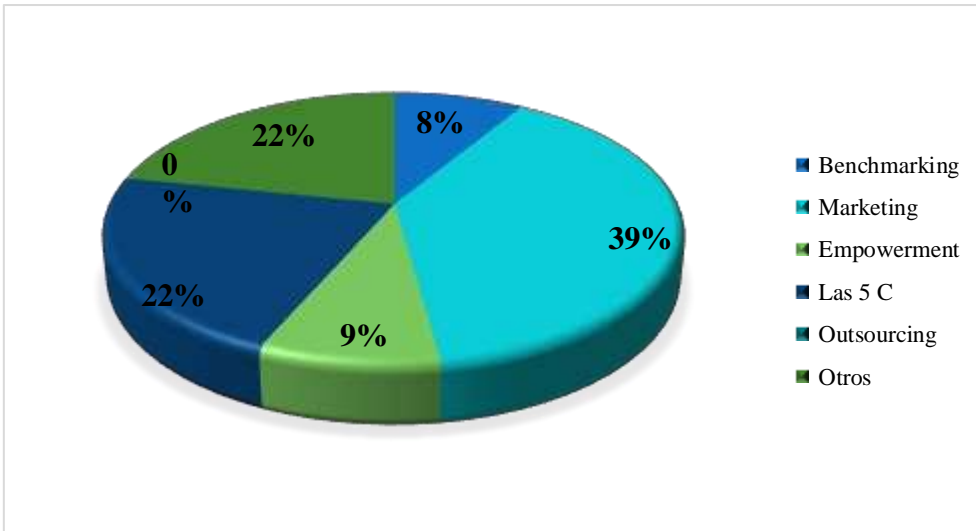


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

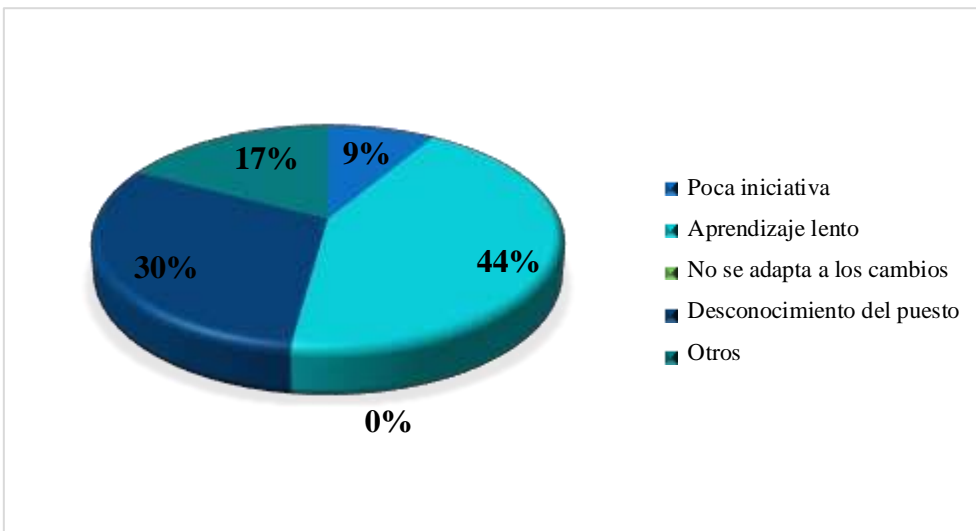


Figura 12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

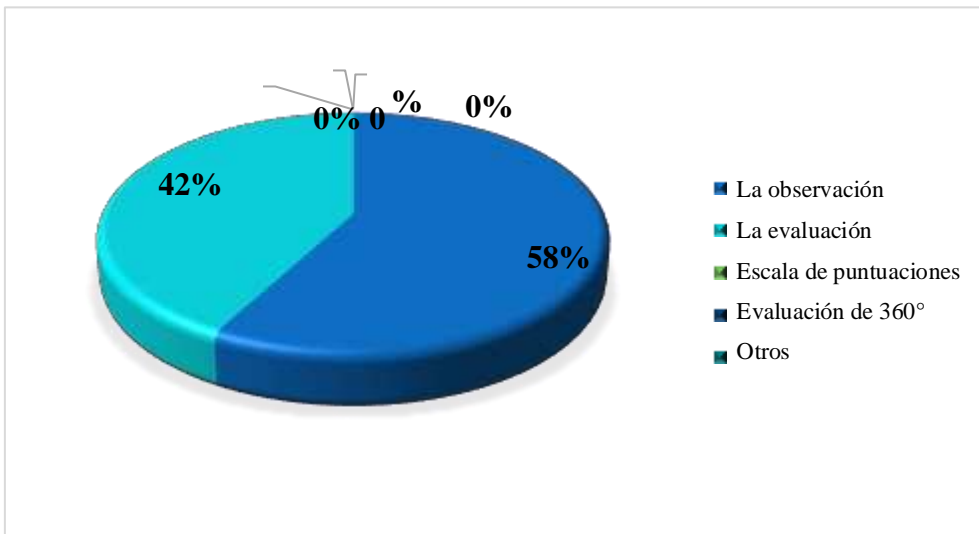


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

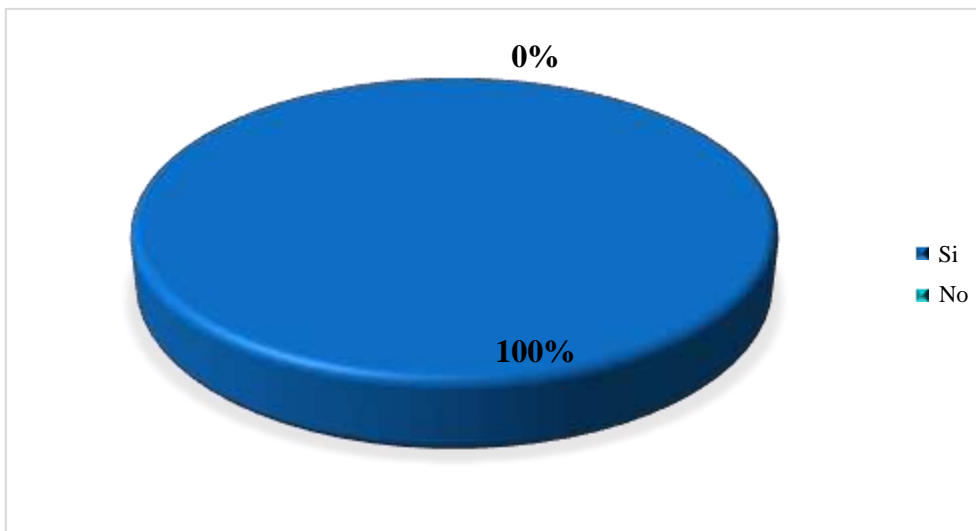


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

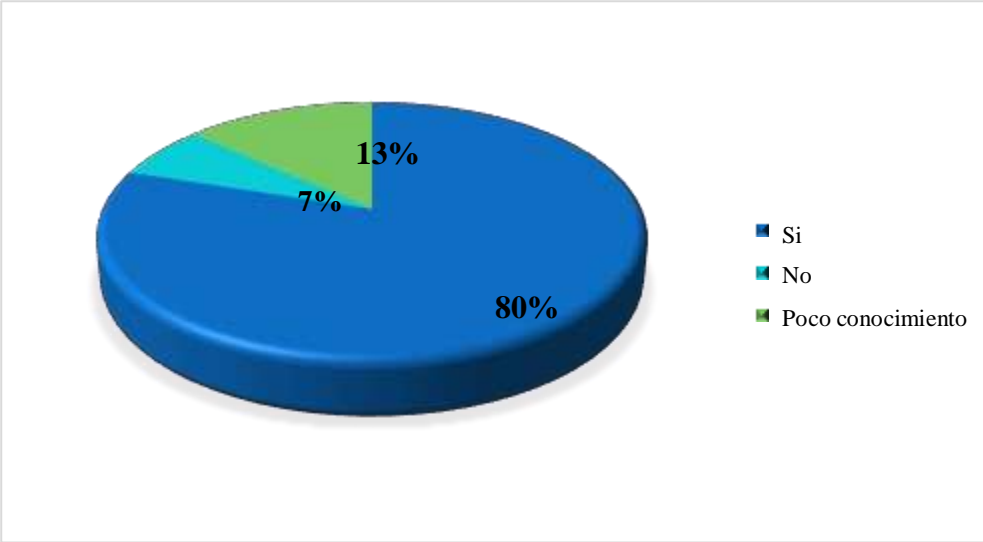


Figura 15. Conocimiento de las TIC

Fuente. Tabla 4

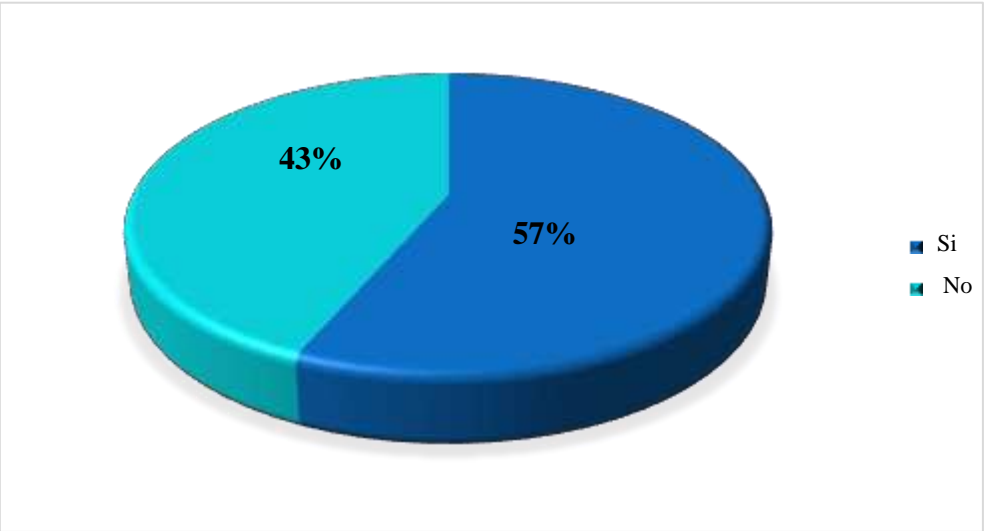


Figura 16. Computadora en la empresa

Fuente. Tabla 4

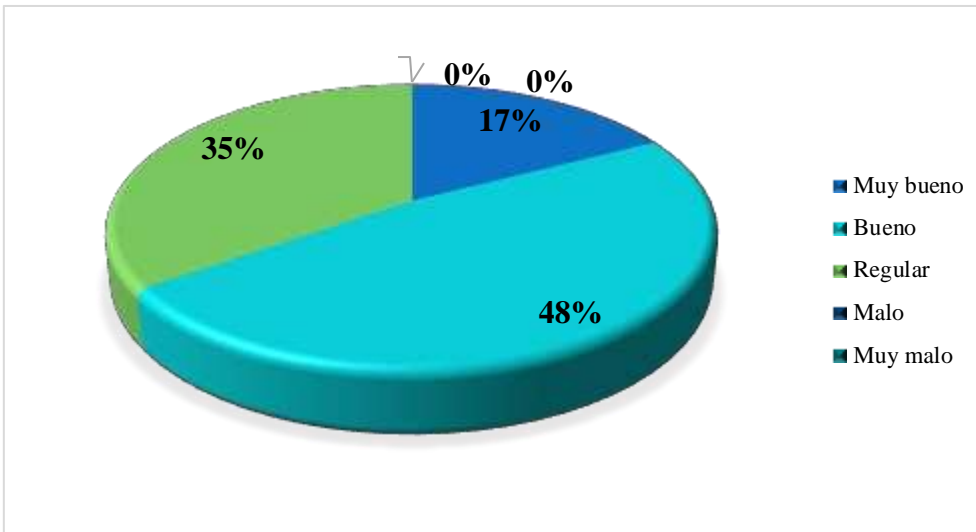


Figura 17. Nivel de computación

Fuente. Tabla 4

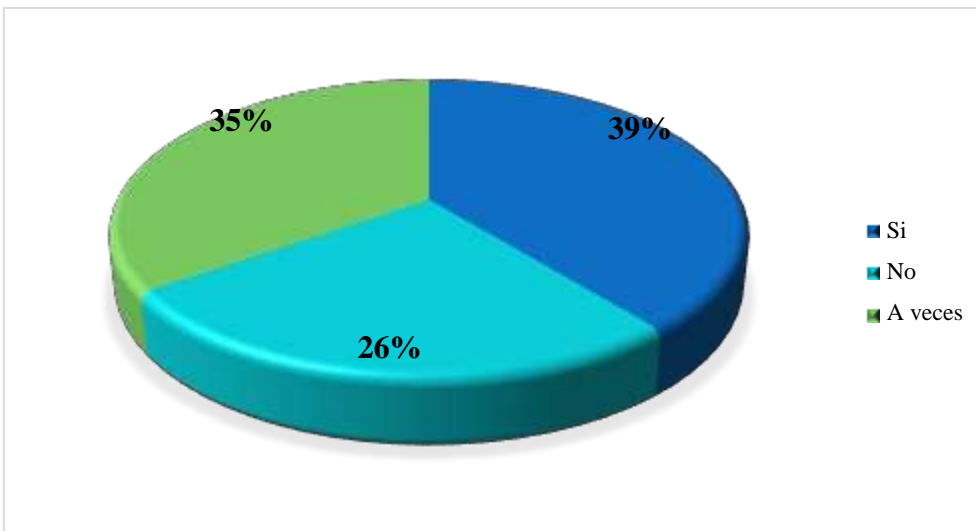


Figura 18. Uso del internet para ejecutar las compras de mercadería

Fuente. Tabla 4

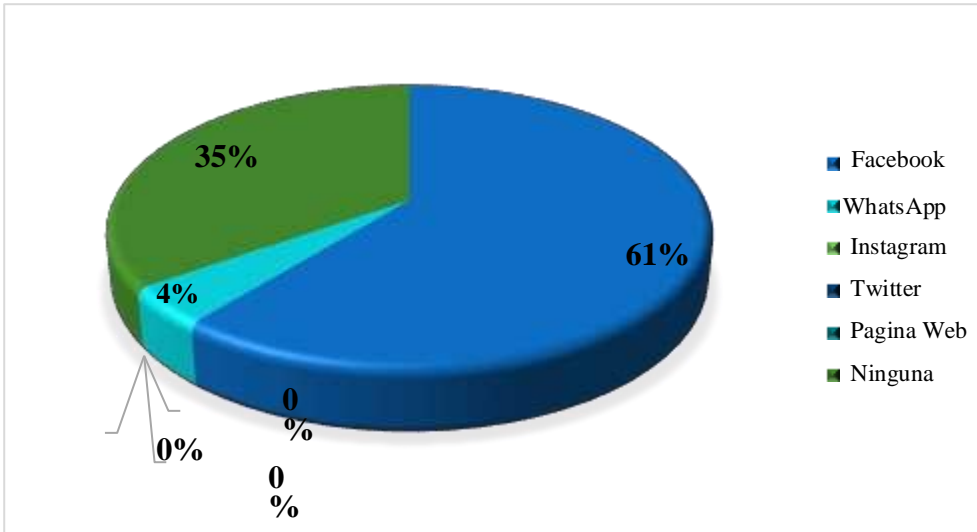


Figura 19. Tipo de redes sociales para impulsar la venta de los productos

Fuente. Tabla 4

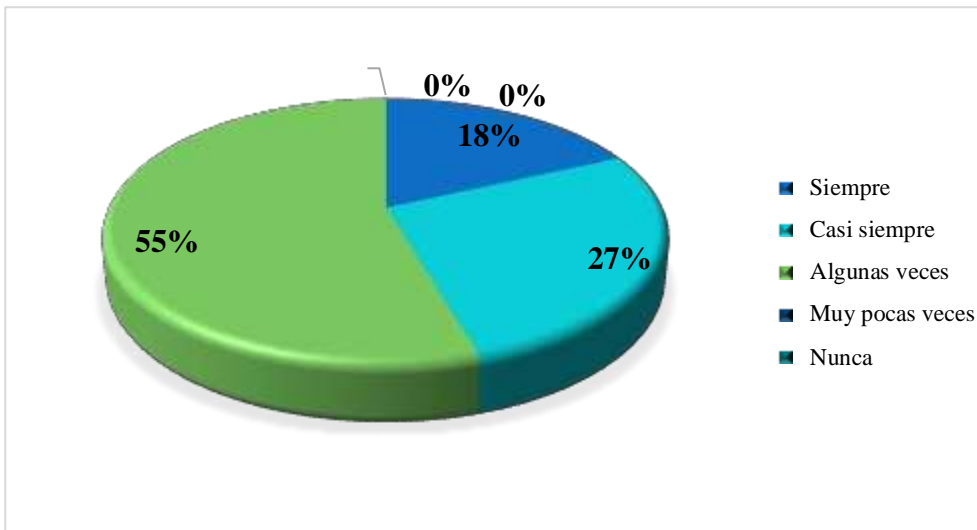


Figura 20. Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa

Fuente. Tabla 4

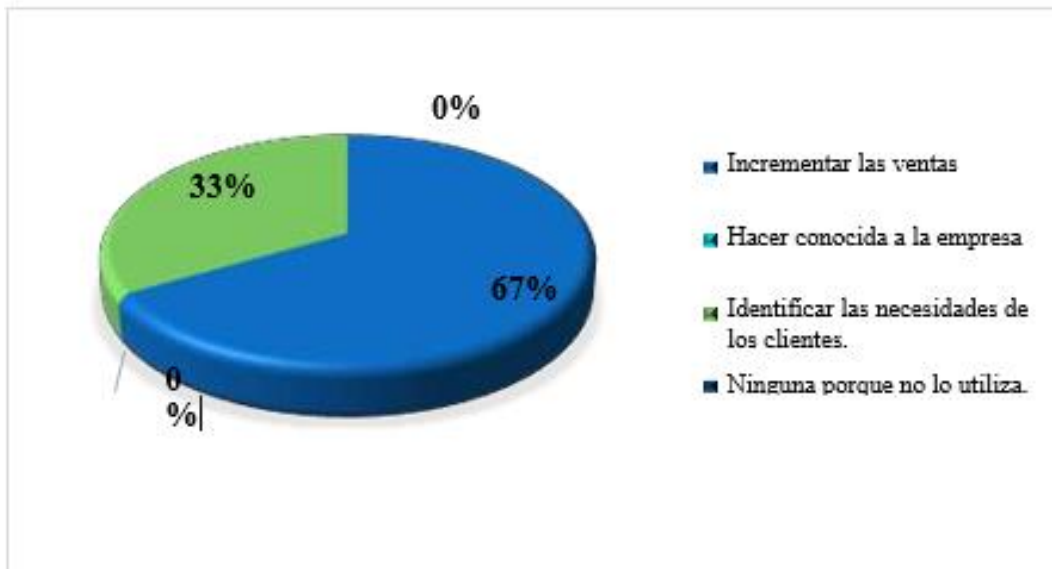


Figura 21. Beneficio obtenido utilizando las TIC en la empresa

Fuente. Tabla 4