

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

CARACTERIZACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA AL POR MENOR DE CALZADO EN EL PABELLÓN “R” y “S” DEL CENTRO COMERCIAL LOS FERROLES, CHIMBOTE, 2019

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTOR**

PALOMARES MENDOZA, JUAN

ORCID: 0000-0003-2995-840X

**ASESORA**

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Palomares Mendoza, Juan

ORCID: 0000-0003-2995-840X

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

### **ASESORA**

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

### **JURADO**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-4371

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESORA**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5774-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-4371

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

## **AGRADECIMIENTO**

**Primeramente, quiero agradecer a Dios por darme la vida,** por acompañarme en este paso tan importante en mi vida, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

**Al centro Comercial Los Ferroles** por formar partes de esta investigación, más que todo por su tiempo que me brindaron para poder realizar este trabajo de investigación y por colaborar con honestidad y paciencia en mi investigación.

**A mi profesor y asesor Enaldo Rebaza,** gracias a su paciencia y constancia para poder elaborar de mi trabajo de investigación. Que en paz descanse y dios lo tenga en su gloria.

## **DEDICATORIA**

**A mis Padres**, ya que gracias a su apoyo tanto económico y emocional pude realizar una de mis metas, gracias a su amor, paciencia y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí. Los amo.

**A mi enamorada** ya que, con su apoyo emocional, cariño, comprensión, pude seguir adelante con mis estudios; gracias a ella que siempre estuvo acompañándome y dándome fuerzas en este proceso tan largo.

***Juan Palomares  
Mendoza***

## RESUMEN

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo. Para el recojo de información se utilizó una población 160 y una muestra de 30 microempresas; a quien se aplicó un cuestionario de 21 preguntas a través de la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 50% tiene un rango de 31 – 50 años de edad. El 70% son de género femenino. El 47% tiene secundaria. El 73% tiene su propio negocio. El 43% tiene un tiempo en el cargo de 4 a 6 años. El 83% tiene de 4 a 6 años como microempresarios. El 73% tiene como trabajadores a sus propios familiares y el 67% tuvo como objetivo de creación generar ganancias. El 40% conoce sobre el término gestión de calidad. Un 60% reconoce las Tics, el 100% si hace uso del internet. El 66.67% tiene un aprendizaje lento. El 56% observa a su personal para medir su rendimiento. El 90% no cuenta con una computadora en su empresa y el 43.33% dice que su nivel en computación es regular. El 83.33% casi siempre usa el teléfono.

Palabras claves: Gestión de Calidad, micro y pequeñas empresas, tics.

## **ABSTRACT**

The present research study had as general objective: To determine the main characteristics of information and communication technologies as a relevant factor in the quality management of micro and small companies in the commerce sector, footwear retail item in the pavilion R and S of the Los Ferroles shopping center, Chimbote, 2019. The research was of a non-experimental - transversal - descriptive design. For the collection of information, a population of 160 and a sample of 30 micro-enterprises were used; to whom a questionnaire of 21 questions was applied through the survey technique, obtaining the following results: 50% have a range of 31 - 50 years of age. 70% are female. 47% have secondary school. 73% have their own business. 43% have a time in office of 4 to 6 years. 83% have 4 to 6 years as micro entrepreneurs. 73% have their own family members as workers and 67% had the objective of creation to generate profits. 40% know about the term quality management. 60% recognize Tics, 100% if they use the internet. 66.67% have a slow learning. 56% observe their staff to measure their performance. 90% do not have a computer in their company and 43.33% say that their level of computing is fair. 83.33% almost always use the telephone.

Keywords: Quality Management, micro and small businesses, tics.

## CONTENIDO

1. Título	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesora	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
<b>I. Introducción</b>	1
<b>II. Revisión de literatura</b>	8
<b>III. Hipótesis</b>	36
<b>IV. Metodología</b>	37
4.1. Diseño de la investigación	37
4.2. Población y muestra	38
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	39
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	43
4.5. Plan de análisis	43
4.6. Matriz de consistencia	44
4.7. Principios éticos	45
<b>V. Resultados</b>	47
5.1. Resultados	47
5.2. Análisis de resultados	52
<b>VI. Conclusiones</b>	61
Aspectos Complementarios	62
Referencias bibliográficas	63
Anexos	67



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.	47
Tabla 2.	Características de las micro y pequeñas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.	48
Tabla 3.	Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

### **Figuras (Anexos)**

Figura 1. Edad	84
Figura 2. Genero	85
Figura 3. Grado de instrucción	85
Figura 4. Cargo que desempeña	86
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	86
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	87
Figura 7. Número de trabajadores	87
Figura 8. Qué tipo de personas trabajan en su empresa	88
Figura 9. Objetivo de creación	88
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad	89
Figura 11. Técnicas modernas	90
Figura 12. Dificultades del personal	90
Figura 13. Técnicas de rendimiento	91
Figura 14. Contribuye con el rendimiento del negocio	91
Figura 15. Conoce las Tics	92
Figura 16. Cuenta con una computadora	92
Figura 17. Nivel de conocimiento en computación	93
Figura 18. Uso del internet	93
Figura 19. Tipo de redes sociales	94
Figura 20. Frecuencia del uso del teléfono	94
Figura 21. Beneficios que obtuvo utilizando las Tics	95

## **I. INTRODUCCIÓN**

Las micro y pequeñas empresas surgen del emprendimiento y de la creatividad de personas que se arriesgan con pequeños capitales y que son sometidos a las reglas de juego del mercado a que ingresan. Al comenzar con el viaje del emprendimiento tienen que comenzar a innovar, a comenzar a realzar su empresa y darle el surgimiento que se merece. (Gomero, 2015)

El posicionamiento de las micro y pequeñas empresas cumple un rol importante en la sociedad como el desarrollo social y económico de un país, ya que es la fuente principal que genera trabajo para miles de peruanos. Según un estudio de la INEI, el 99.6% de las micro y pequeñas empresas produce 47% del producto bruto interno. (Gomero, 2015)

A pesar del gran valor y peso que tienen las micro y pequeñas, actualmente las empresas tienen muchas dificultades que están en constante en su entorno por eso que les impiden el desarrollo al mundo exterior empresarial. Cabe mencionar que a la actualidad las micro y pequeñas empresas tienen la dificultad de implementar las tecnologías de información y comunicación como un factor importante en la gestión de calidad. Se desconoce mucho este tema importante o quizá muy pocas empresas que recién están surgiendo las utilizan. Al implementar este tipo de herramientas se da a conocer la empresa, nos puede mostrar la satisfacción del cliente al recibir nuestros productos, etc.

En nuestro país ocurre cierto problema económico, al igual que en países europeos, uno de ellos España, donde las micro y pequeñas empresas tienen cierta incapacidad por implementar las tecnologías de información y comunicación, ya que requiere de inversiones que estén contempladas al soporte de la infraestructura tecnológica. Estas empresas se enfocan mucho en este tipo de herramientas, ya que las adoptan cuando tienen cierta ventaja a la innovación. La gran mayoría de empresas dedicadas al rubro de producción la aplican con mayor intensidad y están en una etapa muy consolidable. (Barbosa y Hurtado, 2017)

Actualmente, en Chile existen más de 1.5 millones de micro y pequeñas empresas, un 58% es responsable de la cuestión privada. También existen empresas creadas por los mismos trabajadores. Las empresas formales producen 721 unidades anuales y las informales que son 805 mil pequeñas empresas producen más que las formales, ya que por eso se les dice informales. Las tecnologías de información y de comunicación han formado parte de Chile desde que comenzaron a surgir tecnológicamente y más cuando Chile comenzó a invertir más en educación, es allí donde entra a tallar las tecnologías de información y de comunicación porque este país se caracteriza por estar a la par con los avances tecnológicos. Pero sufren cambios muy fuertes ya que con los avances siempre se están cambiando las bases de la educación, y creo que eso es bueno porque hace aludir a que implementan su educación. (Barbosa y Hurtado, 2017)

En Argentina, diversos autores sostienen que las micro y pequeñas empresas son muy importantes en cada país o nación y tienen un aspecto socioeconómico que permiten que la capacidad de producir desde lo más mínimo hasta un número mayor

de empresas. Se adaptan fácilmente a las tecnologías, ya que actualmente estamos rodeados de un marketing empresarial muy amplio. (Jiménez, 2018)

En Brasil, las micro y pequeñas empresas cada vez son más decisivas para optar un colocar un puesto de trabajo. Las micro y pequeñas empresas alcanzaron su incremento de participación en base de la generación de empleos en comparación de años pasados, también incremento los salarios de sus empleados en un 14%. Esto quiere decir que tuvieron o tienen una economía estable gracias a las micro y pequeñas empresas, que son una fuente muy importante para el país, porque genera empleos y genera mucha economía, que le da sostenibilidad a un país. En este caso, las tecnologías de información y de comunicación dieron una contribución a la economía de 0.74 puntos porcentuales en los años 2002 y 2008; obtuvo un porcentaje mal alto que, en otros países, pues su contribución es muy importante. (Jiménez, 2018)

En México son llamadas micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMe), pues que viene hacer micro, pequeñas y medianas empresas. Lo importante para este país es desarrollarse como empresa es lo primordial, crear un robusto ecosistema para que esté vinculado con la caracterización de incorporar nuevas empresas al mercado y que tengan la necesidad de satisfacer al cliente, saber llegar a ellos. Pero creen que están lejos de su alcance, necesitan un sistema de desarrollo que les ayude a alcanzar lo que desean. Las tecnologías de información y de comunicación actualmente es uno de los sectores para el crecimiento de la economía de México, y se predice que puede repuntar en un 15% en un futuro. También nos dice que es un país muy importante en exportaciones a nivel mundial, ya que se realizó un estudio de Microsoft y nos revela

que México tiene el 0.7% del PBI, que va en paralelo con Estados Unidos en un 4%. (Acosta, 2015)

En Perú, aportan mucho al desarrollo económico, aportan al PBI un aproximado de 40%. Es un rol muy importante porque nos ayuda desarrollarnos como empresa. Constituye un 96% de empresas y brinda espacio de desarrollo a millones de peruanos para que así contribuyan al desarrollo. El mayor porcentaje de empresas pertenecen a las micro y pequeñas empresas o son empresas realmente formales. Por medio de un estudio del INEI, se realizó una encuesta para medir que tanto usan las herramientas de las tecnologías de información y de comunicación, enfocándose principalmente en las empresas; realizando esta encuesta los resultados nos enmarcan que el Perú es país desarrollador, pero con falta de impulso de los gobernantes, ya que sus resultados son positivos en diferentes actividades. (Acosta, 2015)

En el distrito Chimbote se encuentra ubicada el centro comercial los Ferroles, específicamente en el pabellón “R” y “S”, donde se desarrolló el trabajo de investigación; existen microempresas de venta de calzado los cuales tiene problemas de tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad debido a que les falta la implementación de una computadora ya que a través de ella se puede llevar un inventario real de productos, mostrar los productos que ofrecen a los clientes; también se les debe capacitar para que le puedan dar un buen uso a la computadora, dado a los resultados su conocimiento es bajo. Los trabajadores deben ser capacitados para una buena atención al cliente. Como dueños de la empresa deben recibir orientación para así tener un conocimiento sobre cómo se debe manejar una empresa, también para tener el personal eficaz y eficiente ante la atención al

público; saber tratar o evaluar a su personal, para ver si en realidad se adapta al puesto de trabajo, saber si en el tiempo que lleva trabajando aprende algo sobre el manejo de los productos. (Acosta, 2015)

Por lo anteriormente expresado el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.

Para poder alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019. Describir las principales características de las micro y pequeñas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019. Establecer las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzados en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.

La investigación se justifica porque es muy importante para los propietarios de las microempresas ya que se realizó con la finalidad de que las empresas seleccionadas conozcan aspectos fundamentales sobre esta herramienta; además para que tomen esta información como algo útil que pueden implementar en su empresa. También les va servir de una gran ayuda a los nuevos emprendedores, ya que tomaran información de esta investigación al momento de crear su empresa, ya que pueden tomar referencia que cosas negativas no se deben utilizar al momento de la creación. Esta información es valiosa para la sociedad, ya que puede tomar un punto de referencia al momento de crear planes a futuro o para obtención de conocimientos ante una posible charla o debate.

La metodología utilizada fue no experimental – transversal – descriptivo. Para el recolección de información se utilizó una población 180 y una muestra de 30 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplico un cuestionario de 21 preguntas a través de la técnica de la encuesta, donde se obtuvo los siguientes resultados: El 50% tienen rango de 31 – 50 años, el 70% de representantes pertenece al género femenino, el 47% presenta como grado de instrucción secundaria, el 40% si conoce el termino gestión de calidad, el 57% mide el rendimiento de su personal observando su desempeño. El 60% si conoce las Tics, el 90% la falta implementar una computadora en su negocio, el 100% hace uso del internet como medio beneficioso para el negocio, el 60% usa Facebook como medio para mostrar su productos; el 60% utilizo las redes sociales y le fue beneficioso porque hizo conocida su empresa. El 66.67% tiene aprendizaje lento. El 90% no cuenta con una computadora en su empresa, el 43.33% tiene un nivel regular en base al conocimiento en computación, concluyendo, el 83.33% casi siempre usa su celular para asuntos de su empresa.



La investigación concluye dando a conocer que la mayoría de microempresarios tiene una edad promedio para saber cómo se maneja el comercio, tienen secundaria completa, reconocen que la gestión de calidad es importante para sus empresas, observan a su personal como desenvuelve en el trabajo y partir de ahí los califican, si conocen las tics pero no las implementan por falta de inversión, así como también implementar una computadora y capacitar a su personal para que obtengan conocimientos en computación y les facilite el trabajo en la empresa, pero si usan el internet a través de su teléfono móvil, usan una red social para que puedan mostrar sus productos, manifiestan que les fue beneficioso usar las redes sociales porque hicieron conocida su empresa, también optan observar a su personal, para ver cómo se desenvuelven, finalmente, usan casi siempre su celular para asuntos de la empresa.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

#### **Antecedentes internacionales**

Eras (2020) en su investigación *Modelo de preparación de las Tic y adopción del e-commerce en el sector comercio*. Tiene como objetivo general Determinar el nivel de implementación y uso de las TIC y adopción del e-commerce, en el sector comercio en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, país Ecuador; el proceso metodológico consistió en llevar a cabo una investigación exploratoria, descriptiva y correlacional. Primero se preparó un modelo al que se lo denominó preparación de las TIC y Adopción del Comercio Electrónico; a continuación, para evaluar la validez del modelo, se elaboró un cuestionario que fue aplicado mediante entrevista a empleados con conocimientos de TIC y directivos de empresas del sector comercio de la ciudad; luego, se procedió a realizar la tabulación y limpieza de datos; finalmente, al procesamiento y análisis de resultados. Los resultados más significativos del procesamiento de datos: el 80,3% de las empresas consultadas de la ciudad son relativamente nuevas, funcionan desde el 2011 e incluso otras son más recientes. El 87,7% son 22 microempresas, un 11,4% son pequeñas empresas y sólo un 0,75% son medianas. Según los entrevistados, el 58% de estas empresas utilizan software para control de inventarios y facturación, además el 79,3% disponen de un centro de cómputo propio básico, datos que parecen ser contradictorios ya que el 41,4% de las empresas cuenta con al menos un empleado informático y de éstos el 21,45% trabaja a tiempo completo. Un 90% del personal dice tener un nivel medio – alto de conocimiento en comercio electrónico y que un 87,8% menciona estar debidamente capacitado en e-commerce; sin embargo estos resultados se contradicen cuando un 53% menciona haber utilizado internet para comprar o vender o hacer publicidad; y

más contradicciones de observan al analizar el uso de los servicios de internet para comercializar o hacer publicidad, arrojando los siguientes resultados: disponibilidad de sitio web propio (12,5%), uso de sitios web C2C externo (13,72%), disponibilidad de una tienda virtual (3,2%), uso de redes sociales (26% para comercializar y un 35,9% para publicidad). Las TIC optimizan los recursos y el desarrollo de las actividades de las empresas del sector comercio, en mejora de la rentabilidad y el cumplimiento de los fines u objetivos empresariales. Las TIC y específicamente el e-commerce proveen diversas ventajas a las empresas del sector comercio como el incremento de la competitividad; mientras mayor sea la comprensión de los beneficios de las tecnologías y el aporte que realizan al crecimiento empresarial, mayor será la aceptación y adopción de las TIC; esto también depende del ambiente organizacional interno como en el externo.

García & Gil (2017) en su investigación *Innovar en el comercio minorista: influencia de las TIC y sus efectos en la satisfacción del cliente*. Tiene como objetivo general llevar a cabo una aproximación al concepto “innovación en el comercio minorista”, identificando su naturaleza y alcance, y definiendo sus efectos y relaciones con otras variables de larga tradición en la investigación en marketing. La Descripción de la metodología de investigación llevada a cabo que permita obtener, analizar y contrastar las hipótesis descritas. *Relación entre innovación en el comercio minorista y sus efectos*. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos se constata la relación del resto de hipótesis. Por lo tanto, existe una relación positiva y significativa entre la innovación y los beneficios de la relación obtenidos por el consumidor ( $\beta=0,573$ ;  $p<0.01$ ; H2) y una relación negativa y significativa entre los sacrificios y costes ( $\beta=0,403$ ;  $p<0.01$ ; H3), y éstos sobre la propia satisfacción ( $\beta=0,206$ ;  $p<0.01$ ; H4) y

( $\beta=0,-407$ ;  $p<0.01$ ; H5). Además, confirmamos la relación positiva entre satisfacción del consumidor hacia el establecimiento y la lealtad de éste hacia el mismo ( $\beta=0,697$ ;  $p<0.01$ ; H6), por lo que, incrementando la satisfacción del consumidor generará un aumento de la lealtad hacia la tienda. El estudio realizado ha profundizado en la naturaleza del concepto “innovación en el comercio minorista” y la delimitación de las variables que contribuyen a su formación a través de una muestra de consumidores españoles, proponiendo un modelo integrador para el análisis de una de las dimensiones y efectos del constructo. El contraste de las hipótesis planteadas nos lleva a las conclusiones que exponemos a continuación. Los resultados obtenidos en el trabajo presentado permiten confirmar en primer lugar la relación existente entre las TIC y la innovación en el comercio de la distribución minorista, como ya apuntaban con anterioridad estudios previos como el de Reinartz et al, las TIC se muestran como una de las dimensiones clave en los procesos de innovación de los establecimientos comerciales detallistas. En segundo lugar, a través de este estudio, queda patente la existencia de una relación positiva entre la innovación en el comercio minorista y algunos de los factores analizados como efectos en este trabajo. Se observa que las mejoras o cambios que llevan a cabo los establecimientos minoristas, están positivamente relacionados, tanto con los beneficios de la relación, como con los sacrificios y costes que pueden suponerle al consumidor, de acuerdo a lo que indicaban autores como Forman et al.

## **Antecedentes Nacionales**

Villacorta (2018) en su tesis *Gestión con el uso de las Tics en las Mypes del sector maderero, rubro aserraderos distrito de Manantay, año 2018*. Tiene como objetivo general proponer la gestión con el uso de las TIC en las Mypes del sector maderero, rubro aserraderos, Distrito de Manantay, año 2018; su estudio fue de tipo aplicada, nivel descriptivo no experimental, relacionada a las variables en estudio gestión y uso de las TIC's, en la cual los factores internos influyen significativamente en los procesos de gestión con el uso de las TICs en las Mypes del sector maderero, con una población de 17 Mypes aserraderos en el Distrito de Manantay y con una muestra de 8 Mypes. El instrumento utilizado fue el cuestionario y la técnica la encuesta. Se pudo concluir que en un 75% de los administradores y/o operadores logísticos conoce que la empresa maderera cuenta con documento donde se precisa la visión, misión y objetivos de empresa, por otro lado un 87% de los administradores y/o operadores logísticos expresa que la alta dirección asigna recursos necesarios para el logro de los objetivos, en muchos casos las Mypes madereras se estoquean de troncos maderables dado que en ciertas épocas del año la madera es escasa y por ende la producción disminuye, asimismo cada vez la madera es más difícil su extracción, un 63% de los encuestados expresa que la política de calidad con que cuenta actualmente la empresa no está vinculado a los propósitos establecidos, toda vez que el trabajo que se realiza es empírico y mucho tiene que ver la experiencia de los operadores, mientras que en un 37% cree que sí, en un 63% de los encuestados expresa que la política de calidad con que cuenta actualmente la empresa no está vinculado a los propósitos establecidos, toda vez que el trabajo que se realiza es empírico y mucho tiene que ver la experiencia de los operadores, mientras que en un 37% cree que sí.

Pudiendo concluir que los factores internos influyen significativamente en los procesos de gestión con el uso de las Tics en las Mypes del sector maderero, teniendo como una finalidad potenciar la eficiencia de la gestión estratégica de las empresas del sector maderero, con su uso adecuado se pretende mejorar el desempeño en el seguimiento de los objetivos y actividades de la empresa en 4 perspectivas internas: financiera, clientes, procesos internos y aprendizaje – crecimiento.

Lázaro (2017) realizó su tesis sobre *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa, año 2017*. Su objetivo general es determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa, año 2017. El estudio fue no experimental, transversal, descriptivo. Se usó una población de 22 Mypes las cuales fueron determinadas mediante un sondeo dentro de la ciudad de Pucallpa. Se usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Los resultados fueron los siguientes de tal modo se obtuvo los siguientes resultados: el 55% de los empresarios tienen entre 31-50 años de edad. El 72% de los empresarios si conocen el término de gestión de calidad, pero el 72% no utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación. Concluyendo que, los empresarios tienen edad promedio de 31 a 50 años, son de sexo masculino, tienen grado de instrucción secundaria, las Micro y pequeñas empresas son formales, se crearon para crear ganancia, y atienden con prontitud. Se concluye que la mayoría de los empresarios de las Mypes del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa periodo, 2017, conocen muy bien lo que es el término de Gestión de Calidad es por ello que, si lo utilizan la mitad lo utilizan

con el objetivo de tener oportunidad de crecimiento, la mayoría de los empresarios si conocen las funciones administrativas por eso las que más utilizan son la planificación y el control.

Colina (2016) en su investigación *Gestión de calidad con el uso de tecnología de la información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas de la ciudad de Oxapampa, 2016*. Teniendo como objetivo general determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de la Tecnología de la Información y Comunicación en los almacenes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro boticas de la Ciudad de Oxapampa, 2016. Su estudio fue no experimental, transversal-Descriptivo, la población estuvo conformada por 10 Micro y Pequeñas Empresas, rubro boticas de la ciudad de Oxapampa, siendo la muestra la propia población, la técnica que se empleo fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados, del 100% de personas que fueron encuestadas el 90,0% de estos afirman que si ponen en práctica la Gestión de Calidad. La mitad del 100%, afirman que el objetivo de la implementación de la Gestión de Calidad es obtener la permanencia en el mercado. El 80% de los encuestados conoce las siglas “TIC” y el 20% desconoce. El 80,0% no utiliza ningún tipo de sistemas y el 20% si utilizan algún tipo de sistema. Se concluye que la gran mayoría de los propietarios hacen uso de la Gestión de Calidad dentro de su empresa, aplicando todos los procesos administrativos, con el objetivo de permanecer en el mercado. La mayoría de los empresarios conoce las siglas TIC, sin embargo, no operan ningún tipo de sistema integrado interna ni externamente. y la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio tienen más de 7 años de permanencia en el mercado, fueron creadas principalmente para generar ganancias y cuentan con 1 a 5 trabajadores.

### **Antecedentes Locales**

Delgado (2019) en su investigación titulada *gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro farmacia, distrito de nuevo Chimbote, 2017*. Tiene como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacia del distrito de Nuevo Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una muestra de 21 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 61.90% de los representantes tienen una edad promedio de 31 a 50 años. El 76.19% de género masculino. El 71.43% son los administradores. El 80.95% manifiestan que tiene un tiempo promedio de permanencia en el rubro de 11 años a más. El 57.14% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que cuentan con 1 a 5 trabajadores. EL 52.38% manifiestan que si conocen el termino gestión de calidad. El 52.38% manifiesta que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 52.38% si conocen el termino TIC. El 100.00% si cuentan con una computadora en su empresa. El 71.43% hacen uso del internet para ejecutar las compras de mercaderías en su empresa. El 42.86% manifiestan que utilizan las la paginas web para impulsar la venta de sus productos. Conclusión: la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación, debido a que usan las redes sociales para impulsar sus ventas.



Pajilla (2018) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación en micro y pequeñas empresas, rubro comercialización de abarrotes, pueblo joven el progreso, distrito Chimbote, 2018*. Tiene como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las MYPE del rubro comercialización de abarrotes, pueblo joven El Progreso, Chimbote 2018. El tipo de estudio que se realizó fue investigación no experimental, transversal y descriptiva. Se aplicó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario dirigido a los representantes de las MYPE rubro comercialización de abarrotes del pueblo joven El Progreso del distrito Chimbote. El cuestionario estuvo conformado 22 ítems de acuerdo a las 4 dimensiones e indicadores de operacionalización de variables. Los resultados que se obtuvieron fueron que el 70% de los empresarios tiene edades entre 31 y 50 años, existe paridad entre masculino y femenino que representan un 50% cada uno, el 70% de ellos tiene secundaria completa y el 100% son dueños. Las MYPE tienen un tiempo de permanencia de 7 años a más en un 50%, emplean en un 80% entre 1 y 5 trabajadores lo cuales no son familiares en un 70%, siendo el al objetivo de creación en 100% para generar ganancias; el 70% no conoce el significado de la sigla TIC, el 80% considera imprescindible el uso de TIC y sí utiliza; sin embargo, el 80% de las MYPE no tiene un sitio web o página en redes sociales, el 100% de las microempresas no realiza compras o ventas por internet; pero sí considera que las aplicaciones TIC posibilitan mejores decisiones; un 50% del personal sí maneja herramientas TIC y el otro 50% no maneja estas herramientas; por último el 100% sí está dispuesto a invertir en TIC. Finalmente, se concluye que las MYPE de la investigación no tienen un uso adecuado de las TIC como herramienta de gestión de calidad.

Rosso (2018) en su investigación *Gestión de calidad con el uso de las Tic en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos en comercios no especializados del pueblo joven San Francisco de Asís, distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017*. Tiene como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las TIC en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro - venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos en comercios no especializados del PP. JJ. San Francisco de Asís, distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2017. El tipo de investigación fue diseño fue no experimental-transversal-descriptivo, para el recojo de información se aplicó una encuesta de 22 preguntas a una muestra dirigida de 24 Mypes. Se obtuvo los siguientes resultados: El 45.8% de los representantes tienen de 51 a más años, el 58.3% son mujeres, 50% tiene educación secundaria. Referente a las características de las Mypes: el 41.7% tienen 4 a 7 años, el 79.2% son formales, el 45.8% han sido creadas para generar ganancias, el 83.3% tienen 2 o menos trabajadores. El 70.8% desconoce la relación entre gestión de calidad y gestión de empresas, El 50% resaltan la importancia del uso de la tecnología, el 58.3% no están dispuestos a invertir en tecnología. El 79.2% no se han capacitado, el 41.7% cree que aumentaría sus ventas, el 45.8% considera que disminuirían sus costos, el 50% no saben si mejorara la imagen de la empresa, el 91.7% no cuenta con base de datos. Conclusión: la mayoría tienen más de 51 años, son mujeres y tienen educación secundaria; el 79.2% son formales. Se concluyó que el Perú es un país emprendedor, el cual es el inicio para la formación de las microempresas, pero por el hecho de haber formado en su mayoría sus Mypes sin tener una orientación o formación adecuada administrativamente muchas de estas desaparecen al poco tiempo de ser formadas.

Una de las causas por la que no se pueden mantener en el mercado es la falta de uso de las herramientas tecnológicas, por diversos motivos, lo cual si se diera el caso de ser utilizadas se vería reflejada el beneficio en la reducción de costos, permitiendo además que las actividades que se realicen dentro o

Obregón (2016) en su investigación *Caracterización de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de insumos agrícolas, avenida José Gálvez, distrito de Chimbote, 2016*. Tiene como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso del tecnología informática y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de insumos agrícolas, Avenida José Gálvez, Distrito de Chimbote, 2016. El tipo de la investigación fue descriptiva de diseño no experimental –transversal, para el recojo de información se utilizó una población muestra de 22 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas debidamente estructuradas, a través de la técnica de la encuesta. También el uso de las tecnologías informáticas y comunicación son muy buenas en un 60% y es muy bueno el uso de la computadora en el negocio con 90% si se utiliza página Google 100%, es bueno tener una web 85% y muy bueno el uso de correo electrónico 100%. Se puede concluir que las micro y pequeñas empresas funcionan de acuerdo a las leyes vigentes, se organiza con los conocimientos de la propiedad pública con tecnología legalmente autorizada para elaborar productos o servicios con el fin de cubrir y satisfacer las necesidades del consumidor, mediante la retribución que permita recuperar sus costos y obtener utilidad por la inversión y buscar la mejora continua en sus procesos y capacitación de su personal.

## **2.2. Bases teóricas**

### **Micro y pequeñas empresas**

Las micro y pequeñas empresas son consideradas como una unidad que hace surgir a lo económico, constituido por una persona natural o jurídica, que tiene como función desarrollar actividades de extraer, producir, transformar y comercializar los bienes, también prestar servicios a otras empresas y así generar más trabajo.

Esto es parte del desarrollo económico y juega un rol o papel importante al ser la principal fuente que genera empleo a miles de personas a nivel mundial y también activo al mercado para que sea una la fuente que genere economía. La falta de empleo en los países de bajos recursos es un problema fuertemente serio, ya que debemos reflexionar sobre este problema, debemos hacer al respecto, si el tema político no se involucra con esto, nosotros mismos debemos hacer que nuestro país se levante económicamente a través de las fuentes de empleo que son las empresas. Cabe resaltar que una micro empresa no es necesaria constituirse como persona jurídica, ya que se puede constituir mediante su mismo propietario como persona individual, sin embargo, se tiene que adoptar de manera voluntaria a empresa individual. (Louffat, 2015)

### **Clasificación**

#### **Micro Empresas**

Conformada por una persona natural o jurídica, que realiza diferentes operaciones económicas a través de ventas anuales con más de 500 salarios mínimos, establecida con una renta que no supera los 150 UIT.

Nos dice que debemos clasificar las decisiones que sean necesarias para obtener un buen negocio y sobre todo que sea rentable, haciendo un estudio de

mercado, teniendo en cuenta los problemas que se pueden obtener, ya sea de micro empresa o pequeña empresa. (Okpara y Wynn, 2016)

### **Pequeñas empresas**

Conformada por una persona natural y/o jurídica que hace operaciones de los diversos sitios de la economía, con una unidad de ganancias anuales mayores a 500 con un salario mínimo mensual de 4817, constituida por sus ventas que no superan los 1700 UIT. (Louffat, 2015)

### **Mypes formales**

En el Perú, el número de microempresas formales son el 93.4%, mientras que por el otro lado las pequeñas empresas solo 4.32% y, las medianas y las grandes empresas solo el 2.28%. Actualmente el 97.72 son micro y pequeñas empresas.

En los últimos años el incremento o expansión en base al número de las micro y pequeñas empresas ha sido favorable ya que hubo un grupo de empresas constituidas. La cifra que se incrementó entre los años 2004 y 2009 fue de 471,107 empresas. (Louffat, 2015)

### **Características**

Las características de las micro y pequeñas empresas son de acuerdo a sus empleados, nivel de venta, etc. Se calcula que el número de empleados debe sumar un número de empleados contratados cada doce meses (un año) en el momento que se registrara la empresa. Si existe una disconformidad por el número de empleados en la planilla, será válido como válido el último movimiento. (Louffat, 2015)

### **Niveles de ventas anuales**

Son los ingresos netos con los impuestos a la renta que son los resultados de la suma de los montos ingresados en las declaraciones mensuales a los pagos tratando comprendidos de en régimen del impuesto a la renta. Estos ingresos anuales resultan de montos brutos anuales que se consignan en las declaraciones del nuevo RUS.

En algunos casos de la reorganización de sociedades, hay efectos de conseguir una condición como micro o pequeña empresa, se absorbe todos los patrimonios o pasivos de la empresa sin ningún problema de cumplir los requisitos necesarios que es el número de empleados. (Louffat, 2015)

### **Gestión de calidad en el proceso administrativo**

#### **✓ Planeación**

Es el primer elemento e importante del proceso administrativo ya que es el encargado de estudiar toda la empresa, proporcionando a futuro estrategias y/o tácticas que permitirán que la empresa surja de manera positiva. Es la que orienta, guía hacia los objetivos planteados por la empresa. La planeación está constituida por misión, que es como los objetivos cardinales de la empresa, mediante esta se conoce como se benefician a través de las actividades que ofrece los factores y las ventajas hacia la proyección de la misión. Por otro lado, se establecemos la visión que va de la mano con la misión. Uniendo estos dos puntos podemos formular los objetivos generales para la empresa, tomando decisiones claras y específicas, sobre todo tomando en cuenta los altos y bajos que pueden ocurrir en el camino para obtener los objetivos.

La planeación como parte del proceso administrativo, implica la toma de decisiones sobre los temas o problemas que suceden a diario en toda empresa. En medida que la empresa crece más problemas o situaciones por resolver hay, por eso

siempre los administradores debe tener un don de ver a futuro o anticipar las situaciones que están por venir. (Raffino, 2020)

Buitrago y Valencia (2015) Nos dice que la planeación está conformada por:

### **Misión**

Es la razón de que, porque la empresa está en funcionamiento, teniendo fundamentos claves e importantes, sobre todo tiene una personalidad que la identifica. Esto viene a ser parte de políticas de la empresa y junto a esto se formula las siguientes preguntas que en base a esto se forma la empresa: ¿Quiénes somos?, ¿para que existimos?, ¿a quién servimos?

### **Visión**

Es algo proyectado a través de la misión persiguiendo a un desarrollo empresarial ya sea a mediano o a largo plazo. Como dije en párrafo anterior estas dos se unen y complementan en un mismo plano empresarial para dar luz a una empresa. Por eso se formularon estas preguntas: ¿quiénes seremos?, para que existiremos? ¿A quiénes servimos?, ¿en que nos diferenciaremos?

### ✓ **Organización**

Como segundo elemento, se encarga de diseñar la estructura de una empresa de una forma compatible con la planeación que ayuda a designar las áreas que puede obtener una empresa, depende del rubro en que se encuentre. En este punto lo primero es que debemos estructurar el modelo de la organización, es decir cómo se va formar la empresa, en cuantas áreas se va dividir, etc. En segundo lugar, ver si el organigrama estructurado es el que va a representar lo interno de la empresa, para ello se necesita

diversas opiniones para la representación técnica del modelo organizacional. En tercer lugar, desarrollaremos los manuales de la organización documentos que sirven para estar informados y entender el diseño organizacional. Finalmente se recapitula y se analiza el diseño de la organización, se fundamenta las condiciones y los que van a componer la organización. (Mancero, 2015)

Las principales fuentes que harán una empresa estratégica son la tecnología, el ambiente, la cultura de la empresa, etc. Del lado quienes van a componer la empresa son los factores por departamentos, la formalización. Las unidades de apoyo, jerarquización, las decisiones, la comunicación y la amplitud administrativa. (Mancero, 2015)

Nos dice que se basan más en los comportamientos del empleado, de cómo se desempeña en su área, cuáles son sus debilidades y fortalezas, como se relaciona con los demás compañeros, si se sabe manejar un grupo de trabajo (si es un buen líder). Más que todo trata de desarrollar que es lo que falta a un trabajador para que sea más efectivo en el trabajo, quizás está teniendo problemas en casa, trata de llegar a ello. (Mancero, 2015)

### **Modelos organizacionales**

Actualmente, observamos nuevas características de diseños de las organizaciones, ya que muchas aparecieron rápidamente como consecuencia de diversos factores. A causa de la globalización, se caracterizó la apertura comercial de diversos países y el comienzo de negociación con empresas extranjeras, también surgieron empresas nacionales que no daban la talla en mucho caso por falta de gestión o diseño. Pero las empresas nacionales no se quedaron ahí, buscaron las formas para



poder surgir y salir adelante, se replantaron y ordenaron su empresa, para así poder atacar a la competencia. (García, 2018)

García (2018) Nos habla de los modelos organizacionales:

### **Modelo funcional**

Este modelo basado en un diseño de criterio de habilidad y conocimientos técnicos, entre ellas encontramos el área de marketing, tesorería, y contabilidad, que está dentro del área de finanzas.

### **Modelo geográfico**

Este modelo se basa en el diseño de las organizaciones hecho en los criterios para multiplicar unidades y extenderlas para así no preocuparse en las funciones o decisiones que pueden ser tomadas por el administrador.

### **Modelo por clientes**

Este modelo se basa a los criterios de mercadeo, nos quiere decir, que capta clientes específicos y trata de tapar los nichos de mercado. Este tipo de modelo esta creado para atender las necesidades o preferencias que el cliente requiere, esto es según la edad y según los criterios de compra.

### **Modelo por productos**

Este modelo está basado en las características de un producto, tales que se diferencian por su textura, tamaño, peso, su tiempo de duración, etc. Aquí se dividen los productos de acuerdo al rubro en se encuentren, porque no podemos mezclar productos de alimentos balanceados para animales con productos alimenticios para personas.

### **Modelo por turnos**

En este modelo se refiere a la división del trabajo, ya que está establecido por horarios y por turnos, sin cambiar los aspectos que son fundamentales para la empresa, sin cambiar las condiciones, ya que eso amerita que un trabajador se desempeñe mejor.

### **Modelo por proceso productivo**

Se basa en los procesos que debe seguir un producto a realizar. Como por ejemplo para comenzar un automóvil, no se pueden saltar los pasos o procesos, como colocar toda la carcasa sin colocar un motor, ya que sabemos que un carro no funciona sin motor porque es su fuente de trabajo.

### **Modelo por división**

Conocido como área de unidades estratégicas. Basadas en los grados de subordinación, que son como un todo que deben dar resultados efectivos para poder lograr los objetivos plasmados.

### **Modelo por proyectos**

Este modelo se basa en los equipos de trabajo que son especializados en sus áreas, que servir para satisfacer las necesidades de los clientes por un tiempo determinado. Por ejemplo, una empresa contrata a trabajadores para ocupar áreas con el fin de desarrollar nuevos negocios.

✓ **Dirección**

Como tercer elemento del proceso administrativo, su función es delegar al administrador que realice los planes, para obtener una respuesta muy eficaz ante sus empleados mediante la supervisión, motivación, sobre todo y muy importante la comunicación. La ejecución de los planes va de la mano con la estructura de la organización. En esta fase llevamos a cabo la participación del encargado que es el gerente, es quien motiva a los equipos de trabajo a seguir un trabajo bien estructurado. El gerente es quien vela por la seguridad y estadía de los trabajadores, es quien les motiva a seguir con las ganas de lograr el objetivo plasmado, es quien les guía e instruye a las personas nuevas o las que la necesitan. (Mancero, 2015)

**Función en el proceso administrativo**

Tiene como objetivo principal lo siguiente:

- Ejecutar los planes
- Dirigir a los equipos de trabajo
- Delegar funciones a los líderes de cada equipo
- Mantener siempre motivado los grupos de trabajo
- Tener buena comunicación con todos los integrantes de cada grupo
- Mantener siempre enfocados a los objetivos plasmados

Nos dice que en este proceso es el más bonito por así decirlo ya que interactuamos con las personas a nivel externo e interno de la organización, ya que es importante porque si no habría comunicación entre empleador y empleado la empresa no iría por buen camino y no alcanzaría los objetivos trazados por la organización. Y sin esto la empresa no surgiría correctamente. ( Carranza, 2018)

## **La toma de decisiones**

La toma de decisiones es muy importante en este proceso, porque nos ayuda a recapacitar y a entender el problema y con este tomar una decisión eficaz y correcta.

### **Definir el problema**

Al tomar una decisión tenemos que identificar el problema, hacernos. Al momento de definir esto podemos saber a lo que nos afrontamos de verdad, quizás es solo básico y fácil de resolver o quizás algo fuerte y necesitamos de personal capacitado

### **Analizar el problema**

Una vez identificado el problema, es necesario desmenuzar sus componentes para llegar más a fondo del problema, haciéndonos cuestionamientos que nos van ayudar a saber el porqué de las cosas.

### **Evaluar alternativas**

En este caso debemos determinar que probabilidades o alternativas de solución nos da con respecto a un caso. Debemos hacer un estudio de las ventajas y las desventajas que se puede obtener mediante a las posibilidades de la organización, si es factible o no lo que queremos hacer.

### **Elegir entre alternativas**

Cuando las alternativas ya están evaluadas debemos comenzar a tomar las decisiones que nosotros creemos que son correctas y que nos van a resultar bastantes útiles para la organización, eligiendo la más asertiva. Pues si por A o B no resulta siempre es bueno elegir unas dos o tres para así, estar prevenidos ante casos fortuitos.

## **Aplicar la decisión**

Aquí aplicamos las alternativas elegidas por la cabeza de la organización, poniendo en práctica el plan realizados. Los procedimientos y recursos son necesarios para poder comenzar con el plan establecido.

### ✓ **Control**

Como cuarto y último elemento del proceso administrativo, se encarga de evaluar o supervisar la ejecución de los planes que tiene la empresa y mediante eso detecta las desviaciones con el fin de establecer las medidas correctas que debe seguir toda organización. En base a esto una empresa por más que este bien estructurada, que tenga los mejores planes, etc. La cabeza de la organización sin este elemento jamás podrá ver cómo va la situación real de la empresa y no existe un tipo de plan o mecanismo que le visto bueno si va de acuerdo con lo que uno se plantea.

Nos dice que debemos verificar en su totalidad si el plan que estamos adaptando es lo correcto, que tenga todo lo establecido y tenga los principios bien claros. También nos dice que este proceso podemos rectificar las cosas que hicimos mal, impidiendo que vuelva a pasar. (Torres, 2018)

### **Importancia**

El control es muy importante, ya que suma a la organización unos puntos precisos que a continuación les mencionare.

- Estable las medidas correctas
- Es aplicable para los recursos de la organización
- Analiza las causas que originan ciertas desviaciones
- Identifica las áreas responsables de la administración, desde el primer momento en que se establecen medidas correctas.

- Disminuye los costos y ahorra tiempo para evitar los errores
- Aumenta la productividad de la organización

Torres (2018) Nos habla de etapas del control

### **Establecimiento de estándares**

Son unidades que sirven patrón base la cual permite efectuar el control de la empresa de manera efectiva. Existen de 3 tipos estándares que son parte del control y que son:

- Estándares estadísticos
- Estándares fijados por apreciación
- Estándares técnicos elaborados

### **Medición de resultados**

Los estándares son los que sirven para mantener las unidades, que se definen según el problema actual. Es de mucha utilidad ya que es efectiva en el control, que depende de la recopilación de información.

Cuando se haya efectuado la medida, podemos comparar los resultados obtenidos con los estándares, determinando así lo que se desvía

### **Corrección**

Esta parte es función de la cabeza de organización, que es la de desarrollar la acción que corrija las causas que ocasionan desviaciones. Este proceso se puede llamar retroalimentación porque va de la mano el control y la planeación lo que ayuda a incrementar la acción de corregir.

### **Retroalimentación**

Es parte del proceso del control porque con la información que se obtiene se ajusta a los sistemas administrativos al pasar de los tiempos. Por eso necesitamos que la información tenga un funcionamiento y que sea eficiente en todo aspecto. Ya que de esa manera retroalimentamos más rápido el proceso que es control-planeación.

### **Tecnologías de información y comunicación**

Tecnologías de información y de comunicación (tic) son quienes evolucionaron todos los procedimientos para transmitir la información, estas rompieron barreras dando posibilidades de comunicación a larga distancia y desarrollaron actividades de las personas que se encontraban en lugares diferentes. Las tecnologías de información y de comunicación son las bases de los campos de las telecomunicaciones, informática, etc., que dan un gran paso a las nuevas creaciones de comunicación, son las que facilitan el acceso al tratamiento de información mediante figuras o códigos que sirven para que la información sea precisa. (Acosta, 2015)

Nos dice que la educación superior se basa en mejorar los procesos que existen, y con esto el tic permiten relacionar las mejoras con el trabajo individual, como se desempeña el alumno, facilitar el desarrollo en los trabajos en equipo, también permite modificarse y adaptarse a los métodos de evaluación el profesor ante los alumnos. Todo esto está basada a reglas planteadas para permitir formar un desarrollo autónomo en las escuelas o universidades. (Acosta, 2015)

## **Características**

Tiene como características principales lo siguiente:

**Inmaterialidad:** Es la información que se traslada de forma transparente e instantánea a diferentes lugares.

**Interactividad:** Esto alude a intercambiar la información del usuario con la computadora.

**Interconexión:** Esto se basa a la comunicación entre personas en diferentes lugares a través de mensajes o correos electrónicos.

**Digitalización:** La información se plasma en un formato universal, que nos permite visualizar lo que se va hacer.

**Innovación:** En este campo se basa que por medio de las Tics se generado una necesidad de innovar nuevas tendencias.

**Diversidad:** Estas tecnologías de información y comunicación, no se usan solo para comunicarse o ejecución de proyectos, también son útiles para crear nueva información.

## **Tipos.**

Se clasifican en:

Según sus enfoques tecnológicos.

**Equipos.** Se refiere al ámbito empresarial que se usan para los almacenamientos de los productos, para adquirir un software, etc.

**Servicios.** Se basa en lo que brinda a la empresa, las estrategias de trabajo, como podemos reducir los costos y como transmitir toda esa comunicación a la empresa.



Según el mercado económico.

**Mercado de telecomunicaciones.** Aquí están o se encuentran las empresas de telefonía móvil como Movistar, Claro y Entel, que están en constante competencia.

**Mercado audiovisual.** Aquí se encuentra todo lo que vemos actualmente en la tv o escuchamos de la radio.

**Mercado de servicios informáticos.** Aquí encontramos los servicios de internet, los servicios de mensajerías, etc.

Nos dice que los últimos tiempos las tecnologías de información y de comunicación han cumplido un rol importante en la educación y ha planteado requisitos en los planes estudiantiles y también en los procesos de enseñanza. El uso de las tecnologías de información y de comunicación se ha hecho necesarios en la educación considerando los puntos de impacto sociocultural, para comenzar a trabajar en la pedagógica actualmente. La tecnología a través de los tiempos se define como un conjunto de recursos y sistemas para que la información provoque cambios y transforme la naturaleza cultural, social y económica. La tecnología en general como las computadoras, la internet, los Smartphone, etc., afectan a las transformaciones de las tareas que se realizan, que conllevan a las consecuencias de como sobrellevar la forma ver el mundo. (Sánchez y Nantes, 2018)

## **Ventajas y desventajas**

### **Ventajas**

Las Tic ocupan sectores amplios que son muy importantes para la sociedad, que son los campos económicos, educativos, sociales, etc.

Este tipo de herramientas facilitan ventajas a diferentes campos:

#### **Facilitan la comunicación a larga distancia**

Cada vez las tecnologías están avanzando y están rompiendo las barreras de interactuar con personas a larga distancia y de forma momentánea y rápida.

#### **Brindan acceso a información abundante y vareada**

Este parte aporta demasiado a la educación, ya que los estudiantes pueden contar con la mayor información posible para desarrollar sus trabajos. Son diversas fuentes que aporten y giran a un mismo entorno del tema a elegir.

#### **Permiten el desarrollo de actividades u operaciones a través de la red**

En este parte aporta a las redes sociales como: Facebook, Twitter, etc. Cual los usuarios usan estas redes sociales a menudo y también hay usuarios que cada día se siguen sumando a esto.

#### **Dan lugar a la creación de nuevos empleos**

Esta parte aporta al desarrollo económico del país, ya que da oportunidades de empleo en el área de telecomunicaciones y han hecho surgir nuevas profesiones como: ingeniero de software, diseñador de web, técnico de redes, etc.

### **Desventajas**

El desarrollo tecnológico ha dado cambios muy importantes en muchos aspectos, pero también existen desventajas no se pueden pasar por alto.

### **En el aspecto social**

Creo que existe una problemática que involucra mucho a los niños y adolescentes que hacen uso de las tecnologías muy a diario y que se hace una enfermedad. Por otro lado, hace referencia a la interacción de personas cara a cara y las cambia por comunicarse por medio de las redes sociales, de tal manera que parece indispensable el uso de las tecnologías al comunicarse entre dos o más individuos.

### **En el aspecto de la educación**

La facilitación de las redes sociales para los estudiantes es un objeto de distracción y eso hace que pierdan la ilación de momentánea de los estudios, dándole más preferencia al entretenimiento que brindan. La información que se puede encontrar es muy importante y a la vez peligrosa porque puede llegar a entorpecer o tal vez a dejar desarrollar su conocimiento, porque les parece muy fácil y sencillo la información que tal vez encuentran. (Jiménez, 2015)

Louffat (2015) Nos habla sobre los tipos de usuarios.

Los usuarios son los que están en pleno contacto con las Tic. Este tipo de usuarios se clasifica según el nivel de experiencia que tengan.

Son los siguientes:

#### **Usuario avanzado**

Es aquella persona que tiene habilidades tecnológicas con una experiencia bastante amplia, sobre todo, esta 100% familiarizado con las Tics.

#### **Programador**

Como su propio nombre lo dice, es la persona con la capacidad de programas ordenadores de manera profesional y eficaz.

### **Analista de sistemas**

Este tipo de persona tiene una visión panorámica en el campo tecnológico, ya que es capaz de crear programas o aplicaciones, tienes habilidades como programar los ordenadores. Su visión es muy extensa ya que se dedica a la especialización de desarrollar sistemas más complejos.

## **Marco conceptual**

### **Micro y pequeñas empresas**

Son los negocios que son realizados por microempresarios que de alguna u otra forma buscan salir adelante, con un fin de lucro, lo que hace satisfacer sus necesidades. A través de ello buscan están buscan un sustento económico y sobre todo en el mercado, ya que es muy complicada con tan poca inversión. Para poder plasmar la idea de negocio tienen que determinar qué aspectos del cliente desean satisfacer.

### **Gestión de calidad**

Es el conjunto de actividades que se le da un debido seguimiento, como es la planeación, organización y organización que hacen surgir a la empresa. Las estrategias se deben lograr de manera global para que la empresa valla subiendo a su pico más alto. Si desean implementar las tecnologías de información y comunicación, se debe tener un buena inversión; actualmente la implementación de tecnologías favorece mucho a las empresas y puesto que no son económicas.

### **Tecnologías de información y comunicación**

Es el conjunto de herramientas que son beneficiarias para la empresa, estas pueden mejorar aspectos fundamentales de la empresa, tales como el proceso, administración y distribución de información, por los medios básicos que tenemos actualmente como una computadora, los teléfonos móviles, televisores, etc.

### **III. HIPÓTESIS**

En el presente estudio caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo.

- Fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a la variable tecnologías de información y comunicación como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor de calzados en el pabellón ‘r y s’ del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019; solo se observó conformidad a la realidad sin sufrir ningún tipo de alteraciones.
- Fue transversal porque la investigación caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor de calzados en el pabellón ‘r y s’ del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019; se desarrolló en un tiempo y espacio determinado, teniendo un inicio y fin, en el año 2019.
- Fue descriptivo porque se describió las principales características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta al por menor de calzados en el pabellón ‘r y s’ del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.

#### **4.2. Población y muestra**

- Se utilizó una población 160 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzados en el pabellón 'R y S' del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.
- Se tuvo una muestra de 30 micro y pequeñas empresas micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzados en el pabellón 'R y S' del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019. La muestra obtenida fue bien plasmada, porque participaron las micro y pequeñas empresas que brindaron la información para el desarrollo de la investigación. Le información fue obtenida a través de la técnica del sondeo. (Ver anexo 3)



### 4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Representantes de las Micro y pequeñas empresas	La persona que está encargada de la empresa, ya sea en el área administrativa o el manejo de todas las áreas de la empresa, de acuerdo a los conocimientos adquiridos.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas son personas con diversas edades, de género femenino o masculino, tienen diferente grado de instrucción, el cargo que cumplen es de dueño o administrador y llevan algunos años desempeñándolo.	Edad	18 – 30 años 31 - 51 años 51 a más años	Cuantitativo
			Genero	Masculino Femenino	Nominal
			Grado de instrucción académica	Sin instrucción Primaria Secundaria Superior no universitario Superior universitaria	Nominal
			Cargo	Dueño Administrador	Nominal
			Tiempo en el cargo	0 - 3 años 4 - 6 años 7 a más años	Cuantitativo

	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Perfil de las Micro y pequeñas empresas	Las micro y pequeñas empresas son negocios que surgen como una idea de inversión de emprendedores para cubrir sus gastos; tienen como objetivo la satisfacción del cliente a través del producto o servicio que ofrecen, pueden ser empresas productoras, comerciales o de servicios.	Las micro y pequeñas empresas son organizaciones que tienen cierto tiempo de permanencia en el rubro, cuentan con un determinado número de trabajadores; estos son familiares o personas no familiares y el objetivo de su creación es generar ganancias o por subsistencia.	Tiempo de la empresa en el rubro	0 - 3 años 4 - 6 años 7 a más años	Cuantitativo
			Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores.	Cuantitativo
			Vínculo familiar	Familiares Personas no familiares	Nominal
			Objetivo de creación de la empresa	Generar ganancia Subsistencia	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Medición
Tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad	Las tecnologías de información y comunicación son las herramientas importantes que nos permite saber más a fondo sobre nuestra empresa, saber por dónde podemos dirigirnos para poder obtener los objetivos. Es un factor relevante para la gestión de calidad de una empresa, la cual, está relacionada con el proceso administrativo para direccionar de forma adecuada; requiere de un líder y un equipo apto para cumplir las funciones necesarias.	Gestión de calidad es un término conocido por algunos representantes de las micro y pequeñas empresas, contiene una serie de técnicas modernas; asimismo, los trabajadores presentan ciertas dificultades que impiden su implementación. Abarca técnicas para medir el rendimiento del personal, contribuye a mejorar el negocio y de esa manera, pueda alcanzar sus objetivos y metas trazadas. Esta herramienta llamada tecnología de información y comunicación está siendo implementada por los nuevos emprendedores y eso	Conocimiento sobre el termino gestión de calidad	Si No Tiene poco conocimiento	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking Marketing Empowerment Las 5 c Outsourcing Otros	Nominal
			Dificultades que tiene el personal que impiden una implementación gestión de calidad	Poca iniciativa Aprendizaje lento No se adapta a los cambios Desconocimiento del puesto Otros	Nominal
			Conocimiento de las Tic	Si No Tiene poco conocimiento	Nominal
			Cuenta con una computadora	Si No	Nominal

		significa que esta herramienta se está haciendo conocida de a pocos y siendo implementada en la gestión de calidad.	Nivel de conocimiento de computación	Muy bueno Bueno Regular Malo Muy malo	Nominal
			Uso de internet para ejecutar las compras de mercadería para su empresa	Si No A veces	Nominal
			Redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos	Facebook WhatsApp Instagram Twitter Patina Web Ninguna	Nominal
			Frecuencia que emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	Siempre Casi siempre Algunas veces Muy pocas veces Nunca	Nominal
			Beneficios obtuvo utilizando las TIC	Incrementar las ventas Hacer conocida a la empresa Identificar las necesidades de los clientes. Ninguna porque no lo utiliza.	Nominal

#### **4.4. Técnica, instrumento y procedimiento de medición**

La 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. (Ver anexo 6)

El instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario el cual estuvo estructurado con 21 preguntas a las cuales están distribuidas en tres partes: las primeras preguntas 5 preguntas estuvieron referidas a las características de los dueños de las empresas, las siguientes 4 preguntas se referían sobre las características de las micro y pequeñas empresas y para finalizar las 12 preguntas estuvieron referidas a las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad. (Ver anexo 6)

#### **4.5. Plan de análisis**

Se utilizó los siguientes programas como Microsoft Excel para la realización de las tablas, para la tabular la información recolectada con el cuestionario y sobre todo para hacer las figuras. Se usó Microsoft Word se usó para la redacción del trabajo de investigación. PDF para la presentación del trabajo concluido. Microsoft Power Point se usó para el realizar las diapositivas y para la ponencia para el trabajo de investigación. El Turniti para saber cuánta similitud tiene nuestro trabajo y para evitar la copia. y por último se utilizó Mendeley se usó para poder realizar todas las referencias bibliográficas.

#### 4.6. Matriz de consistencia

Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnica e instrumento	Plan de análisis
<p>¿Cuáles son las principales características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar las principales características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la mejora en la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.</li> <li>- Describir las principales características de las micro y pequeñas del sector comercio – rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.</li> <li>- Establecer las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzados en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.</li> </ul>	<p>Tecnología de información y comunicación como factor de relevante de la gestión de calidad</p>	<p>Se utilizó una población de 160 micro y pequeñas empresas.</p> <p>Se utilizó una muestra de 30 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.</p>	<p>El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo. No experimental porque no se manipuló la información. Transversal porque se desarrolló en un espacio y tiempo determinado Descriptivo porque solo se describió las principales características de la variable.</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento :</b> Cuestionario</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Microsoft Excel</li> <li>- Microsoft Word</li> <li>- PDF</li> <li>- Microsoft Power</li> <li>- Turnitin</li> <li>- Mendeley</li> </ul>

#### **4.7. Principios éticos**

##### **Protección a las personas.**

Se protegió a los participantes de este estudio respetando la privacidad de cada uno de ellos, no se colocó sus datos personales, su dirección domiciliaria o números telefónicos. Tampoco se realizó fotos a los representantes o sus negocios ya que no hubo autorización a ello. Se le indico a cada representante que cada dato recopilado tendrá fines investigativos y que era importante que responda lo establecido, pero si no deseaba responder no hay ningún inconveniente.

##### **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.**

Se contribuyó al medio ambiente tomando hojas de reciclaje para poder realizar el cuestionario. Se utilizó moderadamente la energía eléctrica para así ayudar a la conservación del medio ambiente.

##### **Libre participación y derecho a estar informado.**

El cuestionario fue aplicado después de dar a conocer la razón porque es el motivo de tal investigación, a través de ello se usó el consentimiento informado. Además de pidió de antemano la participación de cada microempresario, después de la autorización se procedió a firmar. Se aclararon algunos puntos que no conocían sobre la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, para que puedan dar una respuesta clara y concreta al momento de realizar el cuestionario.

### **Beneficencia no maleficencia**

Se indicó a los participantes de las micro y pequeñas empresas que la información brindada no les va a perjudicar o dañar, ya que es uno de los principios éticos de la investigación, además están respetadas las peticiones de anonimidad ante las respuestas del cuestionario. Muy importante no se interrumpió las horas laborables, la encuesta se realizó en la hora del refrigerio, que ya la encuesta no les tomo muchos minutos en responderla. Se les dio a conocer que la información obtenida concluida la investigación se les hará llegar para que la pueden implementar en su empresa.

### **Justicia**

Se le otorgó un trato muy cordial a los que participaron en la investigación, recalcándoles sobre lo importancia de la colaboración en su empresa, muy aparte de eso se le entrego el consentimiento informado para poder realizar la encuesta, luego se les dijo que se les entregaría la información recolectada para que puedan aplicar en su empresa.

### **Integridad científica**

Cada participante que entrego sus datos personales, se les informo que solo se contemplarían para el consentimiento informado y los datos como la razón social y la ubicación del negocio solo serán establecidos en el trabajo de investigación. Luego se procedió al permiso de los representantes para tomar fotografía a su local pero no pudo porque no obtuvimos dicha autorización.



## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

Tabla 1

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.*

Características de los representantes	n	%
<b>Edad</b>		
18 - 30 años	7	23.33
31 - 50 años	15	50.00
51 a más años	8	26.67
Total	30	100.00
<b>Genero</b>		
Masculino	9	30.00
Femenino	21	70.00
Total	30	100.00
<b>Grado</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	12	40.00
Secundaria	14	46.67
Superior no Universitaria	4	13.33
Superior Universitaria	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Cargo</b>		
Dueño	22	73.33
Administrador	8	26.67
Total	30	100.00
<b>Tiempo de cargo</b>		
0 a 3 años	9	30.00
4 a 6 años	13	43.33
7 a más años	8	26.67
Total	30	100.00

**Fuente.** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “r” y “s” del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, 2019.

Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.*

Características de las micro y pequeñas empresas	n	%
<b>Tiempo que permanecía en el rubro</b>		
0 a 3 años	5	16.67
4 a 6 años	25	83.33
7 a más años	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Número de trabajadores</b>		
1 a 5 trabajadores	30	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Tipos de personas que trabajan en la empresa</b>		
Familiares	22	73.33
Personas no familiares	8	26.67
Total	30	100.00
<b>Objetivo de la creación</b>		
Generar ganancias	20	66.67
Subsistencia	10	33.33
Total	30	100.00

**Fuente.** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “r” y “s” del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, 2019.

Tabla 3

*Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.*

Tecnologías de información y comunicación como factor relevante para la gestión de calidad	n	%
<b>Conoce el término</b>		
Si	12	40.00
No	10	33.33
Tiene poco conocimiento	8	26.67
Total	30	100.00
<b>Técnicas modernas</b>		
Benchmarking	0	0.00
Marketing	30	100.00
Empowerment	0	0.00
Las 5 C	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Dificultades del personal</b>		
Poca iniciativa	2	6.67
Aprendizaje lento	20	66.67
No se adapta a los cambios	8	26.67
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Técnicas de rendimiento</b>		
La observación	17	56.67
La evaluación	8	26.67
Escala de puntuaciones	5	16.67
Evaluación 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Contribuye al rendimiento del negocio</b>		
Si	30	100.00
No	0	0.00
Total	30	100.00

Continúa...

Tabla 3

*Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.*

Tecnologías de información y comunicación como factor relevante para la gestión de calidad	n	%
<b>Conoce las tecnologías de información y comunicación</b>		
Si	18	60.00
No	9	30.00
Tiene poco conocimiento	3	10.00
Total	30	100.00
<b>Cuenta con computadora</b>		
Si	3	10.00
No	27	90.00
Total	30	100.00
<b>Nivel de conocimiento</b>		
Muy bueno	0	0.00
Bueno	7	23.33
Regular	13	43.33
Malo	10	33.33
Muy malo	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Uso del internet</b>		
Si	30	100.00
No	0	0.00
A veces	0	0.00
Total	30	100.00

Continúa...

Tabla 3

*Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.* Concluye.

Tecnologías de información y comunicación como factor relevante para la gestión de calidad	n	%
<b>Tipo de red social</b>		
Facebook	18	60.00
WhatsApp	7	23.33
Instagram	5	16.67
Twitter	0	0.00
Página web	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Frecuencia de uso del teléfono</b>		
Siempre	3	10.00
Casi siempre	25	83.33
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	2	6.67
Nunca	0	0.00
Total	30	100.00
<b>Beneficios</b>		
Incrementar las ventas	12	40.00
Hacer conocido la empresas	18	60.00
Identificar las necesidades del cliente	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	30	100.00

**Fuente.** Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “r” y “s” del centro comercial Los Ferroles, Chimbote, 2019.

## 5.2. Análisis de resultados

### **Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.**

Edad: el 50% de los representantes tiene 31 a 50 años (tabla 1); este resultado coincide con la investigación de Villacorta (2018) quien indico que el 50% tiene 31 a 50 años, además coincide con lo encontrado por Lázaro (2017) quien afirmo que el 55% de los representantes tiene 31 a 50 años. Estos resultados difieren con la investigación de Rosso (2018) quien asevero que el 45.8% de los representantes tiene de 51 años a mas, Morales (2016) constata que el 90% los representantes tiene de 31 a 50 años de edad, donde también nos dice Pajilla (2018) que el 70% tiene 31 y 50 años de edad y también Obregón (2016) nos afirmó que el 75% de los presentantes tiene edad de 31 a 50 años. Se demuestra que la mayor de parte de los encuestados son personas adultas que llevan mucho tiempo en su negocio y han captado mucho experiencia y saben el movimiento en estos centros comerciales.

Género: el 70% de los representantes son del genero femenino (tabla 1), este resultado coincide con la investigación de Colina (2016) donde el 75% pertenecen al género femenino, también tiene cierta coincidencia con Rosso (2018) quien afirmo que el 58.3% pertenece al género femenino. Por otro lado, contrasta con la investigación de Obregón (2016) quien obtuvo que el 60% son de sexo masculino, Lazaro (2017) afirma que el 43% son masculinos, Morales (2016) obtuvo el 35.3% que son de dicho género y Pajilla (2018) que afirma que el 50% son varones. En los resultados se muestra que los varones son los que inviertan o tienen idea de negocio, para que así puedan surgir,

de tal forma que la minoría del sexo femenino también invierte para tener algo propio y no depender de nadie.

Grado de instrucción: el 46.67% tiene grado de instrucción secundaria (tabla 1); este resultado coincide con el estudio de Villacorta (2018) donde afirma asevero que el 50% tiene educación secundaria, también con el estudio de Rosso (2018) afirmo que el 50% tiene secundaria completa. Por otro lado contrasta con la investigación de Colina (2016) quien expreso que el 46% tiene educación primaria y también con Morales (2016) donde afirma que el 92% tiene el grado de instrucción superior, también Pajilla (2017) quien manifestó el 70% tiene secundaria completa y Lázaro (2017) asevera que el 80% tiene instrucción secundaria. En los resultados plasmados se logra ver que la mayoría si concluyo con sus estudios, pero no pudo optar por estudios superiores o ejercer carrera técnica, pero a través del tiempo ando ido obteniendo experiencia como se maneja un micro empresa, pero quizá les falta la implantación de las tecnologías de información y comunicación para así desarrollarse mejor.

Cargo: el 73.33% es dueño de su propio negocio (tabla 1); este resultado coincide con la investigación de Lázaro (2017) y Colina (2016) quienes afirman que el 85% son dueños, también Pajilla (2018) comenta que el 100% son acreedores de su propio negocio. A través de estos resultados podemos decir que la mayoría de representantes son dueños de tales negocios, con cuentan con socios o administradores que les ayuden con el crecimiento de su empresa, ellos mismos son los que velan y hacen surgir su empresa.

Tiempo en el cargo: el 43.3% tiene 4 a 6 años como dueño de la empresa (tabla 1); este resultado coincide con la investigación de Obregón (2016) donde confirmo que el 50% lleva 4 a 6 años en el cargo y Rosso (2018) que también afirma que el 41.7% tiene de 4 a 7 años como dueño. En otro circunstancia, contrasta con la investigación de Morales (2016) ya que afirma que el 84% tiene 5 años como dueño, Colina (2016) asegura que 86% tiene de 7 años a mas como dueño de su propia empresa. Estos resultados nos dan la seguridad que estos empresarios cuidan bien su empresa y tratan de manejarla de la mejor forma posible para permanecer en el mercado y no derrumbarse antes atentados de las grandes empresas que hoy en día se ven.

**Tabla 2. Características de las micro y pequeñas del sector comercio – rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.**

Tiempo en el rubro: el 83.33% de negocios tiene un rango de 4 a 6 años en el rubro (tabla 2), este resultado contrasta con la investigación de Eras (2020) donde confirma que el 40.6% tiene un rango de 1 a 3 años en el rubro, también García & Gil (2017) nos comenta que el 42.3% tiene un rango de 4 a 6 años, asimismo con lo obtenido por Villacorta (2018) nos dijo que el 45% tiene un rango 7 años de antigüedad en el mercado y por último Lázaro (2017) nos da a entender que 54% tiene un trayectoria amplia de 7 años a más. La conclusiones plasmadas nos da una idea de cuan integradas están al mercado, como en realidad las manejan los representantes y como en realidad consideran las estrategias para que se mantenga en permanencia.

Número de trabajadores: el 100% de negocios tiene un rango de 1 a 5 trabajadores (tabla 2), este resultado coincide con la investigación de Pajilla (2018) quien tiene un 80% de 1 a 5 trabajadores, también coincide con el estudio de Rosso (2018) nos



confirma que tiene 83.3% de un rango de 2 o menos trabajos, asimismo Morales (2016) nos indica que el 93% tiene de 1 a 5 trabajadores. Por otro lado contrasta con la investigación de Obregón (2016) quien dijo que el 55% tiene de 5 a más trabajadores. Dando una pequeña conclusión donde las micro y pequeñas empresas tiene poco personal puesto que son pequeñas y no requieren de mucho personal y no contienen muchas divisiones en la empresa.

Vínculo familiar: el 73.33% tiene como personal a sus mismos familiares (tabla 2), estos resultados contrasta con la mayoría de estudios obtenidos, como García & Gil (2017) donde nos muestra que el 23.6% no tiene a sus familiares trabajando en sus empresas, también Villacorta (2018) manifestó que el 26.3% son personas no familiares en sus empresas y también Pajilla (2018) afirma que el 70% no son familiares. Estos resultados afirman que los colaboradores pasan las pruebas concurrentes para saber sus capacidades y para saber si es necesario que requieren del puesto. No se da a preferencia a nadie o no son elegidos a dedo por ser familiares.

Objetivo de creación: el 66.67% tuvo la idea de creación solo para generar ganancias (tabla 2), estos resultados contrasta con la investigación de Pajilla (2018) donde manifestó que el 100% tuvo objetivo de la creación obtener ganancias, también contrasta con la investigación Obregón (2016) donde afirma que el 95% tuvo como objetivo subsistir en el mercado y Morales (2016) nos dijo que el 96% tuvo como objetivo generar ganancias. Por otro lado coincide con la investigación de Rosso (2018) quien confirma que el 45.8% tuvo la idea de creación para generar ganancias y Lázaro (2017) manifestó que el 60.3% tu como objetivo de creación generar ganancias. Se comprueba que las empresas están creadas para generar ganancias y así mismo con

su esfuerzo hacer las compras de su mercadería y tal manera la inversión de sus mismos productos.

**Tabla 3. Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.**

Conocimiento sobre el término gestión de calidad: el 40% si conoce el término gestión de calidad (tabla 3); esto coincide con los resultados de Eras (2020) donde determina que el 50% si conoce el término gestión de calidad, García & Gil (2017) afirma que el 55% si conoce dicho término, también Villacorta (2018) quien obtuvo que el 43.8% si conoce el término. Por otro lado contrasta con la investigación de Lázaro (2017) quien afirma que el 72% si conoce el término gestión de calidad, Colina (2016) nos confirmó que el 80% si conoce el término y Pajilla (2018) no dijo que el 70% no conoce la gestión de calidad. Esto hace referencia que los microempresarios no tiene una noción clara en la implementación de la gestión de calidad; esto puede llevar a un declive de la empresa o hasta que desaparezca del mercado por no llevar un buen proceso administrativo.

Técnicas modernas de gestión de calidad: el 100% de los representantes reconoce el Marketing como una de las técnicas modernas (tabla 3); estos resultados contrasta con la investigación de Rosso (2018) quien confirma que el 50% desconoce técnicas modernas, Obregón (2016) determina que el 59% desconoce las técnicas modernas, también Villacorta (2018) afirma que el 56% solo conoce el marketing como técnica moderna. Por otro lado coincide con la investigación de Pajilla (2018) quien nos afirma

que el 70% conoce el marketing como técnica de implementación en su empresa. Estos resultados nos dan a conocer que al menos conocen sobre el marketing y que de cierta manera lo implementan en su empresa, ya sea para hacerse conocido o generar ganancias a traves de ello.

Dificultades del personal: el 66.67% de los microempresarios consideran que tiene un aprendizaje lento (tabla 3) estos resultados contrastas con la investigación de Pajilla (2018) quien afirma que el 80% desconoce el puesto, pero se adapta rápido, Rosso (2018) nos confirma que el 96% tiene poca iniciativa al resolver los problemas de la empresa, también Morales (2016) nos contó que el 90% no se adapta fácilmente al puesto y también Obregón (2016) difiere porque el 85% tiene aprendizaje lento o no se preocupa por mejorar por el bien de la empresa. Nos podemos dar cuenta que el personal tiene un aprendizaje lento, se les dificulta hacer las cosas que se les piden puesto que no le ponen el empeño o las ganas que requiere un personal. Pero por otro lado el empleador debe incentivar de cierta forma a sus trabajadores para de que alguna manera se comprometan o se pongan la camiseta de la empresa.

Técnicas modernas del rendimiento del personal: el 56.67% de los representantes observa a su personal para medir su rendimiento (tabla 3); estos resultados contrasta con la investigación de García & Gil (2017) quien nos mostró que el 90% de los representantes evaluaba el rendimiento de su personal, Eras (2020) nos indicó que el 98% de los microempresarios evalúa a su personal, también Villacorta (2018) nos afirmó que el 89% observa al pernal como se desempeña en el trabajo. Por otro lado coincide con la investigación Lázaro (2017) quien nos determinó que el 60% observa al personal como se desenvuelve, al igual que Colina (2016) asegura que el 54% usa la técnica de observación para determinar el rendimiento de los colaboradores. Con

estos resultados podemos determinar que los representantes solo utilizan la técnica de observación para evaluar el desempeño del personal, pero deben ser más rigurosos al momento de evaluar al personal, porque parte de ellos como la empresa surge.

Contribución al rendimiento del negocio: el 100% de los representantes asegura que si contribuye al rendimiento del negocio (tabla 3), estos resultados coinciden con la investigación de Lázaro (2017) donde confirman que el 90% asegura que si contribuye al rendimiento de la empresa, Colina (2016) afirma que el 93% si contribuye a la empresa y también Pajilla (2018) asegura que el 80% si contribuye al crecimiento de la empresa. En conclusión la gestión de calidad ayúdame a la empresa, ya que en base a los procesos y gestiones se puede mejorar mucho y a generar mucho ingresos.

Conocimiento de las tecnologías de información y comunicación: el 60% de los representantes si conoce la Tecnologías de información y comunicación (tabla 3), estos resultados coinciden con la investigación de Rosso (2018) quien afirma que el 50% si reconoce las Tics y su importancia, Villacorta (2018) asevero que el 65% si conoce las Tics y Colina (2016) aseguro que el 80% si reconoce las Tics como medio de implementación en sus empresas. Por otro lado contrasta con la investigación de Lázaro (2017) quien confirma que el 72% no conoce las tecnologías de información y comunicación, Pajilla (2017) nos confirmó que el 70% no conoce las Tics y también Morales (2016) aseguro que el 100% si conoce las Tics. Según los resultados mostrados se puede identificar que se logra conocer las tecnologías de información y comunicación pero no la logran implementar en algunas ocasiones por falta de inversión, pero si implementan algunas herramientas que tienen a la mano como son las redes sociales.

Cuenta con una computadora: el 90% de las representantes no cuenta con una computadora en su negocio (tabla 3), estos resultados contrastan con la investigación de Villacorta (2018) quien asegura que el 80% de las empresas cuenta una computadora en su empresa. Lázaro (2017) también asegura que el 90% cuenta con una computadora en beneficio de la empresa, Morales (2016) nos dice que el 100% cuenta con un ordenador para la contribución de la empresa. Estos resultados aseguran que le falta la implementación de una computadora en su empresa, ya que es necesario para la compra de mercaderías, para resolver problemas y sobre todo dar a conocer los productos que venden al público.

Nivel de conocimiento: el 43.33% de los representantes tiene un nivel regular en uso de la computadora (tabla 3), estos resultados contrasta con la investigación de Obregón (2016) donde nos afirma que el 60% tiene un nivel bueno en computación, Morales (2016) también nos comentó que el 100% tiene un nivel bueno en computación y Rosso (2018) también nos confirmó que el 79.8% tiene un nivel bueno en computación, ya que se encuentra capacitado, estos resultados nos dan a entender que si están capacitados o por la experiencia obtenida si saben usar una computadora.

Uso del internet: el 100% de los representantes si usa el internet (tabla 3), estos resultados coinciden con la investigación de Eras (2020) quien afirma que el 80.3% si usa el internet como medio de trabajo, Villacorta (2018) también nos dice que 88.5% usa el internet como medio beneficioso para la empresa, Colina (2016) nos comentó que el 90% si usa el internet para mejorar aspectos necesarios de la empresa y también Rosso (2018) también aportó que el 91.2% si usa el internet. Las conclusiones nos dan a entender que el internet hoy en día es importante ya que estamos en siglo donde las

tecnologías han intervenido en todos los ámbitos y por ello es necesario el uso de internet para poder usar estas tecnologías.

Tipo de red social: el 60% de los representantes usa como red social común Facebook (tabla 3); estos resultados coinciden con la investigación de García & Gil (2017) quien afirma que el 63.5% usa Facebook para mostrar sus productos, Villacorta (2018) quien nos comentó que el 78.3% usa Facebook como única red social para asuntos de la empresa. Por otro lado contrasta con la investigación de Colina (2016) quien nos dice que el 80% no usa ninguna red social, Pajilla (2018) también afirma que el 80% no usa ninguna red social o página web. De acuerdo a estos resultados podemos decir que la mayoría usa el Facebook como red social para vender sus productos, pero también se le recomienda usar las otras redes sociales que dan más cabida al empresario.

Frecuencia del uso del teléfono: el 83.33% tiene una frecuencia de casi siempre usar el teléfono (tabla 3); estos resultados coinciden con la investigación de Morales (2016) quien difundió que el 80% si usa el teléfono casi siempre para ver asuntos de su empresa, Delgado (2019) nos afirma que el 71.43% usa casi siempre el celular para asuntos de su empresa y también Pajilla (2018) confirmó que el 100% casi siempre usar el celular para asuntos de su empresa. Estos resultados nos dan a entender que los representantes de las empresas usan su celular para asuntos de su empresa, cabe recalcar que el teléfono es una de las tecnologías que ayudan a la contribución de la empresa

Beneficios: el 60% de los representantes obtuvo como benéfico hacer conocida su empresa (tabla 3); estos resultados coinciden con la investigación de Delgado (2019) quien nos confirmó que el 71.4% tuvo como forma positiva hacer conocida su empresa, Rosso (2018) nos comentó que el 79.2% tuvo como beneficio hacer conocida su empresa, también Obregón (2016) nos afirmó que el 60% hizo conocida su empresa a través de su las Tics. Concluyendo se dice que las empresas se hicieron conocidas por medio de las tecnologías de información y comunicación, que ayudan mucho a las empresas.

## **VI. CONCLUSIONES**

La mayoría de representantes son dueños de su propio negocio, tiene de 31 a 50 años de edad, pertenecen al género femenino. La minoría tiene grado de instrucción secundaria completa, tienen de 4 a 6 años como empresario. Los microempresarios tiene moderado como manejan sus empresas, son representadas por personas del género femenino que tuvieron la idea de salir adelante sin una preparación superior.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas tiene un número de 1 a 5 trabajadores. La mayoría tiene una permanecía de 4 a 6 años en el rubro, tienen como colaboradores a familiares en sus empresas y con un fin de creación generar ganancias. Las empresas se crean con el fin de generar ganancias, para que así los representantes tengan estabilidad económica, el personal es reducido ya que no realizan muchas funciones.

La totalidad de los representantes conoce solo el marketing como técnica moderna, también afirman que contribuyen con el rendimiento del negocio, afirman que usan el internet como medio para asuntos de la empresa. La mayoría del personal tiene aprendizaje lento, mencionan que usan la observación para medir al personal, afirma que tiene conocimiento sobre las tecnologías de información y comunicación, cuenta con computadora para mejorar los procesos, usan como red social el Facebook para mostrar sus productos, frecuentan con casi siempre en el uso de sus teléfonos. La minoría afirma que si tiene conocimiento sobre la gestión de calidad, también nos comenta que su nivel de conocimiento ante el uso de la computadora es regular. Los representantes solo conocen



marketing, las falta conocer más técnicas para que puedan implementar a su empresa.

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Capacitarse o asistir cursos virtuales sobre técnicas modernas que existen, ya que actualmente se implementan muchas técnicas en las empresas que mejoran el rendimiento del personal y sobre todo se mejoran los procesos dentro de la empresa.

Implementar una computadora ya que en base a ello mejoraría el proceso compra – venta, además se podría satisfacer una gran demanda del público minorista. Al implementar la computadora en la empresa también se puede llevar un pequeño control de inventario, para saber cuánto producto tenemos, para poder llevar un pequeño control de ventas, etc.

Tratar de no usar como técnica la observación, se recomienda usar la técnica de evaluación para así medir los conocimientos del personal, para así saber cuánto conocimiento adquieren a través del tiempo trabajando en la empresa; también se recomienda capacitar al personal, ya que a través de ello el personal desarrolla sus habilidades y se siente más comprometido con la empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Carranza J. (2018). *Cómo dirigir en el proceso administrativo | Emprende Pyme*. Recuperado 26 de mayo de 2019, de <https://www.emprendepyme.net/la-direccion-en-el-proceso-administrativo.html/dirigir-proceso-administrativo#main>
- Fernandez A. (2015). *¿Qué son las Tics o Tecnologías de la Información y la Comunicación?* Recuperado 9 de junio de 2019, de <http://tugimnasiacerebral.com/herramientas-de-estudio/que-son-las-tics-tic-o-tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicación>
- Louffat E. (2015). *Administración: Fundamentos del proceso administrativo*. Argentina. Recuperado de [www.BillionPhotos.com/Shutterstock.com](http://www.BillionPhotos.com/Shutterstock.com)
- Garcia T. (2018). *Proceso administrativo*. Bogotá. Recuperado de <https://www.uv.mx/personal/alsalas/files/2014/09/Proceso-Administrativo.pdf>
- Mancero M. (2015) *Teorías de Comportamiento Organizacional*. Perú. Recuperado de <http://revistaseguridadadminera.com/comportamiento/teorias-del-comportamiento-organizacional/>
- Okpara J. & Wynn P. (2017). *SAM Advanced Management Journal*, 72(2), 24–34. Recuperado el 24 de mayo de 2019, de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=25810284&lang=es&site=ehost-live>
- Torres R. (2018). *CAPITULO IV - CONTROL*. Recuperado 26 de mayo de 2019, de <https://www.coursehero.com/file/21443594/correccion-total-1/>
- Acosta S. (2015). *El uso de las TICS*. Recuperado 27 de mayo de 2019, de <https://es.scribd.com/document/241784326/Citas-y-Referencias-sobre-TIC>

- Sanchez V. y Nantes M. (2018). *Bases teóricas para el uso de las TIC. ~ Depósito legal pp, 12(3), 315-336.* Recuperado de [https://tic-apure2008.webcindario.com/TIC\\_VE3.pdf](https://tic-apure2008.webcindario.com/TIC_VE3.pdf)
- Buitrago M. & Valencia J. (2015). *El empresario en el análisis económico, características y funciones. En Universidad Autónoma de Manizales.* Recuperado el 24 de mayo de 2019 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357834257016>
- Colina N. (2016). *Gestión de calidad con el uso de tecnología de la información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas de la ciudad de Oxapampa, 2016.* Universidad Católica los Angeles de Chimbote. Oxapampa. Grado de Tesis Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4590/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MARKETING\\_ENRIQUEZ\\_ZARSOSA\\_BLATHY\\_SILVIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttp://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3715](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4590/GESTION_DE_CALIDAD_MARKETING_ENRIQUEZ_ZARSOSA_BLATHY_SILVIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttp://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3715)
- Jimenez J. (2015). *Estudio sobre los estándares TIC en educación en los futuros docentes.* Tesis Doctoral. Madrid. Recuperado de <https://eprints.ucm.es/30925/1/T36158.pdf>
- Lazaro R. (2017). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa, año 2017.* Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Pucallpa. Grado de Tesis Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10929>
- Obregón A. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de insumos agrícolas, avenida José Gálvez, distrito de Chimbote, 2016.* Tesis de título. Chimbote Universidad Católica

Los Angeles de Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9120>

Pajilla E. (2018). *Gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación en micro y pequeñas empresas, rubro comercialización de abarrotos, pueblo joven el progreso, distrito Chimbote, 2018*. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Grado de Tesis. Peru. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9131>

Villacorta I. (2018). *Gestión con el uso de las Tics en las Mypes del sector maderero, rubro reaserraderos distrito de Manantay, año 2018*. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. Manantay. Grado de Tesis. Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/128/RAMIREZ\\_ASENCIOS\\_EMILY\\_MELINA\\_CLIMA\\_SOCIAL\\_FAILIAR\\_CONDUCTAS\\_DISOCIALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/128/RAMIREZ_ASENCIOS_EMILY_MELINA_CLIMA_SOCIAL_FAILIAR_CONDUCTAS_DISOCIALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Gomero N. (2015). *Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico*.  
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/11597/10391>

Barbosa D. y Hurtado A. (2017). *El uso de Tics en las Pymes exportadoras*.  
file:///C:/Users/PC HOUSE/Downloads/Dialnet-EIUsodeLasTICsEnLasPYMESExportadoras-6068519.pdf

Eras J. (2020). *MODELO DE PREPARACIÓN DE LAS TIC Y ADOPCIÓN DEL E-COMMERCE EN EL SECTOR COMERCIO*. UTMACH, Facultad De ingeniería Civil. Machala, Bolivia  
[http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15668/1/T-3671\\_ERAS\\_LOPEZ\\_JAZMIN\\_CECIBEL.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15668/1/T-3671_ERAS_LOPEZ_JAZMIN_CECIBEL.pdf)

Rosso O. (2018). *GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS TIC EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACOS EN*

*COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS DEL PUEBLO JOVEN SAN FRANCISCO DE ASIS, DISTRITO DE CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA, AÑO 2017.* Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14631/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_ROSSO\\_ORBEGOZO\\_ROBERT\\_RILDO.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14631/GESTION_DE_CALIDAD_ROSSO_ORBEGOZO_ROBERT_RILDO.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

García A. & Gil I. (2017). *Innovar en el comercio minorista: influencia de las TIC y sus efectos en la satisfacción del cliente Innovation in retail: influence of ICT and its impact on customer satisfaction* (Vol. 17) [Universidad de Valencia].  
<https://doi.org/10.5295/cdg.150556am>

Delgado V. (2019). *GESTION DE CALIDAD CON EL USO DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR COMERCIO, RUBRO FARMACIA, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2017.*  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14474/CALIDAD\\_COMUNICACION\\_DELGADO\\_VASQUEZ\\_KEVYN\\_ALEXANDER.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14474/CALIDAD_COMUNICACION_DELGADO_VASQUEZ_KEVYN_ALEXANDER.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Raffino M. (2020). *Planeación - Qué es, concepto, principios, tipos, características.*  
<https://concepto.de/planeacion/>

## Anexos

### Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019				Año 2020								Año 2021			
		SEMESTRE II				SEMESTRE I				SEMESTRE II				SEMESTRE I			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración de Proyecto	X	X	X													
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación				X												
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación				X												
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación o docente tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)						X										
8	Recolección de datos							X									
9	Presentación de resultados de la investigación								X								
10	Análisis de resultados y conclusiones y recomendaciones								X								
11	Redacción del pre informe de investigación									X	X	X	X				
12	Redacción del informe final													X			
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable</b> (Estudiante)			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
Suministros			
• Impresiones	22.00	2	44.00
• Fotocopias	12.00	4	48.00
• Empastado	15.00	2	30.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	9.30	1	9.30
• Lapiceros	2.50	1	2.50
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			183.80
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	4.00	8	32.00
Sub total			32.00
Total de presupuesto desembolsable			215.80
<b>Presupuesto no desembolsable</b> (Universidad)			
Categoría			
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			867.80



### Anexo 3. Cuadro de sondeo de las micro y pequeñas empresas

#### Población

<b>Razón social</b>	<b>Dirección</b>
160 Micros y pequeñas empresas del sector R y S	Centro comercial Los Ferroles

#### Muestra

<b>n°</b>	<b>Razón social</b>	<b>Dirección</b>
1	Puesto n° 112	Centro comercial Los Ferroles
2	Puesto n° 113	Centro comercial Los Ferroles
3	Puesto n° 114	Centro comercial Los Ferroles
4	Puesto n° 115	Centro comercial Los Ferroles
5	Puesto n° 116	Centro comercial Los Ferroles
6	Puesto n° 117	Centro comercial Los Ferroles
7	Puesto n° 118	Centro comercial Los Ferroles
8	Puesto n° 119	Centro comercial Los Ferroles
9	Puesto n° 120	Centro comercial Los Ferroles
10	Puesto n° 121	Centro comercial Los Ferroles
11	Puesto n° 122	Centro comercial Los Ferroles
12	Puesto n° 123	Centro comercial Los Ferroles
13	Puesto n° 124	Centro comercial Los Ferroles
14	Puesto n° 125	Centro comercial Los Ferroles
15	Puesto n° 126	Centro comercial Los Ferroles
16	Puesto n° 127	Centro comercial Los Ferroles
17	Puesto n° 128	Centro comercial Los Ferroles
18	Puesto n° 129	Centro comercial Los Ferroles
19	Puesto n° 130	Centro comercial Los Ferroles
20	Puesto n° 131	Centro comercial Los Ferroles
21	Puesto n° 132	Centro comercial Los Ferroles
22	Puesto n° 133	Centro comercial Los Ferroles

23	Puesto n° 134	Centro comercial Los Ferroles
24	Puesto n° 135	Centro comercial Los Ferroles
25	Puesto n° 136	Centro comercial Los Ferroles
26	Puesto n° 137	Centro comercial Los Ferroles
27	Puesto n° 138	Centro comercial Los Ferroles
28	Puesto n° 139	Centro comercial Los Ferroles
29	Puesto n° 140	Centro comercial Los Ferroles
30	Puesto n° 141	Centro comercial Los Ferroles

*Fuente:* Elaboración propia

#### **Anexo 4. Declaración jurada**

##### **DECLARACIÓN JURADA**

Yo Juan Palomares Mendoza, identificado (a) con DNI 72527769 y código de estudiante 0111171194 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados del Trabajo de Investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes participaron en la encuesta en Forma Voluntaria pero no quisieron firmar el Consentimiento Informado proporcionando la información requerida para el desarrollo de la investigación titulada: Caracterización de las Tecnologías de Información y Comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “r” y “s” del centro comercial los ferroles, chimbote, 2019

Trabajo de Investigación para optar el grado académico de Bachiller en Ciencias Administrativas.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a LA UNIVERSIDAD como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de Investigación.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en el Trabajo de Investigación; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad de Católica los Ángeles de Chimbote.

Lugar y fecha: Chimbote - 10/06/2021

Firma  
Nombres y apellidos  
DNI: 72527769

## Anexo 5. Consentimiento informado

Estimado señor (a).

Centro Comercial Los Ferroles, Pab. 'R y S'

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: Caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón 'R y S' del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019. Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso de las Tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>Juan Palomares</u> Nombre del estudiante investigador	<u>[Firma]</u> Firma del estudiante investigador	<u>10/04/21</u> Fecha	<u>3.24</u> Hora
<u>Yolanda Mejias T</u> Nombre del representante de la empresa	<u>[Firma]</u> Firma del representante de la empresa	<u>10.04.21</u> Fecha	<u>3.24</u> Hora

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a),

**Centro Comercial Los Ferroles, Pab. 'R y S'**

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: Caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón 'R y S' del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019. Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso de las Tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Juan Palomares  
Nombre del estudiante  
investigador

[Firma]  
Firma del estudiante  
investigador

10/10/19  
Fecha

3.19 pm  
Hora

Antonio  
Nombre del representante de  
la empresa

[Firma]  
Firma del representante  
de la empresa

10/10  
Fecha

3.19  
Hora

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a),

**Centro Comercial Los Ferreles, Pab. 'R y S'**

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: Caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón 'R y S' del centro comercial los Ferreles, Chimbote, 2019. Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso de las Tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

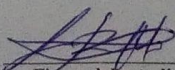
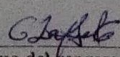
Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>Juan Palomares</u> Nombre del estudiante investigador	<u></u> Firma del estudiante investigador	<u>10/10/19</u> Fecha	<u>3.22pm</u> Hora
<u>Carmen Zapa Corales</u> Nombre del representante de la empresa	<u></u> Firma del representante de la empresa	<u>10/10/19</u> Fecha	<u>3.22 p.m</u> Hora

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a).

Centro Comercial Los Ferroles, Pab. 'R y S'

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: Caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón 'R y S' del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019. Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso de las Tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

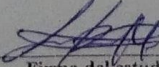
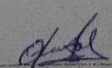
Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>Juan Palomares</u> Nombre del estudiante investigador	<u></u> Firma del estudiante investigador	<u>10/10/19</u> Fecha	<u>3.20 pm</u> Hora
<u>CINDY</u> Nombre del representante de la empresa	<u></u> Firma del representante de la empresa	<u>10/10/19</u> Fecha	<u>3.20 P.M</u> Hora

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a),

**Centro Comercial Los Ferroles, Pab. 'R y S'**

Estamos realizando un estudio de investigación para optar el grado de Bachiller en Ciencias Administrativas denominado: Caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón 'R y S' del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019. Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de las Mypes que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso de las Tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

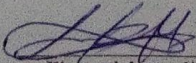
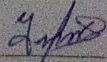
Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote, Eco. Estuardo Muñoz Aguilar quien tiene el N° de celular 980337218 o a su Correo: estuardo02@hotmail.com

### Declaración del participante.

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>Juan Palomara</u> Nombre del estudiante investigador	<u></u> Firma del estudiante investigador	<u>10/04/21</u> Fecha	<u>3.24</u> Hora
<u>Salanda Moscoso P</u> Nombre del representante de la empresa	<u></u> Firma del representante de la empresa	<u>10.04.21</u> Fecha	<u>3.24</u> Hora



## **Anexo 6: Instrumento de recolección de datos**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**

**ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón 'R y S' del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019, para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. GENERALIDADES**

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

###### **1. Edad**

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

###### **2. Genero**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3. Grado de instrucción**

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

**4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña en el cargo**

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

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

**6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro**

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

**7. Número de Trabajadores**

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

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

## **II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

### **2.1.GESTIÓN DE CALIDAD**

**10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

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

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

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) Empowerment
- d) La 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. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:**

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

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

- a) Si
- b) No

### **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 7. Hoja de tabulación

*Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.*

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Edad	18 – 30 años	-	7	23.00
	31 – 50 años	-    -	15	50.00
	51 a más	-	8	26.66
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Género	Masculino	-	9	30.00
	Femenino	-    -    -	21	70.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Grado de instrucción	Sin instrucción		-	0.00
	Primaria	-    -	12	40.00
	Secundaria	-    -	14	46.60
	Superior no universitario		4	13,33
	Superior universitaria		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Cargo	Dueño	-    -    -    -	22	73.33
	Administrador	-	8	26.73
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Tiempo	0 - 3 años	-	9	30.00
	4 – 6 años	-    -	13	43.43
	7 a más años	-	8	26.66
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00

*Características de las micro y pequeñas del sector comercio – rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.*

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo en el rubro	0 – 3 años		5	16.67
	4 – 6 años	-    -    -    -	25	83.33
	7 a más años		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	-    -    -    -    -	30	100.00
	6 a 10 trabajadores		-	0.00
	11 a más trabajadores		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Vínculo familiar	Familiares		2	10.00
	Personas no familiares	-    -    -	18	90.00
	Total	-    -    -	20	100.00
Objetivo de creación de la empresa	Generar ganancias	-    -    -	20	66.67
	Subsistencia	-	10	33.33
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00

*Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.*

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento sobre el término gestión de calidad	Sí	-    -	12	40.00
	No	-	10	33.33
	Tengo cierto conocimiento	-	8	26.67
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad	Benchmarking		-	0.00
	Marketing	-    -    -    -    -	30	100.00
	Empowerment		-	0.00
	Las 5 s		-	0.00
	Outsourcing		-	0.00
	Otras		-	0.00
	Ninguna		-	0.00
Total	-    -    -    -    -	30	100.00	
Dificultades de los trabajadores	Poca iniciativa		2	6.67
	Aprendizaje lento	-    -    -	20	66.67
	No adaptarse a los cambios	-	8	26.67
	Desconocimiento del puesto		-	10.00
	Otras		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Técnicas de medición del rendimiento del personal	La observación	-    -    -	17	56.67
	La evaluación	-	8	26.67
	Escala de puntuaciones		5	16.67
	Evaluación de 360°		-	0.00
	Otras		-	0.00
Total	-    -    -    -    -	30	100.00	
La gestión de calidad en el rendimiento del negocio	Sí	-    -    -    -    -	30	100.00
	No			0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Conocimiento sobre el término TICS	Sí	-    -	12	40
	No	-	10	33.33
	Tengo cierto conocimiento	-	8	26.67
	Total	-    -    -    -    -		100.00
Cuenta con computadora	Si		3	10.00
	No	-    -    -    -    -	27	90.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Nivel de conocimiento	Muy bueno	-	7	23.33
	Bueno		-	
	Regular	-    -	13	43.33
	Malo	-	10	33.33
	Muy malo		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Uso del internet	Si	-    -    -    -    -	30	100.00
	No		-	0.00
	A veces		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Tipo de red social	Facebook	-    -    -	18	60.00
	WhatsApp	-	7	23.33
	Instagram		5	16.67
	Twitter		-	0.00
	Página web		-	0.00
	Ninguna		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
	Siempre		3	10.00
Frecuencia de uso del teléfono	Casi siempre	-    -    -    -	25	83.33
	Algunas veces		-	0.00
	Muy pocas veces		2	6.67
	Nunca		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00
Beneficios	Incrementar las ventas	-    -	12	40.00
	Hacer conocido la empre.	-    -    -	18	60.00
	Identificar necesidades		-	0.00
	Ninguna		-	0.00
	Total	-    -    -    -    -	30	100.00



### Anexo 8. Figura

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.

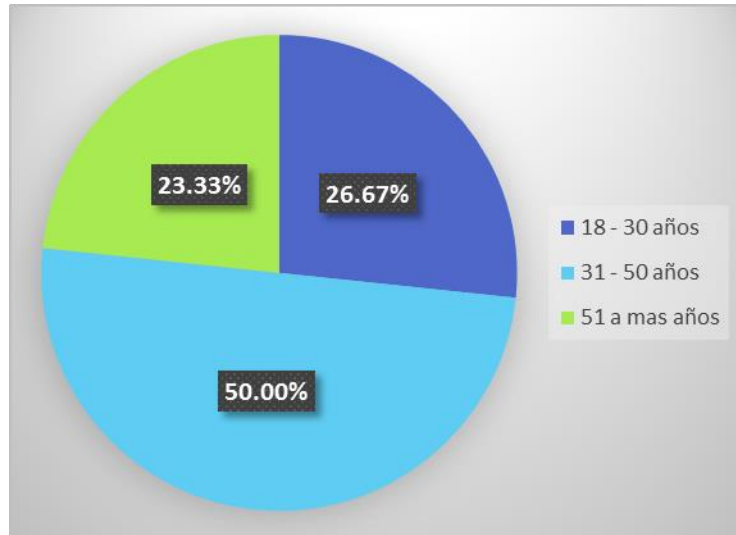


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

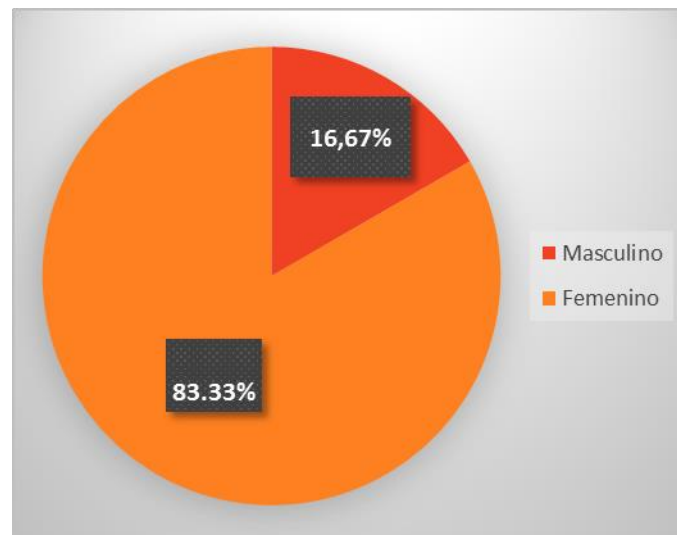


Figura 2. Genero

Fuente. Tabla 1

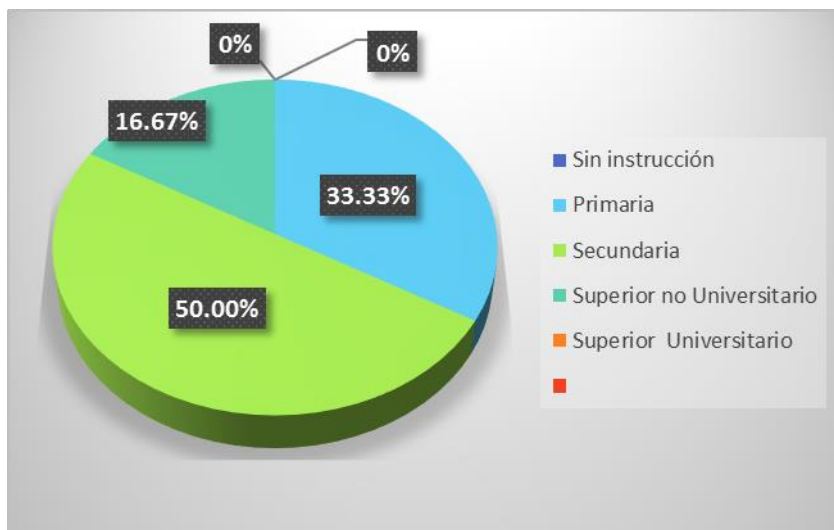


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

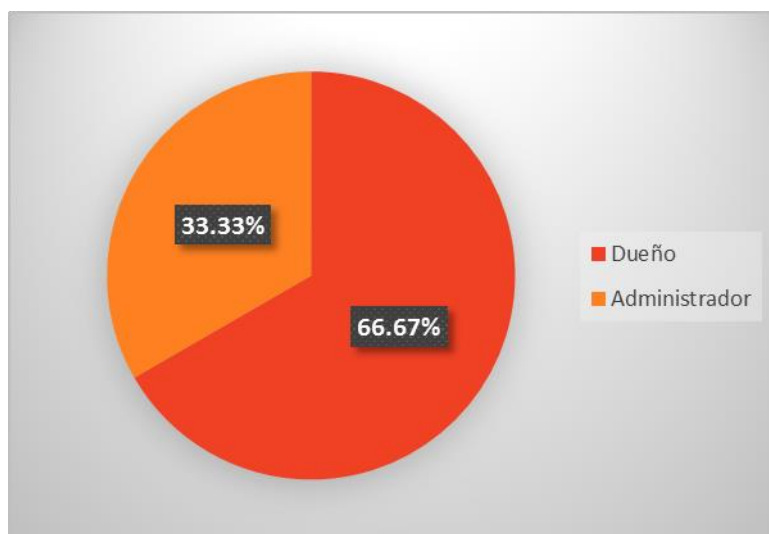


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

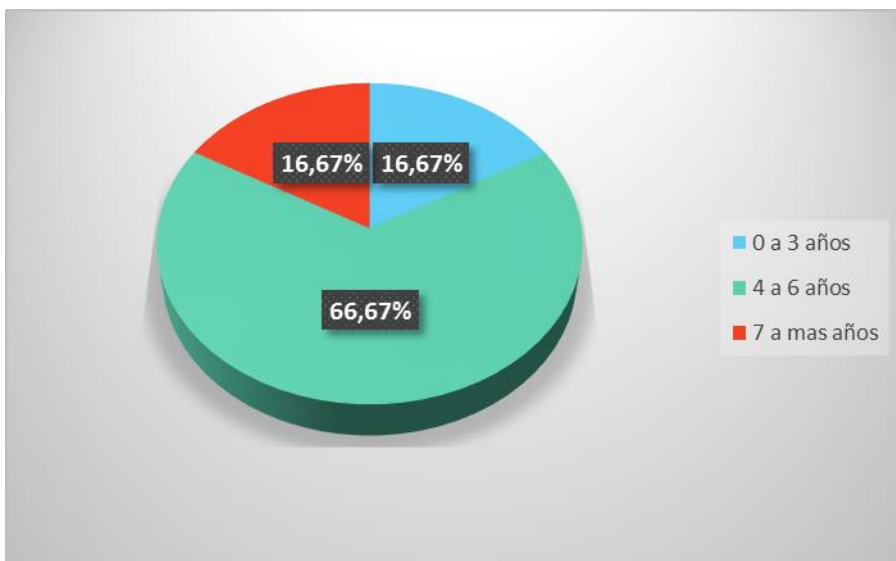


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas del sector comercio – rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.

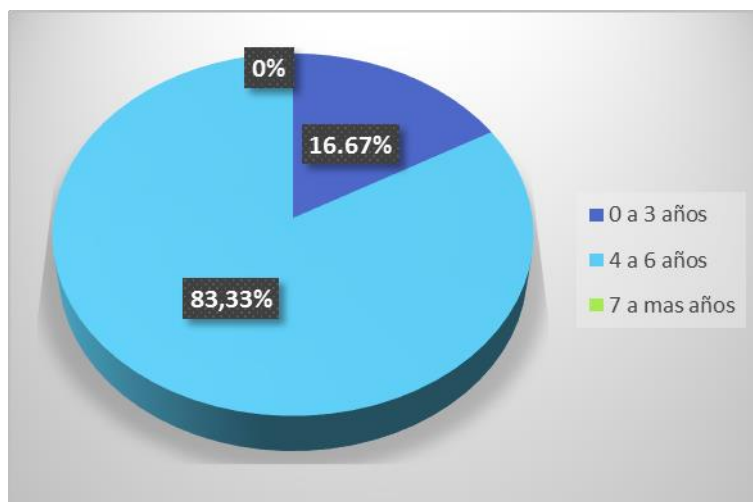


Figura 6. Tiempo de permanencia en el rubro

Fuente. Tabla 2

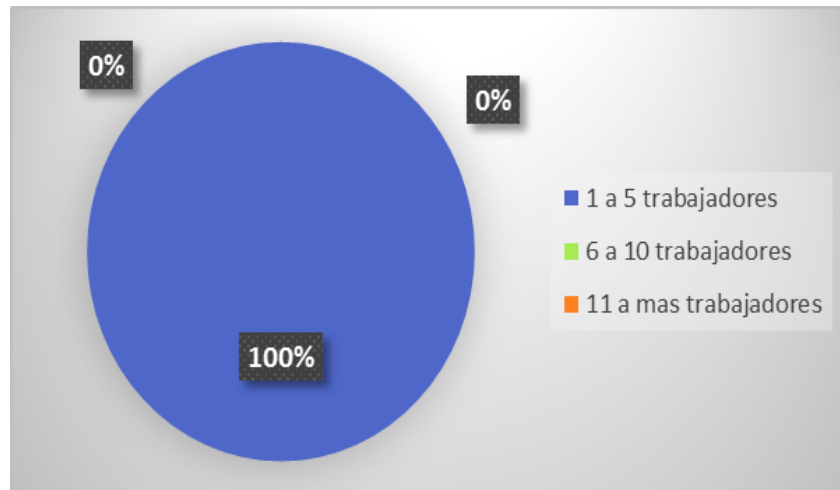


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

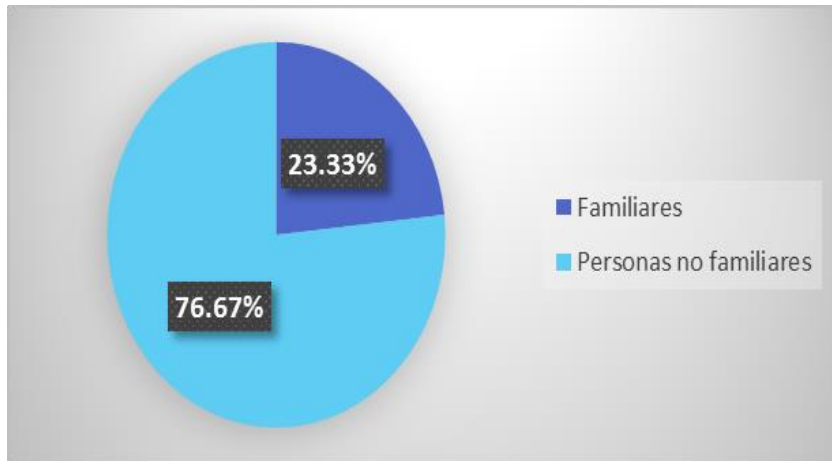


Figura 8. Tipo de personas que trabajan en la empresa

Fuente. Tabla 2

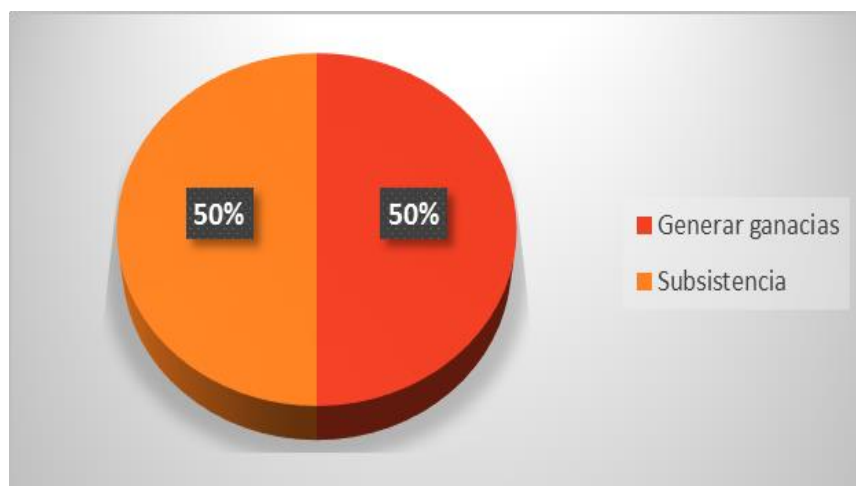


Figura 9. Objetivo de la creación

Fuente. Tabla 2

Caracterización de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de calzado en el pabellón “R” y “S” del centro comercial los Ferroles, Chimbote, 2019.

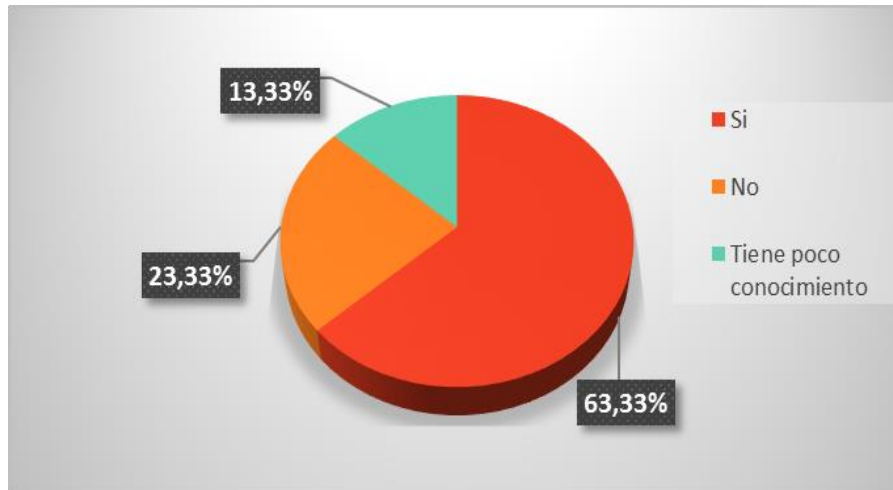


Figura 10. Objetivo de la creación

Fuente. Tabla 3

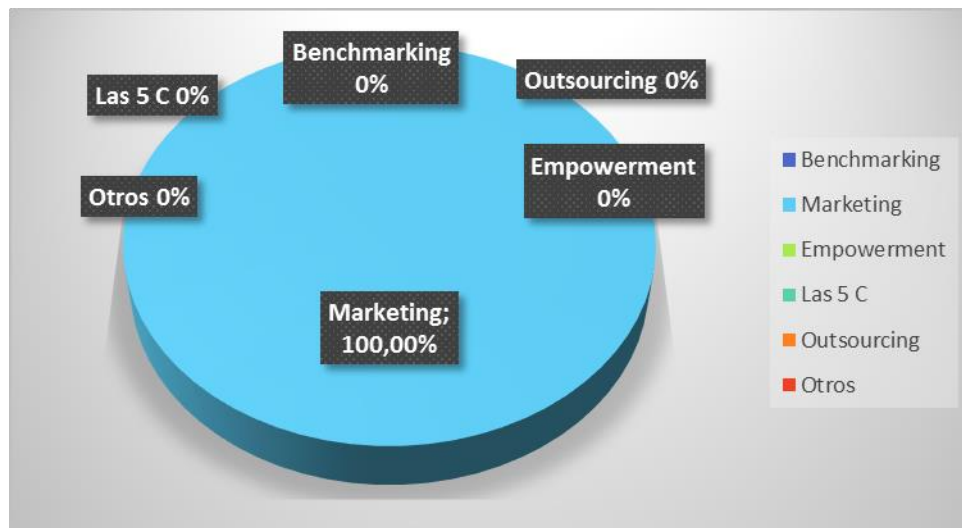


Figura 11. Técnicas modernas

Fuente. Tabla 3

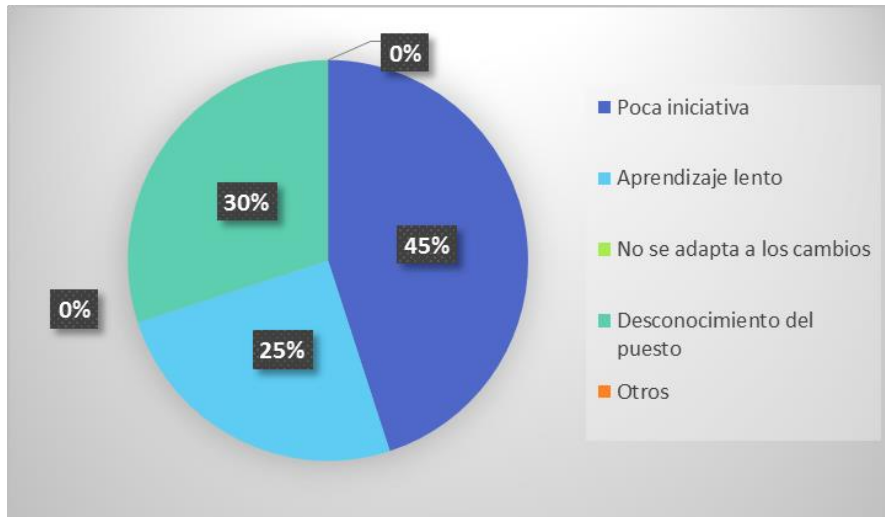


Figura 12. Dificultades del personal

Fuente. Tabla 3

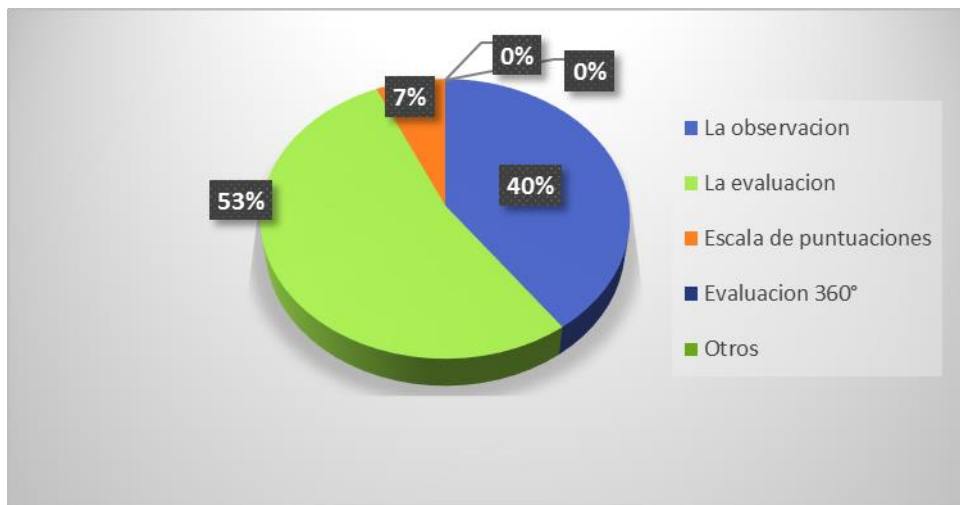


Figura 13. Técnicas de rendimiento

Fuente. Tabla 3

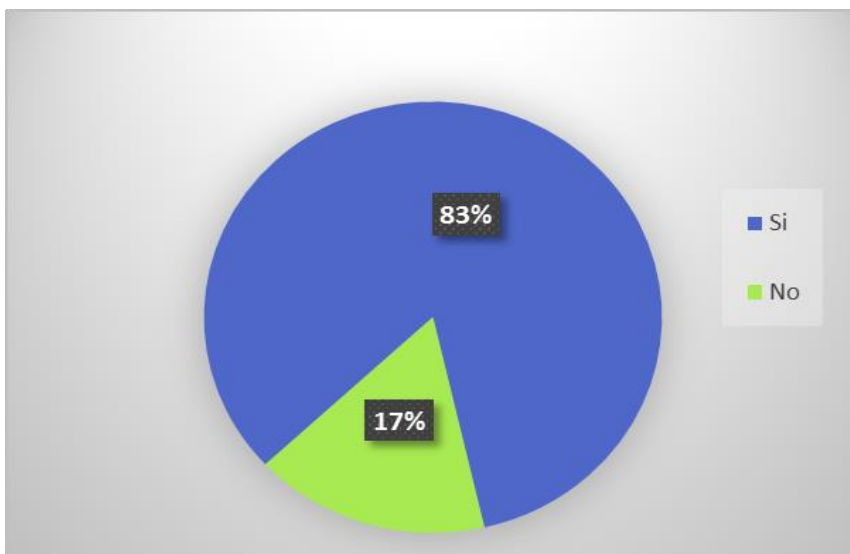


Figura 14. Contribuye al rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

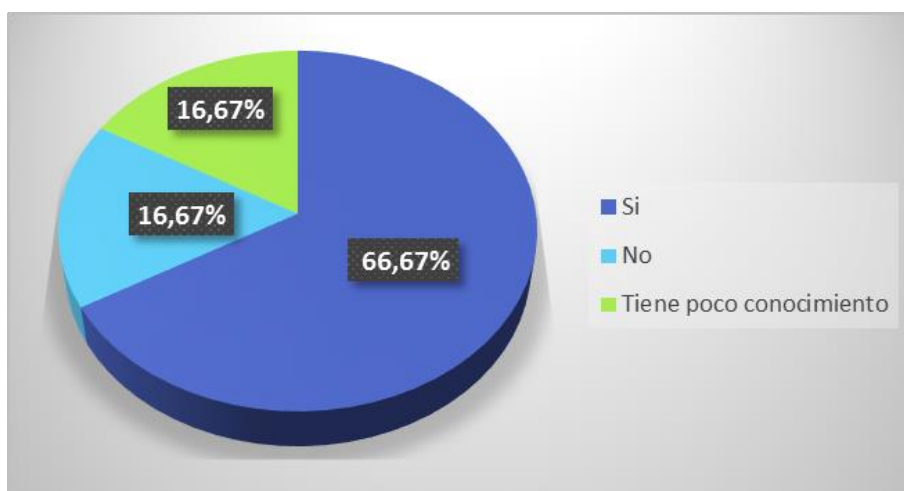


Figura 15. Conoce las Tics

Fuente. Tabla 3



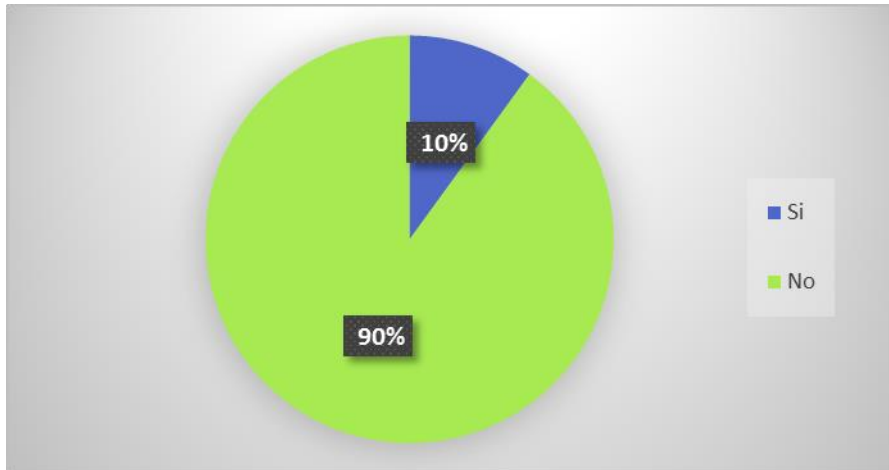


Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa

Fuente. Tabla 3

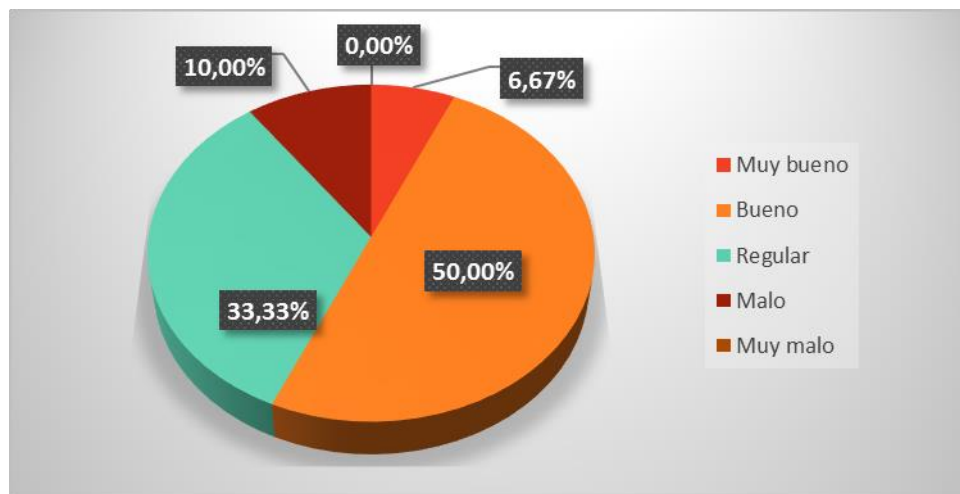


Figura 17. Nivel de conocimiento en computación

Fuente. Tabla 3

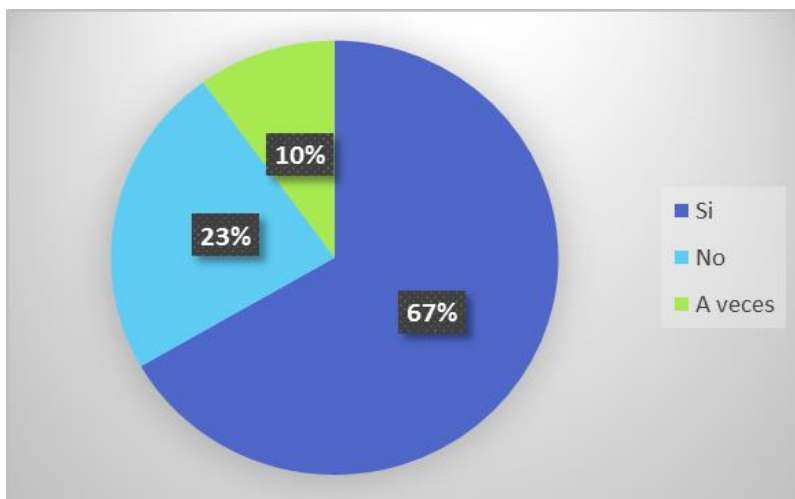


Figura 18. Uso de Internet para ejecutar compras de mercadería

Fuente. Tabla 3

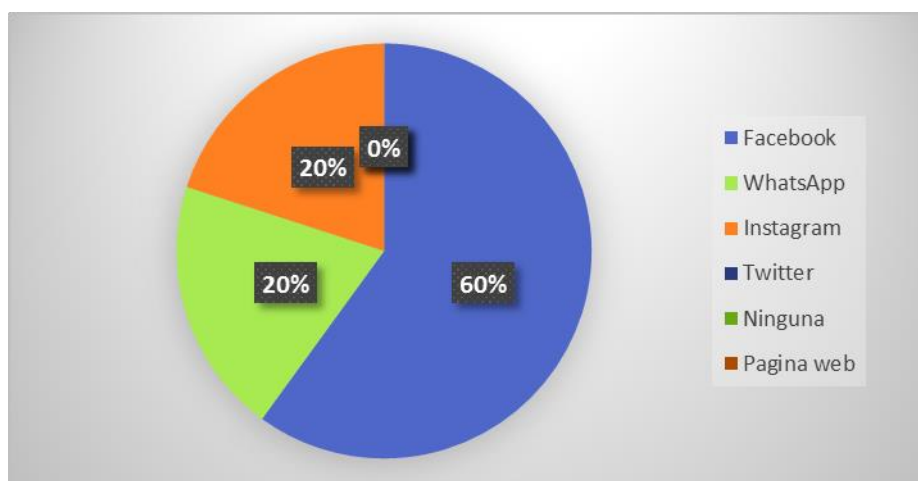


Figura 19. Tipo de redes sociales que utiliza

Fuente. Tabla 3

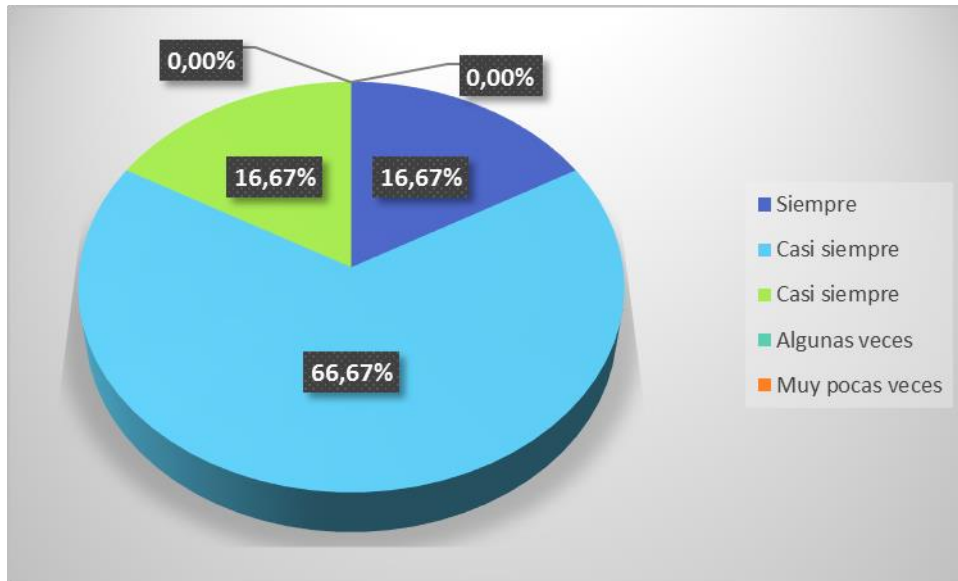


Figura 20. Frecuencia del uso del teléfono para asuntos de la empresa  
Fuente. Tabla 3

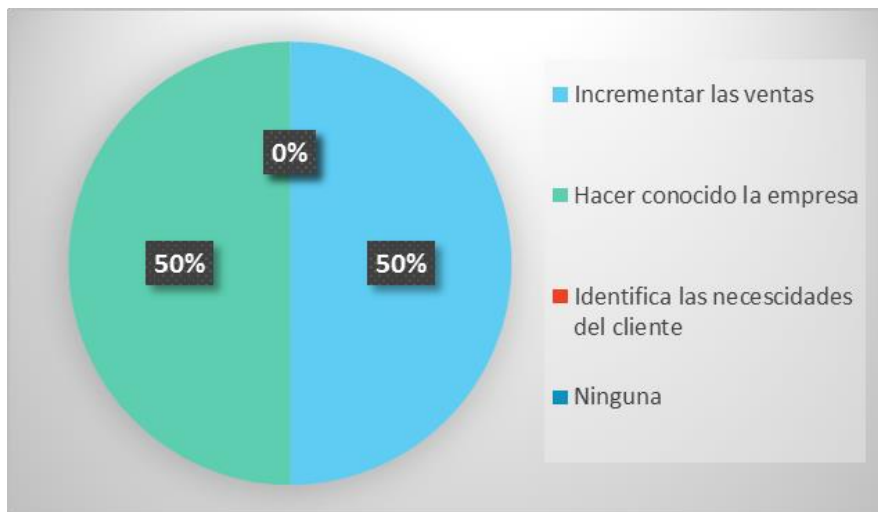


Figura 21. Beneficios que obtuvo utilizando las Tics  
Fuente. Tabla 3