



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

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

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

AUTOR

RODRIGUEZ BOHORQUEZ, ALVARO ADRIAN
ORCID: 0000-0002-0989-1562

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR:

Rodríguez Bohórquez Álvaro Adrián

ORCID: 0000-0002-0989-1562

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

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

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

JURADO

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo De Purizaca, María Del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8471-0751

Miembro

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres: Giovanna y Alex; por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Y finalmente agradezco al docente Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarias, tutor de nuestro proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los habitantes de la comunidad de Chimbote por su valioso aporte para la investigación.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, va dedicado especialmente a Dios, ya que es el principal motivo para continuar con mis estudios.

A mis padres, por el apoyo, disciplina y amor que me transmiten; doy gracias a ellos por creer en lo que puedo lograr.

A mi hermano y familiares que desde la distancia apoyan a que realice el trabajo con éxito para continuar con todos mis propósitos.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2019. La investigación fue No experimental-Transversal-Descriptiva. Para el recojo de la información se escogió en forma dirigida una muestra de 10 micro y pequeñas empresas de una población de 10 micro y pequeñas empresas, a los cuales se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas, a través de la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados principales: El 80% tienen entre 31 a 50 años y el 90% son del género masculino; el 90% de las microempresas cuentan con 1 un número de 1 a 5 de trabajadores y el 100% no conocen el termino de gestión de calidad, asimismo el 60% no conocen las TIC. Concluyendo que: La mayoría de los representantes legales tienen entre 31 a 50 años y son del género masculino; las micro y pequeñas empresas cuentan con un número de 1 a 5 colaboradores y se considera que deben tener más conocimiento sobre la gestión de calidad y las tecnologías de información y comunicación.

Palabras clave: Gestión de calidad, Microempresa, TIC.

ABSTRACT

The present research had as general objective: To determine the characteristics of information and communication technology as a relevant factor in quality management and improvement plan in micro and small companies in the service sector, printing industry of the Chimbote district, 2019. The research was Non-experimental-Cross-Descriptive. To collect the information, a sample of 10 micro and small businesses was chosen in a targeted manner from a population of 10 micro and small businesses, to which a 12-question questionnaire was applied, through the survey technique. Obtaining the following main results: 80% are between 31 and 50 years old and 90% are male; 90% of micro-enterprises have a number of 1 to 5 workers and 100% do not know the term of quality management, likewise 60% do not know ICT. Concluding that: Most of the legal representatives are between 31 and 50 years old and are male; micro and small companies have a number of 1 to 5 employees and it is considered that they should have more knowledge about quality management and information and communication technologies.

Keywords: Microenterprise, ICT., Quality management,

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Jurado evaluador y asesor	iii
4. Agradecimiento y dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas, figuras	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	6
III. Hipótesis	32
IV. Metodología.....	33
4.1. Diseño de la investigación.....	33
4.2. Población y muestra.....	33
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores ...	34
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	35
4.5. Plan de análisis.....	36
4.6. Matriz de consistencia.....	37
4.7. Principios éticos.....	38
V. Resultados	40
5.1. Resultados	40
5.2. Análisis de Resultados	46
VI. Conclusiones	58
Aspectos complementarios	58
Referencias Bibliográficas	60
Anexos	64

Índice de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019	40
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.....	41
Tabla 3. Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.....	42
Tabla 4. Plan de mejora en base a los resultados de la investigación.....	44

Figuras

Figura 1. Edad	78
Figura 2. Genero	78
Figura 3. Cargo	79
Figura 4. Años de permanencia en el rubro	79
Figura 5. Número de trabajadores	80
Figura 6. Objetivo de creación de la empresa	80
Figura 7. Conoce el término gestión de calidad	81
Figura 8. Conocimiento de técnicas modernas de la gestión de calidad	81
Figura 9. Gestión de calidad contribuye a la mejora del negocio	82
Figura 10. Conocimiento de las TIC	82
Figura 11. Conocimiento de las redes sociales	83
Figura 12. Beneficios de las TIC dentro de su empresa	83

I. Introducción

En la actualidad de nuestro país el régimen aplicable a las micro y pequeñas empresas, se encuentra regulado bajo el D.L. N° 1086 D.S. N° 007- 2008-TR y 008-2008-TR, Texto único ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad Formalización y Desarrollo de las Micro y Pequeñas empresas y el Acceso al empleo decente – Ley MYPEy sus respectivos reglamentos, los cuales se encuentran vigentes al día de hoy, dado este contexto la gestión de calidad en las Micro y Pequeñas empresas se tienden al mejoramiento de las condiciones de servicio de las mismas a nivel regional y nacional.

En la siguiente investigación, se detalló como contribuir a una mejor comprensión de la calidad de la gestión de las micro y pequeñas empresas, con el uso de las tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), que estas adquieren a nivel local, regional y nacional, por lo consiguiente se considera brindar una mejor información para evaluar y efectuar la aplicación, así como también se planteó otras técnicas que se adhieren al sector administrativo, estas herramientas son excelentes para la gestión empresarial en nuestro país, el cual facilita positivamente el desarrollo y viabilidad de las micro y pequeñas empresas, también brindará ventajas competitivas dando un valor a las actividades operacionales, el cual nos puede generar la permanencia en el mercado y la centralización en el negocio restablecido. Por esta razón es necesario hacer una planeación estratégica, tomando en cuenta la necesidades presentes y futuras de la empresa, con esta investigación se relatará la factibilidad del proyecto.

Las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas a diario enfrentan problemas tanto comunicativos como falta de conocimiento en nuevas tecnologías, por lo tanto, no tienen capacidad para poder administrar el negocio.

Estos problemas no sólo generan controversia a nivel nacional, sino que también a nivel internacional, en Ecuador la importancia que tienen las micro y pequeñas empresas no solo es la capacidad de generar empleo, además de esto es el desarrollo competitivo que se incorpora en las condiciones adecuadas, que genera una importancia en la economía, por lo tanto el estado y las instituciones públicas y

privadas apoyan a estos sectores, ya que estos generan un crecimiento ascendente en economía actual del país. Las Tecnologías de información y comunicación, extienden elementos fundamentales en la transición de información, principalmente en el internet y la informática, por lo tanto, designan a este sector en la actividad económica. (Hidalgo, 2011).

En Colombia la influencia en los diferentes factores que se observan en los resultados obtenidos en las micro y pequeñas empresas que se tienen sobre el rendimiento de las tecnologías de información y comunicación, se especifica su rentabilidad que influyen en éstas a nivel global, en especialmente su rendimiento y rentabilidad, porque participan en diferentes mercados y relaciones tanto humanas como en su entorno, dado estos resultados se detalla que las TIC rinden positivamente en los factores mencionados. (Albarracin, 2014).

En las micro empresas de México, se determina el dominio de las tecnologías de información y comunicación, para comprobar el posicionamiento competitivo en el aspecto empresarial, por lo que se permite el hallazgo para determinar el grado instructivo del uso de las TIC en un mercado globalizado. (García, 2013).

Las problemáticas en el Perú a la adopción y uso de las tecnologías de información y comunicación en diferentes sectores y rubros, así también como en su participación en distintos mercados internacionales, se realizan diversas encuestas para determinar cuánto influye la participación de esta variable en el desempeño laboral, el desempeño se verá de acuerdo al uso y experiencia a las nuevas tecnologías que se interfieren en la actualidad, con estos aspectos planteados se abordará la mejor posición estratégica y competitiva para ingresar al mercado internacional (Muñoz, 2017).

En el Distrito de El Porvenir, La Victoria, Lima, se analizan incidencias al uso de las tecnologías de información y comunicación, en el cual detallan que las micro y pequeñas empresas utilizan como herramientas comunicativas el uso del internet en sus dispositivos móviles y computadoras, lo cual sus negocios no cuentan con páginas web propias, por lo tanto desconocen estos recursos ya que consideran su costo elevado para la adquisición y mantenimiento de estos medios propios, por lo que se lleva a cabo proponer charlas claras que promuevan esta implantación para generar un

nivel estratégico más elevado en nuestra sociedad. (León, 2017).

En la ciudad de Pucallpa, se determina los tipos de gestión de calidad con el uso para implementar las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, dando a conocer los diferentes resultados en las encuestas planteadas, generando el resultado que la mayoría conocen la gestión de calidad, pero no utilizan las herramientas de tecnología de información y comunicación. (Lázaro, 2018).

En la ciudad de Chiclayo se determina una planificación y organización que determina el plan estratégico de las micro y pequeñas empresas que utilizan como instrumento el uso experimental de las herramientas de tecnología de información y comunicación, determinando que se permitirán alinear sistemas informáticos a diversos procesos para ayudar a las mypes que presenten falta de conocimiento a nuevas tecnologías. (Gutiérrez, 2013).

En Chiclayo, se plantea un cuestionario participativo a diferentes micro y pequeñas empresas de la ciudad, además otorgando una capacitación que concluye a una mejor adaptación a cambios tecnológicos que derivan a una nueva comprensión en la actualidad empresarial. (Ruiz, 2016).

El objetivo principal de la investigación es: Determinar las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Chiclayo, 2019. Para ello se planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chiclayo, 2019. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chiclayo, 2019. Describir las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chiclayo, 2019. Elaborar un plan de mejora en base a los resultados de la investigación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chiclayo, 2019.

El presente proyecto se justifica la importancia de la implementación del uso

de las herramientas Tecnológicas de la Información y Comunicación en las diferentes microempresas del Perú, tanto nacional, regional y distrital. La investigación permitirá en dar a conocer las principales características de las Micro y Pequeñas empresas, de nuestra variable de estudio que es el uso de las TIC, el cual será elaborado en este ámbito de estudio. En el Perú el 98% son micro y pequeñas empresas, las mismas que aproximadamente generan un 42% de la producción nacional, siendo este el parte del producto bruto interno, proporcionado el 88% del empleo privad del país. De esta manera el trabajo de investigación justifica la base para realizar otros estudios similares en otros sectores tanto locales como regionales de este país. Finalmente, el trabajo investigativo justifica la enseñanza que se va a emplear en diferentes sectores, esto conllevará a realizar otros estudios comparativos, y de esta manera sean productivos en el sector servicio en la ciudad de Chimbote.

A continuación, el presente proyecto de investigación será orientado y destinado para el sector empresarial, que se dedica al rubro de imprentas en las micro y pequeñas empresas de nuestro país, con el fin de poder obtener resultados positivos, el cual nos permita percibir con mayor claridad, brindando un análisis detallado, identificando la calidad de gestión, designado el desarrollo del proyecto por justificación.

Este proyecto se presenta con la siguiente metodología, el cual se utilizó el diseño no experimental, porque no se manipula la variable objeto del presente trabajo, es transversal, porque la investigación se desarrolla en un espacio tiempo determinado con un inicio y fin; y es descriptivo porque el estudio se desarrolla conforme a la realidad, tal como se presenta en la naturaleza.

Para recolectar la información se utilizó una población de 10 micro empresas, a los cuales se les aplicó un cuestionario de 12 preguntas: las 3 primeras preguntas están cuestionadas sobre las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 3 siguientes están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas y por último las 6 preguntas van asociadas a las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información de comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del distrito de Chimbote.

Obteniendo los siguientes resultados: El 80.00% de los encuestados tienen una edad que oscila entre 31 a 50 años, el 90.00% son del género masculino y el 100.00%, son dueños de la micro y pequeña empresa. El 40.00% disponen una edad promedio de permanencia en el rubro entre 4 a 6 años, el 90.00% cuenta con un número de 1 a 5 trabajadores, asimismo también el 90.00% creen que el objetivo de la creación de la empresa es el generar ganancia. El 100.00% no conocen el término gestión de calidad, y conocen el Marketing como técnica moderna de la gestión de calidad, asimismo el 60.00% constan que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento de su negocio; el 60.00% no tienen conocimiento pleno sobre las tecnologías de información y comunicación.

La investigación concluye que la mayoría de los micro empresarios son del género masculino y son dueños de su negocio, contando con un mínimo de trabajadores, éstos desean implementar más sus conocimientos sobre la gestión de calidad y las tecnologías de información y comunicación, por lo consiguiente son personas innovadoras que buscan obtener ganancia con su negocio de forma ascendente y crecer más día a día.

II. Revisión de Literatura

2.1. Antecedentes

Por el momento no existen muchos trabajos de investigación que distingan a este rubro de imprentas, por lo que se tomó como referencia otros trabajos de investigación relacionados al sector servicios y la variable correspondiente al estudio en mención.

Antecedentes Internacionales

Torres & Jaimes (2015) en su tesis *Producción de conocimiento mediado por TIC: cuerpos académicos de tres universidades públicas estatales de México*, tuvieron como problema ¿Cómo usan las tecnologías de la información y comunicación (TIC) los profesores-investigadores para el trabajo en CA? Se propuso como objetivo general: documentar y examinar los modos colectivos de producción de conocimiento de los académicos en universidades públicas estatales mexicanas, con el fin de indagar los cambios que estos modos están generando en las estructuras institucionales y en los grupos de investigación de diversas disciplinas. Para lograr el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Se caracterizó el marco institucional y la política educativa que norma y orienta las actividades de producción de conocimiento de los académicos - Se llevó a cabo la interpretación y construcción de significados - Se registraron las prácticas individuales y grupales de los académicos que inciden en la transformación de las formas de organización en la producción colectiva de conocimiento (Resiedu, 2012-2014). Se empleó una metodología híbrida: cuantitativa y cualitativa. La necesidad de empleo de este tipo de multimétodo obedece a que el trabajo académico en la universidad es altamente complejo. En lo cuantitativo se ha aplicado a gran escala un cuestionario mediante el sistema de cuotas que incluye al conjunto de universidades públicas estatales mexicanas que participan en el proyecto. Para el procesamiento y análisis de los datos cuantitativos se usó el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Las conclusiones fueron las siguientes: La producción colectiva del conocimiento por parte de los PTC que integran los CA se encuadran con frecuencia dentro de los rasgos de generación -convencional- de saberes del modo 1 propuesto por Gibbons *et al.* (1997). Respecto a las TIC que se emplean en los procesos de investigación, si bien se reconoce la importancia de éstas como medio de comunicación entre pares y de difusión del conocimiento, sólo se recurre a ellas en

determinadas ocasiones y su uso es altamente limitado, lo que coincide con resultados de estudios recientes al respecto (Torres y Lara, 2013). En cuanto a patrones de producción y difusión del conocimiento de modo individual o colectivo, prima el desacuerdo y las múltiples percepciones al respecto, incluso en algunas prevalecen juicios contradictorios. Por último, respecto a las redes de trabajo e interacción entre académicos, en algunos grupos focales se mencionó que la presencia y el uso de las TIC han sido de gran utilidad en el campo de la investigación y la difusión del conocimiento. Sin embargo, en la práctica sólo se emplean tangencialmente las redes electrónicas para el trabajo colaborativo con otros CA u otras universidades. Debido al desarrollo incipiente de una cultura digital, la mayoría sólo utiliza de manera esporádica redes telemáticas para una comunicación endógena y exógena con el fin de dinamizar los vínculos interactivos entre pares y relegan la potencialidad de estos recursos tecnológicos para las funciones de transferencia de la información.

Del Vasto (2015) en su tesis *Influencia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en el proceso enseñanza-aprendizaje: una mejora de las competencias digitales*. La investigación tuvo como problema el siguiente: ¿puede considerarse la utilización de las TIC en el aula como un potencial? Y, de ser así, ¿cuáles son los factores que han promovido o frenado el uso de las TIC? Teniendo como objetivo general: Caracterizar las variables contextuales y comportamentales del uso de las TIC en el aula de clase, a nivel de bachillerato. Está basado en los procedimientos metodológicos del diseño de una encuesta en dos institutos de titularidad pública bilingüe español-inglés, dependientes de la Conserjería de la Comunidad de Madrid en España; y en la revisión de la literatura asociada con el rol de las nuevas tecnologías en pedagogía. Los institutos mencionados constituyen un estudio de caso que puede ser empleado, según el contexto, como base para investigaciones que quieran profundizar en esta temática. Usando la técnica de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados: Los resultados que se presentan tienen un carácter general y son los más significativos que se obtuvieron en la investigación. Se encuestó a un total de 57 estudiantes de dos institutos públicos. El estudio reveló un número de componentes que influenciaban las decisiones de los profesores para usar las TIC en los salones de clase, tales como: el acceso a los recursos tecnológicos, la apropiación y uso de herramientas tecnológicas de los profesores y estudiantes, la competencia de los estudiantes en conocimientos de TIC, la percepción de los recursos institucionales en TIC y la

percepción que tienen los estudiantes acerca del rol de las tecnologías en pedagogía. Partiendo de los resultados obtenidos en el trabajo, el análisis se centró en los siguientes componentes: (a) acceso a los recursos tecnológicos, (b) apropiación y uso de herramientas tecnológicas de los profesores y estudiantes, (c) competencia de los estudiantes en conocimientos de TIC, (d) percepción de los recursos institucionales en TIC y (e) la percepción de los estudiantes acerca del rol de las tecnologías en pedagogía. (a) El componente de acceso a los recursos tecnológicos es favorable, se manifiesta en que los estudiantes tienen un alto grado de conectividad y uso del internet tanto en el hogar como en el teléfono móvil. Lo que les permite mantenerse conectados, debido a la disponibilidad suficiente de recursos tecnológicos, ya que cerca del 98 % de los estudiantes cuentan con un ordenador en el hogar y el 97 % tienen internet en el hogar y en el teléfono móvil. Adicionalmente, un 60 % son usuarios frecuentes en el uso de cualquier novedad tecnológica.

Cabrera (2017) en su tesis *Resultados de la estrategia pedagógica para el mejoramiento del desempeño profesional pedagógico de los docentes, con el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación (TIC)*, señalan que donde los docentes tenían problemas en cuanto al desempeño profesional pedagógico para la dirección del proceso enseñanza-aprendizaje, con el aprovechamiento de las TIC, y desde la superación de la estrategia pedagógica, se muestran cambios positivos, por lo que se afirma la hipótesis de trabajo. Se propuso como objetivo general: mejorar el desempeño profesional pedagógico y la práctica de la gestión en las funciones sustantivas de la docencia: investigación, vinculación con la sociedad, gestión y dirección de la academia. Usando la técnica de experimento y prueba Chi Cuadrado de bondad de ajuste se obtienen los siguientes resultados: La comparación de los resultados obtenidos refleja cómo se aprovechan las TIC en el proceso enseñanza-aprendizaje de las carreras que se imparten en la Unidad Académica de Ciencias Educativas, donde los docentes han participado en las formas de superación propuestas en la estrategia pedagógica, dentro de las que se encuentran: el curso de posgrado, los talleres de preparación, seminarios, debates, intercambio de experiencias y conferencias. Las conclusiones fueron las siguientes: Los fundamentos encontrados en las ciencias pedagógicas, en general, y en la teoría de la educación avanzada, en particular, posibilitaron la elaboración de la estrategia pedagógica para el mejoramiento del desempeño profesional de los docentes de la UCACUE, sede Azogues, con el

aprovechamiento de las TIC. Esta estrategia pedagógica se estructura a partir de la organización de cuatro etapas (diagnóstico, diseño, ejecución, evaluación) con sus objetivos y acciones, que permiten obtener resultados a corto, mediano y largo plazos, para la concreción de las competencias profesionales pedagógicas que mejoren la actuación de los docentes en el proceso enseñanza-aprendizaje. La valoración de los resultados del experimento, realizado desde la comparación del desempeño, a partir de la observación de clases y del test de satisfacción aplicado a los 27 profesionales que participaron en las formas de superación, permitió comprobar el mejoramiento del desempeño pedagógico de los docentes de la Unidad Académica de Ciencias Educativas de la UCACUE, sede Azogues, con el aprovechamiento de las TIC, mediante la ejecución de la estrategia pedagógica propuesta.

Antecedentes Nacionales

Padilla (2015) en su tesis *Estrategias de endomarketing y la satisfacción del cliente externo de multiservicios JAPY SAC en el distrito de Trujillo*. La investigación tuvo como problema el siguiente: ¿Cuál es la influencia del Endomarketing en la satisfacción de los clientes externos de la empresa MULTISERVICIOS JAPY SAC, del distrito de Trujillo? Así este problema permite señalar como Objetivo General: Determinar la influencia de las estrategias de Endomarketing aplicada a los colaboradores; en la satisfacción del cliente externo de la empresa Multiservicios Japy SAC; del distrito de Trujillo. Además, los Objetivos Específicos establecidos son: Evaluar la efectividad de las estrategias del Endomarketing que actualmente aplica la empresa Multiservicios JAPY SAC a sus colaboradores. Usando la técnica de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados se determina que el 100% de colaboradores se encuentran identificados con las metas y objetivos de la empresa, a la vez que la empresa cumple con las expectativas de los colaboradores en su mayoría con un 83% y un 17% considera lo contrario. El 83% considera que el apoyo general que reciben por parte de la empresa hacia los colaboradores es bueno seguido del 9% cree que es óptimo y un 8% es regular, vale decir que la empresa se preocupa por su bienestar y cubrir las necesidades que tienen. Además se puede apreciar que el 100% de la totalidad de los colaboradores se encuentran satisfechos en su puesto de trabajo, como podemos ver las estrategias de Endomarketing aplicadas en la empresa están siendo efectivas, ya que en su mayoría de los colaboradores se encuentran satisfechos, esto se da por la buena comunicación que tienen los colaboradores con sus compañeros en un 96% según los

resultados que arroja la encuesta al igual de la comunicación con sus superiores en un 79%. Tenemos que los colaboradores en su mayoría la comunicación dentro de la empresa es muy fluida dando hincapié para manifestar sus necesidades laborales y que el apoyo en general es bueno, entonces se sienten motivados en realizar su trabajo en un 96%, trayendo como consecuencia que el trato con sus superiores es bueno en un 83%, óptimo 17%, es donde se sienten escuchados, comprendidos y atendidos. Las conclusiones fueron las siguientes: 1. La satisfacción de los clientes externos de la empresa Multiservicios JAPY SAC es buena esto se debe a que sus colaboradores se encuentran satisfechos laboralmente y que consecuentemente brindan un servicio de calidad. 2. Los colaboradores de la empresa Multiservicios JAPY SAC se encuentran satisfechos laboralmente y se sienten identificados y comprometidos con su organización, es por ello que la satisfacción de los clientes externos es positiva porque perciben un buen servicio de calidad. 3. Se ha determinado que se debe considerar algún tipo de reconocimiento (Certificaciones, premios, bonos, etc.) como un estímulo por el buen desempeño de sus trabajos, aumento de productividad, buen colaborador, etc., reforzando esta estrategia de Endomarketing para poder brindar un buen servicio de calidad en su totalidad con sus clientes externos.

Ramírez & Villarreal (2015) en su tesis *Gastos deducible y no deducible y su incidencia en la situación económica y financiera de la empresa Multiservicios Ticla SAC, periodo 2012-2013*. La investigación tuvo como problema el siguiente: ¿Cuáles son los gastos deducibles y no deducibles y su incidencia en la situación económica y financiera de la empresa MULTISERVICIOS TICLA S.A.C. Periodo 2012 – 2013? Se propuso como objetivo general: Determinar los gastos deducibles y no deducibles y establecer su incidencia en la situación económica y financiera de la empresa MULTISERVICIOS TICLA S.A.C. Periodo 2012-2013. Para lograr el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Identificar los gastos sujetos a límites del impuesto a la renta en el periodo 2012-2013. Identificar los gastos no sujetos a límites del impuesto a la renta en el periodo 2012-2013. Identificar los gastos no deducibles del impuesto a la renta en el periodo 2012-2013. Determinar los excesos de gastos deducibles y gastos no deducibles de la empresa MULTISERVICIOS TICLA S.A.C. Periodo 2012-2013. Establecer la incidencia de los gastos deducibles y gastos no deducibles del impuesto la renta en la situación económica y financiera de la empresa MULTISERVICIOS TICLA S.A.C. Periodo 2012-2013. A través de la técnica de

análisis documental y la entrevista realizada al gerente general de la empresa se logró obtener información fundamental de los gastos sujetos a límite, los cuales contribuirán al desarrollo de la presente investigación. Para la empresa Multiservicios Ticola SAC, los gastos sujetos a límites serán deducibles en la medida de que dichos gastos tengan vinculación directa con la generación de renta de la empresa y no hayan sobrepasado los límites establecidos por la LIR; es decir debe existir proporcionalidad en el gasto efectuado. Las conclusiones fueron: La empresa MULTISERVICIOS TICLA SAC, determina que los gastos sujetos a límite incurridos no fueron tomados en cuenta por la parte contable. Dichos gastos han generado diferencias permanentes un importe de S/. 109,076.47 que serán adicionados a la utilidad contable originando un nuevo resultado para fines tributarios. Esta situación es originada debido a que la empresa no aplica procedimientos para el control de sus gastos que no son deducibles o están sujetos a límite. La empresa MULTISERVICIOS TICLA SAC, al momento de realizar la determinación de la renta neta de tercera categoría se encontró con algunos gastos que fueron incluidos y considerados en dicho proceso, es decir, no cumplen el principio de causalidad. Esta situación se produce debido a que la empresa no cuenta con un contador interno para hacer frente a la problemática de interpretar y aplicar correctamente el marco normativo en materia tributaria y reparos ocultos. De acuerdo al análisis de los artículos 37° y 44° de la ley del impuesto a la renta y su respectivo reglamento, se concluye que el inadecuado manejo de los gastos deducibles y no deducibles, inciden negativamente en la situación económica y financiera de la empresa, generando reparos tributarios que serán adicionados a la utilidad contable y tributaria originando un mayor impuesto a la renta a pagar, afectando directamente el efectivo de la empresa y por ende disminuyendo el margen de beneficios(ingresos).

Espinoza (2018) en su tesis *Gestión bajo el enfoque de uso de las tic, en las mypes del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, ciudad de Pucallpa, año 2018*.

La investigación tuvo como problema el siguiente: ¿El desconocimiento de las ventajas del uso de la TIC limita la posibilidad de que las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa se desarrollen y se posicionen en el mercado?. Se propuso como objetivo general: Investigar en las mypes del sector comercial, rubro atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa, año 2018 si la gestión que realizan están enfocadas en la calidad y uso de las TIC. Para lograr el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Conocer las

principales características de la gestión administrativa en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa 2018. Identificar que genera resistencia en los microempresarios para integrar aplicaciones de TIC en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, en la ciudad de Pucallpa año 2018. Usando la técnica de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados: La información de las encuestas indican que en su mayoría (44,4%), los microempresarios de las mypes del sector comercial, rubro atención a distribuidoras son jóvenes de 29 a 39 años de edad. Este resultado evidencia que el rubro tiene nuevos emprendimientos liderados por jóvenes empresarios. La información que se obtuvo de las encuestas, indica que 66.67% de los microempresarios de las mypes son de sexo masculino. La participación del sexo femenino es de 33,33%. Como resultado de las encuestas, la presencia que tienen estas empresas en el mercado es “de 4 a 6 años” (44,4%); “de 7 años a más” (22,2%) y nuevas “de 1 a 3 años” (33,3%). La información que se obtuvo de las encuestas, indica que el 44.44% de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras están comprometidos con la práctica de una gestión de calidad. La información que se obtuvo de las encuestas, refleja que una gran mayoría (66.67%) de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, no están de acuerdo que sea necesario las TIC para generar innovación en los procesos de la empresa. La información que se obtuvo de las encuestas, indica que un 44.44% de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, sustentan principalmente su inversión en TIC por “crecimiento” (22,2%); “servicio al cliente” (22,2%) e incremento de “productividad” (33,3%). Las conclusiones fueron las siguientes: Las mypes de atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa en un 44.44% están comprometidos con la práctica de una gestión de calidad. Asimismo, 88.9% de comprenden las fluctuaciones del mercado y las necesidades del cliente con las repercusiones que esta genera. Lo cual representa una fortaleza. - Los microempresarios entienden la importancia de la innovación, por ello más de la mitad (66.67%) afirman fomentarla en su equipo de colaboradores. Sin embargo, no están de acuerdo que sea necesario las TIC para generar innovación en los procesos de la empresa. - Los microempresarios sustentan principalmente su inversión en TIC por “crecimiento” (22,2%); “servicio al cliente” (22,2%) e incremento de “productividad” (33,3%). Sin embargo, para algunos es considerado un “gasto”. - La mayoría compuesta por 88,9% de los microempresarios del

sector comercial, rubro atención a distribuidoras, aseguran que la aplicación de las TIC otorgan la posibilidad de tomar mejores y oportunas decisiones en la empresa.

Antecedentes Locales

Morales (2018) en su tesis *Gestión de calidad con uso de tecnologías de información y comunicación (tic) en los almacenes en las micro y pequeñas empresas del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016*. La investigación tuvo como problema el siguiente: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en los almacenes en las micro y pequeñas empresas (MYPE) del Sector Construcción de la ciudad de Chimbote Año 2016? Se propuso como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC), en los almacenes en Las MYPES del Sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. Para lograr el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las características de como los representantes y/o personal administrativo pueden contribuir a una gestión de calidad en Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. Determinar si Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016 aplican las TIC en los almacenes. Describir las características de Tecnología de Información y Comunicación (TIC) para lograr una gestión de calidad en el área de almacén, aplicable a Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. Usando la técnica de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados: El 84% de los representantes de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector construcción de Chimbote, tienen la edad promedio mayor a 30 años. Esto demuestra que Las MYPES del sector construcción estas representadas en su mayoría por personas adultas por su experiencia en haber ejercido el mismo cargo en otras MYPE u empresas. El 88% de los encargados del almacén de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del sector construcción de Chimbote tienen alguna capacitación. Esto demuestra que la mayoría relativa de Las MYPES del sector construcción tiene alguna capacitación, pero solo un parte (16%) está debidamente capacitado para poder dirigir un almacén. Asimismo, el que una minoría (12%) no esté capacitado influye en la rentabilidad de la empresa ya que pueden generarse perdidas por falta de inventarios y materiales vencidos. Las conclusiones fueron las siguientes: Respecto a las características de los representantes de Las MYPES, el 64% que es la mayoría de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del

sector construcción del distrito de Chimbote están siendo representadas por personas que tienen una edad mayor a los 40 años, de sexo masculino y un con estudios de nivel técnico/universitario. Con respecto a la gestión de calidad con el uso de TIC, la gran mayoría de los responsables que tienen a cargo el almacén de Las MYPES del sector construcción del distrito de Chimbote tienen alguna capacitación en los procesos de almacén. Una mayoría relativa tienen políticas que guían sus actividades en el área de almacén, También una mayoría relativa realiza como proceso de gestión en los almacenes la “Recepción, control e inspección”, pero es necesario complementarlo con los otros procesos que completan el ciclo de gestión. Asimismo, una mayoría relativa utiliza almacenamiento; no obstante, es necesario que se utilice otros tipos. La mayoría llevan kardex con registro de entradas y salidas de los productos. La mayoría tiene pérdidas por falta de inventario y no tienen materiales vencidos en sus almacenes en una revisión. Una minoría relativa verifica los inventarios físicos anualmente.

Díaz (2016) en su tesis *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2013*. La investigación tuvo como problema el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Micro Y Pequeñas Empresas del sector servicios, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2013? Se propuso como objetivo general: Determinar las principales caracterizaciones de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2013. Para lograr el objetivo general se ha planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar el perfil de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Imprentas del distrito de Chimbote, 2013. Determinar las principales características de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Imprentas del distrito de Chimbote, 2013. Determinar las principales características de la capacitación de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro Imprentas del distrito de Chimbote, 2013. Usando la técnica de la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 31 – 50 años de edad, estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Rodríguez, (2011), en su estudio determina que el 87,5% de los representantes legales la edad promedio es entre 35 y 44 años, se contrasta también con los resultados encontrados por Monzón, (2013), el cual menciona que el 54% de los representantes la edad promedio es más de 40 años, los resultados encontrados así mismo coinciden por

Alvarado, (2013), menciona que el 40% de los representantes legales la edad promedio es entre 26 y 60 años, a su vez coinciden con los resultados encontrados por Castro, (2013), menciona que el 67% de los representantes legales la edad promedio entre 26 y 60 años. Estos resultados demuestran que los representantes de las MYPES, son personas adultas que tienen entre 26 y 60 años, una edad considerable de madurez y responsabilidad para direccionar un negocio en el mercado. El 100% de los encuestados dijeron que si implementarían cursos de capacitación. Esto demuestran que los representantes de las MYPES, dijeron que si implementarían cursos de capacitación porque permite al personal desarrollarse mejor en su rendimiento laboral y sea capaz de resolver los problemas que se le presenta durante su desempeño en la empresa. Las conclusiones fueron las siguientes: La mayoría relativa de los representantes de las MYPES del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2013, tienen 1 a 5 años de permanencia en el rubro y tienen de 1 a 5 trabajadores en su empresa. En la totalidad de las MYPES del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2013, mencionaron que no realizaron capacitación para crear su MYPE, por lo tanto no realizaron cursos de capacitación para mejorar el manejo de su empresa, pero mencionaron que les gustaría capacitarse en el área de Marketing y a sus trabajadores en el área de proceso productivo y dijeron ninguna vez a capacitado a su personal, consideran que la capacitación es una inversión y mejora la rentabilidad, eleva la eficiencia de la empresa y mejora la calidad del producto, los cuales a su vez dijeron que si implementarían cursos de capacitación.

Sandoval (2015) en su tesis *Caracterización de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del Perú: el caso de la empresa inversiones y servicios Saldaña E.I.R.L. de Chimbote, 2013*. La investigación tuvo como problema el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del Perú: Caso de la empresa Inversiones y Servicios Saldaña E.I.R.L. de Chimbote, 2013. Describir las principales características de la Competitividad de las micros y pequeñas empresas del Perú: Caso de la empresa Inversiones y Servicios Saldaña E.I.R.L. de Chimbote, 2013. Para poder conseguir el objetivo general, nos hemos planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del Perú. Describir las principales características de la competitividad de la empresa Inversiones y Servicios Saldaña E.I.R.L.. Hacer un análisis comparativo de las principales

características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del Perú y de la empresa, Inversiones y Servicios Saldaña E.I.R.L. Se obtuvieron los siguientes resultados: Los factores negativos que generan una baja competitividad son: la deficiente gestión empresarial y de la producción, deficiente o bajo nivel organizacional y el nulo control de calidad. Esto concuerda con el concepto de la ventaja competitiva de la empresa es una característica esencial que le permite a la empresa generar una posición para poder competir. Porter (1995) afirma que la capacidad de las empresas para competir depende de las circunstancias locales y las estrategias de la empresa. Las conclusiones fueron las siguientes: Los autores revisados, determinan que la competitividad es una relación compleja, de múltiples variables que determinan que su Mype sea competitivo. Como haciendo un plan estratégico, teniendo una ventaja competitiva, ya que a través del tiempo, la empresa va obteniendo una mejor, eficacia y eficiencia de sus trabajadores. Así mismo es importante la aplicación del programa de capacitación para los trabajadores de acuerdo a las necesidades de la empresa. En su gran mayoría las Mypes al capacitar a su personal obtienen una mejor rentabilidad y competitividad.

2.2. Bases teóricas de la Investigación

Teoría de las Micro y Pequeñas Empresas

Para definir el concepto de una Micro y Pequeña Empresa, es necesario conocer sobre las entidades públicas de cada país en donde estas se sitúan; según la legislación peruana, las Mypes, también se les conoce como unidad económica constituida por una persona natural o persona jurídica, que asimila buscar bajo cualquier modo de organización, teniendo como objetivo la fructificación de actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios (SUNAT, 2017, Párrafo 1.)

En nuestro país, las micro y pequeñas empresas se constituyen por el acuerdo de una o más personas naturales y personas jurídicas, procediendo con la elaboración de una Escritura Pública ante un Notario Público acreditado, a continuación se procede a inscribir en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), después se detalla la inscripción en el registro REMYPE, el cual es un registro y/o procedimiento de inscripción en el registro REMYPE, el cual es un registro y/o procedimiento de inscripción web, el mismo que permite a la micro y pequeña empresa acceder a todos los

beneficios de la Ley Mype, por lo tanto el REMYPE, permite la obtención de la Constancia de Acreditación, a través del portal del Ministerio del Trabajo, con lo que se le permite acreditar la condición de la Mype, antes las entidades que se requiera.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Las características para el acogimiento de la Ley Mype, comprende a los trabajadores y al nivel de ventas anuales, las mismas que deben de ser concurrentes:

Microempresa: Se conforman de 1 hasta 10 trabajadores, con un nivel de venta anual de 150 UIT.

Pequeña Empresa: Estas se conforman de 1 hasta 100 trabajadores, con un nivel de venta anual de 1700 UIT.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresa en el Perú

En nuestro país las Mypes hacen su aparición a partir de la década de los ochenta, como solución a los problemas del desempleo y los bajos ingresos generados por los años cincuenta.

En la actualidad las Mypes representan el 95,9% el total de los establecimientos nacionales, este porcentaje se incrementa hasta un 97.9% si se añaden las pequeñas empresas que se sitúan año tras año en nuestro país, estas estadísticas representan que este sector es de vital importancia dentro de nuestra estructura productiva del Perú.

Según los datos del Ministerio de Trabajo, las Mypes brindan el 80% del empleo general, lo que establece el 45% del Producto Bruto Interno, más conocido como PBI, lo que se considera como el motor principal del desarrollo de nuestro país, esto por lo consiguiente genera una importancia notable en la proporción de puestos de trabajo, reduciendo la pobreza por medio de actividades que generan ingreso mensual a los ciudadanos peruano. También se destaca que es la principal fuente de desarrollo del sector privado, esto de igual manera mejora la distribución del ingreso contribuyente al beneficio nacional y al crecimiento económico del Perú.

En tal sentido decimos que de acuerdo al párrafo anterior, el desarrollo y crecimiento, tanto en el aspecto económico como en el aspecto social de un país depende mucho de la existencia de las Mypes, en base a criterio, esto se va dando un

mejoramiento en la calidad de vida de las sociedades que habitan en cada determinado país.

El uso de las TIC en las Micro y Pequeñas Empresas.

Las Mypes se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para la economía de nuestro país, debido a la contribución en el crecimiento económico y a la generación de riqueza, no obstante de la importancia que tienen las Mypes en la economía del país, ellas enfrentan una serie de problemas que estancan su desarrollo, entre los cuales se encuentran el tema de las tecnologías de información y comunicación, por lo que se requiere que los representantes legales, gerentes, administradores, vean el cumplimiento de sus objetivos organizacionales. Por lo tanto, ellos buscan identificar este tema, tienen la labor de analizar la situación y el papel que éste juega con las personas con este uso complementario en cada uno de sus procesos.

Las mypes deberían ver a las herramientas TIC como una forma de tener una relación más significativa con sus clientes y no ver estas herramientas como un nuevo canal de venta. La mayoría de las inversiones en TIC se realizan por las razones equivocadas. Muchas Mypes invierten en TIC bajo presión mimética (o de pares). Por lo tanto, estas inversiones se realizan simplemente para reflejar el comportamiento de otras mypes y no se hace para mejorar la eficiencia operativa o, lo que es más importante, para conectarse mejor con los clientes “que existe”. (Dobson, 2014).

Las TIC en nuestro país.

El rápido desarrollo de la Tecnología de Información y Comunicación en nuestro país, se incrementa por parte de las microempresas que emplean el uso en ellas a través de plataformas diversas por intermedio del internet, en ello impone a la Mype al impacto sobre lo social y novedoso a la vez ayuda a establecer un rango más estandarizado a lo económico.

Considerando que cada micro empresa tiene que capacitarse a estas nuevas tecnologías, dado a que la innovación sobre estas herramientas es imprescindible a la hora de realizar buenas gestiones y por lo tanto mejora de capacidad de implementar éstas a futuros trabajadores.

En la infraestructura que sustenta las TIC en su crecimiento actual viene acompañado al aumento de aplicaciones en la era digital. Esto se genera la necesidad de capacitarse cada cierto tiempo para tener conocimiento de estos requerimientos que se varían a lo largo del tiempo.

Las TIC en actividad empresarial.

Al generar un análisis sobre la disponibilidad en la infraestructura de las tecnologías de información y comunicación en la incorporación de las computadoras en las Mypes como un implemento básico, se lleva a conclusión que esta tecnología mejora a la gestión y a la rentabilidad de la micro empresa peruana.

Lo imprescindible es que el trabajador cuente con la avanzada aceptación a este uso y de esta manera que le atribuya un resultado útil en aquella labor encomendada para ejecutar sus actividades laborales en su entorno de trabajo.

La actividad económica que desarrollan las Mypes sobre la infraestructura de las TIC varía según los requerimientos comunicativos y/o el tratamiento de información sobre este uso. En ello se puede apreciar distintos comportamientos y sus variaciones.

El internet es una herramienta fundamental para facilitar la gestión laboral, también conlleva a que esa facilidad pueda implementarse para mejorar y así pueda llevar a la Mype a un crecimiento a largo plazo.

La incorporación de las TIC en la microempresa conlleva a destacar la innovación y mejora continua de la Mype, así como también marca la tendencia a seguir en lo que a tecnología se refiere.

Es de vital importancia los indicadores TIC para la evaluación que tienen el comportamiento de las Mypes, que son más del 50% del mercado de nuestro país.

Este análisis conlleva a que se debe esparcir más la conexión para establecer una mayor facilidad para el intercambio de información.

En nuestro país hay Mypes con diversas actividades económicas, implementando el uso de las TIC, se pueden encontrar en nuestras universidades, hoteles, servicios de agua y luz, agencias de viaje, etc., en esas microempresas por mayoría dispone de páginas web, el cual genera el impacto necesario a la clientela para ver sus servicios que dispone esta empresa.

Por consiguiente, la actualidad de nuestro país, estas páginas web, se convierten en un motor fundamental para la oferta de servicios o venta de productos que el cliente busca obtener.

La influencia de las TIC con el cliente

Las ventajas que proporcionan las TIC para las Mypes, en términos de ahorro de costes y tiempo, han sido ampliamente reportadas en la literatura; no obstante, se ha prestado escasa atención a su influencia en la satisfacción del cliente. (Gil, 2009)

En la opinión respectiva del párrafo anterior, se afirma que la atención que refleja el cliente se basa solo en métodos remotos y la influencia que tienen las tecnologías de información y comunicación pasan a ser desapercibidos, por lo que el cliente busca atenciones breves y seguras, y dejan de lado otras formas innovadoras para ser atendidos.

Ventajas de ofrecer un adecuado servicio en la implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación

Si bien es cierto las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), van a generar un gran impacto en la sociedad actual. Todos reconocemos que estamos en la era del conocimiento, que el poder está en manos de los países desarrollados, organismos y/o personas que disponen más este medio tecnológico y saben cómo emplearlo para el beneficio masivo de los seres humanos.

Ahora bien, hay algo que tienen en común todas las Mypes de nuestro país, es que todas tienen clientes. Estos son ciudadanos, usuarios, contribuyentes, beneficiarios, funcionarios, maestros, pacientes, prestadores de servicios, pensionistas, etc; y en el caso de una empresa privada a los clientes les llaman pasajeros, usuarios, abonados, interesados, educadores, alumnos, estudiantes, consumidores, comensales,

arrendatarios, distribuidores, asesores, etc., al final de cuentas son clientes, por lo cual todos ellos buscan un gran servicio, el cual sea beneficioso e innovador; según diversos estudios investigativos, se determinan como algunas Mypes alcanzan el éxito a partir de que se inician con el comercio electrónico, por lo tanto es fundamental esta facilidad a nuevas plataformas para que las Microempresas peruanas puedan expandirse a nuevos mercados en un mundo más globalizado, por lo cual se comprende que usar diversas tecnologías es vital para una mayor competitividad que permite realizar cambios adecuados y más sofisticados al negocio electrónico, antes esto era mayormente desconocido, pero ahora se puede alcanzar y rendir con mejores beneficios.

El aumento en la eficiencia de la empresa al definir adecuadamente los procesos, permitiendo las exigencias del cliente, se debe hacer para mejorar los procesos de esta implementación, y así ir creando experiencias propias con los clientes que señalábamos arriba, por lo que se va a permitir mantener una relación más familiarizada, conociendo ampliamente las necesidades requeridas por el cliente y poder tratar con efectividad lo que realmente necesitan para satisfacer en un cien por ciento sus exigencias.

El proceso de comunicación

Los clientes en el ámbito comunicativo no tolerarán que no les atendamos con la intensidad y calidad que ellos esperan. Utilizarán las TICs, llámese internet, Ipty, celulares, vehículos, sistemas de comunicación avanzado. La Mype moderna necesita la innovación, la renovación, la investigación y el desarrollo sostenible de mejores prácticas del marketing moderno o CRM (Customer Relationship Management); es el término en el cual se relaciona el marketing con las ventas. En función de la satisfacción total de los clientes a través del uso adecuado de estas herramientas.

Los sobrevivientes de la era de la información y el conocimiento, verán un mundo nuevo que jamás fue visualizado por ningún escritor verniano. (Esperanza, 2014).

Es importante que las personas que están en contacto directo con los clientes sean personas capacitadas, exhaustivamente centrados en la comunicación y en el servicio al cliente, proporcionando laborales mediáticas, implementando herramientas TIC para el mejoramiento del mensaje, de esta manera se actuará con eficiencia en las relaciones con los clientes; siendo más familiarizados y satisfactorios en el tema, es por esto que

surge la necesidad de desarrollar y aplicar un control adecuado en técnicas de comunicación verbal, no verbal y escrita.

TIC y gestión de clientes

El objetivo principal de la gestión de clientes es establecer una relación duradera y estable, entre la Micro empresa y su cliente, para de alguna forma conseguir atraerlo y no opte por irse a la competencia. Hay multitud de herramientas y/o estrategias que se aplican para realizar la azaña, entre ellas se pueden destacar el Marketing Relacional, el cual se fundamenta en dar a conocer cada una de las necesidades que tienen los clientes, por ejemplo, hay que anticiparse a lo que el sujeto desee para así de alguna forma poder anticiparse y establecer su necesidad que así lo requiera.

De esta forma el internet ha sido la TIC que más ha sobrellevado este planteamiento, ya que no hace falta salir a realizar encuestas para ver lo que necesitan los clientes, ya que se pueden establecer dichas encuestas mediante plataformas vía red, ya sea en redes sociales o aplicaciones para el celular, esto implica disminución de costos de interacción y permite una comunicación bidireccional e interactiva entre ambas partes, por lo cual mejora entre tanto la eficacia y eficiencia entre los procesos y una mejor atención para el cliente rápida y eficaz.

No obstante hacer todos estos procesos no es tarea sencilla, ya que no podemos esperar a realizar estas implementaciones en el sistema, y no podemos esperar a que los clientes respondan todos los correos, encuestas virtuales, llamadas, el desafío no está en recolectar toda la información, sino en tenerla en un repositorio unificado, el cual nos permita estudiar cada una de las partes para poder generar una anticipación del cliente, esto nos llevaría a un mejor servicio o producto, un mejor soporte post-venta y nuevas oportunidades que se aplicarán a futuro. Esto nos beneficiará ganancias, disponer de buenos balances, mejorar la experiencia en controlar procesos y generar reportes para todo tipo de personas. A día de hoy disponemos de diferentes tipos de Open Source gratuitos, que te obsequian con una versión de sistema básico para poder realizar diferentes tareas online.

Casi todas las grandes compañías disponen de complejos sistemas de CRM basados en TIC complejas, pero eso sí son de grandes costos, esto generan mejores

proveedores diversos, pero en las Mype esto no se lleva a cabo, y existe un nicho de mercado que falta por desarrollar, ya sea por desconocimiento o por sus costos elevados. Hay diversos software que son asequibles, basados en la tecnología de internet, fácil y segura de instalar, con varias clases de datos que se comparten, pero que se necesita tener conocimiento para obtener una gran flexibilidad para arrancar al mercado con pocos recursos. (Martín J., 2012).

Las TIC en gestión de calidad

El software, dispositivos, terminales de usuarios, aplicaciones, redes; en general todos estos elementos que componen las tecnologías de información y comunicación, permiten ofrecer todo tipo de servicios en la actualidad, por ejemplo, las búsquedas de información, redes sociales, administración pública, correo electrónico; permiten el contacto directo con las Mypes.

Durante las últimas décadas la evolución y el desarrollo de los sistemas de información, ha sido vertiginoso, introduciéndose cada vez más en nuestras vidas y haciendo que la gestión empresarial evolucione hacia nuevas formas de gestión y mejora de servicios y de la calidad de los mismos. (Gorraiz, 2011).

Estos datos nos hacen recapacitar sobre la gran importancia que tiene usar estas herramientas, predicen como generará en un futuro las microempresas en la sociedad y actualizan la gestión empresarial.

El sistema de gestión de calidad en este sentido es imprescindible como soporte en la estandarización a todo nivel empresarial, tanto estratégico como operacional, permite que la gestión mejore en tiempo continuo.

Un punto importante que en la actualidad se desarrolla, es el incremento en la calidad de los productos y servicios, en este hábito, las TIC proporcionan la información valiosa que genera la fuente de conocimiento para orientar sobre en que se estiman los productos y/o servicios para el mejoramiento de estos.

En la profundidad en que se gestione la calidad de la información y gestione de manera óptima su utilización por las personas de las empresas y organizaciones, se

conseguirá la excelencia en la gestión de las TICs y por lo tanto la mejora de la calidad en toda la organización. (Carballo, 2011).

Las influencias de las TICs en la gestión de calidad en los próximos años serán decisivas y jugarán un papel primordial en las organizaciones, tanto en su vertiente de dar soporte a todos los procesos de la empresa, como en la gestión de calidad de las propias tecnologías, que garantizan el uso racional y continuo de las mismas y a la selección apropiada de los distintos canales de comunicación que estas tecnologías brindan a las empresas.

Norma ISO 9001 – Gestión de Calidad

ISO 9001 es una norma que refiere la gestión de calidad. Esta es reconocida mundialmente, perteneciente a la familia ISO 9000 de normas de sistemas de gestión de calidad y forma ayudar a las organizaciones a realizar los beneficios, necesidades y capacidades de los clientes.

Aporte de las TIC

El internet en su inmensa mayoría ha mejorado y ha logrado el cambio en las estructuras económicas y sociales de nuestro país, se entiende que es la gran influencia en las microempresas para el conocimiento general.

Las TIC es el proceso que mediante el cual implica el cambio general en la sociedad y economía. (Fandos, 2003).

Este proceso también denominado cambio sistemático, el cual representa la Tecnología de información y comunicación, genera un énfasis en la sociedad coyuntural, el cual implica el cambio generativo en su proceso de enseñanza para las futuras generaciones, conjuntamente se dé el avance tecnológico.

El uso del Internet

Las propias características de cada actividad económica marcan en mayor o menor medida los requerimientos del uso de computadoras (ya sea para la comunicación, gestión de información, comercio electrónico, entre otros). En este contexto, se encuentran interesantes variaciones por sector en el porcentaje de empleados que usan

internet y por consecuencia de las distintas herramientas TIC, en las percepciones de utilidad y en las actitudes hacia las mismas. (Hernández, 2009).

Como indica la autora, el uso del internet es fundamental y como parte de herramienta TIC hace que el porcentaje de actividad económica aumente y resulte para hacer las gestiones vía internet tales como compras, ventas, y muestren la atracción del cliente.

El Comercio Electrónico

El comercio electrónico es la actividad que dedica al uso del internet para realizar ventas y compras, el cual se entiende que el nivel de uso por este medio asciende a más del ochenta por ciento en nuestro país.

El comercio electrónico cada vez se va desarrollando más gracias a que la población tiene más acceso al entorno web.

Infraestructura de Cómputo y Comunicaciones

Uno de los problemas que más se han observado en las microempresas es que no solo el personal tiene una fuerte desvinculación con la industria; los trabajadores que operan y administran la infraestructura de cómputo está perdido en los problemas de red, no tienen la oportunidad de conocer nuevas tecnologías. (Paulise, 2015).

En algunos casos se pierden oportunidades de negocio por carecer de conocimiento, y solamente se quedan con el saber básico, por lo tanto, la microempresa debe estar actualizando continuamente en nuevos aspectos tecnológicos.

Recursos de las TIC en las Mypes

Las TIC poseen los siguientes recursos:

Los tangibles que están representados por los diferentes componentes de la infraestructura física de T.I.

Los recursos humanos asociados a T.I., que incluye el conocimiento de las herramientas técnicas y de gestión de las tecnologías de la información y comunicación,

Los intangibles asociados a T.I., que están representados por los activos de conocimiento, orientación al cliente y sinergias presentes en cada organización.

La inversión en tecnologías de la información redundante en la compra de equipos, software y recursos humanos necesarios para operar.

Esta es la infraestructura de TIC de la compañía, es decir, una lista de materiales que se pueden describir en términos de hardware, software y empleados. Si se toman malas decisiones, la cartera de TIC tendrá un rendimiento muy bajo.

Si los administradores quieren que la infraestructura de T.I., sirva para apoyar la lógica de negocios, tendrán que diseñar aplicaciones del mundo real, sistemas y redes que apoyan los procesos de negocios clave. El conjunto resultante de aplicaciones, y su relación con la lógica de negocios de la compañía, es la arquitectura de información o forma general de T.I., de la compañía. La arquitectura de información es el punto de unión entre el hardware y el negocio.

Utilización de las TIC y su competitividad

En la actualidad, las TIC dentro de los entornos globales de competencia, son imprescindibles para que las empresas inmersas en estos generen valor y logren posicionarse en niveles de competitividad de clase mundial. Se ha observado que el solo uso de las TIC como herramientas de soporte administrativo, no garantiza la competitividad y la creación de valor, si estas no son utilizadas debidamente. Para que las TIC sean un habilitador diferenciador de las organizaciones, es necesario concentrar su utilización en las competencias claves de negocio de las empresas y articularlas en conjunto con las condiciones externas de sus entornos regionales. (Sheel, 2009).

El párrafo anterior se puede interpretar que las herramientas TIC no generan garantía ni competitividad si no se hace buen uso y no se emplea debidamente, esto es clave a la hora de generar un buen impacto hacia una futura clientela para nuestro pequeño negocio.

Las TIC para generar servicios

Conocemos que las tecnologías de información y comunicación es transparente en nuestra actualidad, en las Mype (sector con más presencia en nuestro país) es ser más

intensivos y productivos; por lo cual cualquier tipo de actividad incipiente, es generar buenos servicios, los cuales sean atractivos y productores. Esto nos generaría habitualmente conocer actividades complejas con criterios claros y explícitos, estableciendo valores añadidos, que nos permitan juzgar con actividades con gestiones ambientadas implementando TIC para un correcto desarrollo.

Hay 4 vías en donde se detalla un buen desempeño en nivel organizativo:

- Establecer una mejor productividad en recursos humanos.
- Establecer un mejor desempeño en los servicios.
- Desempeñar buenas actividades en el sector marketing y comercialización.
- Producir buenos ingresos a nivel económico.

En estos desempeños, reconocemos que lo relativo a la obtención de ingresos, se refiere a establecer un cobro por acceso a la red, mediante el alquiler de la TIC.

La mejoría en los servicios que brinda la tecnología de información y comunicación es presentar un servicio potencial, donde se debe plantear el beneficio a un rendimiento dado. Una de las opciones es gestionar el entorno y acceso automatizado en el mercado y dicha incorporación debe ser añadida a un análisis con una serie de variables asociadas a un buen desempeño empresarial.

Lo dicho en este contexto se basa que el conocimiento del proceso que genera la tecnología de información y comunicación es incluir tres de los cuatro desempeños para una mejor gestión en materia a lo explicado. (Melián y Bulchand, 2014).

Herramientas TIC

Las herramientas TIC ofrecen una multitud de posibilidades para la facilidad de un aprendizaje colaborativo, generan grandes ventajas para una organización, un ejemplo para un trabajador le puede resultar perfecto para registrar cada avance y durante el proceso de trabajo en forma colaborativa pueden comunicarse entre sí. Los siguientes recursos TIC ofrecen la posibilidad de realizar de manera cómoda avances tecnológicos.

Herramientas TIC para entornos de trabajo:

Office365: Herramienta con opción para la creación de grupos especializados en el trabajo, también tiene la disponibilidad de almacenar en la nube, opción para chat y edición online de documentos, además dispone de herramientas útiles para el trabajo colaborativo.

Zoho: Es un grupo de aplicaciones web que permite la creación y almacenamiento de archivos multimedia, también incluye un chat para hacer videoconferencias grupales, esta aplicación dispone de calendario y herramientas básicas para editar texto para compartirlos en línea.

Google Apps for Education: Esta aplicación se especializa para el ámbito educativo (niños, adolescentes y adultos). Dispone de herramientas básicas de Google para trabajar en línea, como son: Gmail, Google Drive, Google Calendar, Doc y Sites.

Edmodo: Herramienta educativa en donde se comparten documentos en línea, también se pueden intercambiar información y comunicaciones en un entorno privado, básicamente es como una red social que actúa en forma interactiva.

Herramientas para uso comunicativo: debates y colaboración:

Blogger: Herramienta útil para la creación de blogs, su uso es sencillo y eficaz, apto para cualquier usuario.

WordPress: Herramienta para la creación de blogs, es más completa que Blogger, ya que permite la personalización y adaptación por cada usuario.

Tumblr: Plataforma virtual que se centra en la edición de la imagen, tiene permitido incluir texto, enlaces, audios y vídeos para una mejor difusión.

Wikia: Un sitio web que permite al usuario crear su propio wiki (sistema de trabajo informático online que permite la edición de contenido en forma rápida y eficaz), incorporando contenido en forma individual y colaborativa.

Wikispaces: Al igual que Wikia, es un espacio para crear y alojar wikis, éste especialmente se desarrolla para organizar grupos de trabajo.

Remind: Aplicación de mensajes, que permite enviar archivos adjuntos y notas de voz, en esta aplicación cuenta con una agenda recordatoria para cada tarea colaborativa.

Google Hangouts: Aplicación sencilla donde se puede realizar diversos chats o videochat hasta de forma grupal (10 usuarios máximos), en la cual se puede generar ciertas formas de opiniones y discusiones.

Marqueed: Aplicación online donde los usuarios pueden comentar sobre una marca o imagen publicitaria o sirve para intercambiar ideas de algún producto, de una forma visual y entretenida.

Voxopop: Aplicación que se usa como un sistema de foro colaborativo mediante la voz, los usuarios en un determinado grupo de trabajo opinan sobre un tema propuesto, mediante los audios se generan opiniones y respuestas.

Padler: Es una herramienta para crear murales virtuales en forma colaborativa, en ello se puede incluir material multimedia y documentos.

Stormboard: Herramienta en línea para generar lluvia de ideas e intercambiar opiniones diversas en un tablero virtual. Esta aplicación dispone de una versión gratuita que permite el trabajo de hasta 05 usuarios para trabajar en grupo.

Mindmeister: Aplicación para la elaboración de mapas conceptuales en línea, de manera individual o colaborativa, sirve para implementar una lluvia de ideas referentes al tema que se haya propuesto, el cual permite la inserción de archivos multimedia que mejoran la dinámica, también se asignan tareas y se acceden a un documento imprimible.

Symbaloo: Es un tablero virtual, donde se comparten enlaces vía web para la recopilación de fuentes y documentación que se puede editar.

Herramientas para compartir archivos en línea:

Dropbox: Es una aplicación de almacenamiento en línea, es la más requerida por los usuarios en la actualidad, es una herramienta fundamental que sirve para guardar todo tipo de archivos, ofrece la posibilidad de crear carpetas con otros usuarios y conectarse a ellos con distintos dispositivos mediante apps.

Google Drive: Plataforma virtual donde se permite el almacenamiento mediante la nube, en la versión gratuita te ofrecen hasta 15 Gb para guardar archivos y compartir todo tipo de documentación. Dispone de una aplicación para celulares y tabletas; permite la edición de ellos mediante Google Docs.

WeTransfer: Es una forma sencilla de enviar documentos de gran tamaño, aproximadamente hasta 2 Gb, el cual permite enviar a cualquier usuario mediante un enlace por correo electrónico. En esta herramienta no se almacenan los archivos, sino que se conservan por un periodo de tiempo y después pasan a ser eliminados.

Jumpshare: Es un espacio en línea para subir y compartir archivos multimedia en buena calidad sin que se pierda información.

Recursos para organizar el trabajo:

Google Calendar: Es el calendario en línea que utiliza Google, este permite establecer tareas, citas, alarmas y recordatorios para cada día determinado, además se puede compartir entre varios usuarios, el cual permite añadir eventos comunes.

Hightrack: Es un gestor de tareas online para organizar trabajos, gestiona mediante una agenda personal y permite establecer plazos de entrega.

WorkFlowy: Es una herramienta online, el cual se puede establecer trabajos colaborativos con tareas de forma visual. Los usuarios pueden aportar ideas y modificar, según sean los objetivos.

Symphonical: Al igual de Google Calendar; es un calendario virtual que actúa como una pizarra, en ello se pueden añadir tareas a través de notas adhesivas

multimedia. Permite la edición de trabajo colaborativo, enlazando con Google Hangouts para chatear o hacer videoconferencias. (AulaPlaneta, 2015).

2.3. Marco conceptual

Mypes: Las Mypes, más reconocidas como micro y pequeñas empresas, se refiera a la unidad económica, tanto natural como jurídica, cualquiera de su forma de organización, tiene como objeto principal desarrollar actividades de extracción, producción, comercialización y transformación de bienes o prestación de servicios.

Gestión de calidad: Se denomina gestión de calidad al conjunto de acciones que son planificadas para la proporción de confianza adecuada para que un producto o servicio tenga la satisfacción de los requisitos dados sobre la calidad.

TIC: Las TIC son el conjunto de tecnologías que gestionan la información, el cual se trasladan para enviar de un lugar a otro; generan soluciones para el almacenamiento de información, recuperan y procesan ésta para calcular resultados y elaborar informes.

Imprentas: Empresa dedicada al sector servicios que tiene por finalidad imprimir textos, figuras, marcas en papel u otro material similar, mediante un procedimiento digital

Comercio Electrónico: Es la actividad que dedica al uso del internet para realizar compras y ventas de determinados productos y/o servicios.

Competitividad: Es la aptitud que tiene la micro empresa en tener rentabilidad y destacar por encima de sus competidores

III. Hipótesis

La presente investigación “Las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2019”, es del tipo descriptivo, no se planeó la información de una hipótesis.

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

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

No experimental porque no se manipuló a la variable gestión de calidad, sino que se describió tal y como se presenta en las micro y pequeñas empresas.

Fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, estableciéndose un inicio y un fin en la investigación, específicamente un año, 2019.

Fue descriptivo porque sólo se describió las principales características de la variable Gestión de Calidad y a la herramienta administrativa de estudio las Tecnologías de Información y Comunicación en su contexto, las cuales son las Micro y Pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2019.

4.2. Población y muestra

Población:

La población del estudio estuvo constituida por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas, que se encuentran en el distrito de Chimbote de la provincia del Santa. Las cuales deben estar formalizadas (contar con RUC y licencia de funcionamiento de la municipalidad) sus clientes tantos internos como externos, las que deben cumplir con un perfil contemplado en la metodología propuesta.

Muestra:

La muestra estuvo conformada por 10 micro y pequeñas por el rubro imprentas del distrito de Chimbote de la provincia del Santa. Las cuales son las únicas que participaron y brindaron información para realizar el trabajo de investigación.

4.3. Definición y Operacionalización de variables e indicadores

Aspecto Complementario	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas.	Son las personas que dirigen o son los encargados de las empresas encuestadas.	Características de los Representantes	Edad	1. ¿Qué edad tiene?	Cuantitativa
			Género	2. ¿Cuál es su género?	Nominal
			Cargo	3. ¿Qué cargo desempeña?	
Aspecto Complementario	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Medición
Micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización empresarial contemplada en la legislación vigente.	Características de las Mypes	Años de permanencia	4. ¿Cuál es su tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?	Cuantitativo
			Número de trabajadores	5. ¿Cuál es su número de trabajadores?	
			Objetivo	6. ¿Cuál es su objetivo de creación de la empresa?	Nominal
Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Medición
Gestión de calidad	Son las actividades empresariales, bien planificadas y correctamente controladas, todo esto se	Características de la gestión de calidad	Gestión de calidad	7. ¿Conoce el término gestión de calidad?	Nominal
			Técnicas de gestión	8. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?	
			Rendimiento	9. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio?	

	realiza para obtener una calidad dentro de la empresa.				
Variable	Definición de variable	Dimensión	Indicadores	Ítems	Medición
TIC	Es el conjunto de tecnologías que gestionan la información, generan soluciones para el almacenamiento de información, recuperan y procesan ésta para calcular resultados y elaborar informes para la Mype	Características de las TIC	TIC	10. ¿Conoce las TIC?	Nominal
			Redes sociales	11. ¿Qué tipo de redes sociales implementa para realizar ventas y/o servicios?	
			Beneficio de TIC	12. ¿Qué beneficios cree que obtiene utilizando las TIC dentro de su empresa?	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de encuesta, para el recojo de la información de la investigación se aplicará un cuestionario estructurado de 12 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes:

Las 3 primeras preguntas están referidas a los datos de las características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas.

Las 3 siguientes preguntas están referidas a las características de las micro y pequeñas empresas.

Las 6 últimas preguntas están referidas a las variables acerca de las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro imprentas del distrito de Chimbote de la provincia del Santa.

El análisis de los datos se realizó mediante un análisis descriptivo.

4.5. Plan de análisis

Se aplicó las encuestas para determinar las características de los representantes de igual manera las características de las micro y pequeñas empresas en el sector servicios, rubro imprentas, y sobre las variables gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación, después se hizo el proceso de los resultados en el programa informático Microsoft Excel, donde se elaboró las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentajes estadísticamente para luego interpretarlos adecuadamente, de igual manera se aplicó el programa antiplagio Turnitin, donde se analizó la interpretación del proyecto de investigación.

4.6. Matriz de consistencia

Titulo	Problema	Objetivos	Variables	Metodología	Instrumento y procedimiento
<p>Las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2019</p>	<p>¿Cuáles son las principales características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de la calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2019?</p>	<p>Objetivo Principal Determinar las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2019.</p> <p>Objetivos Específicos Identificar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019. Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019. Describir las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019. Elaborar un plan de mejora en base a los resultados de la investigación de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.</p>	<p>Tecnología de Información y Comunicación</p> <p>Gestión de calidad</p>	<p>Diseño de la investigación - no experimental El tipo de la investigación - transversal Nivel de la investigación - descriptivo</p> <p>Población y muestra La población del estudio está constituida por 10 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro de imprentas, La muestra estuvo conformada por 10 micro y pequeñas por el rubro imprentas del distrito de Chimbote de la provincia del Santa.</p>	<p>Técnica: -Encuesta</p> <p>Instrumentos: -Cuestionario estructurado</p>

4.7. Principios éticos

En el presente trabajo se tendrá muy en cuenta la ética profesional del investigador para que se lleve una investigación de buena calidad.

Protección a las personas. La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

Libre participación y derecho a estar informado. Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

Beneficencia no maleficencia. Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia. El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

Integridad científica. La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Datos Generales	N	%
Edad		
18 a 30 años	1	10.00
31 a 50 años	8	80.00
51 a más años	1	10.00
Total	10	100.00
Género		
Masculino	9	90.00
Femenino	1	10.00
Total	10	100.00
Cargo		
Dueño	10	100.00
Administrador	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Datos Generales de la Empresa	N	%
Años de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	3	30.00
4 a 6 años	4	40.00
7 a más años	3	30.00
Total	10	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	10	100.00
Objetivo de creación de la empresa		
Generar ganancia	9	90.00
Subsistencia	1	10.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Tabla 3

Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Datos Generales de la Empresa	N	%
Conocimiento del término gestión de calidad		
Si	0	0.00
No	10	100.00
Tiene poco conocimiento	0	0.00
Total	10	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad conoce		
Benchmarking	0	0.00
Marketing	10	100.00
Empowerment	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
Gestión de calidad contribuye a la mejora del rendimiento del negocio		
Si	10	100.00
No	0	0.00
Total	10	100.00

Continúa...

Datos Generales de la Empresa	N	%
Conocimiento de las TIC		
Si	4	40.00
No	6	60.00
Tiene poco conocimiento	0	0.00
Total	10	100.00
Tipos de redes sociales que implementa para realizar ventas y/o servicios		
Facebook	5	50.00
WhatsApp	5	50.00
Instagram	0	0.00
Página Web	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	10	100.00
Beneficios que obtiene utilizando las TIC dentro de su empresa		
Incrementar las ventas	5	50.00
Hacer conocida a la empresa	5	50.00
Identificar las necesidades de los clientes		
Ninguna porque no utiliza	0	0.00
	0	0.00
Total	10	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a las características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019-

Tabla 4

Propuesta de mejora			
Problemas encontrados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
Existe una falta de compromiso de los representantes para implementar la gestión de calidad en sus micro empresas	Este poco conocimiento se debe a la falta de capacitaciones y talleres en los que se debe de aprender y así poder tener estudios superiores ya objetivo que es uno de los métodos para aprender más de esta variable.	Los gerentes al no contar con estudios superiores se han de capacitar en diversos cursos o talleres el cual les permita conocer más acerca de cómo utilizar de forma correcta la gestión de calidad.	Gerente o propietario.
Debido a la falta de calidad, los clientes no tienden a obtener un buen servicio generado por parte de la micro empresa a lo que se origina que el cliente no regrese al establecimiento.	Surge por la falta de un interés por la supervisión y mala gestión de calidad	Designar un personal responsable con experiencia y conocimiento en normas de gestión de calidad.	Gerente o propietario.
Debido a la falta de conocimiento de las tecnologías de información y comunicación por parte de subordinados por lo que se genera una insatisfacción y una pérdida de la fidelidad del cliente.	La falta de capacitaciones por parte de los representantes de dichas empresas.	Integrar a todos los miembros de cada área en capacitaciones y talleres para una mejor percepción.	Gerente o propietario.

<p>Por la falta de una educación básica se genera un mal uso de herramientas TIC</p>	<p>Esto es causa de los propios representantes, quienes algunos no tuvieron la oportunidad de tener estudios superiores basados en tecnologías de información y comunicación, asimismo no tomaron un interés por tener ciertas capacitaciones,</p>	<p>Se debe concientizar la importancia de poder contar con estudios basados en tecnologías, ya que éstas se innovan día a día, el cual les permitirá aumentar el conocimiento de poder hacer crecer una empresa, usando diversas herramientas.</p>	<p>Gerente o propietario.</p>
<p>Debido a la falta de factores que existen, los representantes de dichos rubros no toman medidas ni estrategias para una buena satisfacción, fidelización y manejo del servicio.</p>	<p>Esto se debe a que existe factores por lo que los representantes de dichos rubros no toman medidas ni estrategias para un buen manejo del servicio al cliente.</p>	<p>Se ha de implementar tipos de estrategia para un buen manejo de atracción al rubro, por ejemplo, innovar en sistemas publicitarios, promociones, sitios web, entre otros.</p>	<p>Gerente o propietario.</p>

Resumen de plan de mejora elaborado en base a los resultados de la investigación

Fuente: Elaboración propia con datos recogidos sobre las características de los representantes de la tecnología de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019. (Tabla 1, 2 y 3)

5.2. Análisis de resultados y discusión

Referente a las características de los representantes de las MYPE

Edad de los representantes: El 80.00% de los representantes encuestados tienen una edad de 31 a 50 años (Tabla 1), lo cual contrasta Morales (2018), quien en su investigación encontró que el 84.00% tienen una edad mayor a 30 años, de igual manera Díaz (2016), quien en su investigación detalla que el 75.00% de los representantes tienen una edad que oscila entre 31 y 50 años y Espinoza (2018) dice que el 44.4% de los microempresarios de las mypes son jóvenes de 29 a 39 años de edad, lo cual da evidencia a que apuestan por nuevos emprendimientos liderados por jóvenes empresarios.

Género de los representantes: El 90.00% de los encuestados son del género masculino (Tabla 1), lo cual manifiesta Morales (2018) quien en su investigación consta que el 100.00% son del género masculino de igual manera Espinoza (2018) quien en su investigación encontró que el 66.67% de los encuestados son también del género masculino.

Cargo de los representantes: El 100.00% de los representantes encuestados son dueños de las micro y pequeñas empresas (Tabla 1); respecto a Morales (2018), quien en su investigación detalla que el 88.00% de los encuestados son encargados de la micro empresa, por lo contrario, Espinoza (2018), consta que la totalidad de los representantes son dueños de la micro empresa.

Referente a las características de las MYPES

Tiempo de permanencia en la empresa: El 40.00% de los encuestados tienen una edad de permanencia en el rubro que oscila entre 0 a 3 años (Tabla 2), lo cual corrobora Díaz (2016) quien en su investigación encontró que el 100.00% tienen entre 1 a 5 años de permanencia en el rubro, de otra forma Espinoza (2018) reconoce que el 44.4% de las micro empresas están en el mercado de 4 a 6 años.

Número de trabajadores: El 100.00% de los encuestados disponen de 1 a 5 trabajadores en su empresa (Tabla 2), lo cual corrobora Díaz (2016), quien en su investigación también encontró que el 100% del total de empresarios encuestados

cuenta con 1 a 5 trabajadores, de igual manera Sandoval (2015), nos detalla que en la empresa encuestada en su investigación consta de 1 a 5 trabajadores. Esto nos demuestra que la gran mayoría de las micro empresas disponen de esa cantidad de trabajadores.

Objetivo de creación de la empresa: El 90.00% de los encuestados detallan que su objetivo principal es el generar ganancia (Tabla 2). En diferente forma Padilla (2015) nos dice que el 100.00% se encuentra identificado con los objetivos y metas propuestos por la empresa Esto determina que por mayoría tiene como objetivo este propósito, y no por subsistencia en la micro y pequeña empresa.

Referente a la variable de la Gestión de Calidad

Sobre el conocimiento de la gestión de calidad: El 100.00% de los encuestados no tienen conocimiento sobre el término gestión de calidad (Tabla 3). Por lo consiguiente Espinoza (2018), nos dice que el 44.44% están comprometidos con la gestión de calidad, de diferente forma Morales (2018), detalla que por mayoría conoce la gestión de calidad y su proceso, de igual forma Padilla (2015), nos dice que la totalidad distinguen la gestión de calidad en las mypes.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: El 100.00% de los encuestados indican que conocen el Marketing como técnica de la gestión de calidad (Tabla 3). Esto nos da a conocer que en las micro y pequeñas empresas desconocen diferentes técnicas, así como también la gestión de calidad en general.

Gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio: La totalidad de los encuestados datan que la gestión de calidad mejora el negocio (Tabla 3). Padilla (2015), nos da a conocer en su investigación que los representantes de las micro y pequeñas empresas conocen bien la gestión de calidad y además creen que tiene referencia al mejoramiento a plenitud de su negocio.

Conocimiento de las TIC: El 60.00% de los encuestados consideran que no conocen las Tecnologías de Información y Comunicación (Tabla 3). Torres & Jaimes (2015), nos dice en su investigación que las micro y pequeñas empresas emplean las TIC como parte de sus procesos, esto contrasta con Espinoza (2018), quien asegura en

su investigación que los microempresarios, conocen las TIC, pero no están de acuerdo que sean necesarias en su negocio, de diferente forma Morales (2018), constan que la mayoría de los representantes tienen alguna capacitación sobre las TIC.

Sobre el tipo de redes sociales que implementa: El 50.00% de los encuestados utiliza Facebook como red social para realizar ventas y/o servicios, el otro 50.00% utilizan Whatsapp como implemento para realizar ventas y/o servicios (Tabla 3), esto demuestra que por mayoría conocen las redes sociales y saben cómo implementarlo en el negocio como método productivo.

Beneficios que obtiene utilizando las TIC dentro de su empresa: El 50.00% de los encuestados dicen que los beneficios más equivalentes es el incremento de las ventas y el 50.00% constan que el beneficio más importante de las TIC sería el hacer conocida la empresa, ya sea por medio de redes sociales o páginas de internet. Espinoza (2018) contrasta que no son necesarias las TIC dentro de su empresa, de diferente forma Morales (2018), están capacitados plenamente para utilizar las tecnologías de información y comunicación para el beneficio de la empresa.

Plan de Mejora

1. Datos generales

- a) **Organización:** Imprentas
- b) **Dirección:** Distrito de Chimbote

2. Misión

Ser una empresa dedicada al rubro de imprentas, el cual de la satisfacción a cualquier tipo de necesidad de impresión, en rapidez, calidad y sobre todo eficacia que los clientes requieran, siempre con el apoyo de los trabajadores y la tecnología que nos respalda.

3. Visión

Ser la imprenta líder a nivel nacional, ser reconocida por el nivel de excelencia y maquinaria, manteniendo la satisfacción de los colaboradores y clientes, para que nos permita una continuidad eficiente y sobre todo seguir creciendo para disponer de nuevos mercados.

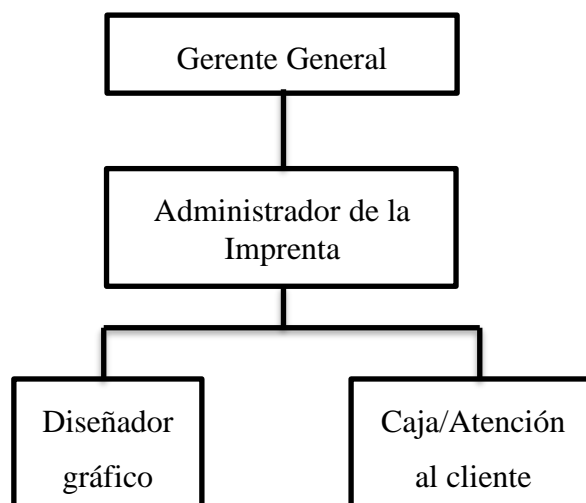
4. Objetivo Empresariales

- Dar a conocer los servicios que se imprimen y adecuarlos a las necesidades de los clientes.
- Crear una cultura una continuidad de calidez de estándares de servicio.
- Superar el presupuesto de negocios planeados.

5. Servicios

- Papel
- Fotocopiadoras
- Impresoras
- Gigantografías

6. Organigrama



6.1.Descripción de funciones

Cargo	Gerente General
Perfil	Licenciado en Administración de empresas, con buena aptitud, proactivo, con experiencia y conocimiento en el rubro.
Funciones	Su función será planificar, organizar, dirigir y controlar el surgimiento de la empresa y lograr su posicionamiento en el mercado, logrando ser una empresa reconocida; además debe liderar a todo su talento humano que trabaje en la empresa.

Cargo	Administrador de la Imprenta
Perfil	Licenciado en Administración
Funciones	Sensibilizar y capacitar el control, elaborar plan de trabajo y ejecutar acciones internamente dentro de la empresa

Cargo	Diseñador gráfico
Perfil	Estudio técnico en diseño gráfico y/o publicitario

Funciones	Su función será hacerse cargo de los diseños que requieran los clientes y así mismo se hará cargo de la maquinaria.
------------------	---

Cargo	Caja / Atención al Cliente
Perfil	Capacitado para realizar una buena atención al cliente, con conocimiento de la oferta local y una adecuada gestión de recurso y tiempos.
Funciones	Facilitar la experiencia de los clientes por medio del servicio, asimismo se hará cargo de las cobranzas y/o pedidos en general

6.2. Diagnóstico Empresarial

	FORTALEZA	DEBILIDADES
MATRIZ DE LA ESTRATEGIA FODA	<ul style="list-style-type: none"> -Cuentan con un personal experto en cada área que uno ejerce. -Excelente calidad del servicio. -Excelente servicio al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de capacitaciones de los empleados. -Alto pago por el alquiler de los locales. - Un mal posicionamiento del local.
OPORTUNIDADES	F-O	D-O
<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciarse de la competencia en redes sociales. - Innovación y creación de diferentes afiches, promociones web, para llamar la atención al público. - Altos ingresos. 	Desarrollo de modelos estratégicos en innovación de nuevas tecnologías, con el apoyo de un personal experto.	Una capacitación a empleados para que puedan dominar el servicio y así puedan ofrecer una mejor calidad a los nuevos clientes que ingresen.
AMENAZAS	F-A	D-A
<ul style="list-style-type: none"> - Delincuencia. -Incremento de precios. 	Ofrecer una alta calidad de productos con una excelente	Adquirir un local propio, para eliminar los pagos mensuales

-Incremento de competencia.	de	manejo de las TIC, para poder permitir diferenciar la competencia.	de los alquileres, lo cual ayudara a estará económicamente preparados para los incrementos de la materia.
-----------------------------	----	--	---

7. Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación de los Indicadores dentro de la Mype
Conocimiento del término gestión de calidad	Existe una falta de compromiso de los representantes para implementar la gestión de calidad en sus empresas de imprenta.
Conocimiento de Tecnologías de información y comunicación	Debido a la falta de conocimiento de las tecnologías de información y comunicación por parte de subordinados por lo que se genera una insatisfacción y una pérdida de la fidelidad del cliente.
Aplicación de servicio a sus clientes	Debido a la falta de experiencia por parte de los subordinados, los clientes no tienden a obtener un buen servicio generado por parte de la empresa a lo que se origina una mala atención y que el cliente no regrese al establecimiento.
Grado de instrucción de los representantes	Por la falta de una educación regular se genera un mal uso de herramientas tecnológicas y comunicativas, por lo cual se genera un deficiente recurso y servicio, por un mal profesionalismo
Logros de la atención al servicio	Debido a la falta de factores que existen, los representantes de dichos rubros no toman medidas ni estrategias con el personal para que ellos tengan un buen manejo en los servicios realizados.

8. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Conocimiento del término	Existe una falta de compromiso de los representantes para implementar la gestión de calidad en sus empresas de imprenta.	Este poco conocimiento se debe a la falta de capacitaciones y talleres en los que se debe de aprender y así

gestión de calidad		poder tener estudios superiores ya objetivo que es uno de los métodos para aprender más de esta variable.
Conocimiento de Tecnologías de información y comunicación	Debido a la falta de conocimiento de las tecnologías de información y comunicación por parte de subordinados por lo que se genera una insatisfacción y una pérdida de la fidelidad del cliente.	Surge por la falta de un interés por la supervisión y mala gestión de calidad
Aplicación de servicio a sus clientes	Debido a la falta de experiencia por parte de los subordinados, los clientes no tienden a obtener un buen servicio generado por parte de la empresa a lo que se origina una mala atención y que el cliente no regrese al establecimiento.	La falta de capacitaciones por parte de los representantes de dichas empresas.
Grado de instrucción de los representantes	Por la falta de una educación regular se genera un mal uso de herramientas tecnológicas y comunicativas, por lo cual se genera un deficiente recurso y servicio, por un mal profesionalismo	Esto es causa de los propios representantes, quienes algunos no tuvieron la oportunidad de tener estudios superiores basados en tecnologías de información y comunicación, asimismo no tomaron un interés por tener ciertas capacitaciones,
Logros de la atención al servicio	Debido a la falta de factores que existen, los representantes de dichos rubros no toman medidas ni estrategias con el personal para que ellos tengan un buen manejo en los servicios realizados.	Esto se debe a que existe factores por lo que los representantes de dichos rubros no toman medidas ni estrategias para un buen manejo del servicio al cliente.

9. Establecer soluciones

9.1. Estableces acciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Conocimiento del término gestión de calidad	Existe una falta de compromiso de los representantes para implementar la gestión de calidad en sus empresas de imprenta.	Los gerentes al no contar con estudios superiores se han de capacitar en diversos cursos o talleres el cual les permita conocer más acerca de cómo utilizar de forma correcta la gestión de calidad.
Conocimiento de Tecnologías de información y comunicación	Debido a la falta de conocimiento de las tecnologías de información y comunicación por parte de subordinados por lo que se genera una insatisfacción y una pérdida de la fidelidad del cliente.	Designar un personal responsable con experiencia y conocimiento en normas de gestión de calidad.
Aplicación de servicio a sus clientes	Debido a la falta de experiencia por parte de los subordinados, los clientes no tienden a obtener un buen servicio generado por parte de la empresa a lo que se origina una mala atención y que el cliente no regrese al establecimiento.	Integrar a todos los miembros de cada área en capacitaciones y talleres para una mejor percepción.
Grado de instrucción de los representantes	Por la falta de una educación regular se genera un mal uso de herramientas tecnológicas y comunicativas, por lo cual se genera un deficiente recurso y servicio, por un mal profesionalismo	Se debe concientizar la importancia de poder contar con estudios basados en tecnologías, ya que éstas se innovan día a día, el cual les permitirá aumentar el conocimiento de poder hacer crecer una empresa, usando diversas herramientas.
Logros de la atención al servicio	Debido a la falta de factores que existen, los representantes de dichos rubros no toman medidas ni estrategias con el personal para que ellos tengan un buen manejo en los servicios realizados.	Se ha de implementar tipos de estrategia para un buen manejo de atracción al rubro, por ejemplo, innovar en sistemas publicitarios, promociones, sitios web, entre otros.

9.2. Estrategias que se desean implementar

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Los gerentes al no contar con estudios superiores se han de capacitar en diversos cursos o talleres el cual les permita conocer más acerca de cómo utilizar de forma correcta la gestión de calidad.	La falta de compromiso por parte de la gerencia.	6 meses	Excelente servicio y optimización de los recursos, mediante una adecuada gestión de calidad.	Programar y realizar reuniones laborales, para dar a conocer sobre las ventajas que se tiene al aplicar una correcta gestión de calidad.
2	Designar un personal responsable con experiencia y conocimiento en normas de gestión de calidad.	La falta de responsabilidad de los representantes y miembros de la empresa.	6 meses	Una mejor satisfacción, atención, y fidelización laboral por parte de los trabajadores	Usar estándares de medición a los trabajadores de la empresa.
3	Integrar a todos los miembros de cada área en capacitaciones y talleres para una mejor percepción.	Falta de compromiso de todo el personal de servicio de la empresa.	8 meses	Conocer que Trabajadores y en qué área de servicios tienen dificultades	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa
4	Se debe concientizar la importancia de poder contar con estudios basados en tecnologías, ya que éstas se innovan día a día, el cual les permitirá aumentar el conocimiento de poder hacer crecer una empresa, usando diversas	El desinterés por un estudio básico y universitarios por parte de los representantes.	6 meses	Trabajadores productivos y con conocimiento en nuevas herramientas tecnológicas y comunicativas en el nivel de competitividad de la empresa.	Evaluar constantemente al personal, para tomar decisiones de mejora basados en herramientas TIC.

	herramientas.				
5	Se ha de implementar tipos de estrategia para un buen manejo de atracción al rubro, por ejemplo, innovar en sistemas publicitarios, promociones, sitios web, entre otros.	Falta de interés en conocimiento estratégico para los logros establecidos.	6 meses	Una productividad y sustentabilidad en el futuro laboral.	Potenciar las habilidades de los colaboradores mediante capacitaciones.

9.3. Recursos para la implementación de estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Programar y realizar reuniones laborales, para dar a conocer sobre las ventajas que se tiene al aplicar una correcta gestión de calidad.	Administrador	s/.1400 mensuales	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo	6 meses
2	Usar estándares de medición a los trabajadores de la empresa.	Alta dirección y administrador	s/. 1400 mensual	Local, materiales y tiempo	8 meses
3	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa	Alta dirección y administrador	s/.1600 mensuales	materiales, equipos, tiempo	6 meses

4	Evaluar constantemente al personal, para tomar decisiones de mejora basados en herramientas TIC.	Alta dirección y administrador	s/.1600 mensuales	materiales, equipos, tiempo	6 meses
5	Potenciar las habilidades de los colaboradores mediante capacitaciones.	Administrador	s/.1600 mensual	Materiales equipos, tiempo	6 meses

10. Cronograma de actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Enero - Diciembre
1	Programar y realizar reuniones laborales, para dar a conocer sobre las ventajas que se tiene al aplicar una correcta gestión de calidad.	01-01-20	30-06-20	
2	Usar estándares de medición a los trabajadores de la empresa.	01-01-20	30-08-20	
3	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa	01-01-20	30-06-20	
4	Evaluar constantemente al personal, para tomar decisiones de mejora basados en herramientas TIC.	01-01-20	30-06-20	
5	Potenciar las habilidades de los colaboradores mediante capacitaciones.	01-01-20	30-06-20	

VI. Conclusiones

Finalizada la investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

La mayoría de los representantes legales (80.00%) de los encuestados tienen una edad que oscila entre 31 a 50 años, la mayoría son del género masculino (90%), y el (100.00%), son dueños de la micro y pequeña empresa.

Las micro y pequeñas empresas disponen una edad promedio de permanencia en el rubro entre 0 a 3 años (30.00%) y entre 4 a 6 años (40%), la mayoría cuenta con un número de 1 a 5 trabajadores (90.00%); asimismo también el (90.00%), creen que el objetivo de la creación de la empresa es el generar ganancia

Las características de las micro y pequeñas empresas fomentan que el (100.00%) no conocen el término gestión de calidad, y conocen el Marketing como técnica moderna de la gestión de calidad, asimismo si constan que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento de su negocio; el (60.00%) no tienen conocimiento pleno sobre las tecnologías de información y comunicación, en lo consiguiente si conocen las redes sociales para realizar ventas y/o servicios utilizando medios como son Facebook (50.00%) y Whatsapp (50.00%), asimismo los beneficios que obtienen utilizando las TIC en su negocio sería el incremento de ventas (50.00%) y hacer conocida la empresa (50.00%).

Recomendaciones:

Implementar a los representantes legales que sigan preparándose e inicien sus estudios superiores enfocados a la administración de empresas para realizar mejores gestiones en sus respectivos negocios. También recomendar a asistir o escuchar capacitaciones basados en las herramientas TIC para un mejor cambio en su micro empresa mejorar su experiencia y mejorar su servicio empleado día a día.

Sugerir a la micro y pequeña empresa invertir y trabajar con capital propio como financiero, para innovar de manera constante las instalaciones del local para mejorar la experiencia del cliente, así como en capacitaciones, de esta manera se evitará esperar mucho tiempo hasta que el dueño genere ingresos y así no perder a los clientes. También implementar una visión y una misión para que los trabajadores se sientan comprometidos con el propósito de la empresa a corto y a largo plazo y así posicionarse en el mercado.

Encomendar con la implementación de nuevas tecnologías para una mejor innovación dentro de la empresa, para ello se deberá capacitar de manera esencial para que las mypes se diferencien de las demás, con una gestión personalizada que garantizará la fidelización del mejor funcionamiento. De igual manera influir más en la comunicación verbal y virtual, efectuando reuniones entre todos los miembros de la empresa para corregir errores y conseguir un mejor servicio dentro de la misma.

Referencias Bibliográficas

- Albarracín, E. J. G., Erazo, S. C. R., & Palacios, F. C. (2014). *Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas*. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 355-364. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001557>
- AulaPlaneta. (2015). *25 herramientas TIC para aplicar el aprendizaje colaborativo en el aula y fuera de ella*. Recuperado de: <https://www.aulaplaneta.com/2015/07/14/recursos-tic/25-herramientas-tic-para-aplicar-el-aprendizaje-colaborativo-en-el-aula-y-fuera-de-ella-infografia/>
- Bardales, E. (2018). *Las mypes y las TIC: mitos y verdades sobre su uso y efectos para las empresas*. Recuperado de: <https://gestion.pe/tecnologia/mypes-tic-mitos-verdades-efectos-empresas-233245>
- Cabrera Berrezueta, B. (2017). *Resultados de la estrategia pedagógica para el mejoramiento del desempeño profesional pedagógico de los docentes, con el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación (TIC)*. *Revista Cubana de Educación Superior*, 36(1), 30-37. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142017000100003
- Carballo, S. (2011). *EOI 20 Años innovando en calidad*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=TR1qNXhCa9QC&printsec=copyright&source=gbs_pub_info_r#v=onepage&q&f=false
- Del Vasto, P. M. H. (2015). *Influencia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en el proceso enseñanza-aprendizaje: una mejora de las competencias digitales*. *Revista Científica General José María Córdova*, 13(16), 121-132. Recuperado de: <https://revistacientificaesmic.com/index.php/esmic/article/view/34/449>
- Díaz, M. H. (2013). *Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2013*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Esperanza (2014). *T.I.C.* Recuperado de: http://serviclienteayuda.blogspot.com/p/inicio_11.html

- Espinoza, S. L. (2018). *Gestión bajo el enfoque de uso de las tic, en las mypes del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, ciudad de Pucallpa, año 2018*. Recuperado de: file:///C:/Users/PC/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual.pdf
- Fandos, M. (2003). *Formación basada en las Tecnologías de la Información y Comunicación: Análisis didáctico del proceso de enseñanza-aprendizaje*. Recuperado de: https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8909/Etesis_1.pdf
- García, M. L. S., & Sánchez, B. T. (2013). *El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME)*. *Enlace: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 10(1), 85-104. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4334695>
- Gil, I., Ruiz, M., Calderón, H. (2009). *La influencia de las tic en la satisfacción del cliente en el comercio minorista*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/html/205/20511993004/>
- Gorraiz, P. (2011). *Las TICs en la gestión de calidad*. Recuperado de: <https://www.eoi.es/blogs/20calidad/2011/11/07/las-tics-en-la-gestion-de-calidad/>
- Gutiérrez, J. L. G. (2013). *Perfil de la planificación y organización de las tecnologías de información y comunicación en la universidad*. In *Crescendo*, 4(2), 269-284. Recuperado de: <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/4>
- Hernández, G. (2009). *PERU Tecnología de Información y Comunicaciones en las Empresas 2006-2007*. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0877/libro.pdf
- Hidalgo Arias, M. C., Proaño Pérez, C. E., & Sandoval Cárdenas, M. V. (2011). *Evaluación del uso de las tics en el desempeño de las PYMES ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Latacunga (Master's thesis, LATACUNGA/ESPE/2011)*. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/4628>
- Lázaro Robles, C. L. (2018). *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*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4778>
- León, J. C., & Urbina, E. C. (2017). *Tecnologías de Información y Comunicación y su Incidencia en La Competitividad de las MYPEs de Calzado del Distrito El Porvenir*. *Revista Ciencia Y Tecnología*, 12(3), 255-271. Recuperado de: <http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/1497>
- Martin, J. (2012). *TIC en sistemas de gestión de clientes (CRM)*. Recuperado de: <http://diarium.usal.es/mbadefitic/2012/02/27/tic-en-sistemas-de-gestion-de-clientes-crm/>
- Melian S., Bulchand J. (2014). *El uso de las TIC para mejorar el rendimiento de los hoteles*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/134670_uso-tic-mejorar-rendimiento-hoteles.html
- Morales J. A. (2018). *Gestión de calidad con uso de tecnologías de información y comunicación (tic) en los almacenes en las micro y pequeñas empresas del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/signa/biblioteca/virtual/?dom=01&mod=019&i=01019001#>
- Muñoz Arroyo, M. I. (2017). *Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana–año 2016*. Recuperado de: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/6662>
- Negocios Electrónicos. (2012). *La práctica de los negocios electrónicos*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/wikiactividades/temas/lapracticadelosnegocioselectronicos?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>
- Padilla Orbegoso, M. A. (2015). *Estrategías de endomarketing y la satisfacción del cliente externo de multiservicios JAPY SAC en el distrito de Trujillo*. Recuperado de: http://www.dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/968/padillaorbegoso_marco.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paulise L. (2015). *Cuál es el impacto de las TIC en las pequeñas empresas, Movistar Telefónica*. Recuperado de: <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/impacto-tic-pequenas-empresas/>

- Ramírez Vela, J. H., & Villarreal Guzmán, J. O. (2015). Gastos deducible y no deducible y su incidencia en la situación económica y financiera de la empresa Multiservicios Ticola SAC, periodo 2012-2013. Recuperado de: <http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/1899/ITEM%4011458-637.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ruiz, M., & Irene, Y. (2016). *Caracterización del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio–rubro abastecimiento de equipos de cómputo–Chimbote, 2014*. Recuperado de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1040>
- Sandoval, J. R. (2015). *Caracterización de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del Perú: el caso de la empresa inversiones y servicios Saldaña E.I.R.L. de Chimbote, 2013*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>
- Scheel Mayenberger, C., & Rivera González, Á. (2009). *Utilización de las TIC y su impacto en la competitividad de las empresas latinoamericanas.. Universidad & Empresa, 11(16), 71-93*. Recuperado de: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/1070>
- Torres Velandia, S. Á., & Jaimes Cruz, K. (2015). Producción de conocimiento mediado por TIC: cuerpos académicos de tres universidades públicas estatales de México. *Sinéctica*, (44), 1-16. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-109X2015000100003&script=sci_arttext&tlng=pt

Anexos

Anexo 1

ESQUEMA DEL CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes		Mes		Mes		Mes		Mes		Mes		Mes			
		1	4	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del 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				X												
5	Mejora del marco teórico y metodológico					X	X	X		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										X						
10	Análisis e interpretación de los resultados											X					

11	Redacción del informe preliminar												X				
12	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X				
13	Aprobación del Informe Final de la tesis por el Jurado de Investigación													X	X		
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DE DESEMBOLSO (Estudiantes)			
Categoría	Base	Número % o	Total (S/.)
Suministros			
Impresiones	14.00	2	28.00
Fotocopias	6.00	4	24.00
Empastado	50.00	2	100.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	6.00	1	4.00
Lapiceros	3.00	1	4.00
Servicios			
Uso del Turnitin	50.00	2	100.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	150.00	1	150.00
Total de Presupuesto desembolsable	410.00		
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (UNIVERSIDAD)			
Categoría	Base	Número % o	Total (S/.)
Servicios			
Uso de internet (laboratorio de aprendizaje digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Recurso Humano			
Asesoría personalizada (05 horas por semana)	62.00	4	248.00
Total de Presupuesto no desembolsable	648.00		
TOTAL (S/.)	1,058.00		

Anexo 3**CUADRO DE SONDEO**

N°	Razón Social	Contribuyente
1	IMPRESA "AZUL CELESTE"	LOYOLA COBILLAN MARCIANO CARLOS
2	IMPRESA ACUARELLA	CHACON HUAMAN VICTOR MANUEL
3	IMPRESA Y SERVICIOS "PERU GRAFIK"	IMPRESA Y REPRESENTACIONES DESARROLLO SRL
4	IMPRESA MONCHERI	GRAFICA E IMPRESA D' SECZAR EIRL
5	IMPRESA "VITUCHO"	SANDOVAL IBAÑEZ JENNIFFER MIRIAM
6	IMPRESA Y REPRESENTACIONES DESARROLLO SRL	DE LA CRUZ GORDILLO JULIO CESAR
7	GRAFICA E IMPRESA D' SECZAR EIRL	LOYOLA COBILLAN MARCIANO CARLOS
8	IMPRESA VISAN	CHACON HUAMAN VICTOR MANUEL
9	IMPRESA MI SARITA	IMPRESA Y REPRESENTACIONES DESARROLLO SRL
10	IMPRESA JULIUS S.A.C.	IMPRESA JULIUS S.A.C.

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr. Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

El presente es para expresarle mi saludo, asimismo, hacer de su conocimiento que usted ha sido invitado a participar en el proceso de evaluación del presente instrumento de recolección de datos (cuestionario) para realizar investigación titulada:

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

En razón a ello se le alcanza el instrumento motivo de evaluación y un formato de validación que servirá para que usted pueda emitir su evaluación.

Siendo importante contar con la evaluación y aprobación de expertos para poder aplicar el instrumento (cuestionario) en mención, se ha considerado conveniente recurrir a usted, ante su profesionalismo para emitir su juicio de valor sobre la validez del instrumento.

Para efectos de su análisis adjunto los siguientes documentos:

- Carta de presentación.
- Instrumento de recolección de datos (Cuestionario)
- Ficha de validación del instrumento.

Expresándole mi consideración y estima personal me despido de usted, no sin antes agradecerle por anticipado la atención que se le brinde a la presente.

Atentamente:



DNI: 48870651

Código: 0111152074

VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

I. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:

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

II. TESISISTA

RODRÍGUEZ BOHÓRQUEZ, ÁLVARO ADRIÁN

III. DECISIÓN

Después de haber revisado los cuestionarios, se procedió a validarlos teniendo en cuenta la estructura, profundidad y coherencia de cada uno de ellos; por tanto, permite recoger información concreta y real de las variables en estudio, concluyendo su pertinencia y utilidad.

APROBADO: SI



Limo Vásquez Miguel Ángel

DNI N° 18215927

CLAD N° 04926

CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO APLICADO A LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPES
DEL SECTOR SERVICIO RUBRO IMPRENTAS
ENCUESTA PARA DETERMINAR LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO
DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

Mucho agradeceré su participación en la presente encuesta. La información que proporcione será utilizada con fines estrictamente pedagógicos.

Marcar con una X la respuesta elegida.

Encuestador: ÁLVARO ADRIÁN RODRÍGUEZ BOHÓRQUEZ

I. GENERALIDADES

REFERENTE A LOS REPRESENTANTES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

1. ¿Qué edad tiene?

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

2. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino

3. ¿Qué cargo desempeña?

- a) Dueño
- b) Administrador

REFERENTE A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS.

4. ¿Cuál es su tiempo de permanencia de la empresa en el rubro?

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

5. ¿Cuál es su número de trabajadores?

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

6. ¿Cuál es el objetivo de creación de la empresa?

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

GESTIÓN DE CALIDAD

7. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Marketing

- c) Empowerment
- f) Outsourcing
- g) otros

9. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio?

- a) Si
- b) No

REFERENTE A LAS TÉCNICAS ADMINISTRATIVAS: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

10. ¿Conoce las TIC?

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

11. ¿Qué tipo de redes sociales implementa para realizar ventas y/o servicios?

- a) Facebook
- b) WhatsApp
- c) Instagram
- d) Página Web
- e) Otro: _____

12. ¿Qué beneficios cree que obtiene 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.

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 6



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedará con una copia.

La presente investigación se titula: Las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2019. Y es dirigido por Rodríguez Bohórquez, Álvaro Adrián, investigador de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Incorporar las mejoras de los factores relevantes de las Tecnologías de Información y Comunicación directo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro imprentas, en la ciudad de Chimbote, 2019. Para ello se le invita a participar en la encuesta. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del docente tutor investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH Católica de Chimbote, Centurión Medina, Reinerio Zacarías al número de celular 980 259 211. Si desea podrá escribir al correo rcenturionm@uladech.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el comité de ética de la investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si esta de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Victor Manuel Chacon Huaman

Fecha: 05/10/2019

Correo Electrónico: chaconvictor1414@gmail.com

Firma del Participante:

Anexo 7

HOJA DE TABULACIÓN

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	De 18 a 30 años	I	1	10.00 %
	De 31 a 50 años	IIIIIIII	8	80.00 %
	De 51 a más años	I	1	10.00 %
	Total	I – IIIIIIIII – I	10	100.00 %
Genero	Masculino	IIIIIIII	9	90.00 %
	Femenino	I	1	10.00 %
	Total	IIIIIIII – I	10	100.00 %
Cargo que desempeña	Dueño	IIIIIIII	10	100.00 %
	Administrador			0.00 %
	Total	IIIIIIII	10	100.00 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	De 0 a 3 años	III	3	30.00 %
	De 4 a 6 años	III	4	40.00 %
	De 7 a más años	III	3	30.00 %
	Total	III – III – III	10	100.00 %
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIII	10	100.00 %
	6 a 10 trabajadores			0.00 %
	11 a más trabajadores			0.00 %
	Total	IIIIIIII	10	100.00 %
Objetivo de creación de la empresa	Generar ganancia	IIIIIIII	9	90.00 %
	Subsistencia	I	1	10.00 %
	Total	IIIIIIII – I	10	100.00 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Características de las tecnologías de información y comunicación como factor relevante en la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el término gestión de calidad	Si			0.00 %
	No	IIIIIIII	10	100.00 %
	Total	IIIIIIII	10	100.00 %
Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce	Benchmarking			0.00 %
	Marketing	IIIIIIII	10	100.00 %
	Empowerment			0.00 %
	Outsourcing			0.00 %
	Otros			0.00 %
	Total	IIIIIIII	10	100.00 %
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio	Si	IIIIIIII	10	100.00 %
	No			0.00 %
	Total	IIIIIIII	10	100.00 %
Conoce las TIC	Si	IIII	4	40.00 %
	No	IIII	6	60.00 %
	Tiene poco conocimiento		0	0.00 %
	Total	III – IIIII	10	100.00 %

Qué tipo de redes sociales implementa para realizar ventas y/o servicios	Facebook	IIII	5	50.00 %
	WhatsApp	IIII	5	50.00 %
	Instagram			0.00 %
	Página Web			0.00 %
	Otros			0.00 %
	Total	IIII – IIII	10	100.00 %
Que beneficios cree que obtiene utilizando las TIC dentro de su empresa	Incrementar las ventas	IIIII	5	50.00 %
	Hacer conocida a la empresa	IIII	5	50.00 %
	Identificar las necesidades de los clientes			0.00 %
	Ninguna porque no utiliza			0.00 %
	Total	IIII – IIII	10	100.00 %

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2019.

Anexo 8

FIGURAS

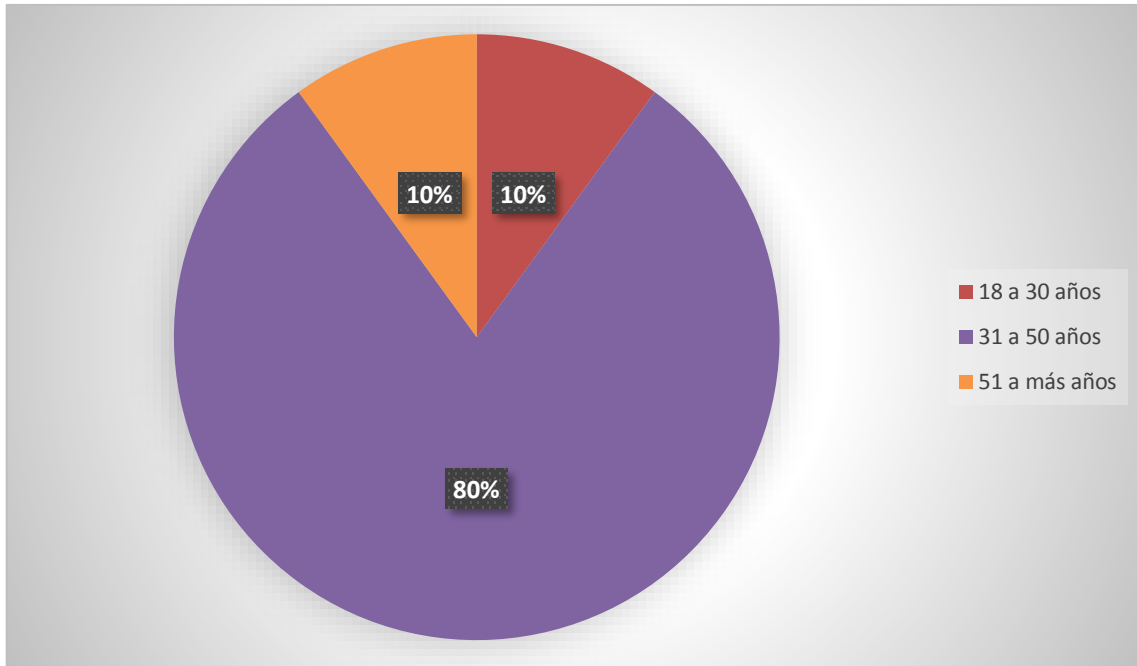


Figura 1. Edad

Fuente: Tabla 1

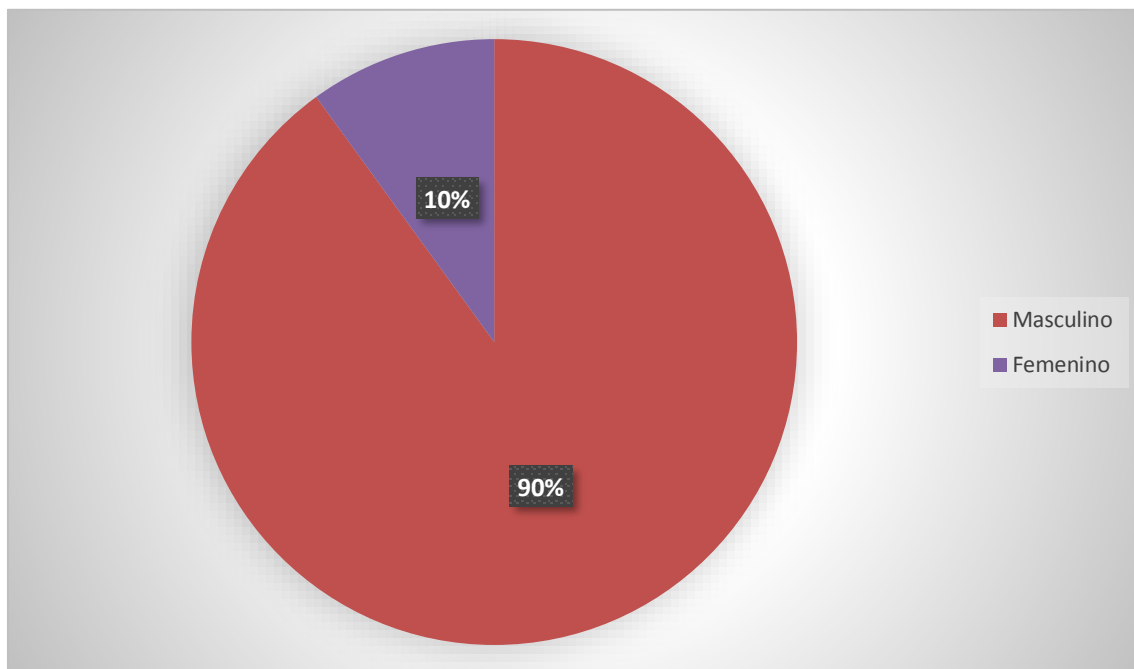


Figura 2. Genero

Fuente: Tabla 1

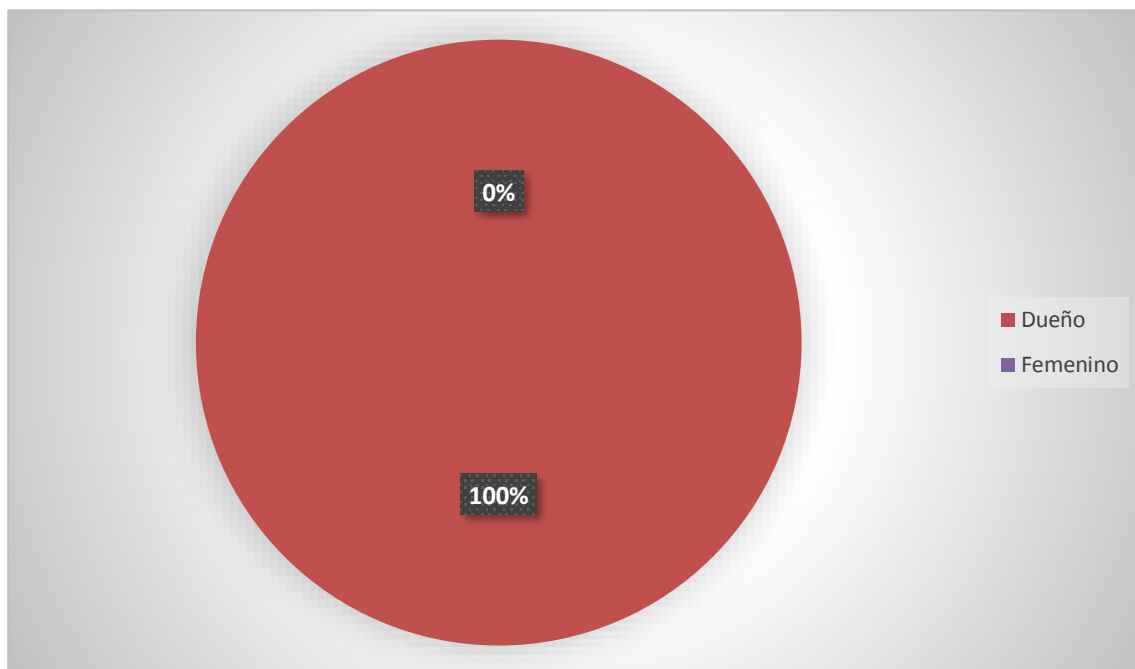


Figura 3. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

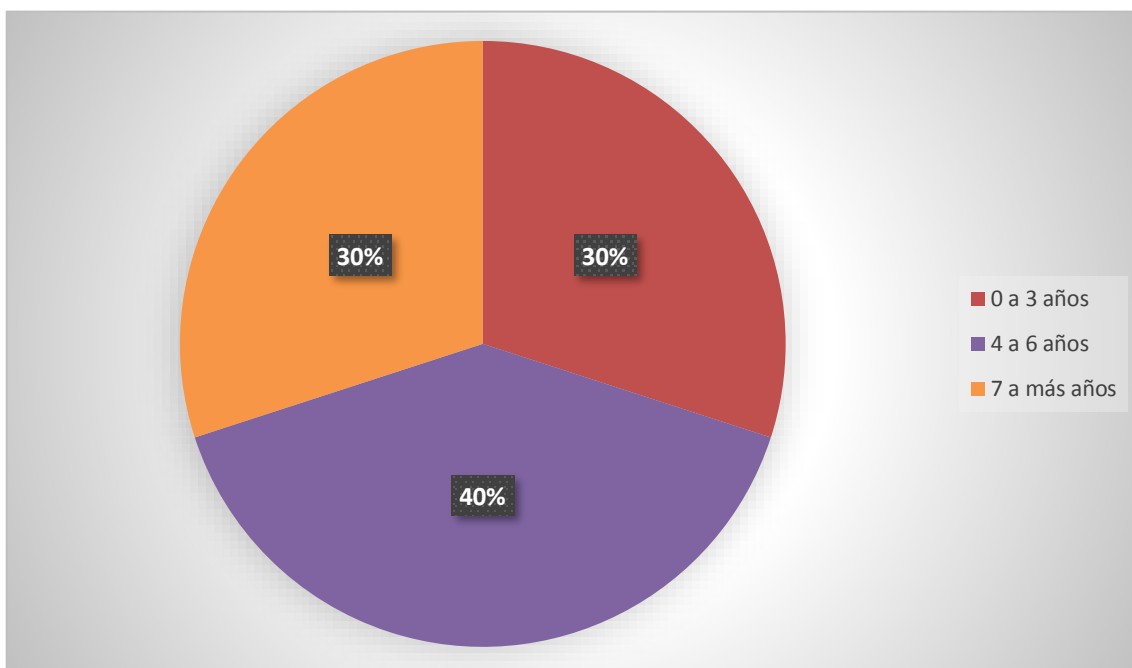


Figura 4. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente: Tabla 2

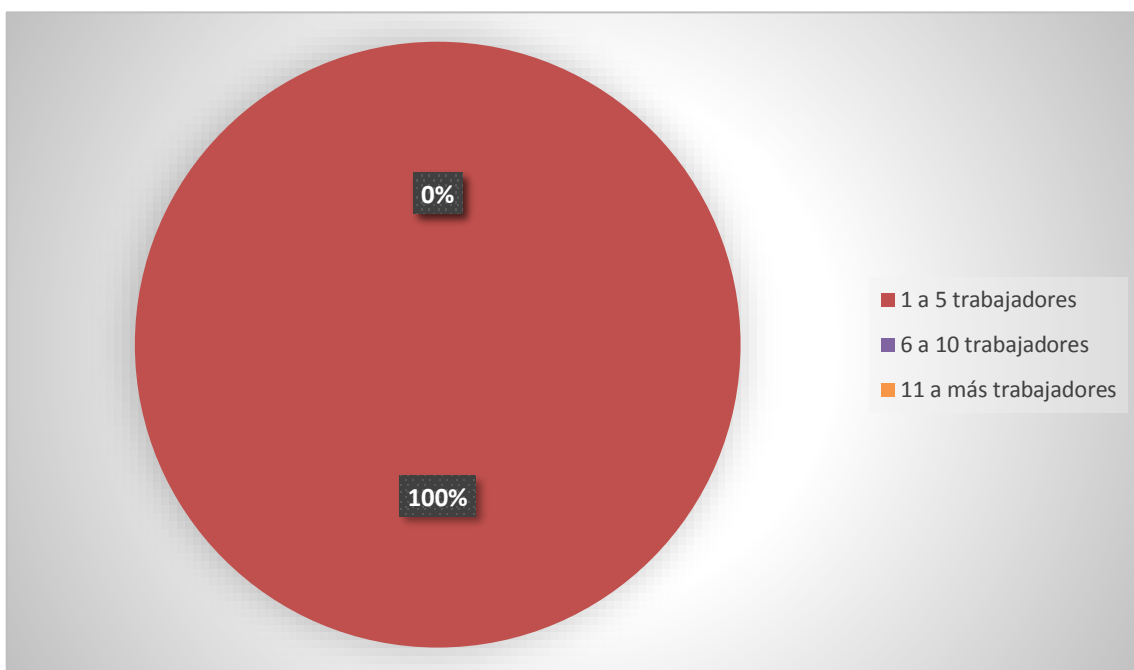


Figura 5. Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

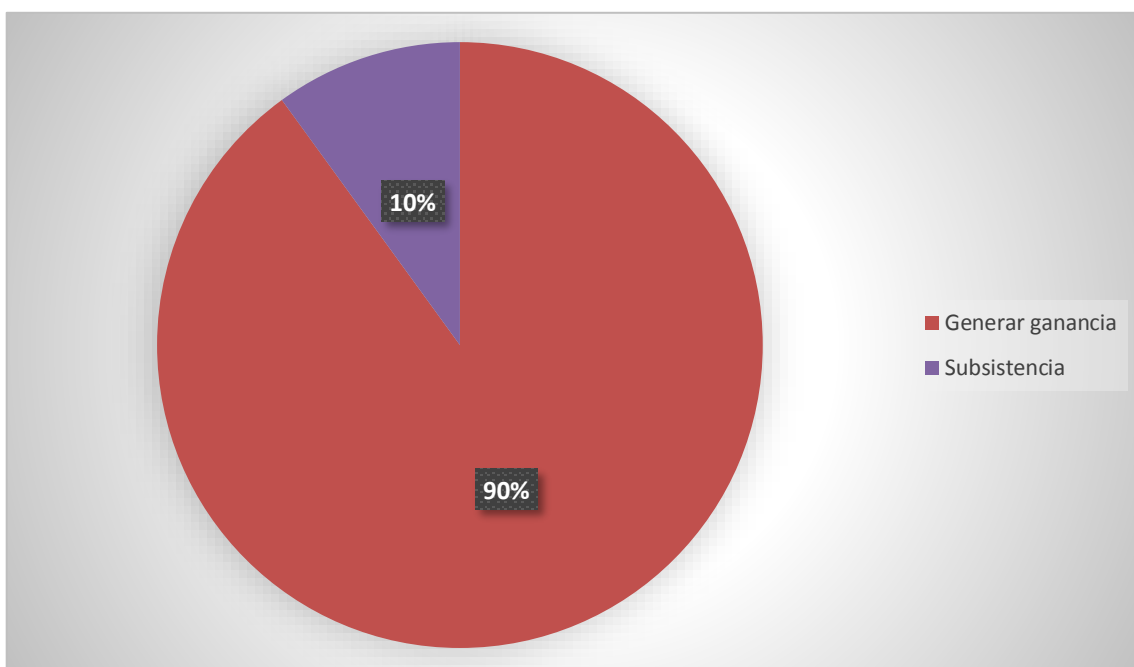


Figura 6. Objetivo de creación de la empresa

Fuente: Tabla 2

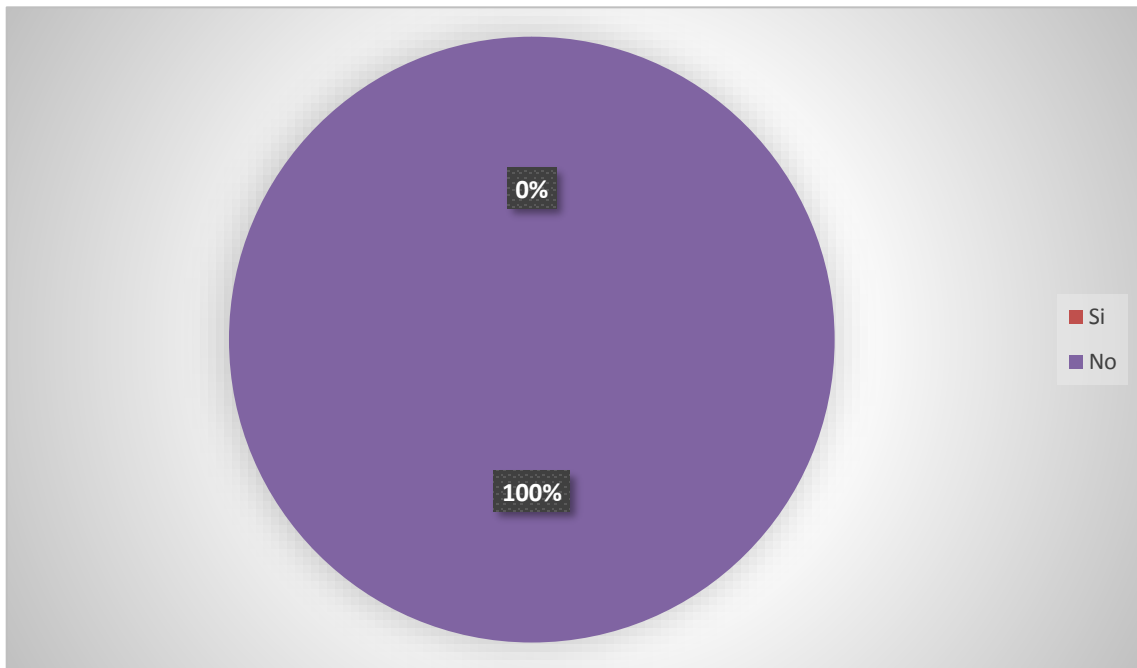


Figura 7. Conocimiento de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

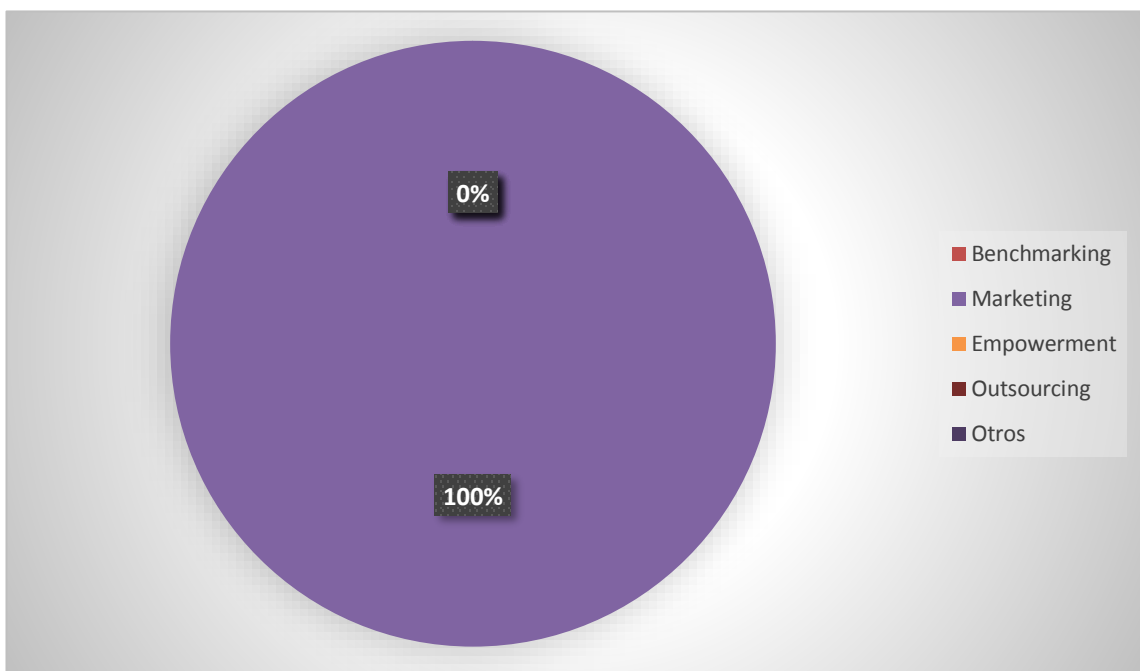


Figura 8. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce

Fuente: Tabla 3

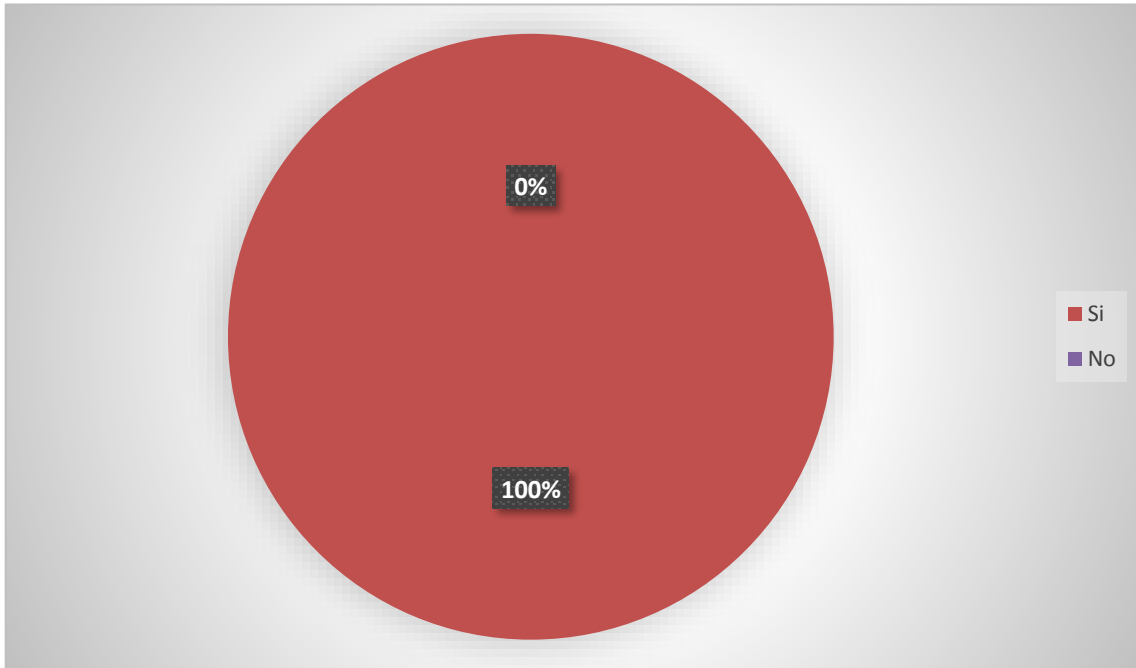


Figura 9. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de su negocio

Fuente: Tabla 3

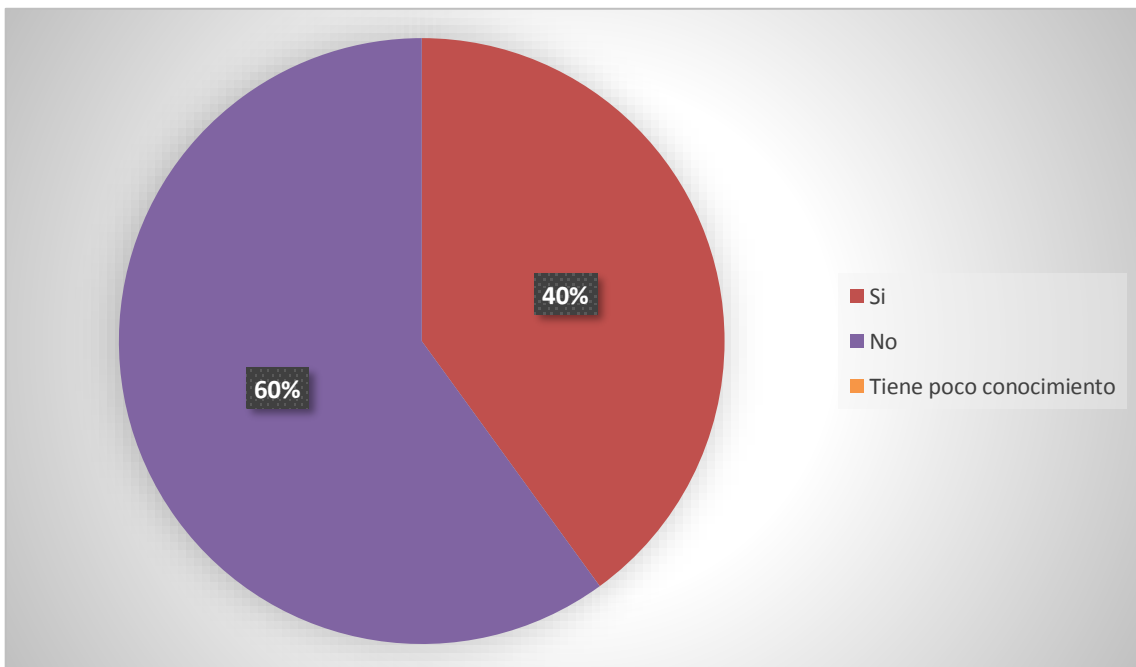


Figura 10. Conoce las TIC

Fuente: Tabla 3

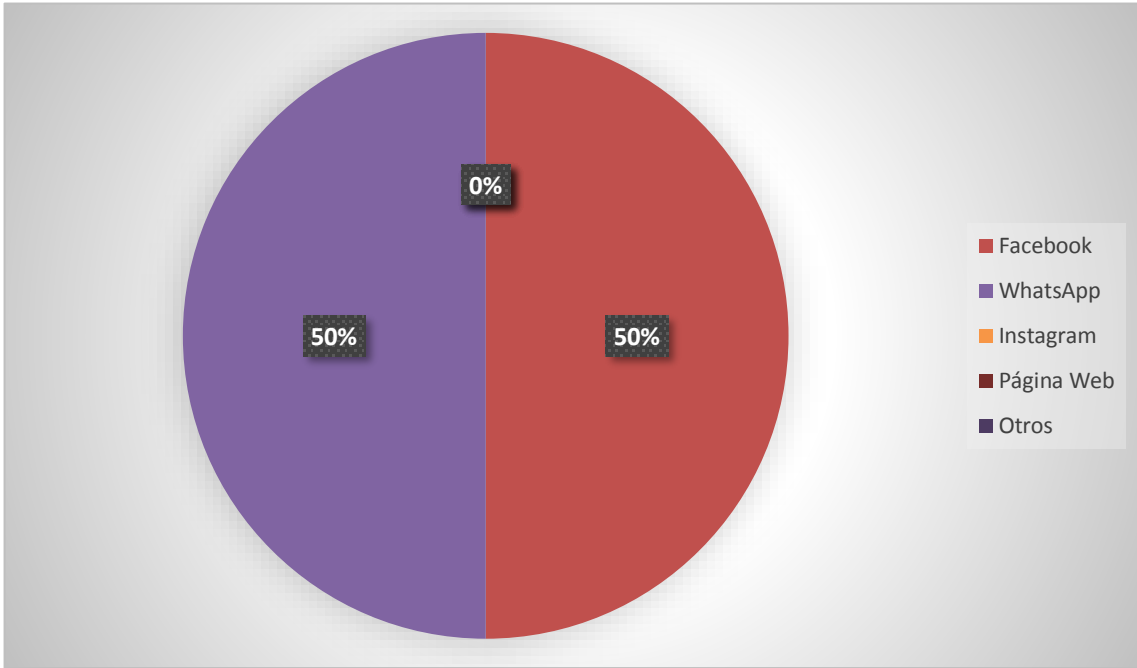


Figura 11. Que tipo de redes sociales implementa para realizar ventas y/o servicios

Fuente: Tabla 3

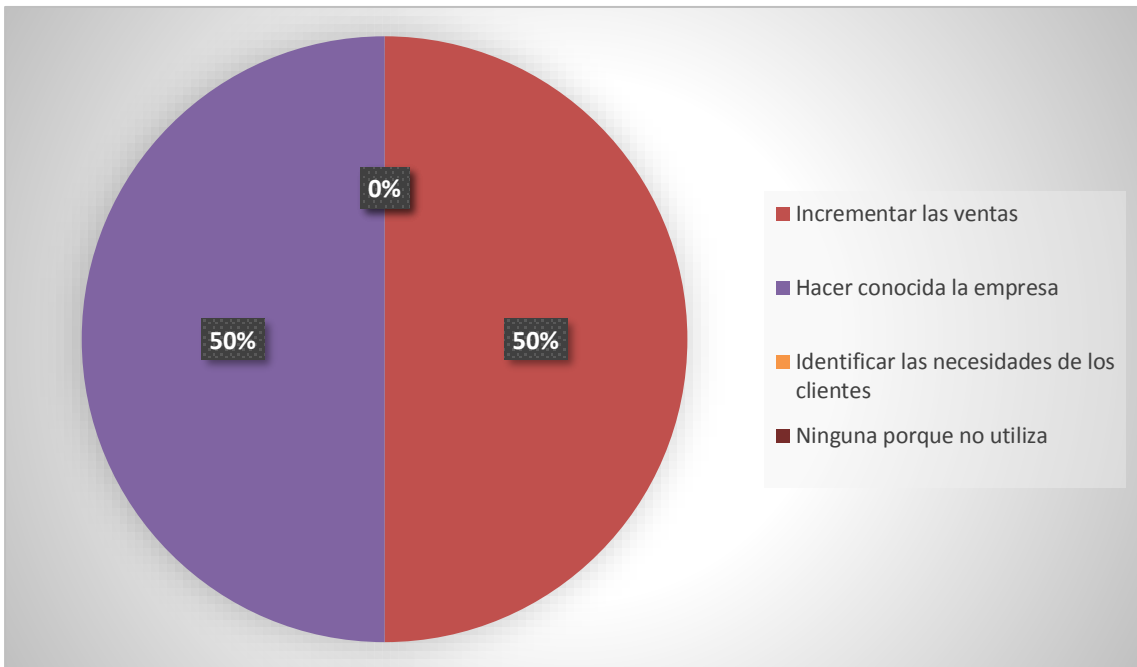


Figura 12. Que beneficios cree que obtiene utilizando las TIC dentro de su empresa

Fuente: Tabla 3

turnitin.com/... ALVARO ADRIAN RODRIGUEZ BOHORQUEZ TURNITIN TESIS ALVARO

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

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

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR
RODRÍGUEZ BOHÓRQUEZ, ALVARO ADRIÁN
ORCID: 0000-0002-0989-1562

Resumen de coincidencias
0 %
No existen fuentes coincidentes para este informe.

Página: 1 de 33 Número de palabras: 8711 Versión solo texto del informe Alta resolución Activado

LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE EN LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO IMPRENTAS DEL DISTRITO DE CHI

ORIGINALITY REPORT

1 % <small>EN</small>	1 %	0 %	1 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.uladech.edu.pe Internet Source	<1 %
2	www.scenerise.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



Mg. María Del C. Rosillo de Purizaca
CLAD 03970

Mgtr. María del Carmen Rosillo de Purizaca

Presidente – Jurado Evaluador