



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO FERRETERÍAS, AV. MANUEL RUIZ,
CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR:

Br. Carlos Pascual Neciosup Romani

ASESOR:

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina

CHIMBOTE – PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR

Dr. José German Salinas Gamboa

Presidente

Mgtr. Miguel Angel Limo Vásquez

Miembro

Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos

Miembro

AGRADECIMIENTO

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

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

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

DEDICATORIA

Con mucho amor, a mis padres, ya que ellos son mi motivación para seguir adelante y esforzarme cada día para ser que ellos se sientan orgullosos de mis logros.

A mis amigos y a mi enamorada, por el apoyo incondicional y que siempre me brindaron todas la inspiración y motivación para seguir luchando por lograr mis metas.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una muestra de 14 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 57.14% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 78.57% son de género femenino. El 50.00% cuentan con estudios superiores no universitarios. El 64.29% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años. El 92.86% tienen como finalidad de generar ganancias. El 85.71% utilizan la lluvia de ideas como herramienta de gestión. El 64.29% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la evaluación. El 50.00% tienen conocimiento con respecto al significado de las TIC. El 85.71% cuentan con una computadora en la empresa. El 64.29% consideran que tienen un nivel de conocimiento de computación muy bueno. El 85.71% aseguran que, gracias al uso de las TIC, han incrementado sus ventas. Conclusiones: La mayoría de las micro y pequeñas empresas aplican gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación, debido a que cuentan con una computadora, por ello pueden mejorar el control de sus compras y ventas.

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

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of Quality Management with the use of Information and Communication Technologies in micro and small companies in the commerce sector, hardware, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017. The research was of a non - experimental design - cross section for the collection of the information, a sample of 14 micro and small companies was used, to which a questionnaire of 21 questions was applied, obtaining the following results. 57.14% of the representatives are between 18 and 30 years old. 78.57% are female. 50.00% have higher non-university studies. 64.29% of the Micro and small companies have in the field more than 7 years. 92.86% are intended to generate profits. 85.71% use brainstorming as a management tool. 64.29% say they measure the performance of the staff through evaluation. 50.00% have knowledge about the meaning of ICT. 85.71% have a computer in the company. 64.29% consider that they have a very good level of computer knowledge. 85.71% say that, thanks to the use of ICT, they have increased their sales. Conclusions: Most of the micro and small companies apply quality management with the use of information and communication technologies, because they have a computer, so they can improve the control of their purchases and sales.

Keywords: Quality, communication, management, information, technologies,

CONTENIDO

1. Título	i
2. Jurado evaluador	ii
3. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iii
4. Resumen y Abstract	v
5. Contenido	vii
6. Índice de Tablas	viii
7. Índice de Figuras	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura.....	6
III. Hipótesis.....	31
IV. Metodología.....	32
4.1 Diseño de la investigación.....	32
4.2 Población y muestra	32
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores	33
4.4 Técnicas e instrumentos	37
4.5 Plan de análisis	37
4.6 Matriz de consistencia	38
4.7 Principios éticos	40
V Resultados	41
5.1 Resultados	41
5.2 Análisis de resultados.....	46
VI. Conclusiones y recomendaciones	52
Referencias.....	54
Anexos	58

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.	41
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017	42
Tabla 3. Características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad	70
Figura 2. Genero.....	70
Figura 3. Grado de instrucción	71
Figura 4. Cargo.....	71
Figura 5. Tiempo en el Cargo	72
Figura 6. Años en el rubro	72
Figura 7. N° de trabajadores en la empresa	73
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa	73
Figura 9. Finalidad de la empresa.....	74
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad.....	74
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica	75
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad	75
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	76
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento.	76
Figura 15. Conoce las TIC	77
Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa	77
Figura 17. Cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación	78
Figura 18. Internet para las compras de mercadería para su empresa.....	78
Figura 19. Tipo de redes sociales que utiliza para la venta de sus productos	79
Figura 20. Teléfono para coordinar asuntos de su empresa	79
Figura 21. Beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa	80

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito mundial las MYPES se han desarrollado a partir de los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, años en los cuales las MYPES fueron consideradas como una gran distorsión en el modelo de desarrollo y crecimiento económico, que en esos años sólo se identificaba con la gran empresa y la concentración de capital.

En la actualidad las micro y pequeñas empresas representan un sector de vital importancia dentro del motor económico del Perú, ya que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, así mismo brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). (Ministerio del trabajo, 2013)

En España las micro y pequeñas son necesarias para para el desarrollo del país, pero en la mayoría de casos los representantes difícilmente encuentran tiempo para llevar a cabo todas las funciones que en él han sido encomendadas, esto se da porque no están aplicando las Tecnologías de la información y comunicación en sus procesos, ya sea en las compras, las ventas, la producción, el manejo de personal, manejo del efectivo, es decir no cuentan con programas para optimar dichas operaciones. Por otra parte, estas micro y pequeñas empresas tienen un déficit en la gestión de sus inventarios, y el problema se centra en la cuantificación, ya que no controlan adecuadamente la gama de sus productos. No necesariamente una gama de productos extensa implica problemas grandes, lo que sí complica la operación de los negocios es una gran gama de productos dentro de la materia prima. (Aguilar, 2014)

Cabe decir que las micro y pequeñas empresas en España cuentan con un déficit en cuanto a su gestión, debido a que desconocen del uso de las Tecnologías de la información y comunicación por este motivo no están

optimizando sus procesos, no cuenta con un programa para el control de sus inventarios, por ende las empresas recaen en sobrecostos, de forma similar en el Perú las MYPES, desconocen de esta herramienta, por lo cual en ocasiones tienen desperdicios, sobrecostos y robos en sus inventarios.

Por otro lado, la planta productiva en México se encuentra conformada en un 97% por micro y pequeñas empresas, que en definitiva son el sector que da mayor impulso a la economía nacional, siendo la principal fuente de trabajo actual en el país. Sin embargo, sólo el 20% de dichas empresas logran subsistir después de dos años de vida, y por último sólo el 10% alcanzan el éxito real de su negocio. Por otra parte, de cada 100 empresas nuevas que se establecen en el país aproximadamente 65 desaparecen antes cumplir los dos años de existencia en el mercado, principalmente debido a que no aplican las técnicas modernas de gestión como es el uso de las TIC, que por lo general se cometen por la falta de conocimientos de los responsables de las empresas. En este sentido, dentro de los resultados del mismo estudio, se especifica que sólo dos de cada diez empresarios mexicanos se encuentran capacitados para poder llevar adelante y administrar correctamente su negocio. (Marker, 2013)

En México las micro y pequeñas empresas no cuentan conocimientos de las herramientas modernas de gestión, por este motivo no realizan una buena dirección de sus negocios, desconocen su mercado objetivo, de forma similar en el Perú, las MYPES no cuentan con buenos conocimientos en gestión, por este motivo la mayoría llega a fracasar en el primer año de su creación.

Por otro lugar en Chile las micro y pequeñas empresas son importantes puesto que representa hasta un 70% de la mano de obra del país, pero en su mayoría fracasan debido a una carencia de gestión de calidad, en este caso no aplican adecuadamente el uso de las Tecnologías de la información y comunicación, en este caso el 75,9% usa Internet como herramienta TIC, pero su uso es poco sofisticado, en este sentido se puede decir que las organizaciones que

cuentan con esta herramienta son pocas, cifra preocupante si se desglosa en tamaño. (Gonzales, 2015)

Se puede decir que, en Chile, la mayoría de las micro y pequeñas empresas, no aplican correctamente las TIC, este hecho resulta preocupante, porque si las empresas quieren sobrevivir, tiene que adaptarse a los cambios, de forma similar en el Perú, son pocas las empresas que canalizan sus productos o servicios a través de las herramientas TICs, este caso no utilizan adecuadamente el internet.

Por otra parte en el Perú, las micro y pequeñas empresas son importante, debido a que generan abundantes fuentes de empleo, pero la mayoría llega a fracasar debido que tienen un déficit en cuanto a la gestión del control del inventario, ya que es uno de los aspectos de la administración que en la micro y pequeña empresa pocas veces atendido, y esto se da porque no aplican las Tecnologías de la información y comunicación para registros fehacientes, del mismo modo un responsable en el área de logística, no cuentan políticas o sistemas para el control de sus inventarios, así también no cuentan información suficiente y útil para minimizar costos de producción, entonces los emprendedores no pueden aumentar la liquidez; es muy importante que se mantenga un nivel de inventario óptimo y comenzar a utilizar las TIC, para reducir los gastos operativos. (Diario el peruano, 2012)

En pocas palabras las micro y pequeñas empresas peruanas, desocenen como gestionar correctamente sus inventarios, es por ello que no logran reducir sus gastos operativos, ni minimizar sus costos de producción, por ello es necesario que los representantes se entrenen en temas de Tecnologías de la información y comunicación, para que de esta manera puedan contar con registros más eficientes en sus inventarios, y así mejorar su liquidez.

Por otro lado, en la región Ancash existen una gran cantidad de emprendedores en el rubro del comercio, que día a día luchan por generar

ingresos para sus familias, sin embargo los emprendedores no cuentan con los conocimientos suficientes para aplicar las TIC en sus procesos, por lo general no usan adecuadamente las redes sociales como herramienta para ofrecer sus productos o servicios. Por último en A.v Manuel Ruíz, ubicada en el distrito Chimbote, las micro y pequeñas empresas sector comercio -rubro ferreterías, tienen dificultades que impiden su desarrollo en el mercado empresarial, una de ellas es la falta de un adecuado control de inventarios, así también tienen problemas en comercializar eficientemente sus productos, ya que en ocasiones no tienen controlado su stock. Todo ello ha traído como consecuencia, disminución en su ventas, mal prestigio de la empresa por que los tiempos de espera no son los adecuados, esto se podría solucionar si se hiciera uso de las herramientas de gestión empresarial, entre ellas, el uso de las TIC, por ejemplo se puede crear una base de datos, que permitan controlar adecuadamente los inventarios, además de disminuir la merma y desperdicios, así mismo para obtener más clientes se pueden utilizar las Página o portal en internet, en donde se informen de forma clara que productos o servicios vendes, los precios, como contactarte (teléfono celular, correo electrónico, dirección, etc.), no tiene que ser una página sofisticada: puede ser una página modesta y cumplir perfectamente con su objetivo. Por lo tanto se plantea el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017?.

Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

a) Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

b) Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

c) Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

La presente investigación se justifica porque nos da conocer a nivel descriptivo las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación. Por otro lado, es teóricamente justificable, porque la información recopilada aportara nuevos datos y conclusiones que a los estudiantes les servirán como consulta para tener ideas mucho más acertadas sobre la manera de gestionar en las organizaciones, del sector en estudio. Además, la investigación se justifica desde el punto de vista metodológico, por el aporte del modelo de instrumento válido y confiable, para la recopilación de la información de las variables de estudio. Por ultimo servirá como antecedentes, para que aquellos investigadores que quieran buscar información sobre el tema de estudio, como base de consulta y contrastación y así puedan aportar más sobre el accionar de las micros y pequeñas empresas del sector en estudio.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Gamarra (2016) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. Objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. El tipo de investigación fue aplicada – cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Se utilizó una población de 22 Micro y Pequeñas Empresas la cual se determinó una muestra dirigida de 18 Micro y Pequeñas Empresas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta que se realizó a través de un cuestionario conformado de 20 preguntas. De esta manera se obtuvo los siguientes resultados. El 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años. El 67% de los empresarios son de género masculino. El 61% d tienen grado de instrucción secundaria. El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas tienen de 8 años a más. El 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. El 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores. El 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. El 72% de las ferreterías si utilizan la gestión de calidad. El 50% afirman que el objetivo por el cual utilizan la Gestión de Calidad es para tener oportunidad de crecimiento. El 28% señalan que las Funciones Administrativas que utilizan son la Planificación. El 72% que no

hacen uso de las TIC. Se concluye que, La mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, sus edades oscilan entre los 31 a 50 años, son de sexo masculino y tienen grado de instrucción secundaria. La totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas son formales, la mitad tienen una permanencia de 8 a más años en el rubro, la mayoría están constituidas como persona natural, se crearon con la finalidad de generar ganancia y cuentan con 0 a 4 trabajadores. La mayoría de los empresarios de las Mype del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, conocen muy bien lo que es el término de Gestión de Calidad es por ello que si lo utilizan, la mitad lo utilizan con el objetivo de tener oportunidad de crecimiento, la mayoría de los empresarios si conocen las funciones administrativas por eso las que más utilizan son la planificación y el control. La mitad de los empresarios respondieron que el clima organizacional dentro de su empresa es agradable, la mayoría dicen que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención, la mayoría de los dueños de las ferreterías de la Ciudad de Huarney aún no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningún uso en el ámbito administrativo, ni internamente, ni externamente

Villanque (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016*?. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos: Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio –

rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 197 micro y pequeñas empresas, de los cuales se realizó un muestreo estratificado determinando una muestra de 22 empresarios y / o gerentes a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados. El 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad. El 68.18% son de sexo masculino. El 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa. El 86.36% manifiestan que la empresa que dirigen siempre cuentan con un buen servicio al cliente. El 54.55% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre buscan que el cliente esté satisfecho. El 40.91% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre perciben si un cliente repite las compras habitualmente. El 31.82% manifiestan que la empresa que dirigen a veces perciben si un cliente demuestra compromiso a futuro. El 50.00% manifiestan que la empresa que dirigen casi nunca tienen experiencias positivas que sorprendan al cliente. El 50.00% manifiestan que la empresa que dirigen nunca tienen comunicación constante con el cliente. El 45.45% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre buscan relaciones de confianza con el cliente. El 45.45% manifiestan que la empresa que dirigen a veces proponen mejoras ante las compras que hacen los clientes. Se concluye que, las principales características de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz son: la mayoría de empresarios y / o gerentes tienen de 40 a 49 años de edad, son de género masculino y con un grado de instrucción superior no universitaria completa, los mismos que opinaron que la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) es importante ya que ayudaría a tener una mejor relación de confianza y comunicación con el cliente, estos mismo reconocen que hace falta una mejor orientación y / o capacitación en base a talleres respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship

Management (CRM). Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) se basan en que los empresarios y / o gerentes 73 reconozcan los diferentes procesos para lograr que los clientes estén satisfechos, sean leales y fieles; la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) busca integrar todos esos procesos de forma innovadora para que la empresa que lo aplique con el tiempo mejore en su desarrollo dentro de un mercado tan competitivo como es el sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería.

Palma (2015) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del santa 2015*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015. Objetivos específicos: determinar los perfiles de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro carpintería, del distrito de Coishco, provincia del Santa 2015. Determinar las Características de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro carpintería, del distrito de Coishco, provincia del Santa 2015 y determinar las características de la variable Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro carpintería, del distrito de Coishco, provincia del Santa 2015.. La investigación fue no experimental – transversal - descriptiva, para el recojo de la información se escogió de forma dirigida una muestra de 12 micro y pequeñas empresas de una población de 25, a quienes se le aplico en un cuestionario de 18 preguntas cerradas aplicando la técnica de la encuesta, luego se realizó la tabulación de las encuestas en Excel y Word para elaborar tablas y figuras, obteniendo se los siguientes resultados. El 58,3% tiene más de 50 años de edad. El 100% son de género masculino. El 83,3% tiene instrucción secundaria. El 100% son dueños de las empresas. El 83,3% tienen 11 años a más en el rubro. El 58,3% son informales. El 58,3% tienen como finalidad

generar ganancias. El 100% si gestiona con calidad sus empresas. El 100% considera que la gestión de calidad contribuye mejorar el rendimiento. El 66,7% no aplica las herramientas de gestión de calidad. El 91,6% Evalúa los procesos de la gestión de calidad en su micro y pequeña empresa. El 33,3% tiene considera que su personal tiene poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. El 58,3% considera que su personal es bien competitivo. El 100% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. El 100% considera que la Capacitación le ayudaría realizar una gestión de calidad. Se concluye que, las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería, del distrito de Coishco se encuentran dirigidas en su totalidad por personas de género masculino y en su mayoría tiene una edad de 50 a más años, los representantes de las micro y pequeñas empresas solo cuentan con un grado de instrucción de secundaria completa y se encuentran administradas por sus propios dueños y en su mayoría tienen desempeñando su cargo entre 10 – 30 años. → Estas micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpinterita del distrito de Coishco en su mayoría son informales y fueron formadas con la finalidad de generar ganancias y han desarrollado esta actividad en su mayoría de 11 a más años. → Los representantes de las micro y pequeñas empresas en su totalidad consideran que la gestión de calidad contribuye al crecimiento del negocio, así también viene gestionando sus micro y pequeñas empresas con calidad, pero la mayoría no aplica técnicas modernas utilizando una administración empírica, la minoría solo utiliza la técnica moderna de la Benchmarking y Empowerment, pero su personal tiene poca iniciativa, es por ello que consideran que la mayoría de su personal no es competitivo, también utilizan el método de la observación para medir el rendimiento de su personal, del mismo modo asegurar que la rotación de personal le impide realizar una buena gestión de calidad, y que la capacitación le ayudaría a realizar una adecuada gestión de calidad.

Ángeles (2014) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en*

general en la urbanización el progreso, año 2014. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización el progreso, año 2014. Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014, para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las MYPES del sector comercio-rubro venta de bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014. Así mismo, determinar las principales características de las MYPES del sector comercio-rubro bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014 y determinar las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014. La investigación fue cuantitativa - descriptiva, de diseño no experimental – transversal. Para el recojo de la información se utilizó la técnica del sondeo donde se obtuvo una muestra de 7 micro y pequeñas empresas de una población de 7 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados. . Obteniéndose los siguientes resultados. El 43% tiene entre 40 a 49 años de edad. El 86% son de género masculino. El 72% tiene grado de instrucción técnica. El 100% tiene como cargo propietario – titular. El 57% tiene entre 5 a 6 años en el rubro. El 71% cuentan con 3 trabajadores. El 86 % tiene como objetivo maximizar ganancias. El 100 % desconoce las técnicas de gestión. El 100% utiliza la técnica del liderazgo. El 100% aplica el liderazgo democrático. El 100% no sigue un plan de negocios estratégico. El 100% percibe que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos. El 86% tiene como resultado clientes más satisfechos. Se concluye que, la mayoría (43%) de los representantes de las MYPES tienen una edad de entre 40 a 49 años, la mayoría son de género masculino y cuentan con estudios técnicos. La mayoría (86%)

tiene como finalidad maximizar ganancias, la mayoría tiene un promedio de 5 años en el rubro, así también en su mayoría cuentan con 3 trabajadores. La totalidad de las MYPES no conocen técnicas de gestión, pero si aplican en su totalidad el liderazgo democrático, a si también en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos, por último en su mayoría han obtenido con la aplicación de la gestión de calidad unos clientes más satisfechos. Es por ello que se puede decir que la mayoría de las MYPES si aplican gestión de calidad.

Valderrama (2014) en su tesis *Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014. Objetivos específicos: Describir las principales características de gestión de calidad (productos) de las MYPES del sector comercio del distrito El Porvenir en el rubro venta de calzado para damas, año 2014. Describir las principales características de competitividad de las MYPES del sector comercio del distrito El Porvenir en el rubro venta de calzado para damas, año 2014. la investigación fue de manera descriptiva con una muestra de 15 Mypes a las cuales se les aplico a sus representante un cuestionario de 14 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: El 42.86% de los representantes de las MYPES tienen la edad entre 50 y 60 años, el 53.3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios, el 42.86% son de sexo masculino. El 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años. El 46.7% de las MYPES dijeron que sus clientes tienen en cuenta la calidad, el 40% de los microempresarios determinan su calidad a través de la materia prima, el 40% de los empresarios utilizan controles posteriores a su fabricación. El 60% de las organizaciones capacitan a sus trabajadores cada año. Se concluye que, la edad por género de los representantes y dirigentes de las microempresas de calzado del distrito el Porvenir, contamos que entre la edad promedio de los

representantes de las Mypes está entre 50-60 años, lo que nos indica que son personas completamente maduras con un grado de instrucción básico con un 53.3% ya que la mayoría de los microempresarios solo tienen estudios secundarios. → Por lo general el 60% de estas Mypes vienen realizando sus actividades durante más de diez años lo que indica que cuentan con bastante experiencia en rubro de venta de calzado, contando con una demanda del 66.75% en calzado para damas y menos del 50% en calzado para caballeros lo que indica que estas empresas tienen mayor representación en el mercado en venta de calzado para mujer. Conclusiones: Los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3%; la variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa. Por otro lado tenemos que estas empresas determinan su calidad a través de su materia prima con las que trabajan con un 40% y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos con un 33.3%.

Berru (2014) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial de zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura, año 2014*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial de zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura, año 2014. Objetivos específicos: Describir el perfil del empresario, describir las características de la gestión de calidad e identificar las características de la competitividad de las Mypes del sector comercial rubro de zapaterías en el año 2014. Determinar los aspectos generales de la gestión de calidad y la competitividad. La investigación ha sido no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Fue descriptiva y se escogió una muestra de 40 microempresas, aplicando un cuestionario de 20 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados. El 50% tiene entre 36 y 50

años, el 62.5% de los representantes de las Mypes son de género masculino, el 37.5% de los representantes de las Mypes tiene instrucción secundaria, el 37.50% de las Mypes encuestadas tienen más de 3 años en el mercado. El 50% tiene 01 trabajador permanente. El 37.50% tiene entre 01 y 02 trabajadores eventuales. 100% de los encuestados, el 75% se formó por subsistencia. El 75% no utilizan las redes sociales para atención a sus clientes, concluye que las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las Mypes, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las Mypes, el 50% de las Mypes considera regular el aspecto y estado físico de las instalaciones,, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente. Conclusiones: Del 100% de los representantes legales de las Mypes encuestados se puede afirmar que el 50 % de los representantes tienen entre 36 y 50 años, el 25 % solo tienen estudios primarios, el 75% de los representantes legales de las Mypes encuestados son artesanos y el 75 % tiene como Objetivo primordial la subsistencia. De las MYPES en estudio el 75% utilizan las redes sociales para atención al cliente, el 57.50% utiliza la radio para la publicidad del producto de las Mypes, el 47.50% cada más de tres años el empleador capacita e incentiva al trabajador de las Mypes, el 50% considera que la infraestructura de las instalaciones es regular, mientras que el 62.50% considera que el personal de ventas y servicios no es honesto en la información que le proporciona al cliente.

2.2 Bases teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

El estado peruano viene promoviendo leyes para que las MYPES puedan lograr una mayor participación en el mercado empresarial, por ello la Ley 28015 (2003) “Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa”, define a las micro y pequeñas empresas como:

Unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (Texto Único Ordenado), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. (p. 4)

Esta ley trata de promover la formalización y mejorar el desarrollo para las micro y pequeñas empresas, cabe recalcar el tamaño de la empresa, no impide al emprendedor crear y desarrollar nuevos productos en el mercado empresarial, pero para ello se debe comenzar por la formalización, ya que genera un mejor estatus en la sociedad.

Características de la ley MYPE 30056

Por otro lado, en los últimos años se ha detectado que las MYPES han crecido, por lo cual se creó la nueva Ley 30056 (2003) la cual nos dice en el artículo n° 5, nos dice que las características de la micro, pequeñas y medianas empresas, deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales.

Microempresa: Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias.

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

Mediana empresa: Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (Artículo n°5)

En esta ley se ya no se está categorizando a las micro y pequeñas empresas por el número de trabajadores si no por su nivel de ventas, esto va a permitir que el micro empresario, sepa en qué posición esta, y sirva como una motivación para seguir creciendo en el rubro.

Tipos de las Micro y Pequeñas Empresas

En el país los emprendedores forman sus negocios con un objetivo, de acuerdo con Huamán (2009) Es muy importante reconocer cuales son los tipos de micro y pequeñas empresas, para que de esta manera podamos definir cuál es nuestro objetivo y poder tomar decisiones correctas, en cuanto al desarrollo de la empresa.

Micro y pequeñas empresas de acumulación: las micro y pequeñas empresas de acumulación, tienen la capacidad de generar utilidades para mantener su capital original e invertir en el crecimiento de la empresa, tienen mayor cantidad de activos y se evidencia una mayor capacidad de generación de empleo remunerado.

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

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

En la actualidad las micro y pequeñas empresas, se forman por subsistencia, ya que la crisis económica y el desempleo ha motivado a que la

mayoría de la población, busque emprender un negocio, la cual sea suficiente para solventar ingresos para sus familias, y son muy pocas las que solo tienen como finalidad maximizar ganancias.

Gestión de calidad

Por otro lugar debido a los cambios en las tendencias empresariales, es importante que las MYPES apliquen una gestión eficiente, para ello con Gonzales (s.f) nos dice que la gestión de calidad, es “garantizar una buena calidad en la organización, producto/ servicio, y que no esté centrado solo en la calidad de un producto/servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla”. (párr. 5)

Se puede decir que la gestión de calidad garantiza que las MYPES, cuenten con productos de calidad, no obstante, muchas de ellas no conocen este término ni mucho menos los pasos para aplicarlo en los procesos.

Procesos de Gestión

El proceso administrativo y sus componentes, planeación, organización, dirección y control, resultan de la mayor importancia para la empresa dentro del sistema de toma de decisiones, de acuerdo con Cruz (2013) estos son:

La Planeación. Es etapa y la más importante, porque dentro de ella se siguen los siguientes pasos: investigación del entorno e interna, planteamiento de estrategias, políticas y propósitos, así como de acciones a ejecutar en el corto, medio y largo plazo.

Organización. La segunda etapa, es un conjunto de reglas, cargos, comportamientos que han de respetar todas las personas que se encuentran dentro de la empresa, la función principal de la organización es disponer y coordinar todos los recursos disponibles como son humanos, materiales y financieros.

Dirección. Es la tercera ficha del rompecabezas, dentro de ella se encuentra la ejecución de los planes, la motivación, la comunicación y la supervisión para alcanzar las metas de la organización.

Por último, el Control, tienen como función que se encarga de evaluar el desarrollo general de una empresa. Dentro de esta investigación también encontraremos la opinión de algunos autores acerca del proceso administrativo. (párr. 3)

Los procesos son posiblemente el elemento más importante y más extendido en la gestión de las empresas innovadoras, especialmente de las que basan su sistema de gestión en la Calidad Total, en este sentido las MYPES consideran que los procesos son actualmente la base operativa fundamental para que se cumplan los objetivos propuestos.

Objetivos de la gestión

La gestión a través de una serie de acciones, en este caso cumpliendo eficientemente con el proceso administrativo, se lograrán buenos resultados, para ello Cruz, (2013) nos menciona los siguientes objetivos:

Control de los procesos de trabajo.

Consecución de los objetivos planificados.

Asegurar unos correctos mecanismos de coordinación y comunicación.

Conseguir ajustar los recursos en cada momento.

Fomentar la formación y el aprendizaje continuo.

Fortalecer las habilidades, a través del Coaching y el Liderazgo. (párr. 12)

Al lograr cumplir con una buena gestión, las micro y pequeñas empresas podrán lograr fomentar el aprendizaje, de esta manera se pueden formar líderes,

que resuelvan los problemas internos y externos de las organizaciones, no obstante las MYPES desconocen de estos objetivos porque no se informó en el tema de gestión empresarial.

Importancia de la gestión empresarial

La gestión es una técnica fundamental para mejorar los resultados de la empresa, de acuerdo con Sague (s.f) la gestión empresarial, es la “actividad que busca, a través de las personas, mejorar la productividad y la competitividad de las empresas o negocios”. (párr. 3)

Se puede decir que las MYPES le dan poca importancia a este tema, aunque tengan ideas magníficas y un buen nivel de ventas, no consiguen superar el umbral de los tres años de actividad y cierran antes de esa fecha, por ello es necesario que tomen en cuenta que una óptima gestión busca hacer mejor las cosas correctas, para eso es necesario que las micro y pequeñas empresas, logren identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de esa actividad.

Norma ISO 9001 de la calidad

Una herramienta importante para garantizar la calidad es la Norma ISO 9001 (2015), en la cual se mencionan los siguientes requisitos:

Diseño. Establece un enfoque planificado para cumplir las especificaciones del producto o servicio.

Control del proceso. Proporciona instrucciones concisas para las funciones de manufactura o servicio.

Compras. Explica en detalle los métodos para aprobar a los proveedores y elaborar los pedidos.

Servicio. Ofrece instrucciones detalladas para brindar el servicio después de la venta.

Inspección y prueba. Insta a los trabajadores y gerentes a verificar todos los pasos de la producción.

Capacitación. Especifica métodos para detectar las necesidades de capacitación y llevar los registros correspondientes. (párr. 2)

La norma ISO 9001 podrá influir a las micro y pequeñas empresas, hacia el seguimiento y control de los servicios que ofrece, ya que una organización certificada bajo la norma ISO 9001 se encuentra más cerca de los requisitos de sus clientes y mejorara más satisfacción, permitiendo a todos sus clientes que estén seguros de que recibirán producto/servicio son adecuados en todas las circunstancias.

Importancia de la calidad

Hoy en día la calidad, se ha convertido en un factor primordial para mantener la sostenibilidad de la empresa, de acuerdo con León (2015) nos dice que:

Calidad dentro de una organización es un factor importante que genera satisfacción a sus clientes, empleados y accionistas, y provee herramientas prácticas para una gestión integral. Hoy en día es necesario cumplir con los estándares de calidad para lograr entrar a competir en un mercado cada vez más exigente; para esto se debe buscar la mejora continua, la satisfacción de los clientes y la estandarización y control de los procesos. (párr. 6)

Para que los microempresarios crezcan en el rubro en el que se encuentran, deben tomar conciencia de que la calidad es indispensable, para maximizar las utilidades de la empresa, ya que de ello depende su existencia.

Las Tecnologías de información y comunicación

Las organizaciones, están inmersas en cambios continuos, y es necesario aplicar herramientas de gestión modernas, como las TICs, de acuerdo con Gonzales (s.f) las Tecnologías de la información y de la comunicación se entiende como:

Un término para designar lo referente a la informática conectada a Internet, y especialmente el aspecto social de éstos. Las nuevas tecnologías de la información y comunicación eligen a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas, pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad. Las tecnologías de la Información y Comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, resumen, recuperan y presentan información representada de la más variada forma. (párr. 1)

Del mismo modo la Universidad Nacional Autónoma de México (2013) nos dice que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son todos aquellos “recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos, tales como: computadoras, teléfonos móviles, televisores, reproductores portátiles de audio y video o consolas de juego”. (párr. 1)

Aunque las TICs, son un tema que muchos de los emprendedores desconocen, es importante que busquen todo tiempo de información para mejorar las estrategias y cumplir con los objetivos de la empresa, de esta manera se estará dando un paso en las tendencias empresariales, así también los microempresarios, deberán aplicar estas herramientas, ya que podrán conocer nuevos canales en donde ofertar sus productos.

Las Tecnologías de información y comunicación en el entorno empresarial

Las TICs, son importantes para mantener la sostenibilidad de las organizaciones a lo largo del tiempo, de acuerdo con Reyes (2013) nos dice que:

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) son una excelente herramienta de gestión empresarial, que ayuda positivamente para el desarrollo y viabilidad de las organizaciones, además las TICs agregan valor a las actividades operacionales y de gestión empresarial en general y permite a las empresas obtener ventajas competitivas, permanecer en el mercado y centrarse en su negocio. (párr. 5)

Las TIC influyen en todo y están presentes en todas partes, de acuerdo con Roca, (s.f), nos dice que esa “influencia es indudablemente positiva y se deja sentir en mayores prestaciones, ahorro de costes, reducción de emisiones, mejora de la productividad, mejora del nivel de comunicación entre las personas, incremento de la sostenibilidad de los negocios, etc.”. (párr. 2)

Como menciona el autor las TICs, permitirán reducir costos en las organizaciones, en este caso las micro y pequeñas empresas, al tener un nuevo canal para distribuir sus productos, podrán reducir gastos en la promoción, publicidad, comercialización, etc.

Por su parte Sojo (2015) nos dice que:

La nueva realidad organizacional bajo la influencia de las TIC, implica que dichas organizaciones aprendan a comprender las realidades emergentes, ante nuevos constructos, como consecuencia de nuevos lenguajes, nuevas formas de pensar, nuevas lógicas de razonar, producto de la globalización, la virtualización y la transdisciplinariedad. (párr. 2)

Las TICs generan valor agrado, y esto es lo que busca siempre el cliente, para ello las TICs, permiten conocer muchos mejor a los clientes, ya que existe

una mayor comunicación con ellos, claro está que a través de las TICs las MYPES, podrán conocer mejor los tipos de clientes que existen, y sus gustos y preferencias, para luego poder superar sus expectativas.

Tipos de Tecnologías de información y comunicación

Luego de conocer la importancia de las TICs, es necesario conocer su aplicación, para ello debemos conocer los tipos de Tics que existen, de acuerdo con Mela (2011) podemos hacer una clasificación general de las tecnologías de la información y comunicación en redes, terminales y servicios que ofrecen entre ellas están:

Redes: la telefonía fija, la banda ancha, la telefonía móvil, las redes de televisión o las redes en el hogar son algunas de las redes de TIC.

Terminales: existen varios dispositivos o terminales que forman parte de las TIC. Estos son el ordenador, el navegador de Internet, los sistemas operativos para ordenadores, los teléfonos móviles, los televisores, los reproductores portátiles de audio y video o las consolas de juego.

Servicios en las TIC: las TIC ofrecen varios servicios a los consumidores. Los más importantes son el correo electrónico, la búsqueda de información, la banca online, el audio y música, la televisión y el cine, el comercio electrónico, e-administración y e-gobierno, la e-sanidad, la educación, los videojuegos y los servicios móviles. En los últimos años han aparecido más servicios como los Peer to Peer (P2P), los blogs o las comunidades virtuales y escuelas de negocio que se especializan en impartir su formación. (párr. 7)

El tipo de TIC que más utilizan las MYPES son las redes sociales pero desconoce cómo aplicarlo en su gestión, ya que no le toman a importancia debida.

Herramientas de las Tecnologías de información y comunicación para las empresas

a) Internet

Existen diversas herramientas TIC, pero entre la principal de todas es el uso del internet, de acuerdo con Díaz (2016) nos dice que:

En una empresa, hoy en día es vital contar con un sitio web para la difusión de información que ofrezca los productos y servicios que ella está dispuesta a prestar; todo esto con el ánimo de llegar a cada uno de los hogares de sus clientes que podrán tener la facilidad de informarse con mayor profundidad no sólo de los productos, sino de la empresa en general; teniendo en cuenta que Internet está al alcance de todos, rompiendo las barreras del computador y llegando así a los dispositivos móviles, que harán una interacción efectiva e inmediata entre la empresa y sus posibles clientes. (párr. 1)

Por otra parte, Peláez (2012) nos explica que:

En los últimos tiempos muchas empresas utilizan este sistema como parte de su estrategia en un mercado global con el propósito de obtener mejores ventajas, ya que la Web ofrece a las empresas proveedores en la mayoría de servicios en las diferentes industrias en todo el mundo y la posibilidad de una participación en el mercado en el que los costos de distribución o ventas son casi nulos, reduciendo errores, tiempo y sobre costo en el tratamiento de la información. (párr. 2)

Se puede decir que el internet es una solución para que las MYPES puedan incrementar sus ventas, ya que hoy en día el internet está al alcance de todos y el costo para aplicar esta herramienta en la gestión, no es muy elevado.

b) Smartphones

Otra herramienta muy importante para el crecimiento de la empresa son los Smartphones, por su parte Cuba, (2013), nos dice que:

Cada vez más las personas que tienen y que se conectan a Internet a través de sus dispositivos móviles, es por ello que las empresas más innovadoras están incorporando el marketing móvil a sus estrategias corporativas, conscientes de que se trata de uno de los canales de venta con mayor crecimiento y futuro. (párr. 6)

A pesar de la importancia de este dispositivo móvil, todavía muchas empresas no son conscientes de la importancia de los smartphones para la actividad de sus empleados. Su elevado coste y su rápida obsolescencia también son barreras con las que se encuentran las organizaciones que desean proporcionar a los trabajadores teléfonos inteligentes

c) USB

Por último, guardar la información de documentos o archivos digitales, en este caso para uso empresarial, se ha hecho muchos más práctico y fácil gracias al USB, ya que según Gamboa (2012) nos dice que:

No solo ha sido un desarrollo tecnológico clave para el mundo de la informática, sino que se ha extendido al mundo de las telecomunicaciones y la electrónica de consumo. La implementación y desarrollo del Universal Serial Bus (USB) ha tenido una gran trascendencia en el mundo de la informática, contribuyendo a una mejora de la comunicación con diversidad de productos electrónicos y el impacto del USB ha tenido lugar tanto a nivel de uso particular como a nivel de uso empresarial. (párr. 7)

Aunque estas herramientas mencionadas no son fáciles de aplicar para los microempresarios, si se les diera la capacitación necesaria, de hecho, que se

podría implementar en sus negocios, para ello también se requiere de tiempo, ya que el uso del internet es un tema que constantemente varia. El internet está al alcance de todos los microempresarios, y de ello depende la subsistencia de las empresas.

Las Tecnologías de información y comunicación para el control de inventarios

d) El código de barras

Las empresas en el sector comercial tienen múltiples problemas, pero la principal de todas es el control de inventarios, para ello es importante utilizar el código de barras, ya que de acuerdo con Aponte (2011) nos dice que una de las ventajas del código de barras en nuestros días es la “facilidad de identificación de los artículos de consumo masivo, esto permite, entre otras cosas, mantener un inventario ordenado y exacto, con las cantidades al día de un producto en particular. (párr. 3)

El código de barras, es muy importante para las micro y pequeñas empresas, ya que además de reducir costos, se podrán reducir los robos y mermas de los inventarios.

e) Base de datos.

Otra herramienta importante para el control de inventarios es la creación de una base de datos para un “almacén”, por su parte Pérez (2007) nos dice que esto va a permitir “guardar grandes cantidades de información de forma organizada para que luego podamos encontrar y utilizar fácilmente”. (párr. 3)

Crear una base de datos, en una pequeña empresa, no es muy común, pero si no se quiere implantarla en su totalidad, basta con manera programas como el Excel donde se pueda diseñar un formato, para almacenar información de las mercaderías o los clientes.

Sistema ABC logística

Para lograr la optimización del inventario en la cadena de suministro es necesario aplicar el Sistema ABC, de acuerdo, con Vermorel (2012) nos dice que este sistema es un:

Método de categorización de inventario que consiste en la división de los artículos en tres categorías, A, B y C: Los artículos pertenecientes a la categoría A son los más valiosos, mientras que los que pertenecen a la categoría C son los menos valiosos. Este método tiene como objetivo llamar la atención de los gerentes hacia los pocos artículos de importancia crucial (artículos A) en lugar de hacia los muchos artículos triviales (artículos C). (párr. 5)

El sistema ABC, permite que las MYPES conozcan que artículos o qué tipo de producto, es más rentable de esta manera se podrán tomar decisiones en cuanto a la inversión del tipo de producto comercializar.

Las Tecnologías de información y comunicación como apoyo en el proceso de toma de decisiones basadas en el conocimiento

Una de las características más destacables de la toma de decisiones en el ámbito empresarial, es la gran complejidad que proviene de las distintas situaciones reales a las que se trata de responder, de acuerdo con Gándara (2007) estas situaciones son:

Tiempo de respuesta, cada vez más cortos, decisiones con consecuencias importantes a largo plazo deben de adoptarse en un breve período de tiempo.

Información incompleta y limitada, como consecuencia de ello, es imposible contar con toda la información necesaria para resolver un problema y adoptar una decisión óptima, y aunque se tuviera toda la

información no se podría procesar sin las herramientas informáticas de simulación, predicción y proceso de la información.

Incertidumbre sobre los datos, muchas decisiones en la organización incorporan la situación previsible del entorno dentro de la información a tener en cuenta, y ésta no se puede conocer sino es en términos aproximados.

Objetivos múltiples, el decisor debe buscar algún criterio que satisfaga un conjunto de objetivos distintos y normalmente incompatibles. (párr. 3)

Ventajas de las Tecnologías de información y comunicación

Luego de aplicar adecuadamente las herramientas TICs, Salazar (s.f) nos dice que la empresa podrá lograr las siguientes ventajas

Apoyar a las MYPES y a los empresarios locales para presentar y vender sus productos a través de internet.

Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia para los empleados

Impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas

Competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.).

Ofrecer nuevas formas de trabajo y de inclusión laboral, como teletrabajo

Dar acceso al flujo de conocimientos e información para empoderar y mejorar las vidas de las personas, facilidades, exactitud, menores riesgos, menores costos, etc. (párr. 2)

Por último, las Micro y pequeñas empresas han logrado en los últimos años aplicara algunas herramientas TICs, por lo cual han mejorado su

rentabilidad, dado que el uso de las redes sociales, páginas web, está al alcance de las personas y entre ellas los potenciales clientes.

5.3 Marco conceptual

Historia de las empresas comerciales dedicadas a la venta de materiales de construcción

Este tipo de empresas, se inició hace más de 16 años en la Av. Manuel Ruiz, de distrito de Chimbote, todo comenzó cuando el sector de la construcción creció considerablemente, es por esta razón que varios emprendedores, decidieron abrir su tiendas de venta de artículos de construcción, conocidos como ferreterías, de esta manera satisficieron una necesidad precaria en ese entonces, hoy en día este rubro está repleto de competidores, que si bien es difícil distinguirse por su productos, los hacen por sus servicios, por lo cual se ven obligadas a entregar los productos oportunamente.

Ferreterías en el Perú

En nuestro país este rubro está abarcando distintas zonas, antes los microempresarios abrían sus negocios solo en la parte Costa y Selva del Perú, pero debido al crecimiento de la población, más el crecimiento del sector construcción, ha originado, que estos establecimientos formen parte de las Sierra, logrando así una mayor rentabilidad para lo que deciden arriesgarse en este tipo de negocio.

MYPES dedicadas a la venta de materiales de construcción

Las MYPES ubicadas en la Av. Manuel Ruiz, del distrito de Chimbote, se están desarrollando hace más de 15 años, teniendo como dirigentes (propietarios titulares). El negocio consiste en la compra y venta de artículos de construcción, cuenta un área de compras, almacén y ventas, la cual esta depende mucho del área de compras ya que se deben adquirir los productos al menor costo posible.

Productos:

Herramientas de construcción: Martillos, alicates, sierra, discos de cortar, carretilla, poleas, otros.

Materiales de construcción: Cemento, arena fina, ladrillo, ripio, cerámica, pegamento, otros.

Gestión de calidad con el uso de la Tecnologías de la información y comunicación en las MYPES dedicadas a la venta de materiales de construcción

La gestión de calidad, es una herramienta al igual que las TICs, que son utilizadas de manera empírica por los dueños de las ferreterías, pero algunas de ellas si las aplican en su gestión, ya que recurren a expertos, es necesario que los microempresarios dominen estas herramientas para que mejoren la productividad de sus negocios y crezcan de manera sostenible en su rubro.

Gestión de calidad

Uso de técnicas modernas de gestión, que permiten mejorar los procesos internos, mediante ello se podrá aumentar la productividad de la empresa.

Las Tecnologías de la información y comunicación

Son todas esas tecnologías que nos permiten acceder, producir, guardar, presentar y transferir información, dichas técnicas se encuentran en todos los ámbitos de nuestras vidas, en nuestra vida social, familiar y escolar. Sus usos son ilimitados y pueden manejarse con facilidad, sin necesidad de ser un experto.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se plantea una hipótesis dado que es una investigación descriptiva ya que consiste en llegar a conocer la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y la comunicación, a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2017)

Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

4.2 Población y muestra.

a) Población

La población estuvo conformada por 14 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017. La cual se obtuvo mediante un sondeo (Anexo 3)

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 14 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017. (Anexo 3)

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

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

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

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de calidad con el uso del Tecnologías de la información y comunicación	Es hacer uso de las tecnologías que nos permiten acceder, producir, guardar, presentar y transferir información. Ellas están en todos los ámbitos de nuestras vidas, en nuestra vida social, familiar y escolar. Sus usos son ilimitados y pueden manejarse con facilidad, sin necesidad de ser un experto.	¿Conocimiento de gestión de calidad?	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene poco conocimiento 	Nominal
		Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica:	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Marketing - Empowerment - Las 5 S - Outsorsing - Otros 	
		Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - La escala de puntuaciones - Evaluación 360° - Otros 	
		Gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	
		Conoce las TIC	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene poco conocimiento 	
		Cuenta con una computadora en su empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	

		Nivel de conocimiento de computación	<ul style="list-style-type: none"> - Muy bueno - Bueno - Regular - Malo - Muy malo 	Nominal
		Hace uso del internet para ejecutar las compras	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	
		Tipos de redes sociales utiliza para las ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook - WhatsApp - Twitter - Página web - Ninguna 	
		Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre - Casi siempre - Algunas veces - Muy pocas veces - Nunca 	
		Beneficios obtuvo utilizando las TIC	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar las ventas - Hacer reconocida la empresa - Identificar las necesidades de los clientes - Ninguna porque no utiliza 	

4.4. Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 21 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4), y a la variable en estudio: Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y la comunicación (12).

4.5. Plan de análisis.

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

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: *Microsoft Word*: Es un procesador de textos de Office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. *Acrobat Reader XI*: Es un software gratuito que permite leer archivos digitales de extensión PDF, como fue el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual. *Microsoft Excel*: Es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas.

4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
¿Cuáles son las principales características de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017?	<p>Objetivo general</p> <p>Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>. Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.</p>	Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación	Población: La población estuvo conformada por 14 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.	<p>Diseño</p> <p>El diseño de la investigación fue <i>No experimental</i> – <i>transversal- descriptivo</i></p> <p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017, tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p>	<p>Técnica</p> <p>La técnica que se utilizo es la encuesta.</p> <p>Instrumentos</p> <p>En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario</p> <p>Plan de análisis de los datos</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer archivos digitales.</p>

Continua...

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
	<p>. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.</p> <p>. Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.</p>		<p>Muestra: La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 14 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.</p>	<p>Fue transversal por qué el estudio “ Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017”, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2017)</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las características más relevantes Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.</p>	

4.7 Principios éticos:

Para la investigación se tomaron en cuenta los siguientes principios éticos:

- En primer lugar, se tuvo en cuenta el Principio de Confiabilidad, por ende, la investigación se llevó a cabo basándose en el principio de fiabilidad porque se buscó y ubicaron datos reales sobre la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017, para posteriormente tomarlas como fuentes 100% confiables. Así mismo se respetó el derecho de autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la información de la fuente y se hizo uso de la misma sin alteraciones y/o modificaciones.
- De la misma manera se aplicó el Principio de Respeto a la dignidad humana: Se respetó la dignidad humana de todos los representantes y trabajadores de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social. Todo aporte requerido y ubicado es valioso e inviolable.
- Principio de Confidencialidad, es decir se respetó el derecho de confidencialidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas asegurándoles que no va habería ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su protección mediante el anonimato para no perjudicar directa o indirectamente.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1.

Características del representante de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

Datos generales:	N°	%
Edad (años)		
18 – 30	8	57.14
31 – 50	4	28.57
51 años a más.	2	14.29
Total	14	100.00
Genero		
Femenino	3	21.43
Masculino	11	78.57
Total	14	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	4	28.57
Superior no universitaria	7	50.00
Superior universitaria	3	21.43
Total	14	100.00
Cargo		
Dueño	12	85.71
Administrador	2	14.29
Total	14	100.00
Tiempo en el Cargo		
0 a 3 años	0	0.00
4 a 6 años	5	35.71
7 años a más	9	64.29
Total	14	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

De la Empresa:	Nº	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
0 a 3 años	1	7.14
4 a 6 años	4	28.57
7 años a más	9	64.29
Total	14	100.00
Numero de colaboradores		
1 a 5	2	14.29
6 a 10	11	78.57
11 a más	1	7.14
Total	14	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	3	21.43
Personas no familiares	11	78.57
Total	14	100.00
Objetivo de la empresa		
Generas ganancias	13	92.86
Subsistencia	1	7.14
Total	14	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación	Nº	%
Termino gestión de calidad		
Si	8	57.14
No	2	14.29
Tiene poco conocimiento	4	28.57
Total	14	100.00
Técnicas de gestión que aplica		
Benchmarking	0	0.00
Marketing	2	14.29
Lluvia de ideas	12	85.71
Las 5 S	0	0.00
Outsorsing	0	0.00
Total	14	100.00
Dificultades en la gestión de calidad		
Poca iniciativa	1	7.14
Aprendizaje lento	2	14.29
No se adapta a los cambios	11	78.57
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Total	14	100.00
Técnicas para medir el rendimiento		
La observación	5	35.71
La evaluación	9	64.29
La escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	14	100.00
Gestión mejora el rendimiento		
Si	8	57.14
No	2	14.29
No opina	4	28.57
Total	14	100.00

Continúa...

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación	Nº	%
Conoce las TIC		
Si	7	50.00
No	1	7.14
Tiene poco conocimiento	6	42.86
Total	14	100.00
Cuenta con una computadora		
Si	12	85.71
No	2	14.29
Total	14	100.00
Nivel de conocimiento de computación		
Muy bueno	9	64.29
Bueno	3	21.43
Regular	2	14.29
Malo	0	0.00
Total	14	100.00
Usa el internet para las compras		
Si	12	85.71
No	0	0.00
A veces	2	14.29
Total	14	100.00
Redes sociales para impulsar sus ventas		
Facebook	14	100.00
WhatsApp	0	0.00
Twitter	0	0.00
Página Web	0	0.00
Total	14	100.00
Teléfono para coordinar asuntos de su empresa		
Siempre	8	57.14
Casi siempre	5	35.71
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	1	7.14
Nunca	0	0.00
Total	14	100.00

Continúa...

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación	Nº	%
Beneficios obtuvo utilizando las TIC		
Incrementar ventas	12	85.71
Hacer conocida la empresa	2	14.29
Identificar las necesidades de los clientes	0	0.00
Ninguna porque no utiliza	0	0.00
Total	14	100.00

Concluye

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.

5.2 Análisis de Resultados:

Tabla 1.

Características generales de los representantes legales de la micro y pequeña empresa.

El 57.14% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, esto contrasta con Palma (2015) el cual muestra que, el 58,3% tiene más de 50 años de edad, del mismo modo con Berru (2014) el cual muestra que, el 50% tiene entre 36 y 50 años, del mismo modo con Gamarra (2016) el cual muestra que, el 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años, así mismo con Villanque (2014) el cual muestra que, el 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad, así también con Ángeles (2014) el cual menciona que el 43% tiene entre 40 a 49 años de edad, así mismo con Valderrama (2014) quien establece que el 42.86% de los tienen la edad entre 50 y 60 años. Esto demuestra que la mayoría son personas adultas con experiencia en el rubro.

El 78.57% de los representantes son de género femenino, esto contrasta con Valderrama (2014) el cual muestra que, el 42.86% son de género masculino, así mismo se contrasta con Berru (2014) el cual muestra que, el 62.5% son de género masculino, de la misma manera con Gamarra, (2016) el cual muestra que, el 67% de los empresarios son de género masculino, así mismo con Villanque (2014) el cual muestra que, el 68.18% son de sexo masculino, así también con Palma, (2015) el cual muestra que, el 100% son de género masculino, así también con Ángeles (2014) el cual menciona que el 86% son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría son mujeres emprendedoras que cumplen con las habilidades para dirigir este tipo organizaciones.

El 50.00% de los representantes cuentan con estudios superiores no universitarios, esto coincide con así mismo con Villanque (2014) el cual muestra que, el 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa, así también con Ángeles (2014) el cual menciona que el

72% tiene grado de instrucción técnica. Por otra parte, esto contrasta con Valderrama (2014) el cual muestra que el 53.3% tienen estudios secundarios, de la misma manera se contrasta con Berru (2014) el cual muestra que, el 37,5% tienen estudios secundarios, de la misma manera con Gamarra (2016) el cual muestra que, el 61% d tienen grado de instrucción secundaria, así también con Palma (2015) el cual muestra que, el 83,3% tiene instrucción secundaria. Esto demuestra que la mayoría son personas con nivel de conocimientos altos, que les brinda la facilidad de trabajar mucho mejor en su puesto.

El 85.71% de los representantes son los dueños, esto coincide con Palma (2015) el cual muestra que, el 100% son dueños de las empresas, de la misma manera con Ángeles (2014) el cual menciona que el 100% tiene como cargo propietario – titular. Esto demuestra que la mayoría han decidido dirigir sus propios negocios porque creen que contratar a personas externas es demasiado caro.

El 64.29% de los representantes tienen en el cargo más de 7 años y el 35.71% entre 4 a 6 años. Esto demuestra que la mayoría llevan varios años en el negocio por ende se han perfeccionado en mejorar las actividades en abastecimiento de materiales construcción.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeñas empresas

El 64.29% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años, esto parcialmente coincide con Gamarra (2016) el cual muestra que, el 50% de tienen de 8 años a más. Por otra parte, esto contrasta con Valderrama (2014) el cual muestra que, el 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años, del mismo modo con Berru (2014) el cual muestra que, el 37.5% tienen más de 3 años de antigüedad, sí también con Palma (2015) el cual muestra que, el 83,3% tienen 11 años a más en el rubro, así también con Ángeles (2014) el cual menciona que el 57% tiene entre 5 a 6 años en el rubro.

Esto demuestra que la mayoría han logrado mejorar la posición de su marca gracias a los años de experiencia.

El 78.57% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 6 10 trabajadores, esto contrasta con Gamarra (2016) el cual muestra que, el 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores, del mismo modo con Ángeles (2014) el cual menciona que el 71% cuentan con 3 trabajadores, así también con Berru (2014) quien establece que el 50% tiene 1 trabajador. Esto demuestra que la mayoría cuenta con varios trabajadores, porque existen diversa tareas y actividades que requiere de mucho personal.

El 78.57% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando y el 21.43% a sus familiares. Esto demuestra que la mayoría prefiere contrata personas externas, pues sus familiares no cuentan con las habilidades necesarias para algún puesto en sus empresas.

El 92.86% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias, esto coincide con Palma (2015) el cual muestra que el 58,3% tienen como finalidad generar ganancias, del mismo modo con Ángeles (2014) el cual menciona que el 86 % tiene como objetivo maximizar ganancias, así también con Gamarra (2016) el cual muestra que, el 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. Pero se contrasta con Berru (2014) quien establece que el 75% se formó por subsistencia. Esto demuestra que la mayoría ha decidido formar sus negocios con la finalidad de mejorar sus ingresos y de esta manera reinvertir en otras actividades de la empresa.

Tabla 3.

Características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas.

El 57.14% de los representantes si conocen el término gestión de calidad, esto coincide con Gamarra (2016) el cual muestra que el 72% afirman que si conocen

el termino gestión de calidad. Por otra parte, esto contrasta con Ángeles (2014) el cual nos muestra que el 100% desconoce las técnicas de gestión. Esto demuestra que la mayoría gracias a sus estudios técnicos han logrado conocer este término tan importante para mejorar los procesos de la empresa.

El 85.71% de los representantes utilizan la lluvia de ideas como herramienta de gestión, esto contrasta con Ángeles (2014) el cual nos muestra que el 100% utiliza la técnica del liderazgo. Por otra parte, esto contrasta con Palma (2015) el cual muestra que el 66,7% no aplica las herramientas de gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría si utilizan herramientas de gestión que les ha permitido mejorar la toma de decisiones en la empresa.

El 78.57% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que el personal no se adapta a los cambios, es contrasta con Palma (2015) el cual muestra que el 33,3% tiene considera que su personal tiene poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría considera que el personal no se muestra flexible frente a algún cambio, por ello no logran ser productivos si les asigna una nueva actividad, para ellos es necesario entrenarlos y darles conocer los nuevos objetivos de la empresa.

El 64.29% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la evaluación, esto contrasta con Palma (2015) el cual muestra que, el 100% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. Esto demuestra que la mayoría verifica los logros del personal que se han logrado mensualmente, así también si el trabajador es muy productiva se les premia con un incentivo económico.

El 57.14% de los representantes aseguran que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa, esto coincide con Palma (2015) el cual muestra que, el 100% considera que la gestión de calidad contribuye mejorar el rendimiento.

Esto demuestra que la mayoría considera que la gestión de calidad es decir utilizar las herramientas de gestión han mejorado la efectividad en cada proceso

El 50.00% de los representantes si tienen conocimiento con respecto al significado de las TIC, el 42.86% tiene poco conocimiento y el 7.14% no conoce. Esto demuestra que la mayoría conocen las Tics gracias a investigaciones que han hecho en las páginas web.

El 85.71% de los representantes cuentan con una computadora en la empresa, el 14.29% no. Esto demuestra que la mayoría utilizan las computadoras para controlar mejor sus inventarios y los ingresos de la empresa.

El 64.29% de los representantes consideran que tienen un nivel de conocimiento de computación muy bueno, el 21.43% bueno, y el 14.29% regular. Esto demuestra que la mayoría se han capacitado en computación para poder controlar mejor los inventarios, de esta manera se ha reducido los costos de almacenaje significativamente.

El 85.71% de los representantes hacen uso del internet para ejecutar sus compras y el 14.29% a veces. Esto demuestra que la mayoría usa el internet ya sea entrando las redes sociales, o correos electrónicos para cotizar algunos precios para la compra de mercaderías, en este caso los materiales de construcción,

El 100.00% de los representantes utilizan el Facebook, para las ventas, esto parcialmente coincide. Esto demuestra que la mayoría usa esta red social porque es las más usadas por los comerciantes, de esta manera hay una mejor transacción con los proveedores, de manera similar Díaz (2016) expresa que, en una empresa, hoy en día es vital contar con un sitio web para la difusión de información que ofrezca los productos y servicios que ella está dispuesta a prestar; todo esto con el ánimo de llegar a cada uno de los hogares de sus clientes.

El 57.14% de los representantes siempre hacen uso del teléfono para coordinar asuntos de su empresa, el 35.71% a veces y el 7.14% muy pocas veces. Esto demuestra que la mayoría usa el teléfono para saber en qué parte se encuentra la mercadería, y esto les permite tener un mejor control en el abastecimiento, del mismo modo les facilita realizar contratos con los clientes y proveedores, de forma similar Cuba (2013) el cual expresa que cada vez más las personas que tienen y que se conectan a Internet a través de sus dispositivos móviles, es por ello que las empresas más innovadoras están incorporando el marketing móvil a sus estrategias corporativas, dado que a través de los teléfonos móviles la comunicación con los cliente y proveedores son mucho más eficientes.

El 85.71% de los representantes aseguran que, gracias al uso de las TIC, han incrementado sus ventas, y el 14.29% hacer conocida su empresa. Esto demuestra que la mayoría afirma haber incrementado sus ventas, puesto que los clientes están satisfechos con la entrega de los productos ya que estos son en el momento oportuno, en este sentido Salazar (s,f) menciona que el uso de las TIC apoyar a las MYPES para presentar y vender sus productos a través de internet y con ello obtener mejores resultados en las utilidades.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La mayoría de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, son de género femenino, tienen grado de instrucción superior no universitaria, son los dueños del negocio, y llevan en el cargo más de 7 años.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas, llevan en el rubro más de 7 años, cuentan con 6 a 10 trabajadores, siendo personas familiares, por último tienen como finalidad generar ganancias.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, si conocen la gestión de calidad, y aplican la lluvia de ideas como herramienta, del mismo modo aseguran que el personal no se adapta a los cambios, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, así también miden el rendimiento a través de la evaluación, por lo cual consideran que la gestión mejora el rendimiento de la empresa. Por otra parte, conocen el término TICs, cuentan con computadoras en la empresa, consideran tener un muy buen nivel de conocimientos en computación, así mismo usan el internet para la compra de mercaderías, del mismo modo utilizan el Facebook para sus ventas, aseguran que siempre emplean su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, y por último han incrementado sus ventas con el uso de las herramientas TIC.

6.2. Recomendaciones

Implementar una base de datos para el control de inventarios, de esta manera se logrará realizar compras más eficientes, aumentar el control de stock estacional, reducir las pérdidas, reducir los costos de almacenamiento, disminuir los riesgos de robo, reducir de la obsolescencia de inventarios, planear el flujo de caja y finalmente obtener un mejor conocimiento y control del costo del inventario.

Ofrecer los productos a través de las redes sociales, con la finalidad de lograr mejorar las ventas, dado que se podrá establecer una mejor comunicación con los clientes y detectar que es lo que realmente necesita de la empresa, por ende, se podrán mejorar las estrategias de ventas, así como la calidad del productos y servicio.

REFERENCIAS

- Aguilar, M. (2014). *Problemas frecuentes en el control de inventarios*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <http://www.grandespymes.com.ar/2016/10/15/problemas-frecuentes-en-el-control-de-inventarios-falta-de-registros/>
- Ángeles, B (2014). *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización el progreso, año 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Berru, A. (2014). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercial de zapaterías de la ciudad de Sullana, Región Piura, año 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Aponte, A. (2011). *Importancia de los códigos de barras en el mundo moderno*. Recuperado el 05 de Julio del 2017 de, <https://crearcodigodebarras.wordpress.com/2011/03/30/importancia-de-los-codigos-de-barras-en-el-mundo-moderno/>
- Diario el peruano, (2012). *La importancia en el control de inventarios*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=4939>
- Cuba. R. (2013). *La revolución móvil y las estrategias de marketing*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, <http://www.ipscuba.net/espacios/cuba-20/tips-para-la-web/la-revolucion-movil-y-las-estrategias-de-marketing/>
- Díaz, J. (2016). *La importancia del Internet en las empresas*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, <https://www.maestrodelacomputacion.net/importancia-internet-empresas/>
- Gamarra, H. (2016). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro*

- ferretería, ciudad de Huarmey, 2016.* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Gamboa, A. (2012). *La importancia del USB*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, <https://30aigam.wordpress.com/2011/08/02/importancia-del-usb/>
- Gandara, V. (2007). *Efectos de las TIC en las nuevas estructuras organizativas*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78230802>
- Gonzales, D. (s.f). *Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S)*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, más: <http://www.monografias.com/trabajos67/tics/tics.shtml#ixzz4lPHVBzyHhttp://www.monografias.com/trabajos67/tics/tics.shtml>
- Gonzales, Y. (s.f). *El proceso administrativo*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <http://www.monografias.com/trabajos96/eprocso-administrativo/eprocso-administrativo.shtml>
- Marker, G. (2013). *Casi la mitad de las PyMEs mexicanas fracasan por una mala gestión*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/35717/casi-la-mitad-de-las-pymes-mexicanas-fracasan-por-una-mala-gestion/>
- Ministerio de trabajo, (2013). *Importancia de las MYPEs en el Perú*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>
- Norma ISO 9001, (2015). *Las cinco ventajas de utilizar la Norma ISO 9001:2015*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <http://www.grupoalbe.com/cinco-ventajas-de-utilizar-la-norma-iso-90012015/>

- Leon, B. (2015). *La importancia de la Calidad en las Empresas*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <https://www.emprendices.co/la-importancia-la-calidad-las-empresas/>
- Mela, M. (2011). *¿Qué son las TIC y para que sirven?*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, <http://noticias.iberestudios.com/%C2%BFque-son-las-tic-y-para-que-sirven/>
- Palma, E. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del santa 2015*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Pelaez, A. (2012). *El internet y las empresas*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, <http://www.eoi.es/blogs/annymarlenypelaez/2012/01/29/importancia-del-internet-para-las-empresas/>
- Pérez, D. (2007). *¿Qué son las bases de datos?*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, <http://www.maestrosdelweb.com/que-son-las-bases-de-datos/>
- Reyes, J. (2013). *Las TICs en el entorno empresarial*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <http://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/02/06/las-tics-y-la-gestion-empresarial/>
- Roca, J. (S.F). *¿Qué son las TIC?*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <http://www.informeticplus.com/que-son-las-tic>
- Salazar, C. (s.f). *Las TIC como herramienta a la gestión empresarial*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, http://cibermundos.bligoo.com/content/view/145501/Las-TIC-como-herramienta-a-la-gestion-empresarial.html#.WTm2tus1_IU
- Sojo, W. (2015). *Influencia e importancia de las TIC en las organizaciones*. Recuperado el 13 de Junio del 2017 de, <https://www.gestiopolis.com/influencia-e-importancia-de-las-tic-en-las-organizaciones/>

- Universidad Nacional Autónoma de México. (2013). *¿Qué son las TIC?*. Recuperado el 03 de Mayo del 2017 de, <http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC>
- Valderrama, S. (2014). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Vermorel, J. (2012). *Análisis ABC (inventario)*. Recuperado el 05 de Julio del 2017 de, [https://www.lokad.com/es/definicion-analisis-abc-\(inventario\)](https://www.lokad.com/es/definicion-analisis-abc-(inventario))
- Villanque, A. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades.

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Título de la investigación	X														
Hoja de firma de jurado y asesor	X														
Hoja de Agradecimiento	X														
Hoja de Dedicatoria	X														
Resumen		X													
Abstract		X													
Contenido		X													
I. Introducción		X													
II. Revisión de la literatura			X												
2.1. Antecedentes			X												
2.2. Bases teóricas			X												
2.3. Marco conceptual				X											
III. Hipótesis				X											
IV. Metodología					X										
4.1. Diseño de la investigación					X										
4.2. Población y muestra					X										
4.3. Definición y operacionalización de la variable					X										
4.4. Técnicas e instrumentos					X										
4.5. Plan de análisis					X										
4.6. Matriz de consistencia					X										
4.7. Principios éticos					X										
V. Resultados de la Investigación						X									
5.1. Tablas						X									
5.2. Análisis de resultados							X	X							
Conclusiones, recomendaciones y anexos									X						
Presentación del informe final de investigación, artículo científico y ponencia										X	X	X	X	X	X

Anexo 2. Presupuesto

Concepto	Valor
Taller de tesis	S/. 2 100.00
Pasajes	S/. 400.00
Internet	S/. 80.00
Impresión del proyecto	S/. 14.00
Folder manila	S/. 3.00
Lapiceros	S/. 3.00
Corrector	S/. 1.00
Otros	S/. 28.00
Total	S/. 3 327.00

Financiamiento: autofinanciado por el estudiante

Anexo 3. Cuadro de sondeo

N°	Razón Comercial	Representantes	Ubicación
1	Ferretería Dino	Manuel	Av. Ruiz_ Cuadra n°8
2	Ferreterías Brandon	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°990
3	Ferretería Toño	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°988
4	Ferretería Turbo	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°992
5	Ferretería Quezada	Fernández	Av. Ruiz_ Cuadra n°957
6	Ferretería Lima Fer	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°888
7	Ferretería YAHVEH JOREH	Romina	Av. Ruiz_ Cuadra n°893
8	Ferretería NEGOCIOSE INMUEBLES	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°963
9	Ferretería TONY	Antonio	Av. Ruiz_ Cuadra n°909
10	Ferretería FABRIMEX	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°967
11	Ferretería FRANCO	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°950
12	Ferretería GRUPO	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°972
13	Ferretería EDIFICAR	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°984
14	Ferretería Salazar	Anónimo	Av. Ruiz_ Cuadra n°987

Anexo 4. Cuestionario



FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: *“Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.”*

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

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

1.3.REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Marketing

- c) empowerment
- d) las 5 c
- e) outsourcing
- f) otros

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

- a) poca iniciativa
- b) aprendizaje lento
- c) no se adapta a los cambios
- d) desconocimiento del puesto
- e) otros

13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

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

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

- a) si
- b) no

15. ¿Conoce las TIC?

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

16. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

- a) Sí
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Anexo 5. Hoja de tabulación

PREGUNTA	RESPUESTA	TABULACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Respecto a los representantes				
1. Edad	18 a 30 años	IIIIIII	8	57.14
	31 a 50 años	III	4	28.57
	51 años a mas	II	2	14.29
Total			14	100.00
2. Genero	Femenino	III	3	78.43
	Masculino	IIIIIIII	11	21.57
Total			14	100.00
3. Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0,0
	Primaria		0	0,0
	Secundaria	III	4	28.57
	Superior no universitaria	IIIIII	7	50.00
	Superior universitaria	III	3	21.43
Total			14	100.00
4. Cargo	Dueño	IIIIIIIIII	12	85.71
	Administrador	III	2	14.29
Total			14	100.00
5. Tiempo en el	De 0 a 3 años		0	0,0

cargo				
	De 4 a 6 años	IIII	5	35.71
	De 7 años a mas	IIIIIIII	9	64.29
Total			14	100.00
b) Respecto a las micro y pequeñas empresas				
6. Tiempo en el rubro	De 0 a 3 años	I	1	7.14
	De 4 a 6 años	III	4	28.57
	De 7 años a mas	IIIIIIII	9	64.29
Total			15	100.00
7. N° de trabajadores	1 a 5 trabajadores	II	2	14.29
	6 a 10 trabajadores	IIIIIIII	11	78.57
	11 a más trabajadores	I	1	7.14
Total			14	100.00
8. Personas que trabajan en su empresa	Familiares	III	3	21.43
	Personas no familiares	IIIIIIII	11	78.57
Total			14	100.00
9. Objetivo de la empresa	Generar ganancias	IIIIIIII	13	92.86
	Subsistencia	I	1	7.14
Total			14	100.00
c) Respecto a la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y la comunicación				
10. Conocimientos del termino gestión de calidad	Si	IIIIII	8	57.14
	No	II	2	14.29
	Tiene poco conocimiento	III	4	28.57
Total			14	100.00
11. Técnicas	Benchmarking		0	0,0

modernas de gestión que aplica	Marketing	II	2	14.29
	Lluvia de ideas	IIIIIIIIII	12	85.79
	Las 5 S		0	0.00
	Outsorsing		0	0.00
	Otros		0	0.00
Total			14	100.00
12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa	I	1	7.14
	Aprendizaje lento	II	2	14.29
	No se adapta a los cambios	IIIIIIIIII	11	78.57
	Desconocimiento del puesto		0	0.00
	Otros		0	0.00
Total			14	100.00
13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIII	5	35.71
	La evaluación	IIIIIIII	9	64.29
	La escala de puntuaciones		0	0.00
	Evaluación 360°		0	0.00
	Otros		0	0.00
Total			14	100.00
14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa	Si	IIIIIIII	8	57.14
	No	II	2	14.29
	A veces	III	4	28.57

Total			14	100.00
15. Conoce las TIC	Si	IIIIII	7	50,00
	No	I	1	7.14
	Tiene poco conocimiento	IIIIII	6	42.86
Total			14	100.00
16. Cuenta con una computadora en su empresa	Si	IIIIIIIIII	12	85.71
	No	II	2	14.29
Total			14	100,0
17. Nivel de conocimiento de computación	Muy bueno	IIIIIIII	9	64.29
	Bueno	III	3	21.43
	Regular	II	2	14.29
	Malo		0	0.00
	Muy malo		0	0.00
Total			14	100.00
18. Hace uso del internet para ejecutar las compras	Si	IIIIIIIIII	12	85.71
	No		0	0.00
	A veces	II	2	14.29
Total			14	100.00
19. Tipos de redes sociales utiliza para las ventas	Facebook	IIIIIIIIIIII	14	100.00
	WhatsApp		0	0.00
	Twitter		0	0.00
	Página Web		0	0.00
	Ninguna		0	0.00
Total			14	100.00
20. Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	Siempre		8	57.14
	Casi siempre	IIIIIIIIII	5	35.71
	Algunas veces		0	0.00
	Muy pocas veces		1	7.14

	Nunca		0	0.00
Total			14	100.00
21. beneficios obtuvo utilizando las TIC	Incrementar ventas	IIIIIIIIIIII	12	85.71
	Hacer conocida la empresa	II	2	14.29
	Identificar las necesidades de los clientes		0	0.00
	Ninguna porque no utiliza		0	0.00
Total			14	100.00

Anexo 6. Figuras

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

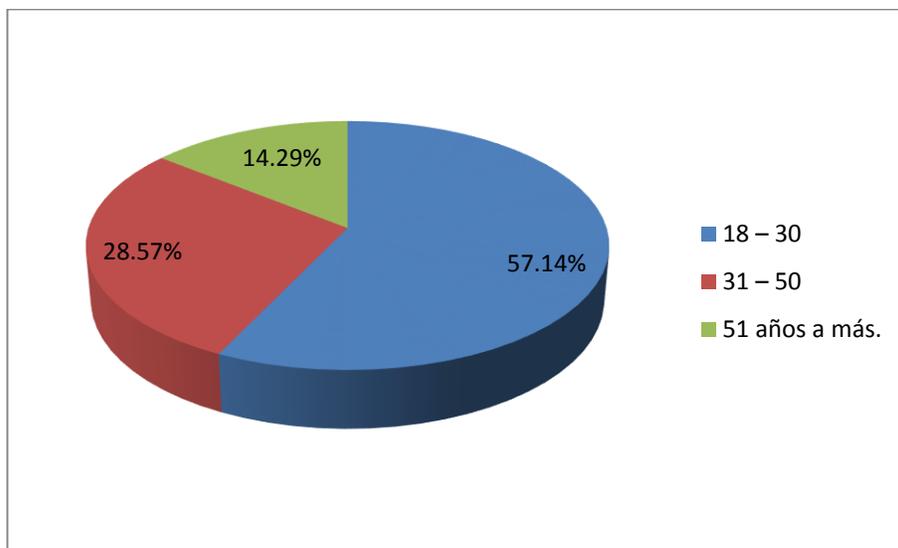


Figura 1. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

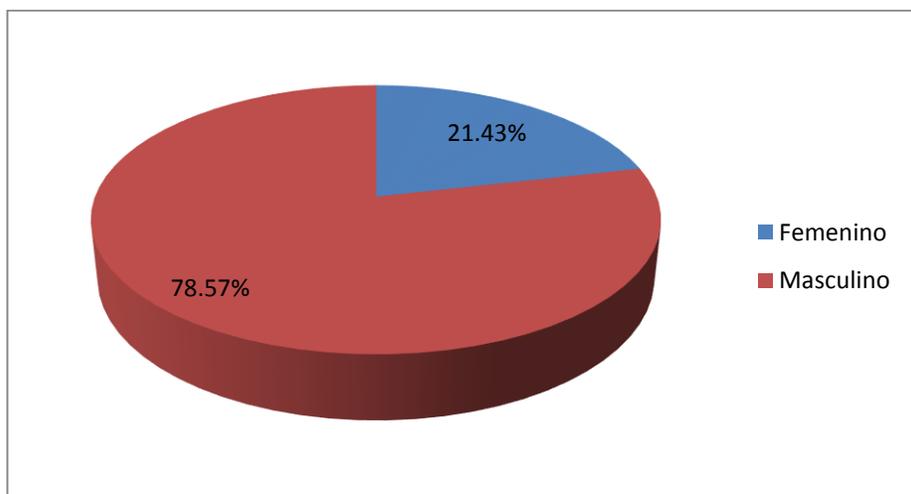


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

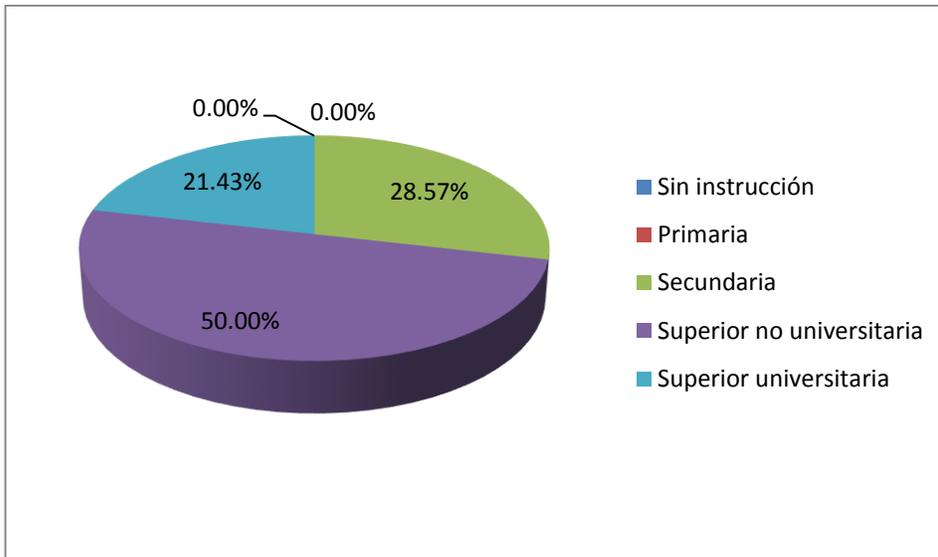


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

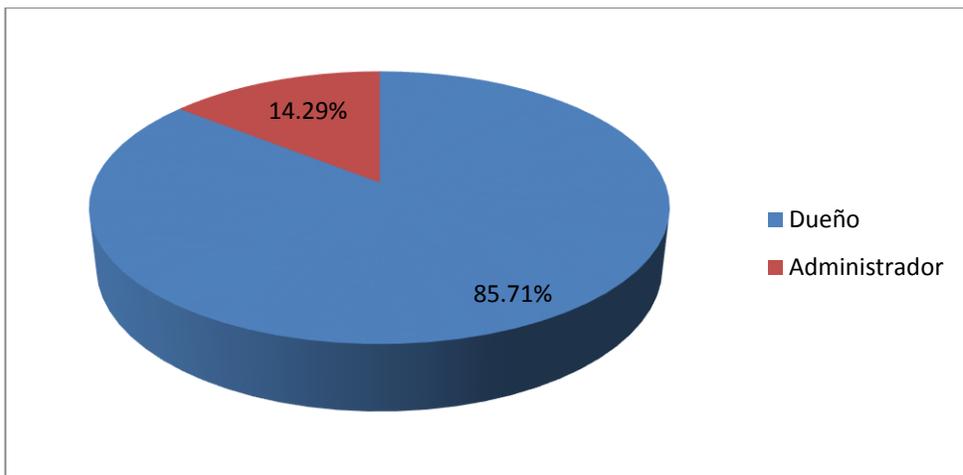


Figura 4. Cargo

Fuente: Tabla 1

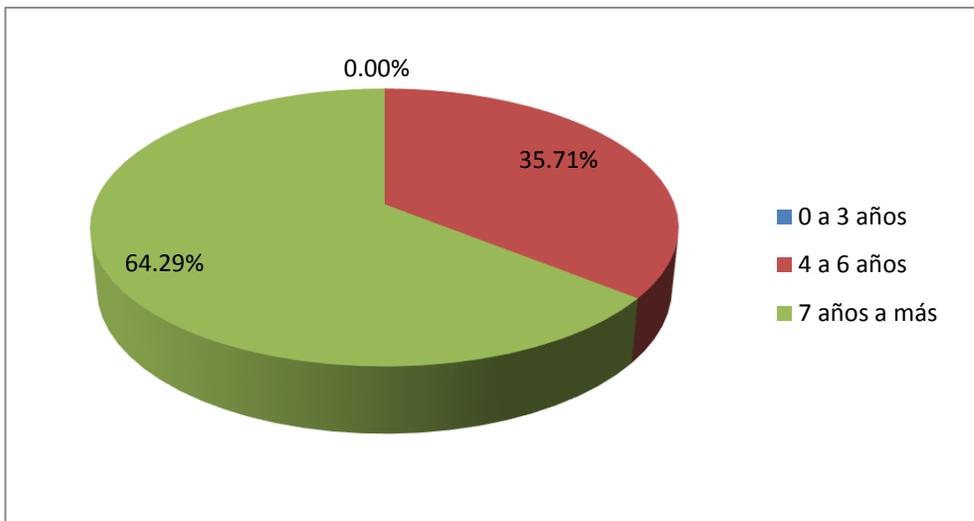


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las micros y pequeñas empresas:

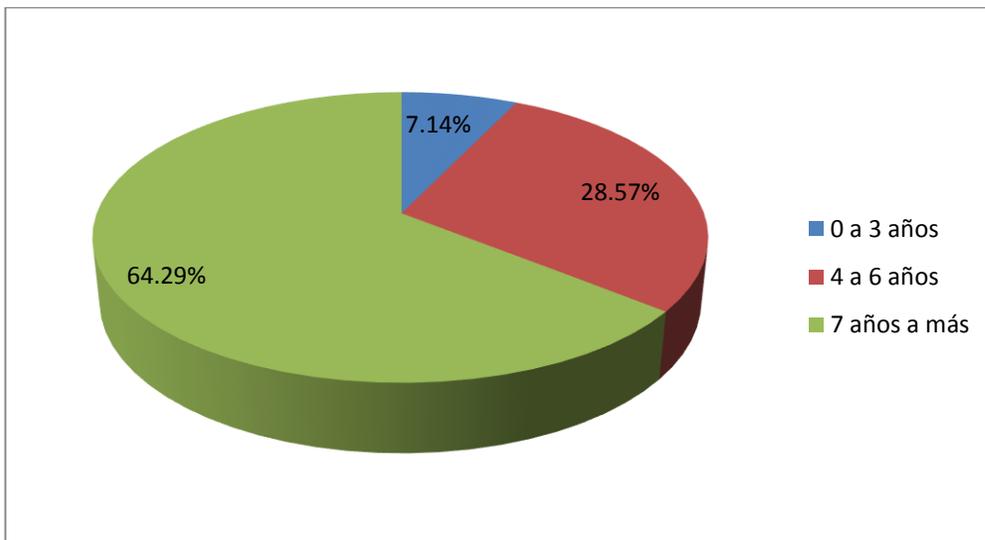


Figura 6. Genero del representante

Fuente: Tabla 2

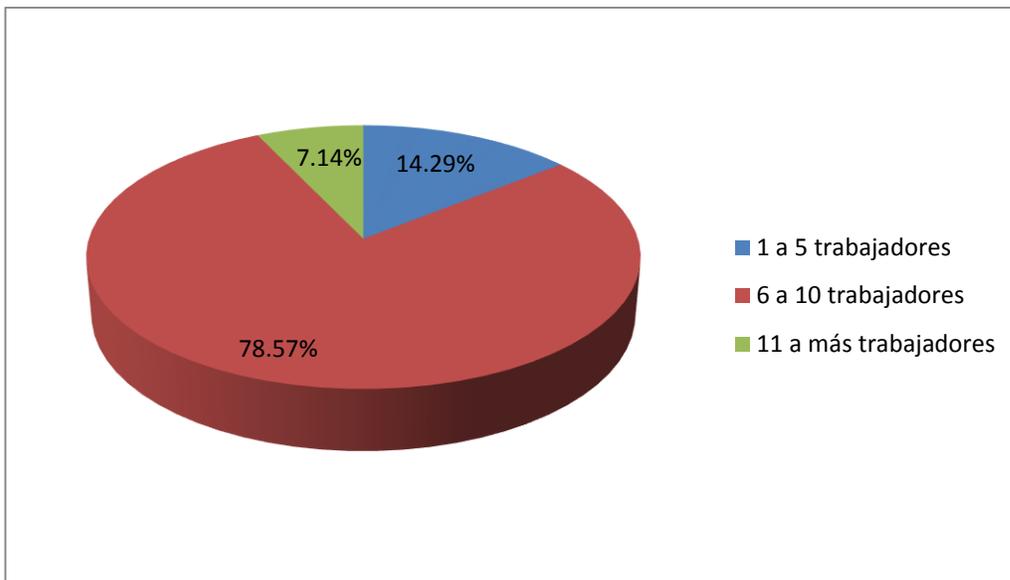


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente: Tabla 2

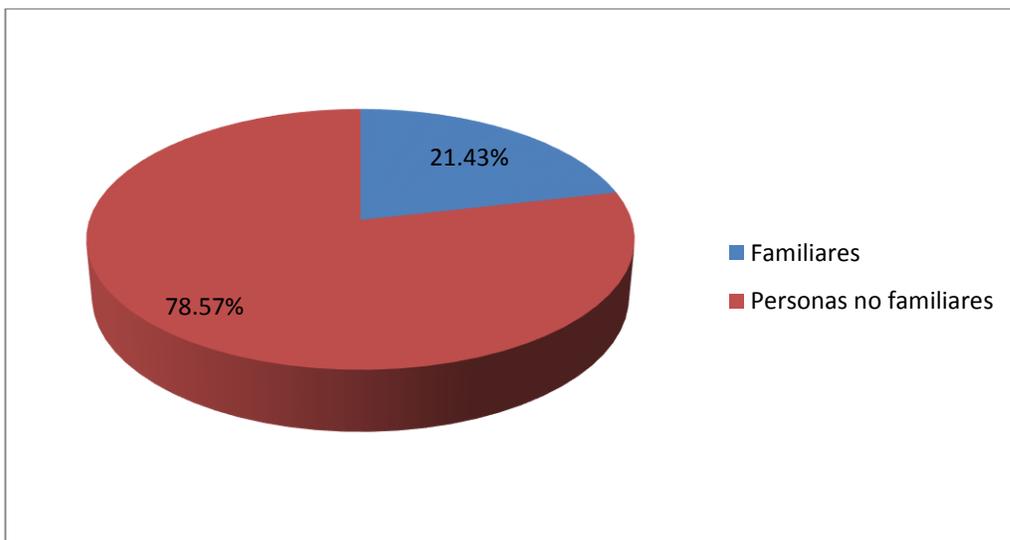


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente: Tabla 2

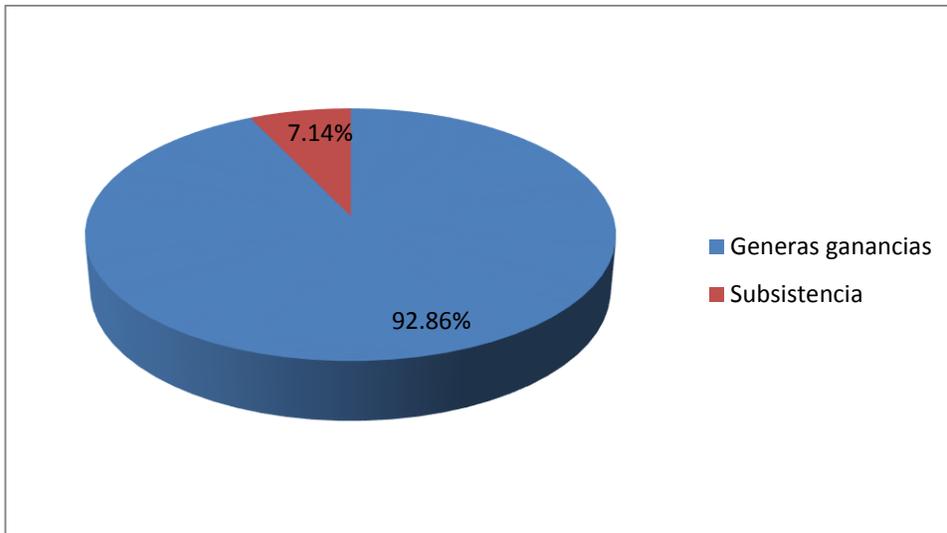


Figura 9. Finalidad de la MYPE

c) Referente a la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micros y pequeñas empresas:

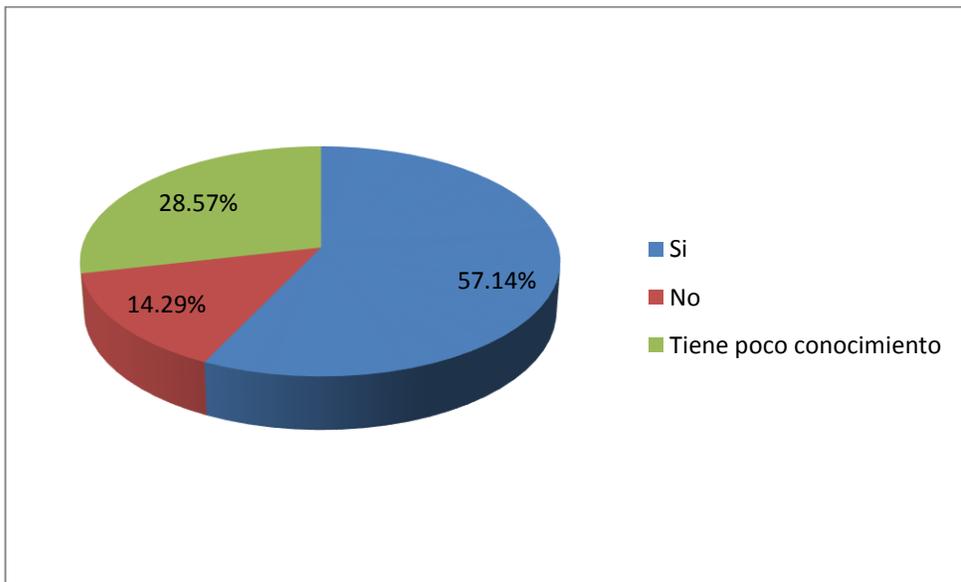


Figura 10. Conocen el término gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

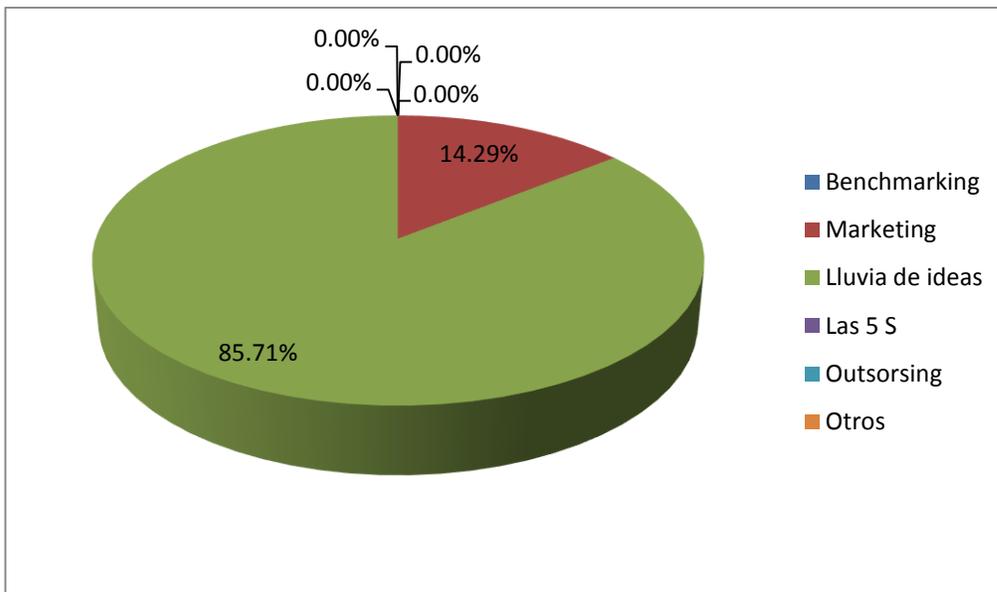


Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica

Fuente: Tabla 3

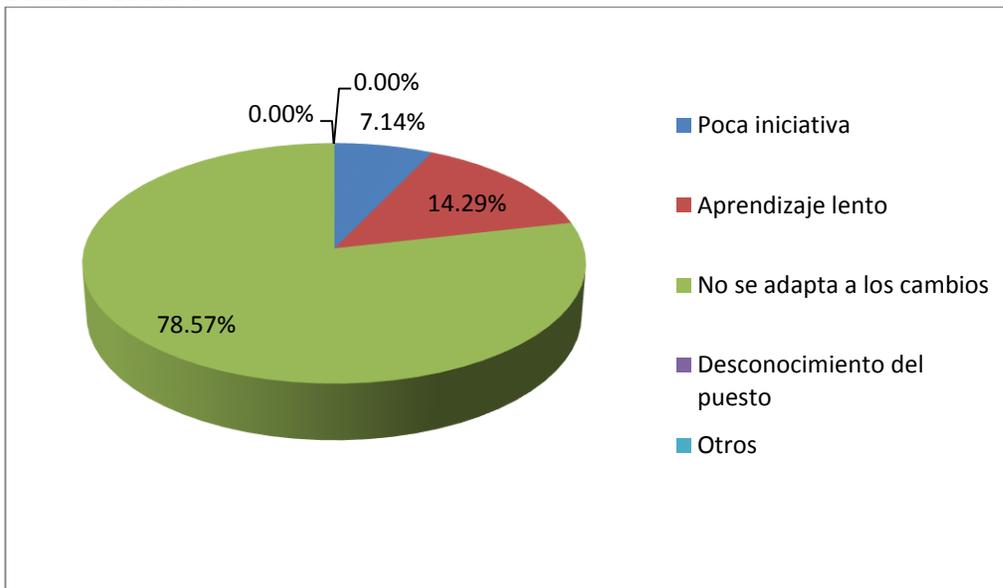


Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

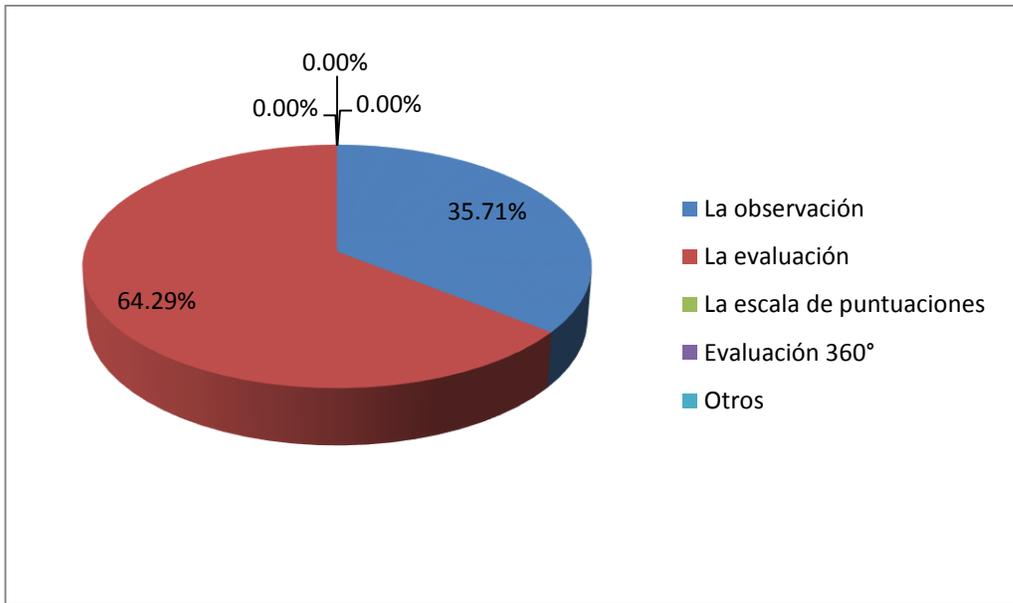


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente: Tabla 3

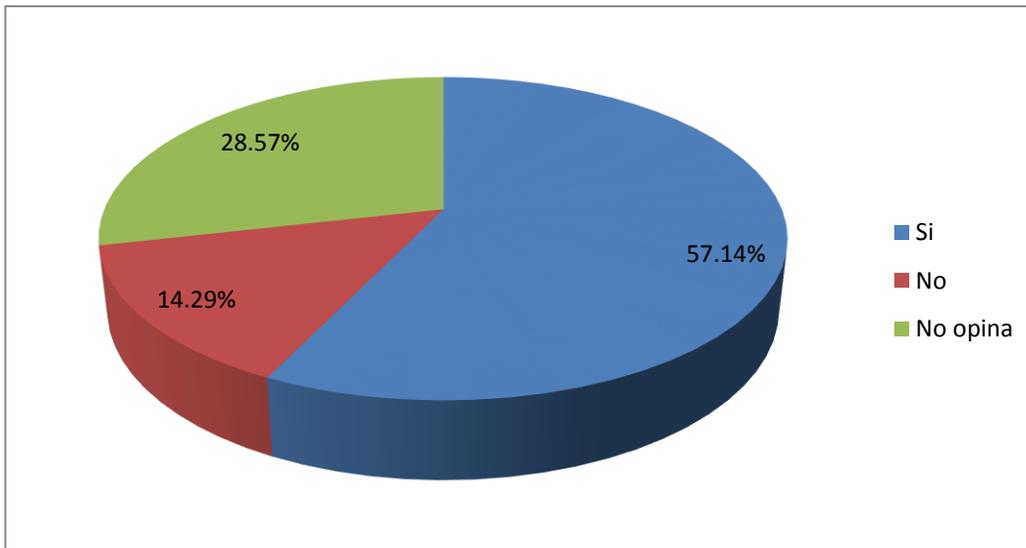


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa.

Fuente: Tabla 3

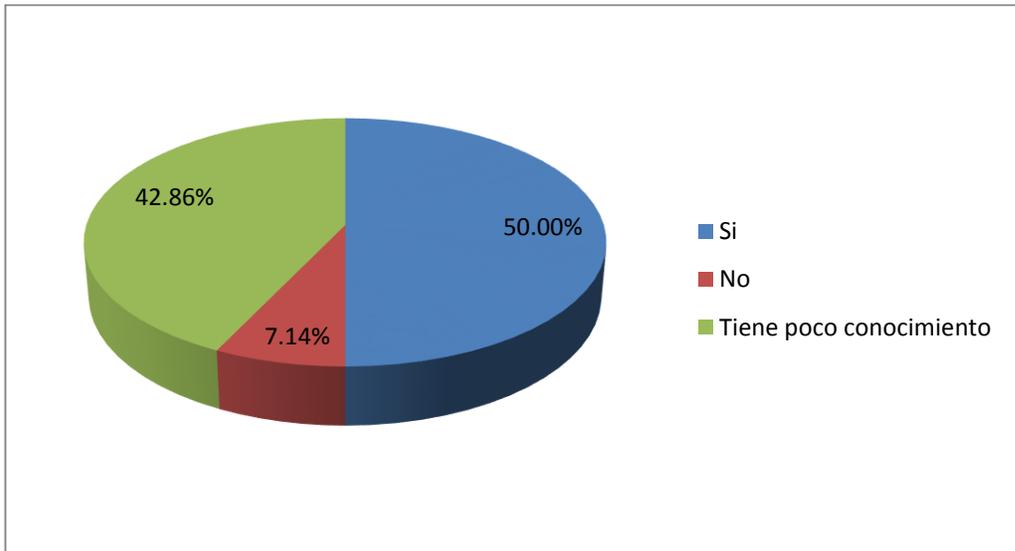


Figura 15. Conoce las TIC

Fuente: Tabla 3

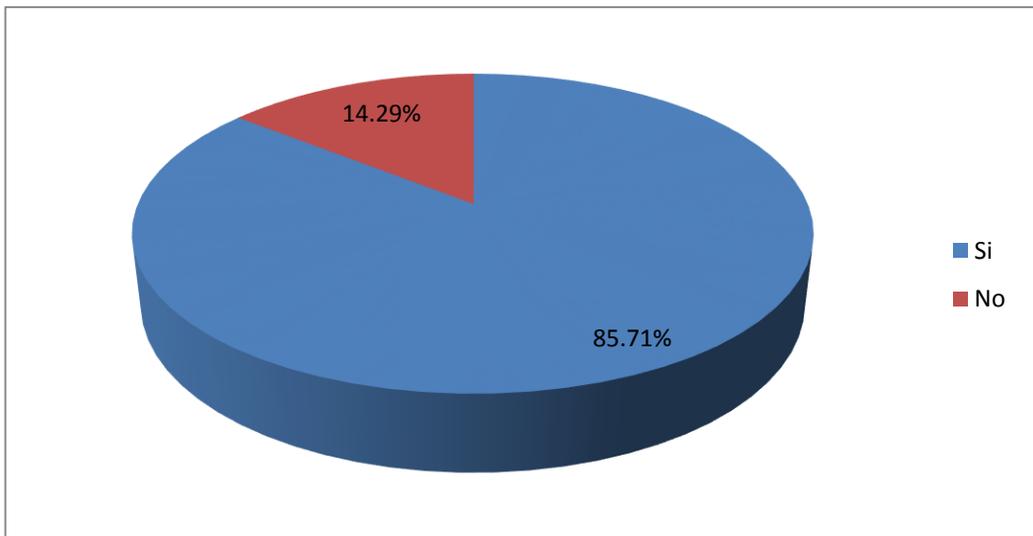


Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa

Fuente: Tabla 3

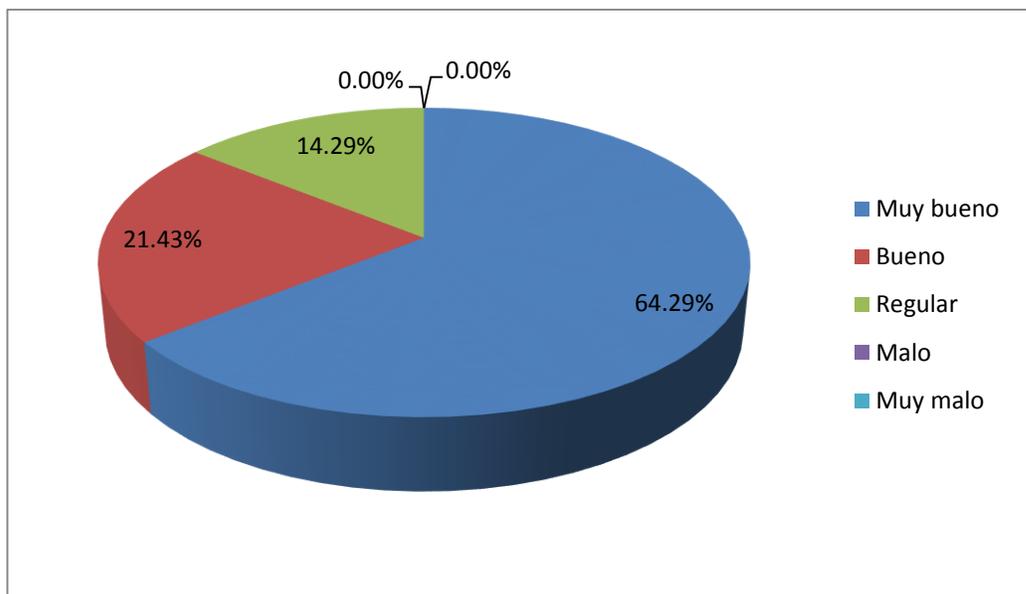


Figura 17. Nivel de conocimiento de computación

Fuente: Tabla 4

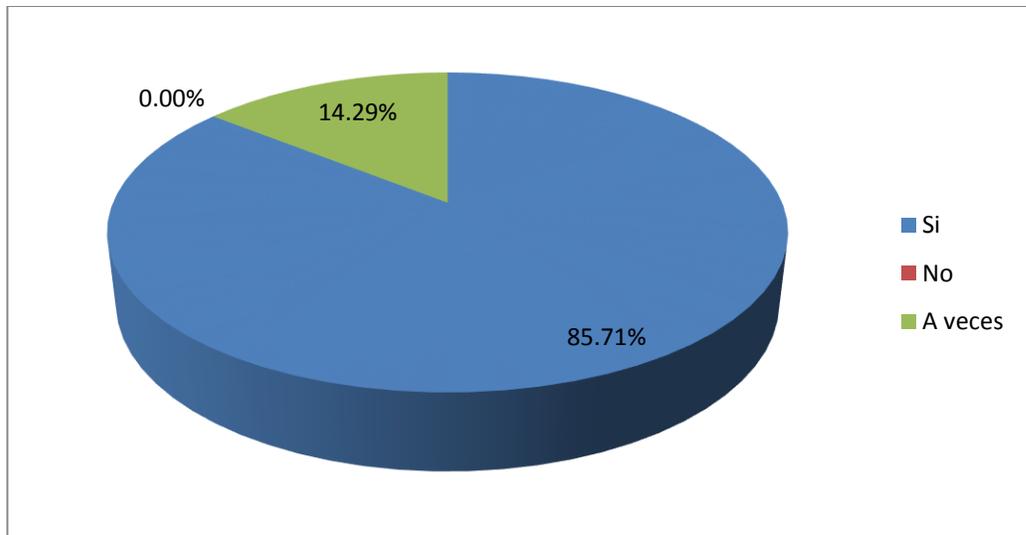


Figura 18. Usa el internet para las compras de mercadería

Fuente: Tabla 4

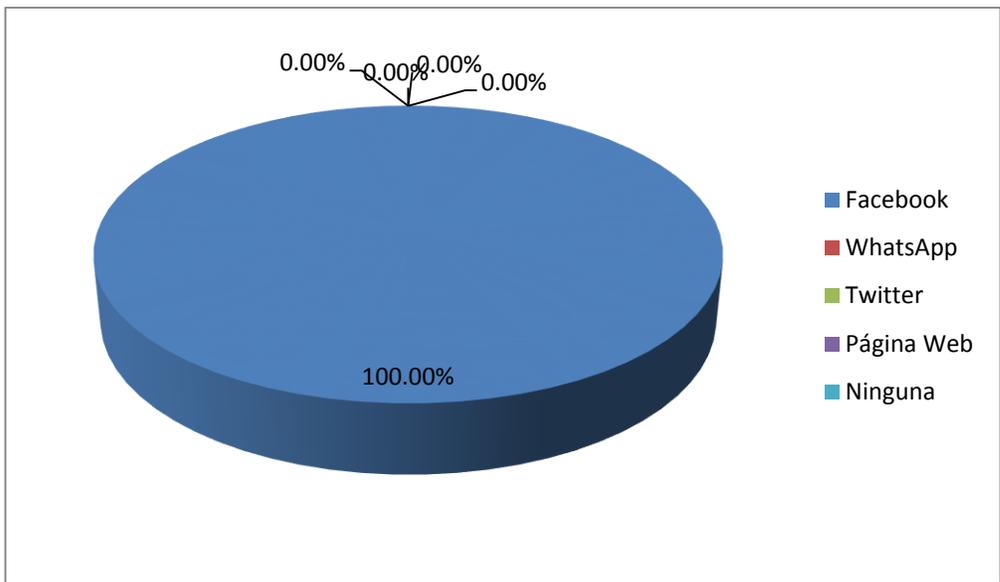


Figura 19. Qué tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos

Fuente: Tabla 4

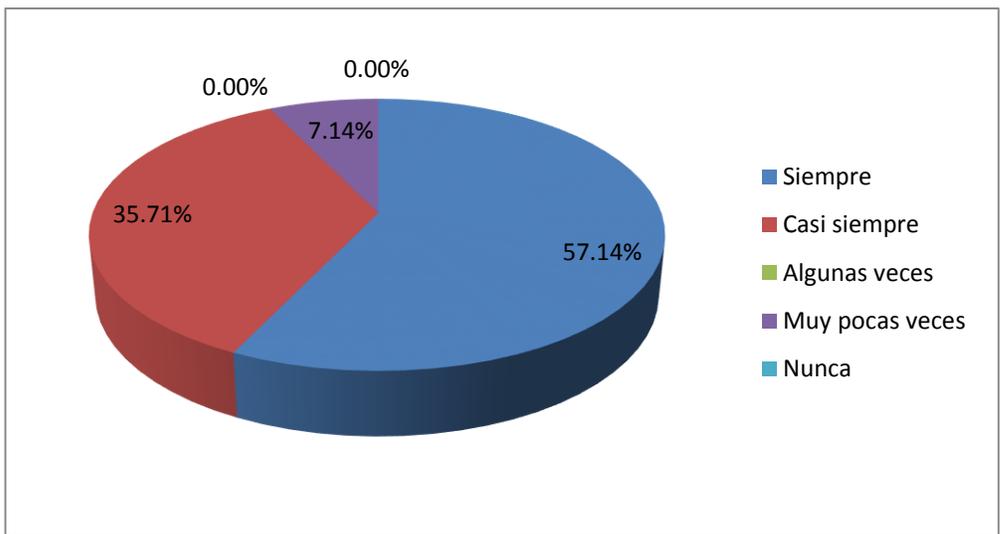


Figura 20. Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa

Fuente: Tabla 4

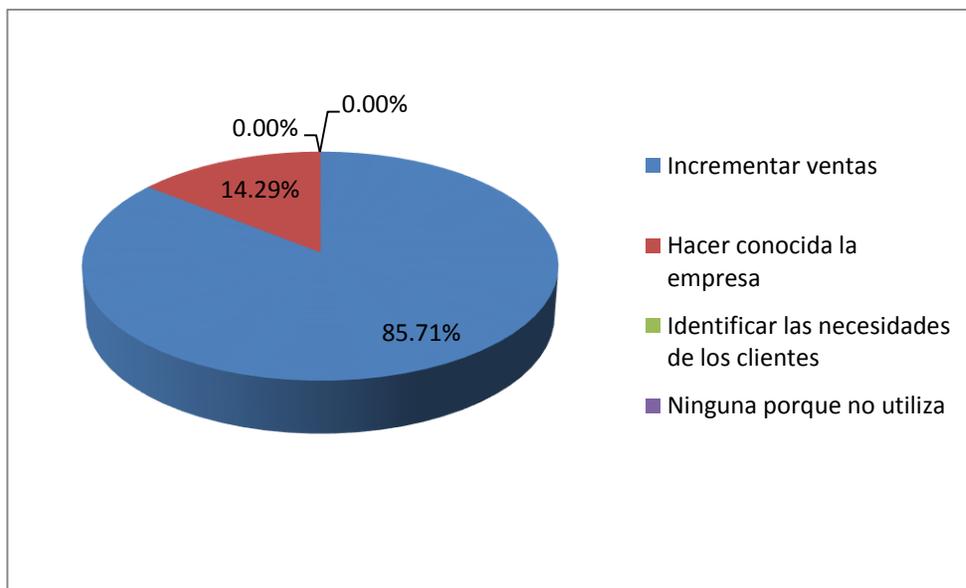


Figura 21. Qué beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa

Fuente: Tabla 4