



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE TECNOLOGÍA
DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y PROPUESTA
DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS,
SECTOR COMERCIO, RUBRO FERRETERÍA, CIUDAD DE
JUANJUI 2019.

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

AUTORA

Br. Salazar Castro, Verónica

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

CHIMBOTE – PERU

2019

EQUIPO DE TRABAJO

Salazar Castro, Verónica

Investigador principal

Bachiller de la escuela profesional de administración

Universidad católica los ángeles de Chimbote

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Docente tutor investigador de la escuela profesional de

Administración

Universidad católica los Ángeles de Chimbote

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidenta

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

Miembro

JURADO EVALUADOR

Mgr. Morillo Campos Yuly Yolanda
Presidenta

Mgr. Limo Vásquez Miguel Ángel
Miembro

Mtro. Cerna Izaguirre, Julio Cesar
Miembro

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, quien ha forjado mi camino y me ha dirigido por el sendero correcto; quien en todo momento está conmigo ayudándome para aprender de mis errores y no cometerlos.

Amigos, la vida se encuentra plagada de retos y una de ellas es la universidad. Tras verme dentro de ella me he dado cuenta, que más allá de ser un reto esta investigación, es una base no solo para mi entendimiento en el campo que me he visto inmersa, sino para lo que concierne a mi vida y mi futuro.

DEDICATORIA

A mi madre por haberme apoyado en todo momento por, sus consejos, valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi familia, por darme sabios consejos, por darme la valentía para no rendirme nunca, por su apoyo incondicional, en los momentos difíciles.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de Gestión de calidad con el uso de Tecnologías de información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se escogió una población muestral de 13 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 53.85% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 61.54% son de género masculino. El 46.15% tienen estudios secundarios. El 46.15% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro. El 69.23% tienen entre 1 a 5 colaboradores. El 46.15% no conocen del término gestión de calidad. El 53.85% aplican la lluvia de ideas. El 53.85% miden el rendimiento del personal a través de la observación y el 46.15% mediante la evaluación. El 53.85% no conocen el significado de las TIC. El 84.62% no cuentan con una computadora en la empresa. El 61.54% no hacen uso del internet para ejecutar sus compras. El 61.54% no utilizan ninguna red social. El 46.15% siempre hacen uso del teléfono para coordinar asuntos de su empresa. Conclusión: La mayoría de las Micro y pequeñas empresas no aplican Gestión de calidad con el uso de las TIC, puesto que solo se limitan a usar el teléfono para coordinar los asuntos de su empresa.

Palabras claves: 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 and proposal for improvement in the micro and small companies of the commerce sector, hardware, the city of Juanjui 2019. The investigation was of non - experimental design - transversal for the collection of the information a sample population of 13 micro and small companies was chosen, to whom a questionnaire of 21 questions was applied, obtaining the following results. 53.85% of the representatives are between 31 to 50 years of age. 61.54% are male. 46.15% have secondary studies. 46.15% of micro and small companies have more than 7 years in the field. 69.23% have between 1 and 5 employees. 46.15% do not know about the term quality management. 53.85% apply brainstorming. 53.85% measure the performance of the staff through observation and 46.15% through the evaluation. 53.85% do not know the meaning of ICT. 84.62% do not have a computer in the company. 61.54% do not use the internet to execute their purchases. 61.54% do not use any social network. 46.15% always use the telephone to coordinate matters of their company. Conclusion: Most Micro and small companies do not apply Quality Management with the use of ICT, since they only use the telephone to coordinate the affairs of their company.

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

CONTENIDO

TITULO DE TESIS.....	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO.....	viii-ix
TABLAS Y FIGURAS.....	x-xi
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas.....	11
2.3 Marco conceptual	16
III. HIPÓTESIS.....	18
IV. METODOLOGÍA.....	19
4.1 Diseño de investigación	19
4.2 Población y muestra.....	19
4.3 Definición y operacionalizacion de las variables.....	20
4.4 Técnicas e instrumentos	22
4.5 Plan de análisis.....	23
4.6 Matriz de consistencia.....	24
4.7 Principios éticos	26
V. RESULTADOS.....	27

5.1 Resultados	27
5.2 Propuesta de mejora	32
5.3 Análisis de Resultados	33
VI.CONCLUSIONES.....	37
Referencias bibliográficas.....	38
Anexos	42

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

	Pág.
Tabla 1.	
Características de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.	27
Tabla 2.	
Características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.....	28
Tabla 3.	
Características de gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación y propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.....	29
Tabla 4.	
Propuesta de mejora.....	32
Figura 1. Edad.....	48
Figura 2. Genero.....	48
Figura 3. Grado de instrucción.....	49
Figura 4. Cargo.....	49
Figura 5. Tiempo en el Cargo.....	50
Figura 6. Años en el rubro.....	51
Figura 7. Número de trabajadores.....	51
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa	52
Figura 9. Objetivo de la empresa.....	52
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad.....	53
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica	53
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad.....	54
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	54
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento.....	55
Figura 15. Conoce las TIC.....	55
Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa.....	56
Figura 17. Nivel de conocimiento de computación.....	56

Figura 18. Internet para las compras de mercadería de su empresa.....	57
Figura 19. Redes sociales que utiliza para la venta de sus productos.....	57
Figura 20. Teléfono para coordinar asuntos de su empresa	58
Figura 21. Beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa.....	58

I. INTRODUCCIÓN

La Micro y pequeñas empresas son de vital importancia al nivel mundial; porque generan abundantes puestos de trabajo, reduce la pobreza por medio de actividades que generan ingresos, contribuyen al crecimiento económico. Formados por persona natural y/o jurídica de una manera inmediata y sin conocimiento alguno de una gestión de calidad dentro de un micro y pequeña empresa, todo esto ha hecho que se presenten problemas en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferretería, donde que en su gran mayoría se formaron con una mínima capital y sin tener conocimiento alguno de una gestión de calidad para el proceso de su micro empresa, están constituidos por comerciantes y se crearon por subsistencia, emplean a sus mismos familiares como administradores o algún rubro dentro de sus micro empresa, por lo tanto carecen de mucha necesidades por lo que sus empleados y los propios dueños no aplican una gestión de calidad y no utilizan las herramientas de información que eso los ayudara a mejorar el ingreso económico dentro de su micro empresa.

Tecnología de la información y la comunicación es una principal herramienta de información dentro de un micro y pequeña empresa, porque mediante la tecnología se puede ofertar los productos tal es el caso una de las redes sociales más conocidas el Facebook, catálogos electrónicos, pero dentro de ello uno de los más importantes es contar con equipos de cómputo, que mediante eso pueden tener el listado respectivo de todos los productos a la venta con su descripción ,precio y cantidad que tiene dentro de su stock. Todo esto es para que un micro empresa obtuviera una gestión de calidad. Sabido es que una de las problemáticas dentro de la ciudad de Juanjui así como al nivel mundial, ya que los trabajadores desconocen de los productos que tienen y la cantidad, todo por la falta de un almacén ordenado, una confianza entre el empleado y el empleador y no se brinda una capacitación permanente. Todo esto es un desconocimiento que tienen los trabajadores para poder obtener una gestión de calidad, esto con lleva a que las empresas no tenga más tiempo de duración en funcionamiento.

No cabe duda que las micro y pequeñas empresas son el eje fundamental del crecimiento social económico de los países subdesarrollados, por ende, es necesario que los emprendedores conozcan el uso de las técnicas administrativas para

incrementar su desarrollo, en este sentido la importancia de las TIC en este tipo de empresas es algo que hoy en día es indiscutible. Pero muchas veces los directivos pueden carecer de visión estratégica para adaptar y sacarle partido a las nuevas tecnologías para mejorar el funcionamiento y la productividad de la empresa.

En España la estructura productiva y económica la forman en su mayoría absoluta las micro y pequeñas empresas, sin embargo a pesar que estamos en la era digital los dueños no usan las tecnologías de la información y la comunicación, se observa que de cada cuatro empresas españolas ni siquiera tiene ordenador - la mitad de ellas en el caso los sectores del comercio minorista y el transporte, los dos más rezagados en todo los indicadores-, un tercio no están conectadas a internet, el 72% carecen de página web corporativa, solo dos de cada diez empresas proporcionan dispositivos portátiles para conectarse a internet a sus empleados, el 62,2% no utilizan las redes sociales para mejorar su posición competitiva.(Jiménez, 2015).

Por otro lugar en México existen aproximadamente 4 millones de empresas, de las cuales el 99.8% son micro y pequeñas empresas, que generan el 52% del producto interno bruto (PIB) y 7 de cada 10 empleos, por ende, se puede decir que este tipo de empresas son el soporte para el desarrollo y crecimiento del país, no obstante , la principal causa de quiebra de estas empresas es que no aplican las TIC en sus procesos, en este sentido los gerentes consideran que la implementación tecnológica es complicada y requiere de procesos largos, capacitaciones sin fin y que al final tendrán que contratar personal especializado, del mismo modo consideran que el uso de esta herramienta de gestión es demasiado cara y que se necesita comprar licencias costosas y limitantes que podrían afectar la liquidez de una MYPE. (Revista Forbes, 2016).

Por otra parte en Colombia las micro y pequeñas empresas se ratifican como las locomotoras del país, no solo por su aporte al empleo, sino por su menor tamaño les permite capear mejor la desaceleración , cabe decir que el desarrollo tecnológico y las redes de comunicación cambiaron sustancialmente el comportamiento de los consumidores y la forma como las micro y pequeñas empresas deben enfrentar el entorno comercial, sin embargo, en Colombia es incipiente la adopción de las nuevas tecnologías de información para crear valor y reestructurar campañas mediante las redes sociales o uso de las pagina web, por ende

estos establecimientos no logra adaptarse a los cambios y en su mayoría fracasa y quiebran en los primeros años. (Rojas, 2017).

Por otro lugar en Ecuador las micro y pequeñas empresas representan el 42% del tejido empresarial, cabe decir que este tipo de empresas si hacen uso de las tecnologías de la información y la comunicación, debido a que el 68% de MYPES Ecuatorianas cuentan con ordenadores, el 82% tiene internet, pero su uso solo se limita a enviar correos y tareas administrativas, por ende es necesario que los empresarios inviertan su recursos en crear páginas web, en donde puedan ofrecer sus productos y servicios, de esta manera se podrá incrementar el remanentes de las empresas. (Orozco y Quiroz 2015).

Del mismo modo La micro y pequeñas empresas en el Perú son de vital importancia para la economía de nuestro país. Según el ministerio de trabajo y promoción del empleo, tienen una gran significación por que aportan con un 40% al PBI, y con un 80 % de la oferta laboral, sin contar con el auto empleo que genera, sin embargo, el desarrollo de dichas empresas encuentran estancado, principalmente por la ausencia de gerentes que aplican las TIC en sus procesos, en este sentido el 61.1% de este tipo de empresas no usa ninguna herramienta de las tecnologías de la información y comunicación , por ende no pueden mejorar su nivel de competitividad. (Fundación para el análisis estratégico y desarrollo de las Mypes, 2014).

Por otro lugar en la ciudad de Juanjui las micro y pequeñas empresas no aplican la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación, es por ello que ven limitado su crecimiento por las mermas de su inventario, perdidas de dinero por falta de control, pérdida de clientes por carecer de información e incertidumbre en la toma de decisiones, entre otros, no obstante esto se puede solucionar si las empresas contaran con una base de datos de sus inventarios, así mismo de sus clientes , de esta manera poder tomar mejores decisiones y mejorar sus procesos de ventas, de servicios, así como la productividad de sus negocios. Por lo anteriormente expresado el enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería,

ciudad de Juanjui 2019? 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 tecnología de información y comunicación y propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019. Para poder conseguir el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019

- Describir las principales características de la Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019

- Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de las TIC y propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

- Elaborar una propuesta de mejora sobre la gestión de calidad con el uso de las TIC en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

El presente trabajo de investigación se justifica, porque permitió conocer las principales características de la gestión de calidad con el uso de tecnología de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019. Es decir conocer las principales características del rubro, de los representantes y de la variable en estudio. Así también se justifica porque aportara nuevos conocimientos sobre las herramientas o técnicas modernas de gestión, como son las tecnologías de información y comunicación, a tal punto que los investigadores interesados en el tema puedan mejorar sus procesos en la toma de decisiones, para optimizar y automatizar sus recursos. Por ultimo servirá como antecedente a los futuros investigadores, como son los alumnos de todas las universidades de la localidad, del mismo modo servirá para los emprendedores de la región Ancash, ya que podrán observar los errores empresariales, y de esta manera tratar de reducirles, pudiendo así mejorar el crecimiento de las Micro y pequeñas empresas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Huamán (2018) en su tesis: *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería en la urbanización Oquendo callao, 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería en la urbanización Oquendo callao, 2018. Y como objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las Mypes rubro ferreterías en la urbanización Oquendo callao, 2018. Describir las principales características de las Mypes rubro ferreterías en la urbanización Oquendo callao, 2018. Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación en las Mypes rubro ferreterías en la urbanización Oquendo callao, 2018. El tipo de investigación fue aplicada cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal. Se consideró como muestra de la investigación a 15 Mypes de la urbanización Oquendo, callao. Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario. De esta manera se obtuvo los siguientes resultados principales: en cuanto a las edades de los representantes de las Mypes se obtuvo que el 53% de los encuestados tienen una edad entre 31 a 50 años de edad. El 80% de los encuestados prima el género masculino. Con respecto al grado de instrucción el 40% de los encuestados son del nivel superior universitario. El 87% de las Mypes son formales, el 40% tiene de 4 a 7. El 67% de las Mypes están constituidas como persona natural. Un 67% de las Mypes fueron creados con la finalidad de generar ganancias. El 67% de los encuestados manifestó que si entienden el termino gestión de calidad. El 65% ve a la calidad como una oportunidad de crecimiento. El 47% le da mayor importancia a la planificación. Un 60% considera que no son importantes las Tics por tal motivo un 53% no hace el uso de las Tics. El 40% no hacen uso de las Tics dentro de su organización y 60% no hace uso de las Tics externamente. Conclusiones: más del 67% entiende lo que significa el termino gestión de calidad de igual manera con relación a su aplicación un gran porcentaje significativo del 64% manifestó que lo utiliza para tener mejor oportunidad de crecimiento, así mismo con función a las

funciones administrativas los representantes consideran que la función de planificación es la de mayor importancia puesto que es la primera función que significa plantear los objetivos y los lineamientos empresariales de las 42 organizaciones. Los resultados demuestran así mismo que la calidad en el servicio es el nivel de mayor importancia y atención que brindan los representantes con respecto a su negocio. El 60% considera que no es importante la utilización de las tics, ya que para ellos es un gasto y también por el nivel de investigación que en su mayoría tienen. Con relación a que si utilizan internamente las tics, manifestaron que un 40% si hace le uso de las tics dentro de su organización y con respecto a que si su negocio utiliza externamente las tics, se obtuvo un 60% no hace uso de las Tics externamente.

Garay (2017) en su tesis: *Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad en las Mypes sector comercial rubro ferretería de la provincia de Leoncio prado periodo – 2017*. Tuvo como objetivo general: conocer las características de la gestión de calidad y rentabilidad en las Mypes sector comercial rubro ferreterías de la provincia de Leoncio prado periodo – 2017. El carácter de nuestra investigación fue descriptiva, ya que nos permitió comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual de las MYPES. Para una población de 40 medianas y pequeñas empresas, se tomó como muestra el 50% de la población, es decir 20, aplicándose la técnica de la encuesta con un cuestionario de 12 preguntas cerradas, obteniendo los siguientes resultados. EL 55% son personas mayores de 41 años, el 45% tienen educación secundaria. El 70% son de género masculino. El 45% no realiza capacitación a su personal. El 50% brindan sus servicios de acuerdo a un plan de trabajo. El 45% que representa a la mayoría no hace uso de las Tics. El 60% de los clientes no son fieles a los servicios de las Mypes. Conclusiones: respecto a la gestión de calidad, la mayoría de las MYPES no realiza capacitación a su personal para mejorar la calidad de atención al cliente, por lo tanto, los servicios de ferretería en la provincia de Leoncio prado son deficientes. La mayoría de las MYPES, Para mejorar la calidad del servicio de ferretería , usan el plan de trabajo, algunos cuentan con un plan estratégico, muy poco recurren a la investigación de mercados, este último es un documento de gestión que contiene

información sistematizada para la toma de decisiones acertadas en cuanto a mejoras de la gestión de calidad de servicio.

Gamarra (2016) en su tesis: *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey; 2016*. se planteo 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 Huarmey, 2016. Objetivos específicos: determinar las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, 2016. 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 ferretería, ciudad de Huarmey, 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 aplico 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% tienen grado de educación 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 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% no hacen el 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 Huarmey, 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 cuenta 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 termino 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 utiliza 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 venta al 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, 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 la 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 empresas, de los cuales se realizó un muestreo estratificado determinando una muestra de 22 empresarios y/o gerentes a quienes aplicaron 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 está 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. 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 venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz son: La mayoría 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 ayudara a tener una mejor relación de confianza y comunicación con el cliente, estos mismos reconocen que hace falta una mejor orientación y/o capacitación en base de 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) basan en que los empresarios y/o gerentes 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.

Mendoza (2016) en su tesis: *Gestión de calidad y formalización de las Mypes en el sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Calleria periodo 2016*. Tuvo como objetivo general: determinar la gestión de calidad y la formalización de las Mypes en el sector comercio, rubro ferretería del distrito de Calleria, periodo 2016. objetivos específicos: Conocer como la gestión de calidad y la formalización es aplicado en las ferreterías, conocer las debilidades, para así repotenciar en favor de las ventas de ferreterías ubicadas en el distrito de Calleria, el cual también nos permite

conocer la realidad de los procesos comerciales tanto en la gestión y formalización, para luego contribuir a mejorar las deficiencias, así mismo identificar cual es la ventaja que se puede lograr como Mypes formal en el mercado ante otras que no se formalizan. La metodología corresponde a un estudio descriptivo, no experimental. La muestra de población estuvo conformada por 30 MYPES; a quienes se aplicó un cuestionario de 17 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: el 80% son de género masculino, el 40% tienen el grado de instrucción universitaria. 83.3% de las MYPES su producto es fabricado con proceso estandarizados, el 40% utiliza investigación de mercados como plan de trabajo. El 67% si conocen las normas ISO, 73.3% no han implementado a su empresa los servicios de internet, 60% no capacita a su personal, 80% si actualiza según modelo o calidad, un 63.3% si evalúa el nivel de satisfacción, 56.7% no usan las TIC para su gestión. Conclusiones: se concluye que los productos que se negocia en las ferreterías son productos fabricados mediante procesos de estandarización, o sea que su clasificación y descripción son según su calidad, y esto genera la satisfacción adecuadamente de los consumidores. De acuerdo al análisis realizado a las ferreterías encuestadas, para su desarrollo utilizan el documento de gestión de calidad en la comercialización de los productos, es el de investigación de mercados y conjuntamente se encuentra el plan de trabajo que utilizan para un mejor manejo, y otros documentos que mencionaron los encuestados que ellos ordenan de esa manera su negocio.

Torres (2014) en su tesis: *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015*. Tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, año 2015. Para la elaboración del informe de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal, en una muestra de 10 micros y pequeñas empresas (MYPES), Aplicando un cuestionario de 16 preguntas con lo que se obtuvo los siguientes resultados. El 80% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años, el 80% pertenece al género masculino, el 60% de encuestados tiene como grado de instrucción secundaria, el 60% es dueño del establecimiento. El 100% ha creado su empresa para generar ganancias, el 60% no sigue un plan de negocios estratégicos, el 90% manifestó que la gestión de calidad si contribuye al mejoramiento del negocio, el 50% utiliza el Benchmarking, el 40% de los encuestados manifiesta que su personal no se adapta a

los cambios, el 90% de los encuestados manifiestan que si son competitivos. Conclusiones: la mayoría no tiene un plan de negocio estratégico, pero sí reconocen casi en su totalidad que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría aplica sin conocimiento o poco conocimiento la técnica del benchmarking y con respecto al personal la mayoría no se adapta a los cambios, pero esta mayoría a pesar de todo es competitiva, la mayoría tiene como técnica de evaluación al personal la observación y saben que la capacitación si ayuda a realizar una buena gestión de calidad estas MYPES lograron resultados como tener clientes satisfechos, y en cierta forma el crecimiento de sus MYPES.

2.2 Bases teóricas

Las Micro y pequeñas empresas

Para lograr una mejor productividad en nuestro país, es necesario promover el desarrollo de las Micro y pequeñas empresas, para ello el estado peruano, creo la ley 28015 (2003) y 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 desarrollo actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicio, que se encuentra regulada en el TUO (Texto único ordenado), de la ley de competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente. (p.4)

La ley 28015 nos muestra que el estado peruano si está contribuyendo a que las micro y pequeñas empresas mejoren sus capacidades, a través de la formalización y la asistencia técnica que otorgan algunos programas propuestos por el estado.

Características de la nueva ley MYPE 30056

Otras de las leyes que creo el estado para apoyar a las Micro y pequeñas empresas es la ley 30056 (2003) 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, establecidos 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)

Se puede decir que la nueva ley MYPE, es sumamente necesario para que los emprendedores mejoren su productividad, porque ya no existirá un control en el número de trabajadores, sino en las ventas anuales que ellas tengan.

Gestión empresarial

Luego de definir que son las Micro y pequeñas empresas, es importante que dentro de ellas exista una buena gestión, para garantizar su éxito, de acuerdo con Peña, (2015) nos explica que:

La gestión empresarial es un elemento fundamental para que cualesquiera empresas pueda lograr sus objetivos y metas, en este sentido el éxito de cualquier modelo de gestión depende, en primer lugar, de una acertada planificación, pero para poder ejecutar la misma también son necesarias una serie de herramientas que permiten optimizar su desarrollo, encauzándolo en la dirección más adecuada.(parr.6)

La gestión empresarial garantiza el éxito de los negocios, pues a través de ellas se puede mejorar la eficiencia en el cumplimiento de los objetivos, ya que se mejoran las actividades internas y externas de la empresa.

Principios de gestión de calidad

La calidad es un actor importante, para mejorar la satisfacción del cliente, según norma ISO (2015), existen 8 principios, que permiten mejorar los procesos internos de la organización, las cuales son:

- Principio 1: Enfoque al cliente.
 - Principio 2: Liderazgo.
 - Principio 3: Participación del personal.
 - Principio 4: Enfoque basado en procesos.
 - Principio 5: Enfoque de sistema para la gestión.
 - Principio 6: Mejora continua
 - Principio 7: Enfoque basado en hechos para la toma de decisión.
 - Principio 8: Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor
- (parr.4).

La micro y pequeñas empresas deben mejorar su liderazgo, para que a través de esta herramienta, puedan contar con un personal o equipo mucho más hábil y reductivo, esto permitirá que exista una mejora continua.

Tecnologías de la información y comunicación

De acuerdo con Ventura, Huamán y Uribe (2017) establecieron que las TIC son “herramientas teórico conceptuales, soportes y canales que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de la forma más variada”. (p.22).

Estos autores establecieron además que las TIC, no son estáticas, cambian en función al desarrollo tecnológico y científicos en un marco de globalización. Esto determina que los conocimientos sean efímeros y que surjan nuevos valores, cambiando como consecuencia las estructuras económicas, sociales y culturales de la sociedad.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), a veces denominadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación. (NTIC)), son un concepto muy asociado al de la informática, por lo que comúnmente se le denomina como “el conjunto de recursos, procedimiento y técnica usadas en el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, con el apoyo de las TIC y NTIC (Ventura, Huamán y Uribe, 2017, P. 21-22)

Según Gonzales (2009). Las tecnologías de la información y la comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, resumen, recuperan y presentan información representada de la más variada forma.

Del mismo modo el ministerio de educación (2014) definió a las tecnologías de la información y comunicación como: “herramientas facilitadoras del aprendizaje significativo que permite desarrollar las capacidades, tanto de docentes como de estudiantes que responden a una diversidad de estilos de conocer”. (p.24)

Del mismo modo, Benítez (2007) define a las TIC como un “grupo de tecnologías desarrolladas para gestionar el manejo de la información, permitiendo remitir, recuperar, recibir, procesar y enviar datos de un lugar a otro”.

La importancia de Las tecnologías de la información y la comunicación en las empresas

Según Becerra, Cabrera y Ramírez (2016) Destacan que la TIC se han convertido en un elemento fundamental para la gestión empresarial, dado que la información que

surge en ellas permite alimentar la toma de decisiones y los procesos básicos del negocio, siendo un eje clave para la supervivencia en cualquier tipo de organización. De igual manera, Lopera (2010) establece que hoy en día las empresas están en la búsqueda de implementar diversas herramientas y estrategias que les faciliten el logro o cumplimiento de sus objetivos, por lo que las TIC son necesarias como apoyo a la recopilación de información, su tratamiento y/o análisis para todo los niveles, razón por la cual se debe contar con ellas para lograr mayores capacidades y desarrollo organizacional dentro del mercado.

Dentro de este contexto, monasterios, Martínez y Herrera (2012) resaltan que el empleo de las TIC en diversas áreas es necesario, debido a que generan un ahorro tanto en costos como en tiempo, contribuyendo a gestionar los flujos de información de cada proceso, especialmente en el campo de la producción, los inventarios, la gestión y otro sin número de acciones que realiza la empresa día a día.

El internet en las empresas

Hoy en día el uso del internet es considerado como una herramienta fundamental y de mucha importancia en cualquier ámbito de la vida, del mismo modo en el aspecto empresarial el internet permite lograr una mayor conexión con los clientes y de esa manera elevar las ventas de la organización, al respecto Sotres (2010) explica que:

La finalidad de internet es la de permitir comunicarse con otras personas, y la de los negocios en internet es obtener provecho de esas posibilidades de comunicación entre los distintos agentes del mercado: las empresas y sus empresas en internet debe ser esencialmente capaz de comunicarse y hacerlo con las características propias del medio, es decir, de forma flexible e interactiva. (p.7)

El comercio electrónico

Las tecnologías de la información y la comunicación han incrementado el desarrollo del mercado electrónico con variaciones según la actividad económica que realiza la empresa, en este sentido de acuerdo en Costa (2015) explica que “el comercio electrónico es la venta o compra de bienes o servicios por medio de redes computacionales y métodos específicamente diseñado para la recepción o compra de estas órdenes”. (p.45)

Ventajas del comercio electrónico en la compra y venta

En relación con lo anterior las empresas que le dan uso de internet y, específicamente, si se utilizaba para vender, así como las razones para ello, se puede lograr una serie de ventas lo cual menciona García y Rialp (2007):

Mejorar la calidad del servicio a los clientes.

Mejores plazos de entrega, mayor agilidad en la distribución /rapidez.

Ahorro de costes/ gastos comerciales y de gestión/papeleo.

Mayor agilidad en la gestión.

Comodidad.

Más publicidad, mejor imagen de la empresa, mas notoriedad.

Evitar desplazamientos.

Posibilidad de captar más clientes, ampliar la clientela. Apertura de nuevos mercados, estar presente en mercados distantes, de otros países o incluso de otros continentes.

Fidelización de clientes, lograr que les compra con mayor asiduidad y/o se mantengan más fieles a su marca. Mayores posibilidades de innovación, renovación de la gama de productos. (p.127)

Beneficios de las tecnologías de la información y comunicación

A pesar de vivir en una sociedad que contamos con tecnologías de la información y comunicación, son todavía muchas las Mypes que se resisten a dar el cambio e incorporar en su empresa recursos como son las TIC. Sin embargo, el uso de los avances tecnológicos, ofrecen grandes ventajas a las empresas, en especial a las pequeñas y medianas empresas que son el nuevo centro de interés de las tecnológicas y además nos ayuda a evitar problemas y conflictos, gracias a los avances tecnológicos. Gracias a las TIC es más sencillo obtener información sobre los clientes, conocer sus hábitos de compra, sus gustos, sus necesidades o sus deseos, y diseñar estrategias, o poner en marcha técnicas, enfocadas a satisfacer a los clientes. La adopción de las TIC en la Mypes ofrecerá una imagen más actual e innovadora de la empresa. El uso de herramientas tecnológicas para la gestión empresarial ha provocado un ahorro considerable de tiempo en la realización de tareas.

2.3. Marco conceptual

Historia de las ferreterías

Las ferreterías abrieron sus puertas hace más de 80 años, fueron formadas en su mayoría por personas familiares que tuvieron que ir evolucionando conforme se presentaban necesidades dentro de la jurisdicción donde habitaban. De esta manera, se establecieron poco a poco las ferreterías como tiendas pequeñas de abastecimiento cercanas a las personas. Gracias a ellas se construyeron casas, iglesias, parques y demás obras arquitectónicas que podemos disfrutar al rededor del mundo. No hay una edificación grande o pequeña en la que no se haya visto involucrado el sector ferretero.

Ferreterías en el Perú

De acuerdo con Perú Retail (2018) menciona que el mercado libre apuesta por el sector ferretero. La consultora IDC que proyecta un crecimiento del 30% en las ventas online peruanas, demuestra que los consumidores prefieren el canal online para realizar compras, además de que el sector ferretero ha crecido a pesar de no ser muy vinculado a este modelo de compra.

El crecimiento de este rubro es una oportunidad para que más empresas puedan vender sus productos a distintos puntos del país. Los artículos de ferretería que mostraron de mayor demanda en el mercado online fueron los taladros, sierras eléctricas, amoldadores, entre otros. La mayoría de consumidores son hombres y el método de pago más utilizado es el de transferencia bancaria y pago por tarjeta de crédito. Se espera que este rubro siga creciendo en los próximos meses.

Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías

Una ferretería es un establecimiento comercial dedicado a la venta de útiles para el bricolaje, la construcción de parques, centros educativos y las necesidades del hogar, normalmente es para el público en general, aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos como: cerraduras, herramientas de pequeño tamaño, clavos, etc.

Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las Micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías.

Podemos decir que en este rubro las Micro y pequeñas empresas son ineficientes en el uso de las TIC, en la gestión empresarial, en este sentido la falta de capacitación en el uso de nuevas tecnologías para simplificar el uso de la información, trabajar con datos

duros en tiempo real y hacer más eficiente la toma de decisiones por los directivos, entre otros factores, genera un riesgo en el desempeño de las empresas.

De lo anterior se deriva que dentro de las principales causas que se detectan del cierre de estas empresas están los problemas de planificación, control, operación, productos y ventas. Es decir, en toda la cadena de gestión empresarial existe un mal manejo de la información y un inadecuado análisis de datos que se ven reflejados en reportes con datos relevantes alterados, generando escasas estrategias de crecimientos para las empresas.

Gestión de calidad

Son herramientas de gestión empresarial o técnicas de administración que se les permite a una empresa hacer frente a los constantes cambios del mercado, así como asegurar una posición competitiva de este.

Tecnologías de la información y la comunicación

Son el conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamiento digitalizado de la información, como al conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), en su utilización para maximizar la productividad de las empresas.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se planteó una hipótesis dado que es una investigación descriptiva ya que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

IV.- METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

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

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente, la variable en estudio, es decir, se observó a la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación. Tal como se encontró dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas) conforme a su realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue Transversal Porque el estudio de gestión de calidad con el uso de las TIC y propuesta de mejora en las MYPES sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019. Se realizó en un espacio de tiempo definido o determinado, donde el estudio tendrá un inicio y un fin. (2019).

Fue descriptivo porque el estudio solo se describió las características más relevantes de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

4.2 Población y Muestra

a) Población

La población estuvo conformada por 13 micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferretería ciudad de Juanjui 2019. La cual se obtuvo mediante un sondeo. (Ver anexo 3).

b) Muestra

La muestra estuvo conformada por el 100% de la población. Es decir por 13 Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería ciudad de Juanjui 2019. (Ver anexo 3).

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medidas
Representantes	Persona natural o jurídica que representa y asume la responsabilidad de una empresa	Edad	- De 18 a 30 años - De 31 a 50 años - De 50 años a mas	Razón
		Genero	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitario - Superior universitario	Ordinal
		Cargo	- Dueño - Administrador	Nominal
		Tiempo en el cargo	- 0 a 3 - 4 a 6 años - 7 años a mas	Razón

Variable	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
	MYPE es una mitad económica constituida por una persona natural y/o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)	- 0 a 3 - 4 a 6 - 7 años a mas	Razón
		N° trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Razón

Micro y pequeñas empresas	contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o servicios.	Personas que trabajan en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - personas familiares - personas familiares 	no	Nominal
		Objetivos de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - generar ganancias - subsistencia 		Nominal

Variable	Definición de la variable	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación	Gestión de calidad es hacer uso de las herramientas modernas, en este sentido la tecnología de la información y la comunicación 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	¿Conoce el término gestión de calidad?	<ul style="list-style-type: none"> - Si - Tengo cierto conocimiento - No 	Nominal
		Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica:	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Empowerment - Lluvia de ideas - Outsourcing - Otros - Ninguno 	
		Dificultades Del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - otros 	
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - la observación - la evaluación - la escala de puntuaciones - evaluación 360° - otros 	
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - si - a veces - no 	
		Conoce las TIC	<ul style="list-style-type: none"> - si - tengo cierto conocimiento 	

facilidad, sin necesidad de ser un experto.		- no
	cuenta con una computadora en su empresa	- si - no
	Nivel de conocimiento de computación	- muy bueno - bueno - regular - malo - muy malo
	usa el internet para las compras de mercadería	- si - a veces - no
	qué tipo de redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos	- Facebook - Whatsapp - Twitter - Página web - Ninguna
	Con qué frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	- Siempre - Casi siempre - Algunas veces - Muy pocas veces - Nunca
	Que beneficios tuvo utilizando Las TIC dentro de su empresa.	- Incrementar ventas - Hacer conocida la empresa - Identificar las necesidades de la empresa - Ninguna por que no utiliza

4.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos

La técnica que se utilizó para recolectar información fue: la encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones personales interesan al investigador.

El instrumento, que se utilizó para registrar la información fue: el cuestionario porque es instrumento que consta de un conjunto de preguntas, la cual estuvo estructurado por 21 preguntas (ANEXO 4)

- 5 preguntas con respecto a los representantes legales de la empresa

- 4 preguntas con respecto a las micro y pequeñas empresas
- 12 preguntas con respecto a la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación.

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 frecuencia absoluta y relativa porcentual; así como figuras estadísticas. Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas:

Microsoft Word: es un procesador de texto de office 2013, la enésima versión de la popular suite de ofimática de Microsoft, con e 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. El Microsoft Excel: es un programa desarrollado y distribuido por Microsoft, el mismo que fue utilizado para llevar a cabo la tabulación, la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en la encuesta.

4.6 Matriz De Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología		
			Población y muestra	Método	Técnica Instrumentos
¿Cuáles son las principales características de la de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019?	<p>Objetivo general: Describir las principales características de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.</p> <p>Objetivos específicos . Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.</p>	<i>Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información y comunicación</i>	<p>Población: La población estuvo conformada por 13 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.</p> <p>Muestra: La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 13 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería ciudad de Juanjui 2019.</p>	<p>Diseño El diseño de la investigación fue no experimental – transversal-descriptivo</p> <p><i>Fue no experimental</i> porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observará a la de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019, tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p>	<p>Técnica La técnica utilizada es la encuesta.</p> <p>Instrumento: En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario</p> <p>Plan de análisis de los datos 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.</p>

	<p>. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.</p> <p>. Describir las principales características de la de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.</p>	<p><i>Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información y comunicación</i></p>		<p><i>Fue transversal</i> porque el estudio de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019, se realizará en un espacio de tiempo definido o determinado, donde el estudio tendrá un inicio y un fin. (2019)</p> <p><i>Fue descriptivo</i> de propuesta porque solo se describirá las Características más relevantes de la de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.</p>	
--	--	--	--	---	--

4.7 Principios Éticos

Autonomía: debido a que el tema de investigación se escogió libremente, en sus elecciones, por ello se escogió el tema gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicación, puesto que va de acuerdo con mi perfil, de esta manera el trabajo se hizo con mayor voluntad y esfuerzo.

Confiabilidad: se llevó acabo basándose en el principio de fiabilidad por que se buscó y ubico datos reales sobre la gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicación, para posteriormente tomarlas como fuente 100% confiables, así mismo se respetó el derecho de autor, ya que no hubo apropiación ilícita de la fuente de información y se hizo uso de la misma sin alteración y/o modificaciones. **Confidencialidad:** se respetó el derecho de confidencialidad a los representantes de micro empresas, asegurándoles que no había ningún tipo de conflicto de interés por parte de la información brindada por las fuentes, así como su apropiación mediante el anonimato para no perjudicar directo o indirectamente a los representantes.

Dignidad humana: se respetó la dignidad humana de todo los involucrados, tanto del investigador, asesor y otros que colaboraron, en el desarrollo de trabajo de investigación, sin hacer distinción de su nacionalidad, raza, credo o estatus económico y social.

V. RESULTADO

5.1 Resultados

Tabla 1

Características del representante de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

Datos generales:	N	%
Edad (años)		
18 – 30	4	30.77
31 – 50	7	53.85
51 años a más.	2	15.38
Total	13	100.00
Genero		
Femenino	5	38.46
Masculino	8	61.54
Total	13	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	1	7.69
Primaria	3	23.09
Secundaria	6	46.15
Superior no universitaria	2	15.38
Superior universitaria	1	7.69
Total	13	100.00
Cargo		
Dueño	8	61.54
Administrador	5	38.46
Total	13	100.00
Tiempo en el Cargo		
0 a 3 años	4	30.77
4 a 6 años	3	23.08
7 años a más	6	46.15
Total	13	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

Tabla 2

Características de las Micro y pequeñas empresas, del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

De la Empresa:	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)		
0 a 3 años	4	30.77
4 a 6 años	3	23.08
7 años a más	6	46.15
Total	13	100.00
Numero de colaboradores		
1 a 5	9	69.23
6 a 10	4	30.77
11 a más	0	0.00
Total	13	100.00
Personas que trabajan en su empresa		
Familiares	4	30.77
Personas no familiares	9	69.23
Total	13	100.00
Objetivo de la empresa		
Generas ganancias	9	69.23
Subsistencia	4	30.77
Total	13	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación y propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas, Sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación	N	%
Termino gestión de calidad		
Si	4	30.77
Tiene poco conocimiento	3	23.08
No	6	46.15
Total	13	100.00
Técnicas de gestión de calidad que aplica		
Benchmarking	0	0.00
Marketing	5	38.46
Lluvia de ideas	7	53.85
Las 5 S	1	7.69
Outsorsing	0	0.00
Total	13	100.00
Dificultades en la gestión de calidad		
Poca iniciativa	6	46.15
Aprendizaje lento	3	23.08
No se adapta a los cambios	4	30.77
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	13	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	7	53.85
La evaluación	6	46.15
La escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación 360°	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	13	100.00
La gestión de calidad mejora el rendimiento		
Si	8	61.54
A veces	5	38.46
No	0	0.00
Total	13	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación y propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación	N	%
Conoce las TIC		
Si	4	30.77
Tiene poco conocimiento	2	15.38
No	7	53.85
Total	13	100.00
Computadora en su empresa		
Si	2	15.38
No	11	84.62
Total	13	100.00
Nivel de conocimiento de computación		
Muy bueno	2	15.38
Bueno	7	53.85
Regular	4	30.77
Malo	0	0.00
Muy malo	0	0.00
Total	13	100.00
Usa el internet para las compras de mercadería		
Si	3	23.08
A veces	2	15.38
No	8	61.54
Total	13	100.00
Redes sociales que utiliza la venta de sus productos		
Facebook	4	30.77
WhatsApp	1	7.69
Twitter	0	0.00
Página Web	0	0.00
Ninguna	8	61.54
Total	13	100.00

Continua ...

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicación y propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

	Concluye	
Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación	N	%
Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa		
Siempre	6	46.15
Casi siempre	3	23.08
Algunas veces	4	30.77
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	13	100.00
Beneficios de las TIC dentro de su empresa		
Incrementar ventas	3	23.08
Hacer conocida la empresa	2	15.38
Identificar las necesidades de los clientes	0	0.00
Ninguna porque no utiliza	8	61.54
Total	13	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, sector comercio, ciudad de Juanjui 2019.

Tabla 4*Propuesta de mejora*

Problema	Causa	Solución - Aplicación de mejora	Responsable
Desconocimiento del termino gestión de calidad (46.15%)	Bajo nivel de educación	Terminar o concluir con sus estudios básicos	Gerente y/propietario
Poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad (46.15%)	Insatisfacción laboral	Aplicar dinámica de grupos Realizar un plan de incentivos Aplicar un liderazgo democrático	Gerente y/propietario
No cuentan con una computadora en la empresa (84.62%)	Desconocimiento del uso de los programas	Capacitación para los programas básicos de informática	Gerente y/propietario
No utilizan las redes sociales para la venta de sus productos (61.54%)	Desconocimiento del uso de las redes sociales	Capacitación para el uso de las redes sociales	Gerente y/propietario
No usan el internet para la compra de mercaderías (61.54%)	Los proveedores solo se comunican mediante llamadas telefónicas	Capacitación a los proveedores, en base a los beneficios del uso del internet en los procesos de compra y venta.	Gerente y/propietario
Aplican en su mayoría lluvia de ideas (53.85%)	Desconocimientos de otras herramientas que requieren de mayor esfuerzo	Capacitación para el uso de las 5S, debido a que con ello se lograra mejorar la gestión del área logística	Gerente y/propietario
Perdida, robos o mermas del producto	Deficiente gestión de los inventarios	Crear una base de datos para el control de los inventarios Capacitar al personal para el uso de la base de datos	Gerente y/propietario
Ventas estancadas	No se aplican estrategias para mejorar las ventas	Crear un plan estratégico para mejorar la rentabilidad	Gerente y/propietario

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1.

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

El 53.85% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 a 50 años de edad, esto coincide con Huamán (2018) quien manifiesta que el 53% tienen una edad entre 31 a 50 años, del mismo modo con Gamarra (2016) quien expresa que el 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años, de la misma manera con Torres (2014) el cual aporta que el 80% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años. Pero se contrasta con Villanque (2016) quien establece que el 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad, así mismo con Garay (2017) el cual muestra que el 55% son personas mayores de 41 años. Esto demuestra que la mayoría son personas experimentadas, y gracias a sus habilidades en el rubro lograron superarse cada día más como emprendedores.

El 61.54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, esto coincide con Huamán (2018) quien manifiesta que el 80% son de género masculino, del mismo modo con Gamarra (2016) quien expresa que el 67% de los empresarios son de género masculino, así también con Villanque (2016) quien establece que el 68.18% son de sexo masculino, de la misma manera con Mendoza (2016) el cual aporta que el 80% son de género masculino, así mismo con Garay (2017) el cual muestra que el 70% son de género masculino. Esto demuestra que la mayoría son personas del sexo masculino, en este sentido son personas muy dedicadas a su trabajo, por lo que día a día se esfuerzan por salir adelante.

El 46.15% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios secundarios, esto coincide con Gamarra (2016) quien expresa que el 61% tienen grado de instrucción secundaria, así mismo con Garay (2017) el cual muestra que el 45% tiene educación secundaria de la misma manera con Torres (2014) el cual aporta que el 60% de encuestados tiene como grado de instrucción secundaria. Pero se contrasta con Huamán (2018) quien manifiesta que el 40% de los encuestados son del nivel superior universitario, del mismo modo con Villanque (2016) quien establece que el 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa, de la misma manera con Mendoza (2016) el cual aporta que el 40% tienen el grado de instrucción universitaria. Esto demuestra que la minoría relativa tienen bajo nivel de educación, sin embargo, a pesar de ello han cumplido una buena función en las empresas.

El 61.54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, esto coincide con Torres (2014) el cual aporta que el 60% es dueño del establecimiento. Esto demuestra que la mayoría son los dueños, consideran que en este rubro se necesita mucha dedicación porque existe una fuerte competencia.

El 46.15% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo más de 7 años. Esto demuestra que la minoría relativa tiene un buen tiempo en el cargo lo que les han servido para lograr tener mayores conocimientos en la función administrativa.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas

El 46.15% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, esto contrasta con Gamarra (2016) quien expresa que el 50% tienen de 8 años a más. Esto demuestra que la minoría relativa de las empresas tiene un largo periodo de vida con una buena participación de mercado.

El 69.23% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 colaboradores, esto coincide con Gamarra (2016) quien expresa que el 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores. Pero se contrasta con Huamán (2018) quien manifiesta que el 40% tiene de 4 a 7 colaboradores. Esto demuestra que la mayoría tienen pocos trabajadores debido a que para las actividades diarias no se necesita de mucho personal.

El 69.23% de las micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores a personas no familiares y el 30.77% a personas familiares. Esto demuestra que la mayoría tienen a un personal que no sea de sus familias, ya que consideran que así se puede lograr una mejor comunicación ya que no interviene el sentimiento.

El 69.23% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias, esto coincide con Huamán (2018) quien manifiesta que el 67% de las Mypes fueron creados con la finalidad de generar ganancias, del mismo modo con Gamarra (2016) quien expresa que el 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias, de la misma manera con Torres (2014) el cual aporta que el 100% ha creado su empresa para generar ganancias. Esto demuestra que la mayoría consideran que desde que crearon sus empresas, su objetivo siempre es generar ganancias y de esta manera contribuir a generar empleo y mejorar la calidad de vida de sus parientes.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicación y propuesta de mejora en las Micro y pequeñas empresas.

El 46.15% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad, esto contrasta con Huamán (2018) quien manifiesta que el 67% de los encuestados manifestó que, si entienden el término de gestión de calidad, del mismo modo con Gamarra (2016) quien expresa que el 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. Esto demuestra que la minoría relativa no identifica el significado de este término, puesto que sus conocimientos en educación son bajos.

El 53.85% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la lluvia de ideas, esto contrasta con Torres (2014) el cual aporta que el 50% utiliza el Benchmarking. Esto demuestra que la mayoría aplican la lluvia de ideas debido que con esta herramienta han propuesta varias alternativas de solución a los problemas internos y externos de la empresa.

El 46.15% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran las dificultadas en la aplicación de la gestión de calidad, es la poca iniciativa, esto contrasta con Torres (2014) el cual aporta que el 40% de los encuestados manifiesta que su personal no se adapta a los cambios. Esto demuestra que la minoría relativa consideran que la poca iniciativa del personal es lo que impide que se mejoren aún más el rendimiento de la empresa, en este sentido consideran que el personal no se siente muy motivado.

El 53.85% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación y el 46.15% mediante la evaluación. Esto demuestra que la mayoría consideran al observar al personal como se desenvuelve en sus funciones, pueden determinar que trabajador es más eficiente en sus funciones y de acuerdo a ellos otorgarles algún tipo de incentivo.

El 61.54% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, esto coincide con Torres (2014) el cual manifiesta que el 90% considera que la gestión de calidad sí contribuye al mejoramiento del negocio. Esto demuestra que la mayoría consideran que aplicando la lluvia de ideas se pueden tomar mejores decisiones en cuanto a la inversión, los productos que se ofrece y de qué manera se puede dar un mejor servicio, por ende, esto mejora el rendimiento de la empresa.

El 53.85% de los representantes no conocen el significado de las TIC, el 30.77% si conoce las Tic y el 15.38% tienen poco conocimiento. Esto demuestra que la mayoría no conocen el uso de esta herramienta por ende no han logrado adaptarse a los cambios.

El 84.62% de los representantes no cuentan con una computadora en la empresa y el 15.38% tienen una computadora. Esto demuestra que la mayoría no cuentan con una computadora por ello los registros de las compras y ventas solo lo tienen físico, por lo que se dificulta un mejor control de los inventarios.

El 53.85% de los representantes consideran que tienen un nivel de conocimiento de computación bueno, el 30.77% regular, y el 15.38% muy bueno. Esto demuestra que la mayoría si saben manipular una computadora; y esto lo han aprendido de algunos familiares no obstante no implementan una computadora porque no cuentan con los conocimientos para crear una base de datos para el control de sus inventarios.

El 61.54% de los representantes no hacen uso del internet para ejecutar sus compras, el 23.08% si y el 15.38% a veces. Esto demuestra que la mayoría solo se basan en el uso del teléfono para realizar sus compras.

El 61.54% de los representantes no utilizan ninguna red social, el 30.77% usan el Facebook y el 7.69% utilizan el WhatsApp. Esto demuestra que la mayoría no hacen uso de las redes sociales, porque no tienen conocimientos sobre cómo se pueden ofrecer los productos.

El 46.15% de los representantes siempre hacen uso del teléfono para coordinar asuntos de su empresa, el 30.77% algunas veces, y el 23.08% casi siempre. Esto demuestra que la minoría relativa considera que el teléfono es una herramienta de trabajo muy importante y más efectivo para la compra y venta de sus productos.

El 61.54% de los representantes no han logrado beneficios porque no utilizan las TIC, el 23.08% han logrado incrementar las ventas y el 15.38% han hecho reconocida la empresa. Esto demuestra que la mayoría al no aplican las TIC no pueden determinar los beneficios; cabe decir que solo se limitan al uso de los teléfonos para realizar algunas actividades de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, son de género masculino, tienen grado de instrucción secundaria, 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 1 a 5 trabajadores, siendo personas no familiares, y tienen como finalidad generar ganancias. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, no conocen el término Gestión de calidad, utilizan la lluvia de ideas, del mismo modo aseguran que el personal tiene poca iniciativa, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, así también miden el rendimiento a través de la observación, y considera que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa. Por otra parte, no conocen las TIC, no cuentan con una computadora, así mismo tienen un nivel de computación bueno, no hacen uso del internet para ejecutar sus compras, no utilizan ninguna red social para sus ventas, siempre emplean su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, y finalmente no han obtenido beneficios porque no utilizan las TIC.

Aplicar la propuesta de mejora para que las empresas tengan una estabilidad en el mercado y obtengan beneficios los ciudadanos de la ciudad de Juanjui así como ellos mismos.

REFERENCIAS

- Becerra, J., Cabrera, N., y Ramírez, A. (2016). *Sistemas de Información y su aplicación real en empresas nacionales*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <https://prezi.com/5wjoxr08yfb/universidad-laica-vicente-rocafuerte/>
- Benítez, G. M. (s.f de s.f de 2007). *Las nuevas tecnologías de la información*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8929/2LasnuevatecnologiasdelaInformacion.pdf?sequence=8>
- Costa, F. (2015). *Perú Tecnologías de información y comunicación en las empresas 2015*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1482/libro.pdf
- Empresa Telefónica, (2018). *¿Qué ventajas ofrecen las TIC a las Pymes?*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <https://www.telefonica.com/es/web/negocio-responsable/articulo/-/blogs/-que-ventajas-ofrecen-las-tic-a-las-pymes->
- Fariñas, A. (2016). *La utilidad de las bases de datos para las empresas*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <https://noticias.infocif.es/noticia/la-utilidad-de-las-bases-de-datos-para-las-empresas>
- Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de las Pymes, (2014). *Estudio: Más del 60% de mypes peruanas no utiliza herramientas TIC*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <https://rpp.pe/lima/actualidad/estudio-mas-del-60-de-mypes-peruanas-no-utiliza-herramientas-tic-noticia-678645>
- Gamarra, P. (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 pre grado). Facultad de ciencias de la empresa. Universidad Nacional José María Arguedas. Perú
- Garay, C. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y rentabilidad en las Mypes sector comercial rubro ferreterías de la provincia de Leoncio prado período – 2017.* (Tesis pre grado). Facultad de ciencias de la empresa. Universidad Nacional José María Arguedas. Perú
- García, E., y Rialp, J. (2007). *Tecnologías de la información y comunicación (TIC) y crecimiento de la empresa.* Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <https://www.unioviado.es/egarcia/ice.gcr.pdf>
- Gorrín, A. H. (28 de 08 de 2011). *Definiciones y conceptos, Desarrollo económico, Económic, Innovación, Internet, Tecnología.* Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <http://www.economiatic.com/concepto-de-tic/>
- Huamán, L. (2018). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas rubro ferreterías en la urbanización Oquendo Callao, 2018.* (Tesis pre grado). Facultad de ciencias de la empresa. Universidad Nacional José María Arguedas. Perú
- Jiménez, E. (2015). *¿Somos una economía digital? En España 1 de cada 3 empresas no tiene ordenador ni Internet.* Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <https://www.elmundo.es/economia/2015/07/07/559aafcf22601d435c8b45a4.html>
- Ley N° 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa.* Recuperado el 12 de Febrero del 2019 <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley N° 30056 (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las Micro, pequeñas y*

- medianas empresas*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
- Lopera, P. A. (10 de 03 de 2010). *El papel de las tic en la toma de decisiones*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <http://empresascea.blogspot.com.co/2010/03/el-papel-de-las-tic-en-la-toma-de.html>
- Marques, M. (2009). *Base de datos*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, http://www3.uji.es/~mmarques/apuntes_bbdd/apuntes.pdf
- Mendoza, J. (2016). *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Calleria, periodo 2016*. (Tesis pre grado). Facultad de ciencias de la empresa. Universidad Nacional José María Arguedas. Perú
- Monasterios, A., Martinez, I., y Herrera, N. (2012). *El papel de las TIC en las empresas*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <http://todosobre-equipo4-expo.blogspot.com.co/p/apertura-de-los-paises-las-tic.html>
- Ministerio de Educación (2014). *Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, para el aprendizaje. Perú*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/4916>
- Orozco, M., Quiroz G. (2015). *El 82% de pymes de Ecuador accede a Internet, pero su uso se limita a enviar correos y tareas administrativas*. Recuperado de, <https://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>
- Perú Retail. (2018). *Perú: Sector ferretero crece 128% en ventas online este año*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <https://www.peru-retail.com/peru-sector-ferretero-crece-128-ventas-online/>

- Revista Forbes, (2016). *3 barreras que impiden a las pymes el uso de tecnología*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <https://www.forbes.com.mx/3-barreras-impiden-las-pymes-uso-tecnologia/>
- Rojas, S. (2017). Solo 1% de las pymes tiene adopción total del marketing digital. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <http://www.fce.unal.edu.co/noticias/949-solo-1-de-las-pymes-tiene-adopcion-total-del-marketing-digital.html>
- Sotres, F. (2010). *La empresa virtual, un nuevo esquema de negocios en la red*. Recuperado el 12 de Febrero del 2019 de, <http://www.revista.unam.mx/vol.11/num10/art98/art98.pdf>
- Torres, J. (2014). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015*. (Tesis pre grado). Facultad de ciencias de la empresa. Universidad Nacional José María Arguedas. Perú
- Ventura, R., Huamán E. y Uribe N. (2017). *El Uso de las Tic y su relación con el rendimiento académico en el área de inglés en los estudiantes del quinto grado de secundaria de la institución educativa San Luis Gonzaga, Ica, 2014*. (Tesis de grado). Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Nacional De Educación Enrique Guzmán Y Valle. Perú
- Villanque, C. (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 pre grado). Facultad de ciencias de la empresa. Universidad Nacional José María Arguedas. 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

Recursos necesarios

- Recurso humano
- Recurso económico
- Computadora
- Unidades de almacenamiento (USB)

Presupuesto

Concepto	Valor
Pasajes	S/. 50.00
Internet	S/. 40.00
Impresión del proyecto	S/. 20.00
Anillado	S/. 3.00
Taller	S/. 3130.00
Otros	S/20.00
Total	S/. 3263.00

Anexo 3

Población

N°	Mypes	Representante	Ubicación
1	Ferretería Campos	Hiltler Campos Girano	J.R Huallaga N° 1495
2	El Iman Ferreteros Sac -I	Cardoso Díaz Jeiner	Carrt F B T - Juanjuicillo
3	Fierros & Aceros Oriente S.A.C	Vargas Cachique Jorge Washinton	J.R Huallaga N° 1511
4	Ferreteria Vega	Vega Tenazoa Wilder	Jirón Eduardo Peña Meza
5	Ferretería Nor Oriente	Vizconde Mondragon Erlandy	Jiron Huallaga N° 527
6	Comercial Ferretero Selva		Jiron Huallaga
7	Comercial Ferreteria Guerrero	Guerrero Nayra Rodolfo	Jiron Eduardo Peña Meza 672
8	El Iman Ferreteros - I	Cardozo Diaz Beider	Jiron Huallaga Con Jirón La Punta.
9	Importaciones Patricia	Nieto Mejia Adelmo	Jirón Huallaga Cdra 10
10	Importaciones Patricia S.A.C	Nieto Mejia Doraliza	Carrt. Fbt 161 Juanjuicillo – Juanjui
11	Ferretería Valenca	Torres Del Águila Anamelba	J.R La Libertad N°700
12	3r Selva Sac	Risco Reyna Roxana Milagros	Carrt. Fbt Juanjuicillo -318 – Juanjui
13	Corporación Constructor	Salazar Lopez Doraliza	Carrt.Fbt – Huallaga - Juanjui
Total			13

Anexo 4

Cuestionario

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

Encuesta dirigida a los y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Juanjui 2019.

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las Micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado:

GESTION DE CALIDAD CON EL USO DE TECNOLOGIA DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR COMERCIO,RUBRO FERRETERIA, CIUDAD DE JUANJUI 2019.

La información que usted proporcionara será utilizada solo con los fines académicos e investigación por lo que se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

DATOS GENERALES

A) De Representantes

1. Edad

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

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

- a) Dueño ()
- b) Administrador ()

5. Tiempo en el Cargo

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

B) DE LAS MYPES

6. Tiempo de permanencia 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

- a) Generar ganancia ()
- b) Subsistencia ()

C) DE LA GESTION DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

- a) Si ()
- b) Tiene cierto conocimiento ()
- c) No ()

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. 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. 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) A veces ()
- c) 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 qué 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 Figuras

a) Referente a los representantes

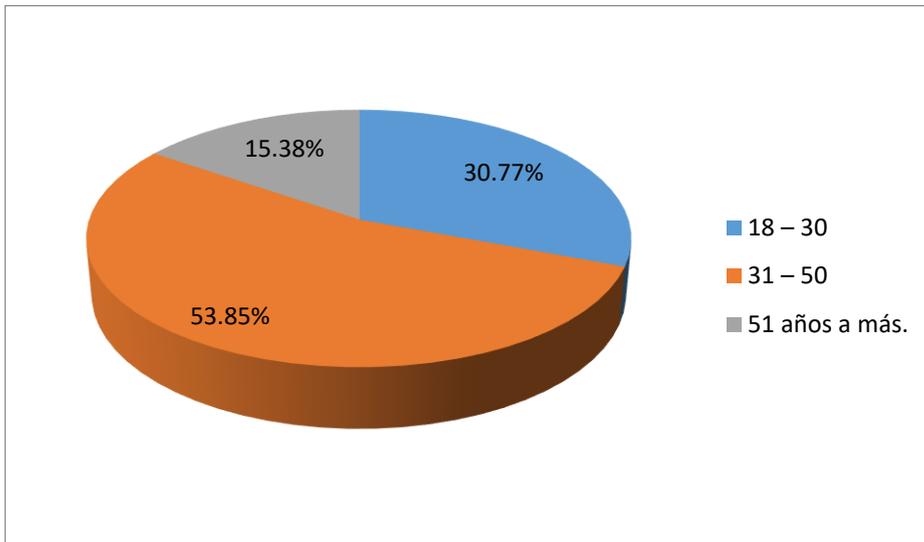


Figura 1. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

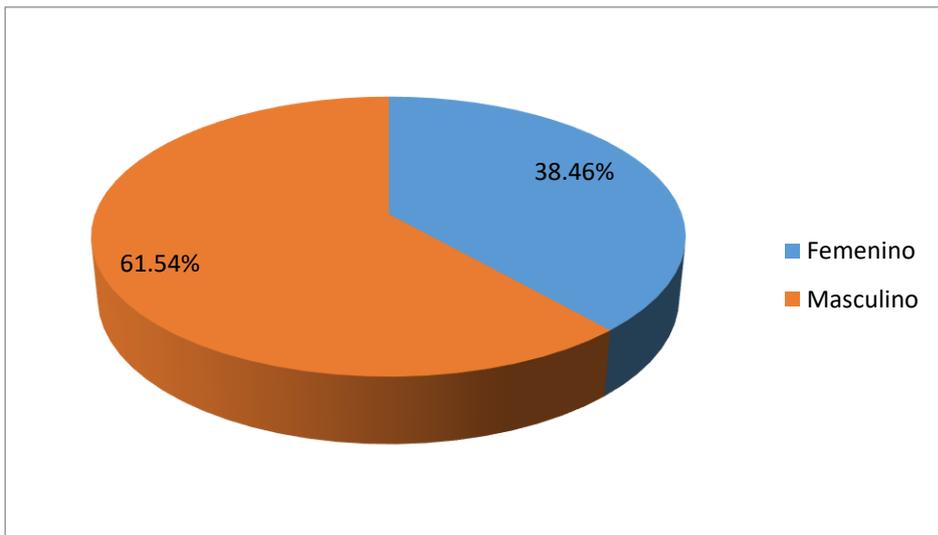


Figura 2. Genero del representante

Fuente: Tabla 1

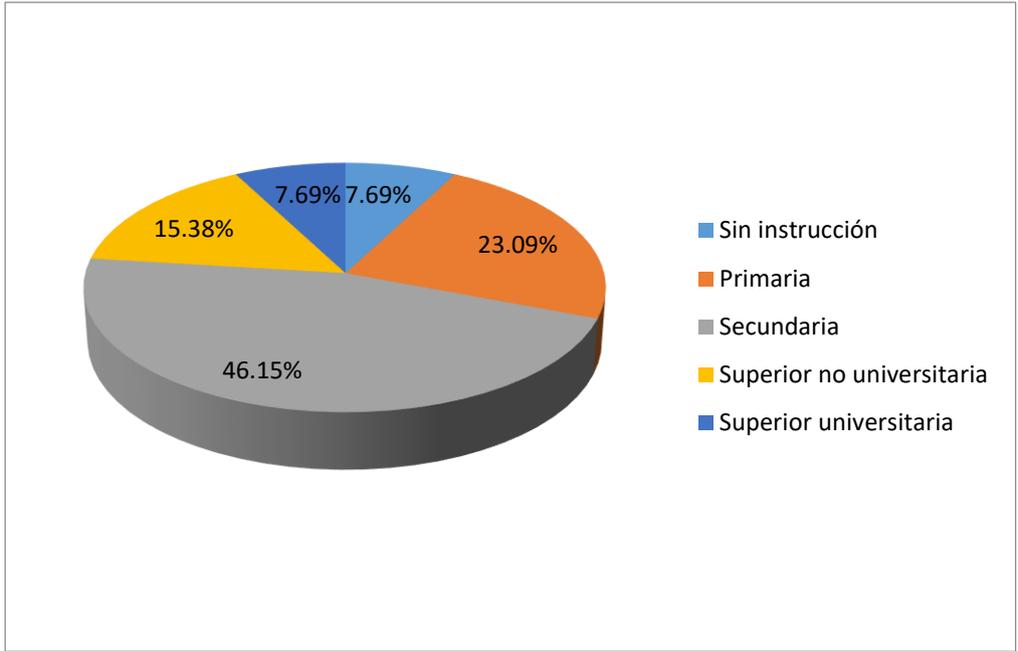


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

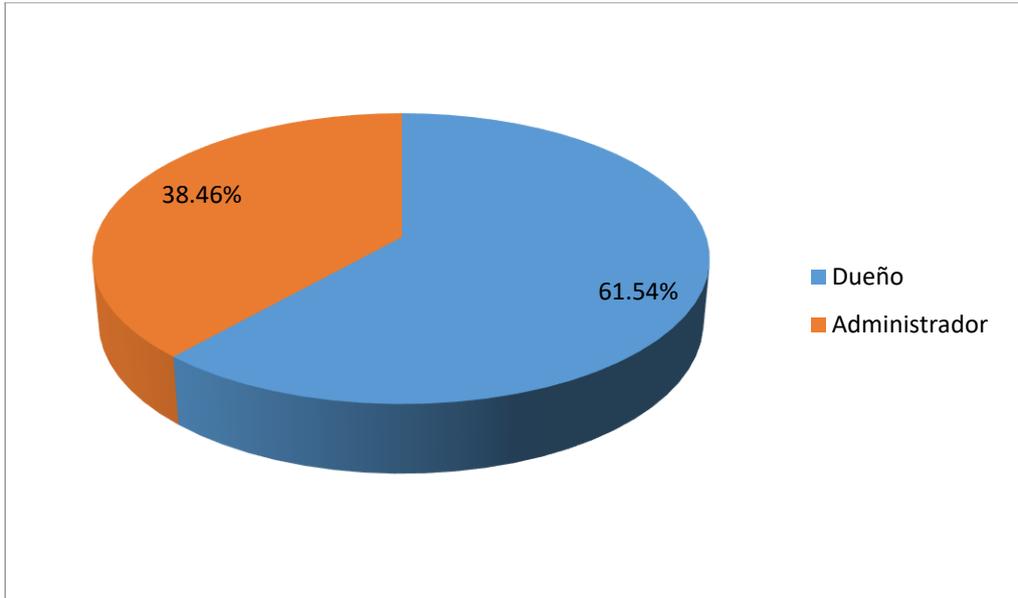


Figura 4. Cargo

Fuente: Tabla 1

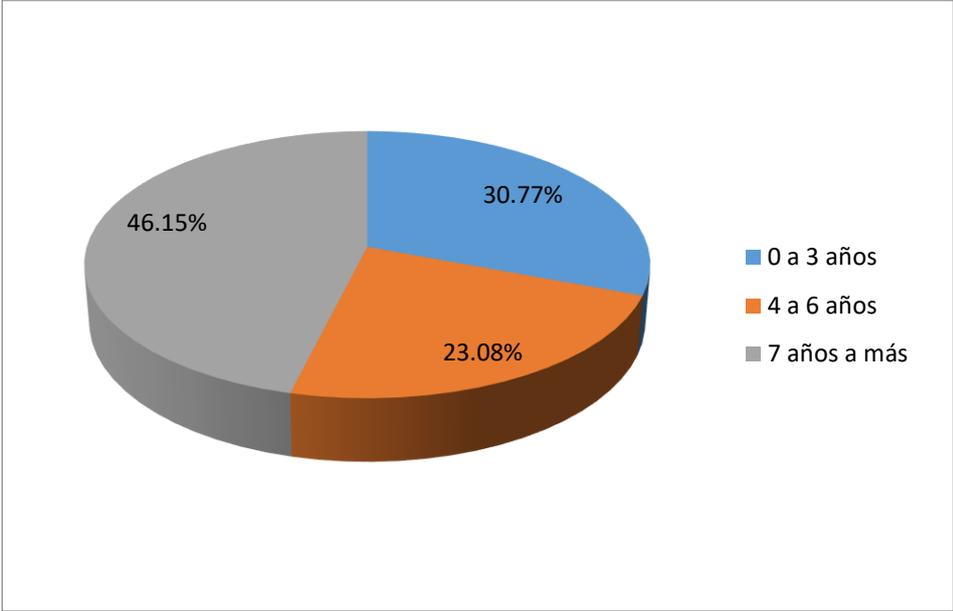


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente: Tabla 1

b) Referente a las Micros y pequeñas empresas:

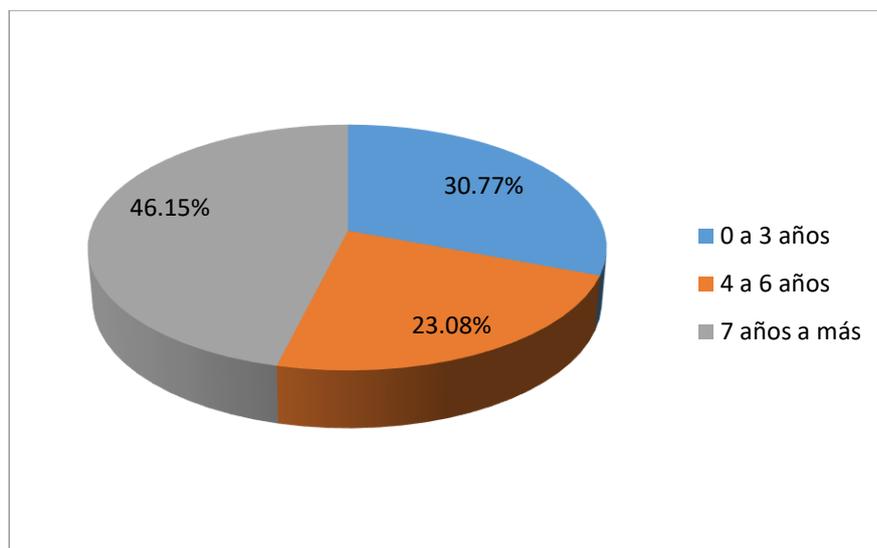


Figura 6. Tiempo en el rubro

Fuente: Tabla 2

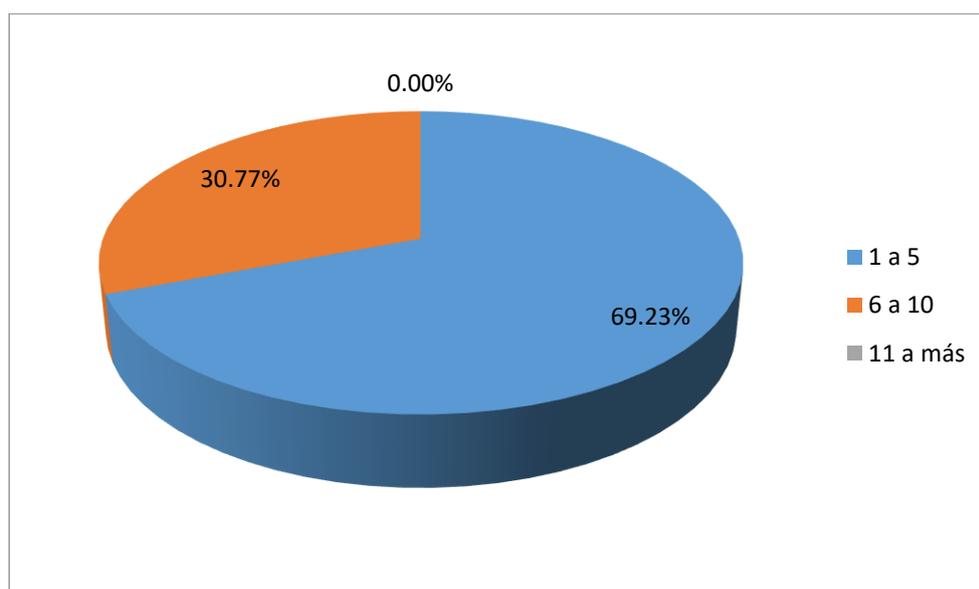


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente: Tabla 2

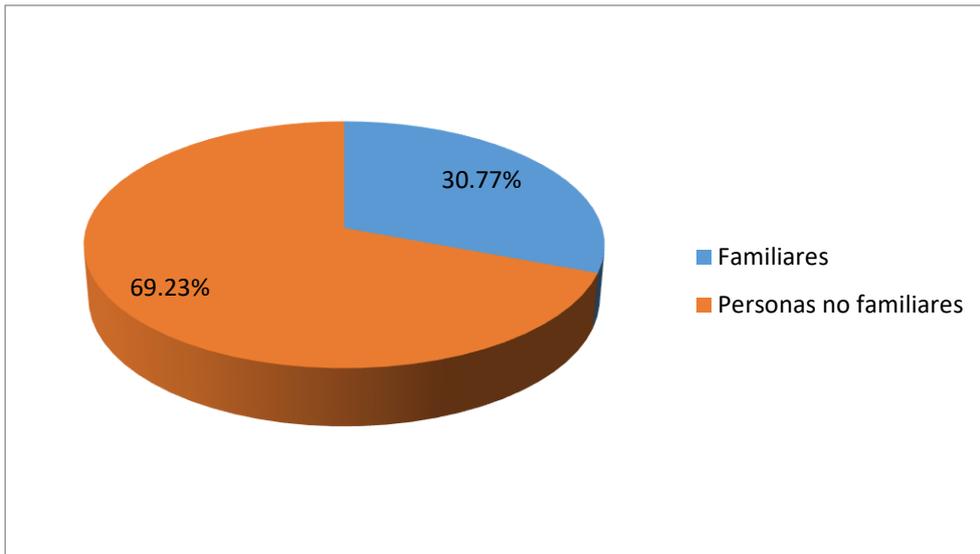


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa

Fuente: Tabla 2

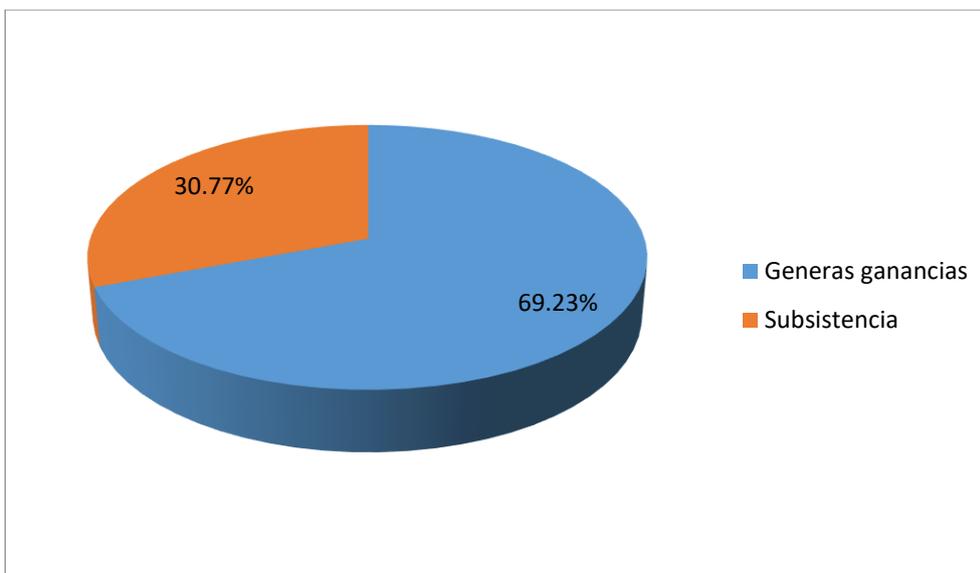


Figura 9. Objetivo de la empresa

Fuente: Tabla 2

C) Referente a la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las Micro y pequeñas empresas:

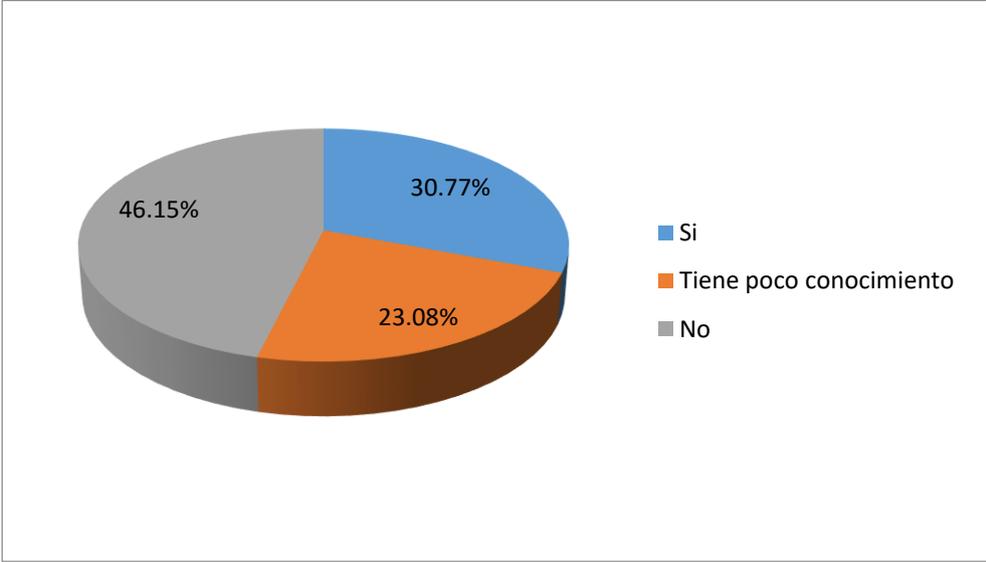


Figura 10. Término gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

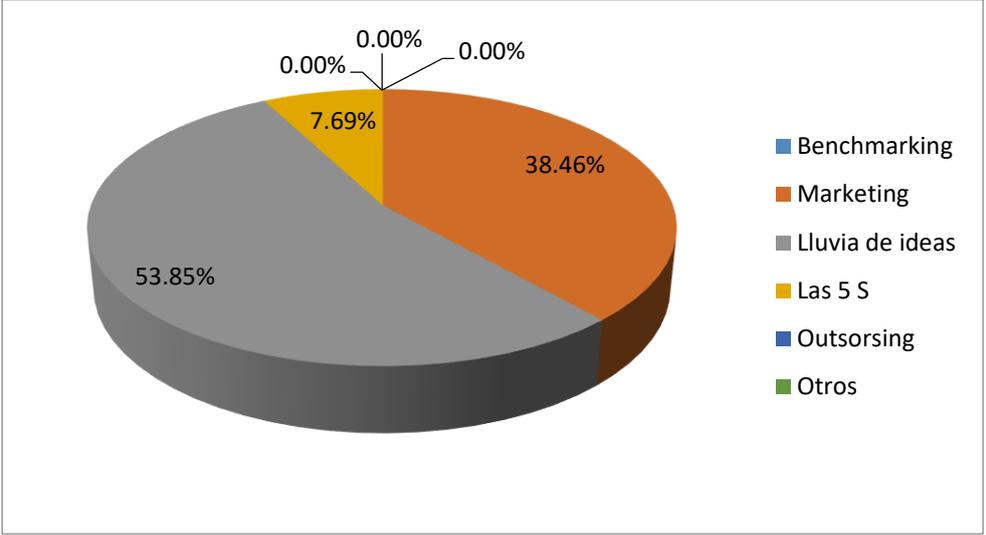


Figura 11. Técnicas de gestión de calidad que aplica

Fuente: Tabla 3

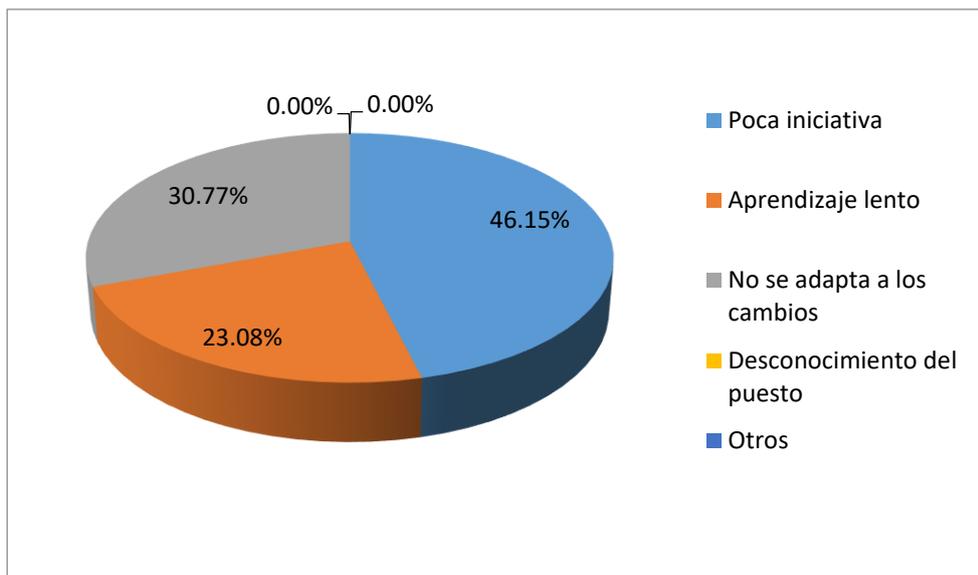


Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad

Fuente: Tabla 3

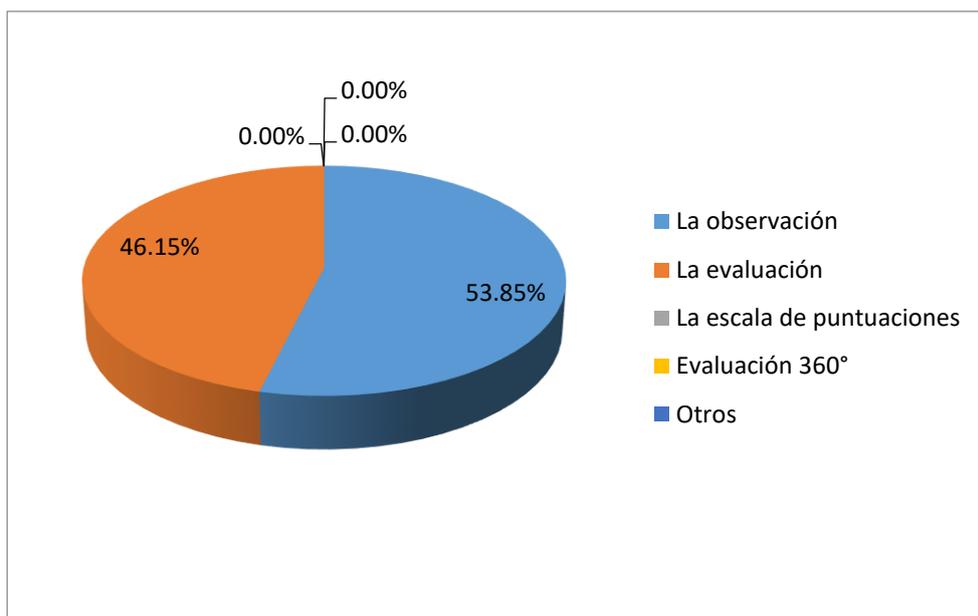


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente: Tabla 3.

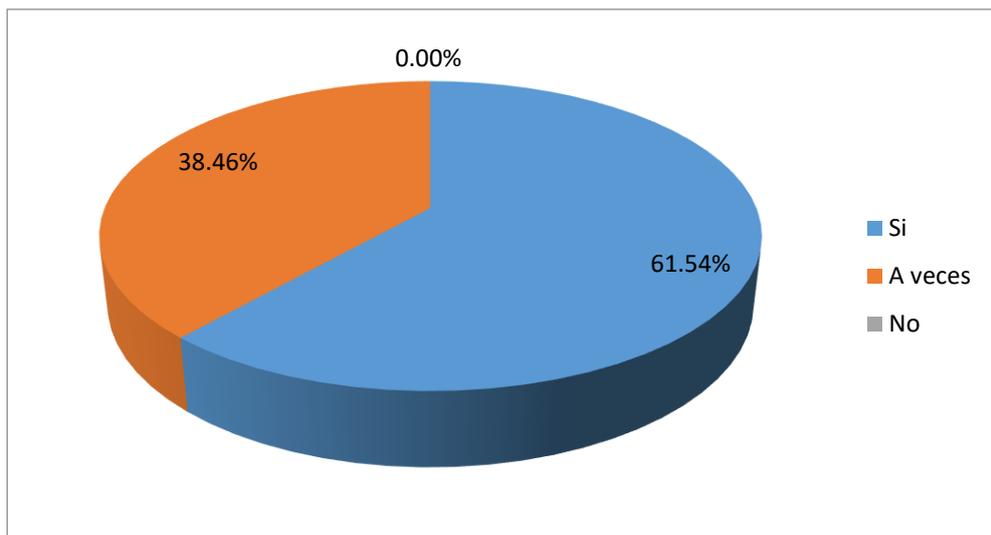


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente: Tabla 3

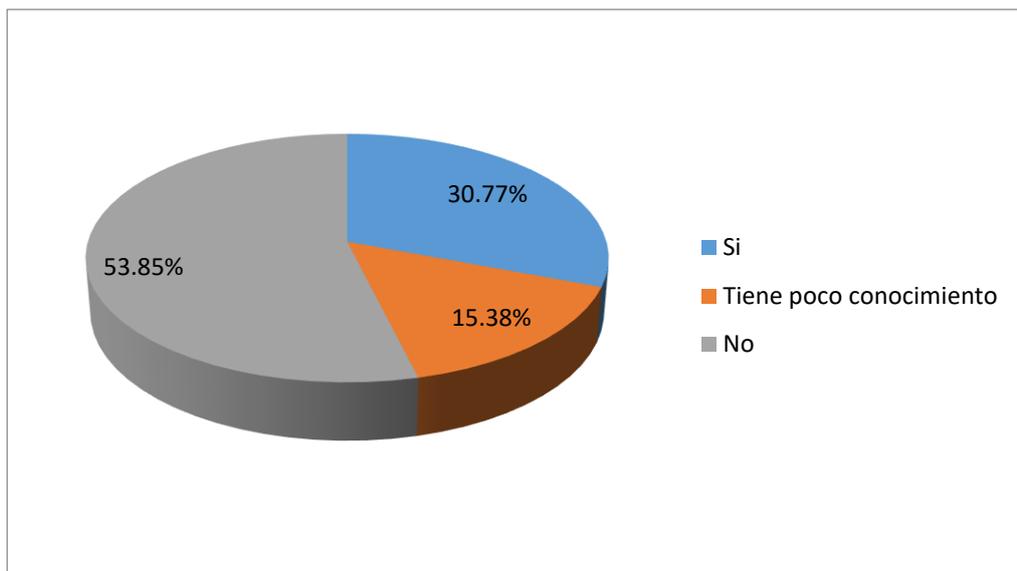


Figura 15. Conoce las TIC

Fuente: Tabla 3

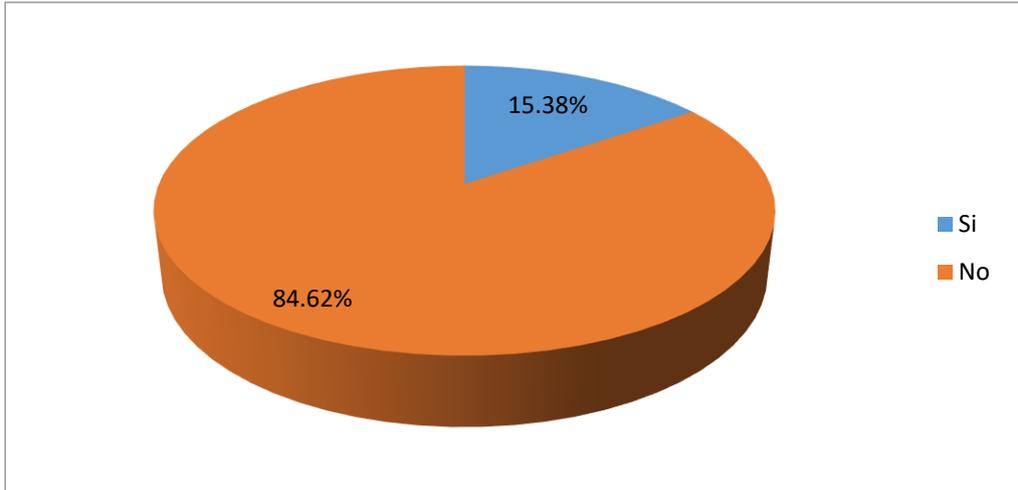


Figura 16. Computadora en su empresa

Fuente: Tabla 3

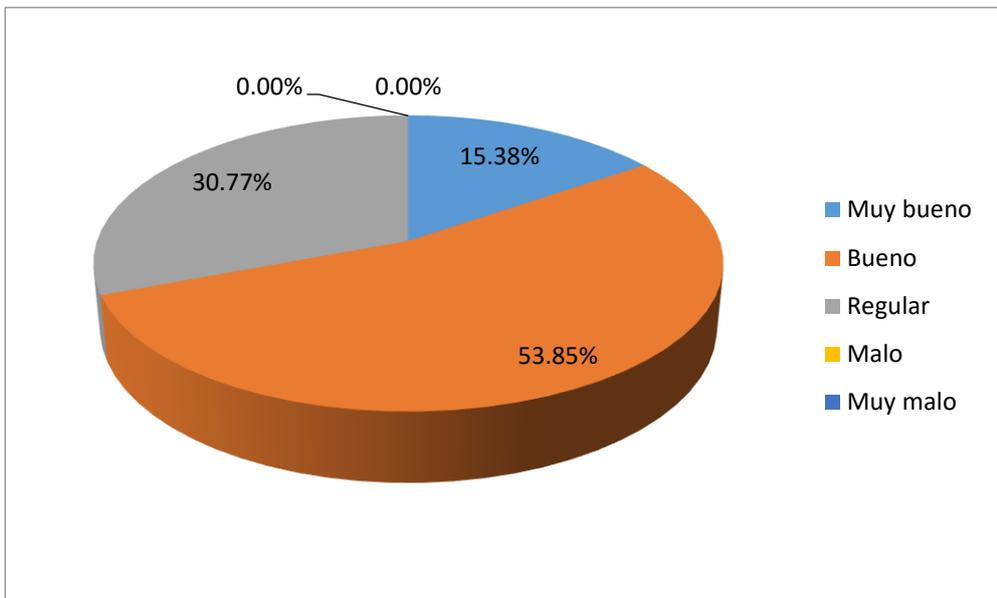


Figura 17. Nivel de conocimiento de computación

Fuente: Tabla 3

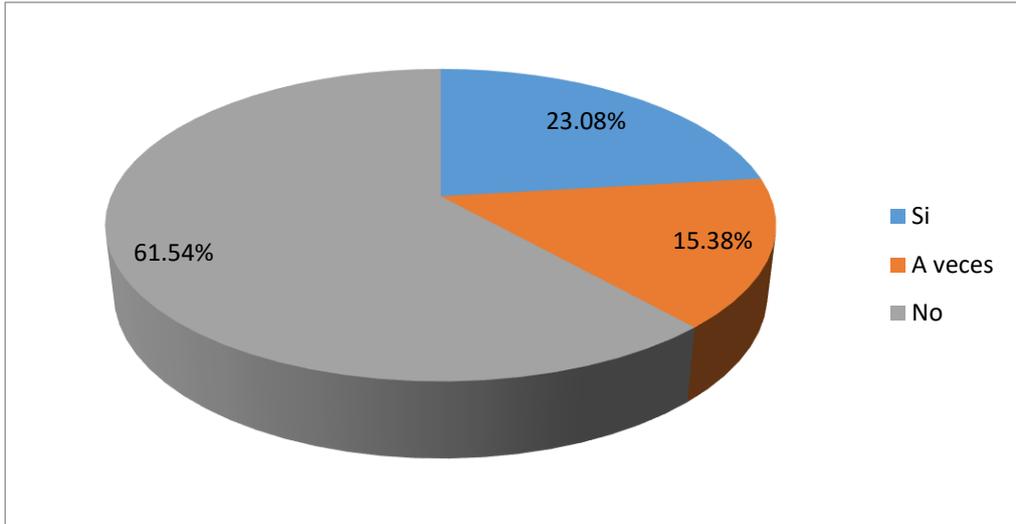


Figura 18. Internet para las compras de mercadería

Fuente: Tabla 3

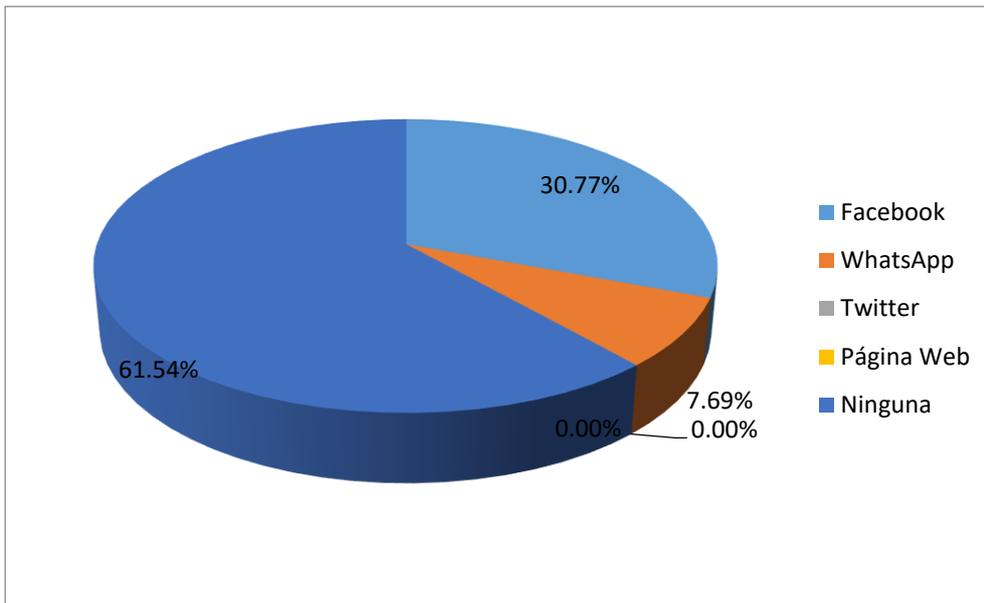


Figura 19. Redes sociales que utiliza para la venta de sus productos

Fuente: Tabla 3

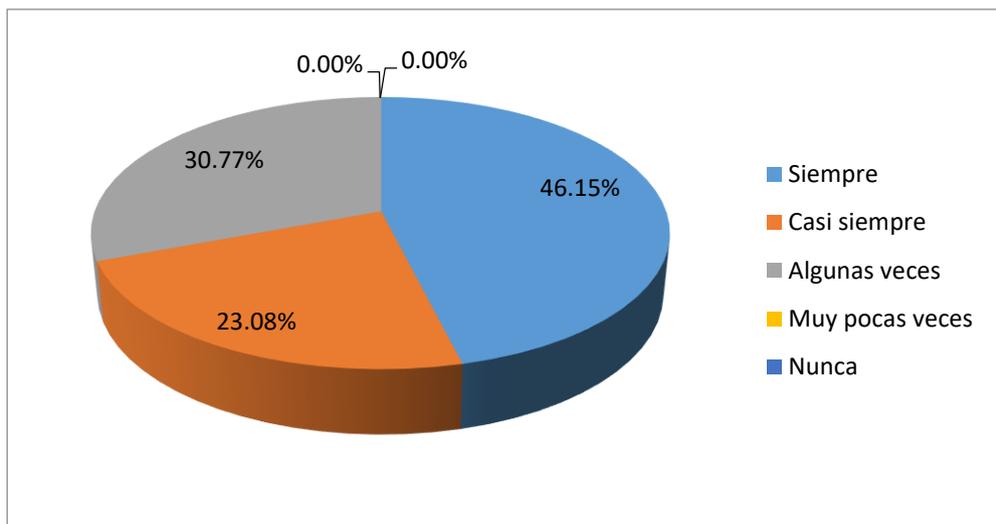


Figura 20. Uso del teléfono para coordinar asuntos de su empresa

Fuente: Tabla 3

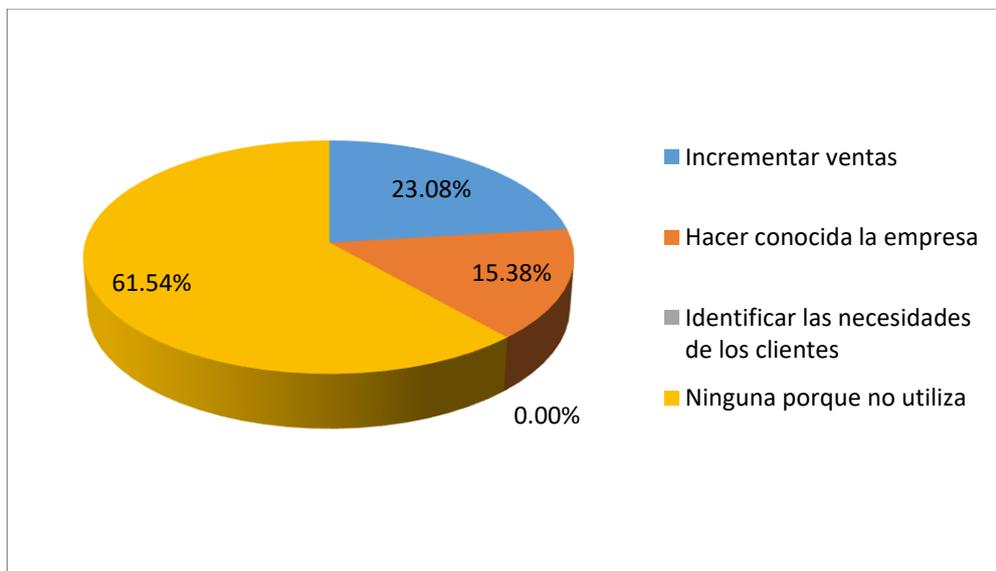


Figura 21. Beneficios de las TIC

Fuente: Tabla 3