

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE ROPA PARA DAMAS, EN EL CENTRO COMERCIAL GAMARRA DE CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR

Br. VERGARAY RODRIGUEZ TATIANA BRIGGIT

ORCID ID: 0000-0002-7688-3300

ASESOR

Dr. CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARIAS

ORCID ID: 0000-0001-8485-2398

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

Br. Vergaray Rodríguez, Tatiana Briggit

Investigador Principal Estudiante de
la Universidad Católica Los Ángeles
de Chimbote

ORCID ID: 0000-0002-7688-3300

Dr. Centurión Medina, Reinerio Docente Tutor
e Investigador de la Universidad Católica Los

Ángeles de Chimbote

ORCID ID: 0000-0003-2392-3978

Mgtr. Morillo Campos, Yuli Yolanda

ORCID ID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID ID: 0000-0002-5471-4559

Miembro

Jurado Evaluador de la Universidad Católica

Los Ángeles de Chimbote

JURADO EVALUADOR

Mgtr. MORILLO CAMPOS, YULY YOLANDA

PRESIDENTE

Mgtr. LIMO VÁSQUEZ, MIGUEL ÁNGEL

MIEMBRO

Mgtr. CERNA IZAGUIRRE, JULIO CESAR

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para culminar con mi informe de tesis.

A mis profesores, por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales.

Y para la elaboración de esta tesis; al Mag. Adm. Reinerio Centurión Medina, nuestro asesor, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres, como agradecimiento a su esfuerzo, amor y apoyo incondicional durante mi formación tanto personal como profesional.

A mis maestros que influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas de mi tesis.

A mi padre, mi ángel quien guía mi camino, mi motivación para seguir adelante, el héroe de mi vida.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017. La investigación fue cuantitativa – descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a una población muestral de 15 Mypes a quienes se les aplico un cuestionario de 21 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniéndose los siguientes resultados: El 100,0% de las micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el cual les dará como resultado que sus ganancias aumenten, al ir creciendo poco a poco en el mercado competitivo. En cuanto al conocimiento sobre las tecnologías de información y comunicaciones, el 66.7% de las micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, no conocen sobre las TIC, lo cual desconocen de la gran importancia que tiene y los grandes beneficios que trae para la empresa al utilizarlos, como el incremento en las ventas y el buen uso para el sistema de gestión de calidad.

Finalmente, las conclusiones son: La mayoría de las micro y pequeñas empresas encuestadas del rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote consideran que la gestión de calidad ayuda a contribuir con el rendimiento del negocio, sin embargo, desconocen sobre las tecnologías de información y comunicaciones.

Palabras Clave: Gestión de calidad, las mypes, tecnologías de información y comunicaciones.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the main characteristics of quality management with the use of information technology and communications in micro and small companies in the commerce sector, retail clothing for ladies, in the Gamarra shopping center in Chimbote 2017. The research was quantitative - descriptive, for the collection of information was chosen in a targeted manner to a sample population of 15 Mypes who were applied a questionnaire of 21 closed questions, applying the technique of the survey. The following results were obtained: 100.0% of the micro and small companies surveyed in the clothing retail sector for ladies in the Gamarra shopping center in Chimbote consider that quality management contributes to improving business performance, which will result in their profits increase, as they grow little by little in the competitive market. In terms of knowledge about information and communication technologies, 66.7% of the micro and small companies surveyed in the clothing retail sector for women, in the Gamarra shopping center in Chimbote, do not know about ICT, which they do not know about. great importance it has and the great benefits it brings to the company when using them, such as the increase in sales and good use for the quality management system.

Finally, the conclusions are: Most of the micro and small companies surveyed in the clothing retail sector for ladies in the Gamarra shopping center in Chimbote consider that quality management helps to contribute to the performance of the business, however, they do not know on information and communication technologies.

Key Word: Quality management, the mypes, information and communication technologies.

CONTENIDO

| | Pág. |
|--|-------------|
| Título de la tesis | i |
| Equipo de trabajo | ii |
| Hoja de firma del jurado y asesor | iii |
| Agradecimiento | iv |
| Dedicatoria | v |
| Resumen | vi |
| Abstract | vii |
| Contenido | viii |
| Índice de tablas | ix |
| Índice de figuras | x |
| | |
| I. Introducción | 1 |
| II. Revisión de literatura | 6 |
| III. Hipótesis | 16 |
| IV. Metodología | 17 |
| 4.1 Diseño de la investigación | 17 |
| 4.2 Población y muestra | 17 |
| 4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores | 18 |
| 4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 19 |
| 4.5 Plan de análisis | 19 |
| 4.6 Matriz de consistencia | 20 |
| 4.7 Principios éticos | 22 |
| V. Resultados | 23 |
| 5.1 Resultados | 23 |
| 5.2 Análisis de resultados | 28 |
| VI. Conclusiones y recomendaciones | 36 |
| | |
| Referencias bibliográficas | 38 |
| | |
| Anexos | 41 |

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS:

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Características del representante de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017 | 23 |
| Tabla 2 Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017 | 24 |
| Tabla 3 Características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Gamarra, Chimbote, 2017 | 25 |
| Tabla 4 Elaborar una propuesta de mejora sobre gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017. | 27 |

FIGURAS (Anexos)

| | |
|--|----|
| Figura 1 Edad de los representantes de las Mypes..... | 51 |
| Figura 2 Genero del representante de la Mypes..... | 51 |
| Figura 3 Grado de instrucción del representante..... | 52 |
| Figura 4 Cargo que desempeña el representante..... | 52 |
| Figura 5 Tiempo que desempeña en el cargo..... | 53 |
| Figura 6 Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro..... | 53 |
| Figura 7 Número de trabajadores..... | 54 |
| Figura 8 Las personas que trabajan en su empresa son..... | 54 |
| Figura 9 Objetivo de creación..... | 55 |
| Figura 10 Conoce el termino gestión de calidad..... | 55 |
| Figura 11 Que técnicas modernas de gestión de calidad conoce..... | 56 |
| Figura 12 Que dificultades tiene el personal en la implementación de la gestión de calidad..... | 56 |
| Figura 13 Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce..... | 57 |
| Figura 14 La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio..... | 57 |
| Figura 15 Conoce las TIC..... | 58 |
| Figura 16 Cuenta con computadora en su empresa..... | 58 |
| Figura 17 Cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación | 59 |
| Figura 18 Hace uso del internet para ejecutar las compras de mercadería de su empresa..... | 59 |
| Figura 19 Qué tipo de redes sociales utiliza para las ventas..... | 60 |
| Figura 20 Con qué frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa..... | 60 |
| Figura 21: Que beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa..... | 61 |

I. INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) como autores en el desarrollo productivo de los países de América Latina por su participación en la generación de empleo, su actividad comercial está relacionada con el mercado interno, la población y la economía. A desigualdad de lo que pasa en diferentes países avanzados, la aportación de mypes en las exportaciones es ampliamente reducida como resultado de un escaso desempeño.

Como manifiesta Ferraro y Stumpo, las pymes es fundamental para las organizaciones generando crecimiento para diferentes países de América Latina, lo cual permite ofrecer mayor oportunidad de empleos, como también aumento en el PBI, como se menciona las contribuciones de las pymes están aminorando debido al poder adquisitivo de la población producto de lo cual están disminuyendo la capacidad de algunas empresas.

Las últimas tres décadas, según lo manifiesta Guarneros todas las organizaciones se dan cuenta que es necesario crear un sistema de gestión que prevalezca la satisfacción total de los requerimientos de clientes en toda parte del mundo, esta visión permite ganar posiciones en el mercado nacional, como internacional, adecuando sus procesos productivos y administrativos a las exigencias que tiene cada región o país. (Guarneros, 2012)

Como menciona Guarneros, las pymes se van dando cuenta de lo esencial que es tener un buen sistema de gestión, lo que trae como beneficio la captación de nuevos clientes y el crecimiento de toda empresa en diferentes partes del mundo y se logrará obtener un buen posicionamiento en el mercado.

Según Porras (2014) el nivel de presencia de las TIC, en materia de gestión, las pequeñas empresas, en México tienen una presencia por debajo del 5.9%, donde algunos países llegan hasta al 30 % manteniendo una actitud conservadora al utilizar las tecnologías.

Las mypes no es un segmento marginado o insignificante en la estructura empresarial, mayormente son una parte sustantiva de la base económica de cada región o país. En América Latina es necesario enfatizar el apoyo para innovar en el sector de las MYPE, esta se debe considerar, como parte de las responsabilidades institucionales, tanto locales (regionales o

municipales), corriéndose el riesgo de avanzar a grandes segmentos de la economía. (García, Levitsky, Hojmark, 2001)

Como se menciona, podemos apreciar que en América Latina tratan de brindar un nivel medio hacia la macroeconomía para generar grandes cambios del país. Por otro lado, podemos observar que para las mypes en general el uso de la innovación, es decir las tecnologías de información y comunicaciones es fundamental para sus empresas lo cual traerá con ellos grandes recursos, buena producción, incremento en las ventas, etc., de lo cual sino es así bajara su nivel en la macroeconomía de su país.

En Colombia, Al igual que en nuestro país, muchas pymes en Colombia no invierten en Tecnología de Información y Comunicación, esto debido al desconocimiento o el bajo presupuesto con el que cuentan estas empresas. Daccach (2012) afirma: “Sólo el 2% de las Pymes en Colombia invierten en tecnología, y por ello es necesario que estas empresas aceleren su inversión en tecnologías de información y comunicaciones (TIC) para ser competitivas en el mercado global”

Como menciona Daccach, se puede apreciar que en Colombia las empresas no innovan en tecnología de información y comunicación, esto se da porque existe un desconocimiento y las empresas no tienen el presupuesto adecuado para que puedan invertir en ello. Es por ello que solo el 2 % de las empresas del país no invierten en lo que es tecnología, pero para ello es necesario que desde ahora todas las empresas empiecen hacer sus inversiones en tecnologías de información y comunicación porque les servirá como herramienta útil para la ejecución de sus proyectos, y puedan así ser competitivas con las demás empresas a nivel mundial.

En el Perú, Roca (2011) en su estudio determina que las Mype más conocidas reflejan aproximadamente el 99.3% del total de empresas y su nivel de participación en los mercados es bajo, la aplicación incorrecta de la gestión de calidad en sus procesos, generara desperdicios que en los factores de carácter personal que limitan el aumento de los empresarios, otras de las limitantes es la falta de capacidad academica para desarrollar una gestión adecuada en su empresa y solo lo hacen en base a su experiencia, y que no desean buscar ampliar sus conocimientos. para ampliar sus negocios.

Como menciona Roca, podemos apreciar que en nuestro país de Perú no implementan e utilizan la gestión de calidad en las mypes por desconocimiento de ellas mismas, se podría

decir que no todas las empresas lo aplican, pero solo algunas de ellas sí, porque saben que a través de una buena gestión de calidad sus productos, sus ventas van a incrementar más junto a su organización, ahora nosotros como futuros administradores debemos de llegar a enseñar, brindar información sobre gestión de calidad que es de un buen beneficio para toda mypes y más aun viniendo de nuestro país.

Como podemos apreciar, tenemos otro concepto acerca de gestión de calidad en el Perú, que también podemos observar que no tienen conocimientos necesarios acerca de ello, solo algunas empresas generan recursos y empleos gracias a ello, porque para aquellas organizaciones dicha gestión les sirve para poder incrementar sus productos, ventas, etc. Pero hoy en día podemos opinar que no todas las empresas hacen uso de ello y esto se debe a los desconocimientos que se tiene.

En Chimbote, lugar de influencia de la investigación, hay micro y pequeñas empresas que pertenecen a diferentes sectores se crean Mype, y luego desaparecen al corto tiempo, pero otros permanecen en el tiempo, desarrollándose en el mercado, desconociéndose si este fenómeno es consecuencia de una aplicación adecuada de la gestión de calidad en sus diferentes actividades empresariales.

Podemos apreciar que en la ciudad de Chimbote algunas empresas están siendo desaparecidas en el mercado laboral, esto se da a consecuencia del desconocimiento de uso de la gestión de calidad, lo cual generara bajas ventas, producción, mal manejo empresarial, como también podemos observar que algunas empresas si conocen y aplican lo mencionado, lo cual les favorece porque a través de ello se generara ventas, una buena producción y establecimiento en el mercado.

Por lo presentado anteriormente el enunciado de investigación es el siguiente ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017? para responder a esta interrogación se presenta como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las mypes del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Gamarra Chimbote. Para lograr este objetivo general, se planteó los objetivos específicos, describir las principales características de los representantes de las

mypes, describir las principales características de las MYPE y describir las principales características de la gestión de calidad, con las TICS, en las MYPE del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017, elaborar una propuesta de mejora sobre gestión de calidad con el uso de TICS. El presente estudio se justifico , porque permitió obtener conocimiento sobre las tics de la gestión de calidad y de la mejora plateada por las empresas dedicadas a la venta de ropa. Del mismo modo se proporcionaron datos reales y se dio mención de lo importante que es el uso de las TICs, en los colaboradores de la empresa del centro comercial Gamarra de Chimbote.

Además la investigación se justificó, porque personas que laboran tenían la necesidad de mejorar su nivel de desempeño y con la orientación que se le brindó pudo contribuir con las mejoras de dicha empresa, a través del incremento de sus conocimientos y el buen manejo de TICs, permitirán dar un mejor servicio trayendo beneficio para sus clientes.

Finalmente la investigación se justifica, porque servirá de base para las nuevas generaciones interesadas en la investigación que quieran abordar el problema sobre las MYPE en otros espacios, usándose como instrumento de investigación

Para culminar con la investigación, tenemos la metodología: Diseño de la investigación: Se utilizó el diseño No Experimental de corte Transversal - Descriptivo. Se utilizó, no experimental, porque la variable gestión de calidad no varía en las micro y pequeñas empresas, la variable tecnologías de información y comunicación se estudió tal como se presenta dentro de las mypes, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Gamarra de Chimbote sin sufrir ninguna modificación. Se utilizó, transversal, porque se estudió en un tiempo determinado, el cual tendrá un inicio y un fin. Se utilizó Descriptivo, porque identificamos las principales características de gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación, de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial gamarra de Chimbote, 2017. Población y muestral: Se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote 2017 y se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote 2017.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos: La técnica que se utilizó fue la encuesta que sirvió para poder recopilar información de la muestra extraída de una población en específico. Se utilizó como instrumento el Cuestionario Estructurado que es un método que ayudó a obtener resultados sobre gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017. Cómo resultados encontramos lo siguiente: Con respecto al grado de instrucción, el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio cuentan con estudios secundarios (**Tabla 1**). Este resultado coincide con lo encuestado por **Palma (2016)** quien indica que el 83.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han culminado sus estudios secundarios. Con respecto al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, el 66.7% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años (**Tabla 2**). Este resultado coincide con **Landeo (2016)** quien determina que el 90% de las micro y pequeñas empresas tienen su permanencia en el rubro de 7 años a más, así mismo coincide con **Palma (2016)** quien manifiesta que el 83.3% de las micro y pequeñas empresas tiene un tiempo de 11 a más años. Pero contrastan con los resultados encontrados por **Rubio (2014)** que menciona que el 56% de las micro y pequeñas empresas solo tienen un tiempo en el rubro de 0 a 5 años. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas tienen antigüedad de tiempo de permanencia en el rubro, lo cual les beneficia porque conocen más de ello, a comparación de los que tiene menos tiempo, donde han enfrentado altos y bajos, pero lograron salir de ello. Con respecto al término gestión de calidad, el 53.3% de las micro y pequeñas empresas en estudio no conocen el término gestión de calidad (**Tabla 3**). Este resultado coincide con **Cieza (2014)** quien obtuvo el 87.5% de las micro y pequeñas empresas que desconocen acerca de gestión de calidad. Con respecto a las TIC, el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio no tiene conocimiento alguno sobre de TIC (**Tabla 3**). Este resultado contrasta con lo encuestado por **Cieza (2014)** quien obtuvo el 75% que si tienen conocimiento acerca de TIC. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas no tienen conocimiento alguno sobre Tic, lo cual desconocen del tema, donde demuestra que no hay costumbre de innovación en ellos lo que les permite limitarse o desconocer de la gran importancia que tiene la tecnología de información y comunicaciones hoy en día. Como conclusión tenemos la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, donde los propios dueños son los encargados de la administración de su negocio, tienen 30 a 50 años de edad,

cuentan con estudios secundarios. Una minoría se desempeña en el cargo de 4 a 6 años. La totalidad de las micro y pequeñas empresas consideraron que la gestión de calidad ayuda a contribuir con el rendimiento del negocio. La mayoría de ellas no cuentan con computadoras dentro de su negocio, no hacen uso del internet para hacer las compras de su mercadería, sin embargo si tienen conocimientos básicos sobre Marketing, no obtuvieron ningún beneficio utilizando las tecnologías de información y comunicaciones porque no lo utilizan en su empresa, no conocen sobre las Tecnologías de información y comunicaciones, no hacen uso de las redes sociales para impulsar sus ventas, tienen regular nivel de conocimiento en computación, no conocen el término gestión de calidad, casi siempre hacen uso de su teléfono para coordinar asuntos de su empresa. Una minoría respondieron que, si conocen sobre la técnica de la observación, la gran dificultad que tiene el personal para la implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

Antecedentes:

Gutiérrez (2016) en su investigación titulada: *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013*, plantea como objetivo: Determinar las características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013., obteniéndose los siguientes resultados: El 35,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre los 40 a 50 años. El 64,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino. El 64,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han concluido sus estudios. El 50% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen estudios o conocimiento sobre administración de empresas. El 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son formales. El 57,1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una antigüedad de 8 a más, el 28,6% de 4 a 5 años y el 14,3% de 6 a 8 años en el mercado. El 78,6% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no cuenta con última tecnología y el 21% si cuenta con equipos de última tecnología. El 57.1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Y concluye que el 35.7% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a

50 años, son mujeres, han culminado sus estudios secundarios y la mitad tienen conocimiento de administración de empresas. Por otro lado, la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas el total son formales, la mayoría tienen 8 años a más de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones son visualmente atractivas. Por último concluye que, de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas, la mayoría no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa

Gonzales (2016) en su investigación titulada: *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de ropa, Mercado Modelo, del distrito de Chimbote, 2013*, plantea como objetivo: Determinar las características de la Gestión de Calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro venta minorista de ropa, mercado modelo, del Distrito de Chimbote, 2013., obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas tiene una edad de 31 a 50 años de edad. El 63,3% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son de género femenino. El 50% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas tiene como grado de instrucción un nivel técnico. El 76,7% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas tiene de 1 a 4 trabajadores. El 66,7% de los encuestados tiene como objetivo hacer crecer su negocio; mientras que 26.7% lo hace por obtener ganancias y el 6.7 tiene como objetivo subsistir. El 80% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas conoce el significado de gestión de calidad. El 63,3% de los representantes de las micros y pequeñas empresas consideran que mejorando la gestión de calidad del producto incrementa sus ventas. El 80% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas perciben que la gestión de calidad les ayuda a crecer en el mercado. Y concluye que la mayoría de empresarios son personas maduras con experiencia en el mercado, de edad promedio entre 31 a 50 años, la mayoría son del género femenino, cuentan con estudios tecnológicos realizados, quedando reflejado que hay mujeres emprendedoras. La mayoría de MYPES practican la Gestión de Calidad, con más de 5 años en el mercado siendo creadas con la finalidad de obtener ganancias, y crecer y expandir el negocio, a su vez la cantidad de trabajadores que la cantidad promedio es de 1 a 4. Por último concluye las MYPES en su mayoría conoce el significado de la gestión de calidad.

Rubio (2014) en su investigación titulada: *Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las mype's del sector – comercio rubro – venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011*, plantea como objetivo: Determinar las principales características del financiamiento y la gestión de calidad de las MYPES (Micro y Pequeñas empresas) del sector - comercio rubro - venta de productos agropecuarios, equipos e insumos en el Distrito de Chimbote, año 2011., obteniéndose los siguientes resultados: El 45% representa entre las siguientes edades (41-55), es decir los propietarios en su mayoría son de edad media. El 89% de los encuestados se encuentran al frente dirigiendo este tipo de empresas son de sexo masculino. El 78% de los encuestados tienen un grado de instrucción de estudios universitarios. El 56% de estas microempresas están siendo administrados por los propietarios. El 56% de las microempresas viene desarrollando esta actividad en el mismo rubro más de 5 años. El 100% de los encuestados el 89% afirman que la Mype's se formó para obtener ganancias. El 67% aseguraron conocer sobre gestión de calidad, esto es importante para estas empresas. El 89% de estos microempresarios viene aplicando diferentes estrategias de gestión de calidad en sus empresas, lo cual les permite definir actividades. El 89% reconoció que aplica los procesos administrativos como estrategia de gestión de calidad. El 89% de ellas reconoció que los objetivos de calidad han permitido a la empresa lograr la mejora continua, aplicando las técnicas de gestión de calidad, se logra adquirir productos de calidad, comercializarlos y por ende satisfacer los requerimientos de los clientes. Y concluye que la mayoría de estos representantes legales son adultos de edad media quienes son solteros, y son de sexo masculino, tienen grado de instrucción estudios universitarios, son administradas por sus propietarios, están desempeñando su cargo entre 6 y 10 años. Por ultimo concluyen que los representantes de las mypes vienen aplicando diferentes estrategias de gestión de calidad en sus empresas, entre ellas la mayoría aplica los procesos administrativos.

Cieza (2014) en su investigación titulada: *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio rubro – compra y venta de calzado en el centro comercial “El Virrey” – Trujillo, año 2013*, plantea como objetivo: Determinar y describir las principales características en la Gestión de calidad y formalización en las micro y pequeñas empresas (Mypes) del sector comercio – rubro compra y venta de calzado en el Centro Comercial “El Virrey” - Trujillo, año 2013., obteniéndose los siguientes resultados: El 50% tiene edad entre 30 a 50 años, el 25% tienen edad entre 18 y 29 años y el otro 25 % restante una edad entre

51 años a más. El 75% de los encuestados son de género masculino y el 25% de género femenino. El 37.5% de los encuestados tiene secundaria completa, un 25% tiene superior universitario completa, otro 25% tiene superior universitario no completa, y el 12.5% primaria completa. El 75 % de los encuestados, si usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto y el 25 % no lo usa. La totalidad de los encuestados, sus empresas si son formales y el 0 % no lo son. Y concluye que la mitad de las Mypes encuestadas se establece que los representantes tienen entre 30 a 50 años, la mayoría son de género masculino y la mayoría relativa tienen secundaria completa. Usan las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto. El 50% tiene edad entre 30 a 50 años, el 25% tienen edad entre 18 y 29 años y el otro 25 % restante una edad entre 51 años a más. Respecto a las tic el 75 % de los encuestados, si usa las TIC en gestión empresarial para mejorar la calidad de su producto y el 25 % no lo usa.

Landeo (2016) en su investigación titulada: *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro comercialización de lencería del Mercado Modelo, Chimbote, 2014*, plantea como objetivo: Determinar las características de la Gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería, en el mercado Modelo, Chimbote, 2014., obteniéndose los siguientes resultados: El 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una edad de entre 30 a 50 años. El 80% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas son de género femenino. El 70% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas cuentan con estudios secundarios. El 80% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas son dueños y el 20% son administradores. El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 7 a más años laborando en el cargo, el 30% de los representantes lleva 3 años, y solo un 20% entre 4 y 6 años. El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 7 a más años laborando en el cargo, el 30% de los representantes lleva 3 años, y solo un 20% entre 4 y 6 años. El 80% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son formales. El 60%, de las micros y pequeñas empresas encuestadas tienen como objetivo de generar ganancias para las Micro y pequeñas empresas. El 80% de las micros y pequeñas empresas encuestadas cuentan de 1 a 3 trabajadores en su empresa. El 80% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas, no conocen el término de gestión de calidad. El 90%, de los representantes legales de las

micro y pequeñas empresas encuestadas, no conocen a sus competidores en gestión de calidad y 10%, si conocen a sus competidores en gestión de calidad. Y concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del mercado modelo, Chimbote, 2014. Están representadas por personas adultas entre 30 a 50 años, son de sexo femenino, han culminado sus estudios secundarios y son dirigidos por sus propios dueños y vienen desempeñándose en el cargo de 7 años a más, tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, son formales, se crearon para generar ganancias para las Micro y pequeñas empresas y cuentan de 1 a 3 trabajadores en su empresa. No tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Asimismo, la mayoría no conoce a sus competidores en gestión de calidad

Palma (2016) en su investigación titulada: *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa, 2015*, plantea como objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015., obteniéndose los siguientes resultados: El 58,3% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una edad de entre 50 años a más. El 100% encuestadas son de género masculino. El 83,3% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas cuentan con estudios secundarios. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas son dueños El 58,3% tienen de 10 a 30 años laborando en el cargo, el 25% de los representantes lleva 41 años, y solo un 16,7% entre 31 y 40 años. El 83,3% tienen de 11 a más años laborando en el cargo, el 16,7% de los representantes lleva 6 a 10 años. El 58,3% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son informales. El 58,3%, tienen como objetivo de generar ganancias para las Micro y pequeñas empresas. El 100% gestionan su empresa con calidad. El 100% utilizan la gestión de calidad, porque les ayuda a mejorar el rendimiento del negocio. El 91,6 de los representantes de las micro y pequeñas empresas evalúan los procesos de gestión de calidad en su empresa y el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas piensan que utilizando la rotación del personal le impide realizar una adecuada gestión de calidad. Y concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa, 2015 se encuentran dirigidas en su totalidad por personas de género masculino y tiene una edad de 50 a más años, los representantes de las micro y pequeñas empresas solo cuentan

con un grado de instrucción de secundaria completa y se encuentran administradas por sus propios dueños y en su mayoría tienen desempeñando su cargo entre 10 a 30 años. Son informales y fueron formadas con la finalidad de generar ganancias y han desarrollado esta actividad en su mayoría de 11 a más años. En su totalidad consideran que la gestión de calidad contribuye al crecimiento del negocio, así también viene gestionando sus micro y pequeñas empresas con calidad, del mismo modo asegurar que la rotación de personal le impide realizar una buena gestión de calidad.

Bases teóricas

Definición de micro y pequeñas empresas

Cuando se menciona las siglas mypes, según la ley 28015 (2003) la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Dentro de las micro y pequeñas empresa se puede mencionar que no es necesario que la empresa sea constituida por una persona jurídica, porque esto se puede dar por los mismos propietarios que son los que lo dirigen y posteriormente formarse como una empresa individual llevando responsabilidad para proteger su patrimonio personal cuando la ley hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las micro y pequeñas empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las microempresas.

Características de las micro y pequeñas empresas

Son fundamentales porque permite modificar a favor del pequeño empresario para promover en función al crecimiento económico empresarial, como se puede apreciar en la micro empresa ha surgido una alternativa con respecto al monto anual de las ventas, junto con las PYME, (pequeña y mediana empresa), la Ley 30056 (2013) especifica que las micro, pequeñas y medianas empresas deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales establecidas en función de su niveles anuales las cuales se encuentran establecidas en la ley en el (art. 5)

Microempresa. Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

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 150 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de la producción cada (2) años según esta ley toda organización debe tener registrado ciertas características, como, por ejemplo: el número de sus colaboradores y las ventas que se realizan cada uno de ellos, a través de ello se identificará si la organización es una microempresa o una pequeña empresa, lo cual traerá como beneficio tener en reglamento todos sus documentos y se evitaban multas. (art. 5°)

Gestión de calidad

Para Lefcovich (2019) es un término fundamental para toda empresa, lo cual trae como beneficio el crecimiento de la organización y un buen manejo de sistemas, tanto para los colaboradores como para los jefes, pero también se debe tener en cuenta que no toda empresa cumple con ello, en este sistema se hace necesario mejorar las relaciones humanas en la empresa como base para la implementación de los sistemas de calidad total, el cual facilitará lograr los objetivos trazados. (Lefcovich, 2019, p29)

La base primordial para obtener buenas relaciones en la empresa, es a través de una buena gestión de calidad, lo que trae como resultado planes de mejoras y objetivos para tener una buena competitividad en el mercado.

Para Salazar (2016) la gestión de calidad viene incorporando filosofías nuevas, que excluye algunos principios que por el paso del tiempo han quedado obsoletos y la mayoría de las empresas están trabajando para el crecimiento y utilidades de su grandes pymes.

Como se menciona, la gestión de calidad va evolucionando en los últimos años y como se puede apreciar está contando con 4 aspectos importantes para alcanzar un concepto óptimo de calidad, se puede decir que sus principios van quedando en tiempo pasado y estarían trabajando con actualizados temas.

Tecnología de información y comunicaciones

Cuando se habla de tecnologías de información y comunicaciones se refiere, a las innovaciones, a la mejora continua que puede tener dicha empresa, siempre y cuando esté llevando a cabo lo dicho.

Para Estrada (2014) en el desarrollo científico las TICs rigen ciertos conjuntos de servicios, como, por ejemplo: las redes, software libres y dispositivos, (integradas a un nuevo sistema complementario), dando mejora continua a la actividad diaria de las empresas y de la calidad de vida del entorno económico y social. (Estrada, 2014, p.1)

Las TICs son una innovación tecnológica que da servicios como: redes sociales, software libre, trabajos organizacionales y universitarios, que permite tener una mayor mejora en el entorno social, económico y empresarial.

Investigación, innovación y servicios tecnológicos

Son importantes para todo tipo de empresas, porque sirve como una herramienta útil para el desarrollo de las mypes, generando mejora en la calidad de los productos y fidelizando a los clientes con las nuevas tecnologías que se viene dando.

Mediante ley 28015 (2003) el estado promueve la modernización tecnológica del sistema empresarial de las mypes y el desarrollo del mercado, mediante servicios modernos e innovación continua. Las micro y pequeñas empresas se van dando cuenta que es necesario utilizar las tics porque es fundamental para que la empresa crezca en el mercado a través d sus innovaciones y las técnicas que posee.

Servicios tecnológicos, el estado promueve la inversión en investigación, desarrollo en innovación tecnológica, así como también invierte en formación y entrenamiento de sus recursos humanos, orientadas a dar igual de oportunidades.

Marco Conceptual

El comercio se inicia en todo el mundo con la finalidad de satisfacer necesidades humanas, tanto para las empresas como para lo social. En sus inicios y en la actualidad el comercio tiene sus altos y bajos, en el Perú se sufrió grandes cambios importantes, siendo así una de las partidas del trueque, esto quiere decir que se permitió el intercambio de productos, hasta la aparición de la moneda.

En nuestro país mayormente se cuenta con variedad de comercio, como por ejemplo tenemos a los mayoristas, minoristas, y el comercio interno y externo. Referente a Chimbote podríamos decir que estamos tratados de libre comercio, especificándose en sus inicios del centro comercial Gamarra de Chimbote, se está promoviendo el comercio, esto se da a los productos de textilera que se estaría utilizando para la venta de ropa para damas. Gamarra utilizó el nombre del centro de Lima por sus atracciones textiles y quiso que aquí en Chimbote el centro comercial sea igual de conocido, pero lo que le diferencia es el tamaño del lugar y por lo que aquí en Chimbote solo trabajan únicamente solo con ropa para damas.

Hoy en día el centro comercial Gamarra de Chimbote está en una adecuada posición, pero con sus ventajas y desventajas, trabajando día a día con sus demás competidores, pero lo importante es que ahora es mayor reconocido por la gente, por los textiles de ropa que tiene y con ello se genera más aun el comercio. Avanzando con nuestra investigación de tesis conoceremos más a fondo el centro comercial, ubicado en el Jr. Manuel Ruiz 575.

Micro y Pequeña Empresa.

Es una organización que está constituida por una persona natural o jurídica lo cual permite desarrollar actividades de producción o comercialización de bienes o prestación de bienes de acuerdo a ley.

Gestión.

Es la acción que se realiza para dirigir, ordenar o administrar un negocio o una empresa, lo cual se tendrá que realizar un buen manejo en la gestión para obtener buenos recursos en determinadas organizaciones.

Gestión de calidad.

La Gestión de Calidad viene hacer el aseguramiento de la calidad de un producto. Esto también implica que su personal también puede tomar decisiones para realzar la calidad de sus productos y servicios, y de esta manera aumentar su eficiencia.

Tecnología.

Es diseñar o crear cosas o productos que requieren de conocimientos técnicos para generar cosas nuevas en el mercado u organización, lo cual a través de ello permitirá satisfacer las necesidades de las personas a través de sus nuevas creaciones.

Información.

Viene hacer una recopilación de datos que se tiene para poder hacer un buen trabajo en una organización, es decir es un mensaje e informe de lo que se tendrá que realizar en mencionado lugar para que a través de ello se puedan tomar buenas decisiones.

Comunicación.

Es un proceso donde se intercambian pensamientos diferentes entre dos o más personas con el fin de transmitir o recibir significados de los temas que se están tratando, lo cual esto generará nuevas ideas y dará un mejor resultado.

Tecnología de información y comunicaciones.

Son herramientas computacionales que tienen distintas formas de trabajar. Este tipo de tecnología está siendo usada en el ámbito empresarial como también en lo social lo cual generan grandes beneficios para obtener una mayor mejora. Gracias a las tecnologías de información y comunicación las empresas a nivel mundial están dando resultados acerca de las grandes innovaciones que se están realizando.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación titulado “Gestión de calidad con el uso de tecnologías de investigación y comunicaciones del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017”, no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación de Tipo descriptivo.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación:

Para la realización del trabajo de investigación se utilizó el diseño No Experimental de corte Transversal - Descriptivo.

Se utilizó, no experimental, porque la variable gestión de calidad no varía en las micro y pequeñas empresas, la variable tecnologías de información y comunicación se estudió tal como se presenta dentro de las mypes, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Gamarra de Chimbote sin sufrir ninguna modificación. Se utilizó, transversal, porque se estudió en un tiempo determinado, el cual tendrá un inicio y un fin.

Se utilizó Descriptivo, porque identificamos las principales características de gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación, de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial gamarra de Chimbote, 2017.

4.2 Población y muestra

Población: Se utilizó una población de 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote 2017.

Muestra: Se utilizó una muestra de 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote 2017.

Es decir, se utilizó el 100% de la población a través de las encuestas realizadas.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de Medición |
|--|--|--|--|--|--------------------|
| Gestión de Calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicaciones. | Es una gestión que tiene toda empresa, para que tenga una adecuada, planificación, organización y control de desarrollo. | La gestión de calidad es un conjunto de técnicas modernas que benefician lograr un mejor rendimiento a toda empresa, dentro de ellas también se encuentra lo que son los procesos administrativos que ayudan a mejorar con la optimización de las organizaciones, existen muchos inconvenientes y dificultades respecto al tema, lo cual hacen su implementación del uso de las tecnologías de información y comunicaciones, que viene hacer una herramienta fundamental en toda empresa. Es por ello que la gestión de calidad es de vital importancia, pero dentro de ellas también se encuentra lo que son los problemas de toda organización, lo cual el uso de las tecnologías de información y comunicaciones es una innovación muy importante que debe de tener todo tipo de empresa. | Concepto de Gestión de Calidad | a) Si b) No | Nominal |
| | | | Técnicas Modernos | a) Herramientas de innovación b) tecnología c) Outsourcing | Nominal |
| | | | Procesos Administrativos | a) Planificación b) Organización c) Dirección d) Control | Nominal |
| | | | Optimización de las organizaciones | a) Funciones b) Actividades c) Cargos d) Responsabilidades | Nominal |
| | | | Dificultades para la implementación de gestión de calidad | a) Falta de conocimiento de las TIC b) Aprendizaje lento c) Poco acceso a información d) Poca adaptación a nuevos conceptos | Nominal |
| | | | La gestión de la calidad mejora la productividad | a) Si b) No | Nominal |
| | | | Termino de tecnologías de información y comunicaciones | a) Si b) No | Nominal |
| | | | Temas ventajosos de las herramientas TIC | a) Nuevos conocimientos b) Grandes beneficios c) Facilidades d) Menores riesgos | Nominal |
| | | | Problemas en una organización | a) Falta de innovación b) Desorganización c) Falta de experiencia d) Mal clima laboral | Nominal |
| TIC, innovación de vital importancia para toda empresa | a) Si b) No | Nominal | | | |

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- Técnica: La técnica que se utilizó fue la encuesta que sirvió para poder recopilar información de la muestra extraída de una población en específico. La cual fue utilizada en una investigación descriptiva, aplicada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017
- Instrumento: Se utilizó como instrumento el Cuestionario Estructurado que es un método que ayudó a obtener resultados sobre gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017. El cual se encuentra estructurado en tres partes: La primera parte está dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas donde se consideró 4 preguntas referentes a los dueños o encargados de los puestos de venta de calzado, la segunda parte es referente a las micro y pequeñas empresas donde se consideró 5 preguntas con respecto al negocio y la tercera parte es referente a la variable gestión de calidad donde se consideró 6 preguntas las cuales comprenden el nivel de calidad de estas Mypes.

4.5 Plan de análisis

Para la realización del trabajo de investigación se utilizó los siguientes programas informáticos: El Microsoft (Word) para la redacción y elaboración de la investigación de tesis, como también el formato Excel para elaborar las tablas y figuras, el Power Point para la sustentación del trabajo final, y PDF para el envío del proyecto Gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones, del sector comercio, rubro venta de ropa para damas del centro comercial Gamarra, Chimbote 2017.

4.6 Matriz de consistencia

| Problema | Objetivos | Variable | Población y muestra | Método y diseños | Instrumentos y procedimientos |
|---|---|---|---|--|--|
| <p>¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017?</p> | <p>Objetivo general: - Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017</p> <p>Objetivos específicos: - Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017 - Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017 - Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio,</p> | <p>Gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones</p> | <p>Población muestral: Se utilizó una población muestral de 15 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote 2017. Es decir, se utilizó el 100% de la población a través de las encuestas realizadas.</p> | <p>Tipo de investigación Se implementó en el trabajo de investigación el tipo de investigación Descriptiva, porque a través de este se analizaron las características de las Micro y pequeñas empresas que cuenten con el mismo sector y rubro que el del trabajo de investigación realizado.</p> <p>Nivel de investigación El trabajo de investigación que se utilizó fue de Nivel Aplicado - Cuantitativo, porque mediante este se verificaron los datos obtenidos en el transcurso del desarrollo del trabajo.</p> <p>Diseño de la investigación Para la realización del trabajo de investigación se utilizó el diseño No Experimental de corte Transversal - Descriptivo. Se utilizó, no experimental, porque la</p> | <p>Técnica: La encuesta</p> <p>Encuesta: Es un método la cual sirvió para recopilar datos de un tema en específico.</p> <p>Instrumento: Cuestionario estructurado</p> <p>Cuestionario Estructurado: Es un instrumento que se utilizó para recolectar datos.</p> <p>Plan de análisis Para la realización del trabajo de investigación se utilizó los siguientes programas informáticos: El Microsoft (Word) para la redacción y elaboración de la investigación de tesis, como también el</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | <p>rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017.</p> <p>- Elaborar la propuesta de mejora de la Gestión de Calidad con el uso de tecnología de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017.</p> | | | <p>variable gestión de calidad no varía en las micro y pequeñas empresas, la variable tecnologías de información y comunicación se estudió tal como se presenta dentro de las mypes, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Gamarra de Chimbote sin sufrir ninguna modificación. Se utilizó, transversal, porque se estudió en un tiempo determinado, el cual tendrá un inicio y un fin. Se utilizó Descriptivo, porque identificamos las principales características de gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicación, de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial gamarra de Chimbote, 2017.</p> | <p>formato Excel para elaborar las tablas y figuras, el Power Point para la sustentación del trabajo final, y PDF para el envío del proyecto Gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones, del sector comercio, rubro venta de ropa para damas del centro comercial Gamarra, Chimbote 2017.</p> |
|--|--|--|--|--|---|

4.7 Principios Éticos

Protección a las personas: En la elaboración del trabajo de investigación se respetaron las ideas de toda persona, existió respeto por igual, sin importar, el sexo, edad, raza, nacionalidad y creencias religiosas.

Beneficencia y no maleficencia: Se trabajó en equipo, generando bienestar para toda persona, no causando daños ni forzando a la persona a responder algunas preguntas, al contrario, se culminó la investigación en armonía y tranquilidad.

Justicia: En la investigación se brindó información adecuada y se trabajó bajo igualdad y equidad para todo comerciante, tratándoles con la amabilidad que se merecen cada uno de ellos.

Integridad Científica: Se realizó correctamente los procedimientos a tratarse, como también se trabajó con honestidad, transparencia y responsabilidad con todos los comerciantes del centro comercial.

Consentimiento informado y expreso: Todos los comerciantes brindaron su opinión y participación voluntariamente, después de haber escuchado la información que se le dio a cada uno de ellos.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características del representante de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas Centro Comercial Gamarra, Chimbote, 2017.

| Datos generales: | N | % |
|---|-----------|---------------|
| Edad | | |
| 18 – 30 años | 3 | 20.00 |
| 31 – 50 años | 12 | 80.00 |
| 51 a más años | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Genero | | |
| Masculino | 2 | 13.30 |
| Femenino | 13 | 86.70 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Grado de instrucción | | |
| Sin instrucción | 0 | 0.00 |
| Primaria | 2 | 13.30 |
| Secundaria | 9 | 60.00 |
| Superior no universitaria | 3 | 20.00 |
| Superior universitaria | 1 | 6.70 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Cargo que desempeña | | |
| Dueño | 13 | 86.70 |
| Administrador | 2 | 13.30 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Tiempo que desempeña en el Cargo | | |
| 0 a 3 años | 2 | 13.30 |
| 4 a 6 años | 7 | 46.70 |
| 7 a más años | 6 | 40.00 |
| Total | 15 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas Centro Comercial Gamarra, Chimbote, 2017.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas Centro Comercial Gamarra, Chimbote, 2017.

| De la Empresa: | N | % |
|--|-----------|---------------|
| Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro | | |
| 0 a 3 años | 1 | 6.70 |
| 4 a 6 años | 4 | 26.70 |
| 7 años a más | 10 | 66.70 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Número de trabajadores | | |
| 1 a 5 trabajadores | 11 | 77.30 |
| 6 a 10 trabajadores | 4 | 26.70 |
| 11 a más trabajadores | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Las personas que trabajan en su empresa son | | |
| Familiares | 7 | 46.70 |
| Personas no familiares | 8 | 53.30 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Objetivo de creación | | |
| Generar ganancia | 15 | 100.00 |
| Subsistencia | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas Centro Comercial Gamarra, Chimbote, 2017.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Gamarra, Chimbote 2017.

| Gestión de calidad con el uso de las TIC | Número de MYPES | Porcentaje |
|--|------------------------|-------------------|
| Conocimientos del termino gestión de calidad | | |
| Si | 2 | 13.33 |
| No | 8 | 53.33 |
| Tiene poco conocimiento | 5 | 33.33 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Técnicas modernas de gestión de calidad | | |
| Benchmarking | 0 | 0.00 |
| Marketing | 11 | 73.30 |
| Empowerment | 0 | 0.00 |
| Las 5 S | 0 | 0.00 |
| Outsourcing | 0 | 0.00 |
| Otros | 4 | 26.70 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Dificultades en la implementación de la gestión | | |
| Poca iniciativa | 4 | 26.70 |
| Aprendizaje lento | 4 | 26.70 |
| No se adapta a los cambios | 1 | 6.70 |
| Desconocimiento del puesto | 2 | 13.20 |
| Otros | 4 | 26.70 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Técnicas para medir el rendimiento del personal | | |
| La observación | 7 | 46.70 |
| La evaluación | 6 | 40.00 |
| La escala de puntuaciones | 2 | 13.30 |
| Evaluación 360° | 0 | 0.00 |
| Otros | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| La gestión de calidad mejora el rendimiento | | |
| Si | 15 | 100.00 |
| No | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Conoce las TIC | | |
| Si | 1 | 6.70 |
| No | 10 | 66.70 |
| Tiene poco conocimiento | 4 | 26.70 |
| Total | 15 | 100.00 |

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas en el centro comercial Gamarra, Chimbote 2017.

| Cuenta con una computadora en su empresa | | |
|---|-----------|---------------|
| Si | 2 | 13.30 |
| No | 13 | 86.70 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Calificaría su nivel de conocimiento de computación | | |
| Muy bueno | 1 | 6.70 |
| Bueno | 4 | 26.70 |
| Regular | 10 | 66.70 |
| Malo | 0 | 0.00 |
| Muy malo | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Uso del internet para ejecutar las compras de mercadería de su empresa | | |
| Si | 3 | 20.00 |
| No | 12 | 80.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Tipos de redes sociales utiliza para las ventas | | |
| Facebook | 4 | 26.70 |
| WhatsApp | 1 | 6.70 |
| Instagram | 0 | 0.00 |
| Twitter | 0 | 0.00 |
| Página Web | 0 | 0.00 |
| Ninguna | 10 | 66.70 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa | | |
| Siempre | 3 | 20.00 |
| Casi siempre | 7 | 46.70 |
| Algunas veces | 4 | 26.70 |
| Muy pocas veces | 1 | 6.70 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Beneficios utilizando las TIC dentro de su empresa | | |
| Incrementar ventas | 3 | 20.00 |
| Hacer conocida la empresa | 1 | 6.70 |
| Identificar las necesidades de los clientes | 0 | 0.00 |
| Ninguna porque no utiliza | 11 | 73.30 |
| Total | 15 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas Centro Comercial Gamarra, Chimbote, 2017.

Tabla 4

Propuesta de mejora sobre gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial gamarra de Chimbote, 2017.

| PROBLEMA ENCONTRADO (RESULTADO) | CAUSA | SOLUCIÓN – APLICACIÓN DE MEJORA | RESPONSABLE |
|---|--|---|-----------------------|
| Desconocimiento del término gestión de calidad | Falta de información y capacitación sobre gestión de calidad | Brindar asesoramiento constante a los colaboradores sobre gestión de calidad y tenerlos capacitados casi siempre, para obtener buenos resultados. | Dueño / Administrador |
| Desconoce sobre las tecnologías de información y comunicaciones | Poco interés e incapacidad de la realización de trabajos donde se usen nuevas tecnologías. | Incorporar las tics para que pueda verificar que le traerán beneficios y no es nada complicado, al contrario generará nuevos clientes y adaptación al cambio. | Dueño / Administrador |
| No cuenta con una computadora en su empresa | Por la suposición de un sistema costoso para su inversión | Implementar una laptop o computadora en el negocio generará mayor facilidad para verificar el stock de sus productos y una atención más rápida para el cliente. | Dueño / Administrador |
| No utiliza las redes sociales para las ventas | Desconocimiento y falta de publicidad en el negocio | Utilizar las redes sociales para una mayor captación de clientes y aumento en las ventas a través de publicidad en redes, como Facebook, WhatsApp, etc. | Dueño / Administrador |

5.2 ANALISIS DE RESULTADOS

a. Discusión

Referente al representante de la micro y pequeña empresa:

- Con respecto a la edad de los representantes, el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen una edad promedio de 30 a 50 años (**Tabla 1**). Estos resultados coinciden con **Cieza (2014)** quien encontró que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio de 30 a 50 años, a su vez coincide con **Gonzales (2016)** quien determinó que el 50% de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio de 31 a 50 años, así mismo coincide con **Landeo (2016)** quien manifiesta que el 50% de las micro y pequeñas empresas manifiestan tener una edad promedio de 31 a 50 años, a su vez coincide con **Gutiérrez (2016)** quien encontró que el 35.7% de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio de 40 a 50 años, de igual manera coincide con **Rubio (2014)** quien obtuvo que el 44% de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio de 41 a 50 años, y a su vez coincide con **Palma (2016)** quien menciona que el 58.3% de las micro y pequeñas empresas tienen una edad promedio de 50 años a más. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas están siendo gestionadas por personas adultas, a quienes los respalda años de experiencia en el rubro, por ende, cuentan con la capacidad y el perfil necesario para poder desempeñarse en su rubro.
- Con respecto al género de los representantes, el 86.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio son de género femenino (**Tabla 1**). Este resultado coincide con **Rubio (2014)** quien obtuvo que el 89% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, de igual manera coincide con **Landeo (2016)** quien determinó que el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, a su vez coincide con **Gutiérrez (2016)** que menciona que el 64.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, así mismo coincide con **Gonzales (2016)** quien encontró que el 63.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino. Sin embargo, los resultados contrastan con **Palma (2016)** quien obtuvo que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género

masculino, de igual manera coincide con **Cieza (2014)** quien manifiesta que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, por tener mayor participación en el mercado de ropa, ya que ellas tienen mayor facilidad para atender al público en general.

- Con respecto al grado de instrucción, el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio cuentan con estudios secundarios (**Tabla 1**). Este resultado coincide con lo encuestado por **Palma (2016)** quien indica que el 83.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han culminado sus estudios secundarios, así mismo coincide con **Landeo (2016)** el cual muestra que el 70% de los representantes de las micro y pequeñas tienen secundaria completa, también coincide con **Gutiérrez (2016)** quien manifiesta que el 64.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen instrucción secundaria, a su vez coincide con **Cieza (2014)** quien manifiesta que el 37.5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas terminaron sus estudios secundarios. Sin embargo, los resultados contrastan con **Gonzales (2016)** quien encontró que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios tecnológicos, a su vez coincide con **Rubio (2014)** quien determino que el 78% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción universitarios. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas están siendo representadas por personas que han culminado sus estudios secundarios, lo cual esto podría perjudicarles en su negocio por falta de conocimientos de diversas herramientas de gestión u otros.
- Con respecto al cargo que desempeñan, el 86.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio son dueños de su propio negocio (**Tabla 1**). Estos resultados coinciden con lo encuestado por **Palma (2016)** quién determina que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños, también coincide con **Landeo (2016)** quien manifiesta que el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresa son dueños del negocio, a su vez coincide con **Rubio (2014)** quien establece que el 56% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son propietarios, así mismo coincide con **Gonzales (2016)** quien encontró que el 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños de su dicho negocio. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas

empresas están siendo dirigidas por sus dueños, donde ellos prefieren administrar sus propios negocios para que puedan tener un mayor control y confiabilidad del mismo.

- Con respecto al tiempo que desempeña en el cargo, el 46.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen tiempo de 4 a 6 años (**Tabla 1**). Este resultado coincide con **Rubio (2014)** quién determina que el 67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 6 a 10 años en el cargo, así mismo coincide con **Palma (2016)** quien manifiesta que el 58.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan en el cargo de 10 a 50 años, a su vez coincide con **Gutiérrez (2016)** quien encontró que el 57.1% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de 8 años a más, también coincide con lo encuestado por **Gonzales (2016)** quién obtuvo el 56.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas de 5 a 10 años, de igual manera coincide con **Landeo (2016)** quien menciona que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de 7 años a más. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas están siendo desempeñadas por personas que tienen años trabajando en ello, lo cual conocen y desempeñan de manera correcta su puesto de trabajo, donde tienen años de antigüedad y experiencia en el cargo.

Referente a las micro y pequeñas empresas:

- Con respecto al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, el 66.7% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen un tiempo de permanencia en el rubro de 7 a más años (**Tabla 2**). Este resultado coincide con **Landeo (2016)** quien determina que el 90% de las micro y pequeñas empresas tienen su permanencia en el rubro de 7 años a más, así mismo coincide con **Palma (2016)** quien manifiesta que el 83.3% de las micro y pequeñas empresas tiene un tiempo de 11 a más años. Pero contrastan con los resultados encontrados por **Rubio (2014)** que menciona que el 56% de las micro y pequeñas empresas solo tienen un tiempo en el rubro de 0 a 5 años. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas tienen antigüedad de tiempo de permanencia en el rubro, lo cual les beneficia porque conocen más de ello, a comparación de los que tiene menos tiempo, donde han enfrentado altos y bajos, pero lograron salir de ello.

- Con respecto al número de trabajadores, el 73.3% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen de 1 a 5 trabajadores (**Tabla 2**). Estos resultados coinciden con lo encuestado por **Landeo (2016)** quien obtuvo el 80% de las micro y pequeñas empresas que tienen de 1 a 3 trabajadores, a su vez coincide con **Gonzales (2016)** quien determina que el 76.7% de las micro y pequeñas empresas trabajan con 1 a 4 personas. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas están trabajando con aproximados trabajadores para cada puesto, lo cual para ello sé le brindara una atención de calidad para todo cliente.
- Con respecto a las personas que trabajan en su empresa, el 53.3% de las micro y pequeñas empresas en estudio indicaron que las personas que laboran para su negocio son personas no familiares y el 46.7% son personas familiares (**Tabla 2**). Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas están trabajando con personas no familiares, donde no tienen ningún vínculo familiar, lo cual les beneficiará para que así ellos demuestren su esfuerzo y desempeñen un trabajo eficaz dentro del negocio.
- Con respecto al objetivo de la creación, el 100% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen su negocio para generar ganancias (**Tabla 2**). Estos resultados coinciden con lo encuestado por **Rubio (2014)** quien encontró que el 89% de las micro y pequeñas empresas colocaron su negocio para obtener ganancia, así mismo coincide con **Landeo (2016)** quien determino que el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen su puesto de trabajo para generar ganancias, a su vez coincide con **Palma (2016)** quién obtuvo el 58.3% de las micro y pequeñas empresas para generar ganancia a través de su negocio, pero contrastan con los resultados obtenidos por **Gonzales (2016)** quien menciona que el 66.7% creo su negocio para crecer y expandir su negocio. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas crearon su negocio para obtener ganancias, ya que la venta de ropa viene hacer un mercado con mucha demanda.

Referente a la variable gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas:

- Con respecto al término gestión de calidad, el 53.3% de las micro y pequeñas empresas en estudio no conocen el término gestión de calidad (**Tabla 3**). Este resultado coincide con **Cieza (2014)** quien obtuvo el 87.5% de las micro y pequeñas empresas que desconocen acerca de gestión de calidad, así mismo coincide con

Landeo (2016) quien determina que el 80% de las micro y pequeñas empresas no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, a su vez coincide con **Gutiérrez (2016)** quien manifiesta que el 57.1% de las micro y pequeñas empresas no conocen el término gestión de calidad. Sin embargo, los resultados contrastan con **Palma (2016)** quien obtuvo el 100% de las micro y pequeñas empresas que, si conocen sobre gestión de calidad, de igual manera coincide con **Gonzales (2016)** quien determina que el 80% de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento de gestión de calidad, también coincide con **Rubio (2014)** quien manifiesta que el 67% de las micro y pequeñas empresas conocen el término de gestión de calidad. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas no tienen conocimiento acerca del término gestión de calidad, por ende, no conocen de la gran importancia que se tienen en ello y no saben cómo poder impulsarlo en su negocio.

- Con respecto a las técnicas de gestión de calidad, el 73.3% de las micro y pequeñas empresas en estudio conocen la técnica del marketing (**Tabla 3**). Este resultado contrasta con lo encuestado por **Palma (2016)** quien manifiesta que el 66.6% no tiene ningún conocimiento acerca de las técnicas de gestión de calidad. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas sólo tiene conocimiento de técnicas modernas de marketing, donde a través de ello promocionan la venta de ropa y generalizan mayor captación de clientes.
- Con respecto a las dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad, el 26.7% de las micro y pequeñas empresas en estudio tiene poca iniciativa (**Tabla 3**). Este resultado coincide con **Palma (2016)** quien obtuvo el 33.3% de las micro y pequeñas empresas que tiene la dificultad de poca iniciativa. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen poca iniciativa para la implantación de la gestión de calidad, esto se debe a la falta de compromiso e identificación de los mismos en el negocio.
- Con respecto al conocimiento de técnicas para medir el rendimiento del personal, el 46.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio conoce la técnica de la observación (**Tabla 3**). Este resultado coincide con **Palma (2016)** quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen conocimiento acerca de la técnica de la observación. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan y conocen sobre la técnica de observación lo cual les permitirá medir el rendimiento de sus trabajadores.

- Con respecto a la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio confirma que la gestión de calidad le permite mejorar su rendimiento de negocio (**Tabla 3**). Estos resultados coinciden con lo encuestado por **Palma (2016)** quien obtuvo del 100% de las micro y pequeñas empresas donde la gestión de calidad le ayudara a mejorar a su negocio tener un buen rendimiento, a su vez coincide con **Gonzales (2016)** quien determina que el 80% de las micro y pequeñas empresas mejoran el rendimiento de su negocio contribuyendo con la gestión de calidad. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas confirman que la gestión de calidad les permite contribuir con el mejoramiento de su negocio y con la eficiencia de sus trabajadores.
- Con respecto a las TIC, el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio no tiene conocimiento alguno sobre de TIC (**Tabla 3**). Este resultado contrasta con lo encuestado por **Cieza (2014)** quien obtuvo el 75% que si tienen conocimiento acerca de TIC. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas no tienen conocimiento alguno sobre Tic, lo cual desconocen del tema, donde demuestra que no hay costumbre de innovación en ellos lo que les permite limitarse o desconocer de la gran importancia que tiene la tecnología de información y comunicaciones hoy en día.
- Con respecto a que, si cuentan con una computadora dentro de su empresa, el 86.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio no cuentan con una computadora en su empresa (**Tabla 3**). Este resultado coincide con **Gutiérrez (2016)** quien determina el 78.6% que no tienen implementado una computadora en su negocio. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas no cuentan con una computadora en su negocio, lo cual es una desventaja para ellos porque les serviría mucho para poder realizar sus inventarios u otros movimientos operacionales, en vez de invertir en ello, creen que sería un gasto en sí, lo cual uno de los motivos sería por el desconocimiento sobre las tecnologías de información y comunicaciones.
- Con respecto a la calificación del nivel de conocimiento de computación, el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio consideran que su nivel de computación es regular, el 26.7% de las micro y pequeñas empresas mencionaron que su nivel en computación es bueno y el 6.7% de las micro y pequeñas

- empresas consideran que su nivel de conocimiento en computación es bueno (**Tabla 3**). Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas, si tienen conocimiento en computación, lo cual es beneficioso para ello, solo deberían utilizar las tecnologías de información y comunicaciones para implementarla en su negocio.
- Con respecto a que, si hace uso del internet para ejecutar las compras de mercadería para su empresa, el 80% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio mencionaron que no hacen uso del internet para realizar las compras de su mercadería (**Tabla 3**). Este resultado contrasta con lo encuestado por **Cieza (2014)** quien manifiesta que el 62.5% si hacen uso del internet para poder realizar las compras de sus mercaderías. Esto demuestra los representantes de las micro y pequeñas empresas no hacen uso del internet para poder realizar compras de su mercadería lo cual es opción para cada empresa, pero como se observa hoy en día las empresas no encaminan junto con las nuevas actualizaciones que se dan en la gestión, donde por ende sería muy beneficioso para ello realizar compras vía internet para que puedan ahorrar tiempo y su empresa pueda surgir más.
 - Con respecto a qué tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos, el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio indicaron que no hacen uso de ninguna red social para la venta de sus productos, el 26.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas mencionaron que hacen uso de Facebook para impulsar sus ventas y el 6.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indicaron que hacen uso de WhatsApp (**Tabla 3**). Esto demuestra que las micros y pequeñas empresas siguen trabajando de manera tradicional y no hacen uso de las nuevas tecnologías que existen hoy en día, lo cual para ellos sería muy rentable porque a través de las redes sociales existirían clientes nuevos y promocionarían sus productos.
 - Con respecto a que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, el 46.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio indicaron que casi siempre hacen uso de sus teléfonos para coordinar asuntos de su empresa, 26.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas mencionaron que algunas veces, el 20% de los representantes de las micro y pequeñas empresa indicaron siempre y el 6.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresa mencionaron que muy pocas veces (**Tabla 3**). Esto demuestra que de los representantes de las micro y pequeñas empresas hacen uso de sus teléfonos para

coordinar u gestionar asunto referente a su empresa, lo cual les resulta beneficioso y les reduce costos, como el transporte y asuntos urgentes a tratar.

- Con respecto a que beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa, el 73.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio indicaron que no obtuvieron ningún beneficio, porque no utilizan las Tic para su negocio, el 20% lo utiliza para incrementar sus ventas y el 6.7% para hacer conocida a su empresa (**Tabla 3**). Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas no obtuvieron ningún beneficio porque desconocen y no utilizan las TIC dentro de su negocio, lo cual no están trabajando con las tecnologías de información y comunicaciones que se están implementando.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, donde los propios dueños son los encargados de la administración de su negocio, tienen 30 a 50 años de edad, cuentan con estudios secundarios. Una minoría se desempeña en el cargo de 4 a 6 años.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el objetivo de generar ganancias. La mayoría cuentan con 1 a 5 trabajadores, llevan de 7 años a más de permanencia en el rubro, las personas que trabajan para su negocio son personas no familiares.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas consideraron que la gestión de calidad ayuda a contribuir con el rendimiento del negocio. La mayoría de ellas no cuentan con computadoras dentro de su negocio, no hacen uso del internet para hacer las compras de su mercadería, sin embargo si tienen conocimientos básicos sobre Marketing, no obtuvieron ningún beneficio utilizando las tecnologías de información y comunicaciones porque no lo utilizan en su empresa, no conocen sobre las Tecnologías de información y comunicaciones, no hacen uso de las redes sociales para impulsar sus ventas, tienen regular nivel de conocimiento en computación, no conocen el término gestión de calidad, casi siempre hacen uso de su teléfono para coordinar asuntos de su empresa. Una minoría respondieron que, si conocen sobre la técnica de la observación, la gran dificultad que tiene el personal para la implementación de la gestión de calidad es la poca iniciativa.

Se elabora una propuesta de mejora con la finalidad de establecer las estrategias que puedan desarrollar una adecuada gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones.

RECOMENDACIONES

Diseñar un sistema de gestión de calidad para promover la captación de nuevos clientes en el mercado.

Realizar la toma de inventario de las mercaderías a diario, visualizar los stocks de cada producto fácilmente, entre otros beneficios.

Implementar tecnologías de información y comunicaciones, porque a través de ello el negocio crecerá y será competitivo en el mercado trayendo como beneficio ventas altas y crecimiento de la empresa.

Utilizar las redes sociales, para poder impulsar sus ventas, crear páginas a través de Facebook y promocionar sus productos, también permite realizar las ventas online, como también tener contacto con el cliente a través de WhatsApp.

Aplicar la propuesta de mejoras en base a los resultados de la presente investigación.

REFERENCIAS:

Cieza, E. (2014). *Gestión de calidad y formalización de las mypes del sector comercio rubro - compra y venta de calzado en el centro comercial “El Virrey” - Trujillo, año 2013*. Biblioteca virtual Uladech católica. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034235>

(Daccach, 2012) *Inversión de tic de pymes de Colombia*. Recuperado de:
<http://www.deltaasesores.com/estadisticas/tecnologia/2142-inversion-en-tic-de-pymes-en-colombia>

Estrada, J. (2014). *Modelo para la gestión de tecnología de información y comunicación en la gestión empresarial*. Recuperado de:
<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=11126047>

Ferraro y Stumpo (2010) *Política de apoyo a las MYPES en América Latina: entre avances innovadores y desafíos institucionales. Importancia de las micro y pequeñas empresas*. ProQuest ebrary. Web.
<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10565921&ppg=4>

García, A, Levitsky, J, Hojmar. L (2001) *La micro y pequeña empresa en Latinoamérica*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=Bj8-QYel6zMC&pg=PA191&lpg=PA191&dq=Gesti%C3%B3n+de+Calidad+en+las+micro+y+peque%C3%B1as+empresas++en+europa&source=bl&ots=2ZEqMscv9Z&sig=icf372DhBS7F7xa6o9uXPZiQ-U0&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz5oT72YnUAhWJwiYKHWN9Cz44ChDoAQhQMAc#v=onepage&q=Gesti%C3%B3n%20de%20Calidad%20en%20las%20micro%20y%20peque%C3%B1as%20empresas%20en%20europa&f=false>

Guarneros, J. (24 de noviembre de 2012). *Sistemas de gestión de calidad para pequeñas y medianas empresas [Grandes Pymes]*. Recuperado de:

<http://www.grandespymes.com.ar/2012/11/15/sistemas-de-gestion-de-calidad-para-pequenas-y-medianas-empresas-2/>

Gonzales, F. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de ropa, Mercado Modelo, del distrito de Chimbote, 2013*. Biblioteca virtual Uladech católica. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041226>

Gutiérrez, Y. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013*. Biblioteca virtual Uladech católica. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039879>

Landeo, H. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro comercialización de lencería del Mercado Modelo, Chimbote, 2014*. Biblioteca virtual Uladech católica. Recuperado de:

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041248>

Lefcovich, M. (2009). *Gestión de calidad para la excelencia- GCE*. Recuperado de:

<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10311860>

LEY n° 28015 CONGRESO DE LA REPUBLICA. LIMA PERÚ (03 DE JULIO DE 3003)

Recuperado de:

http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

LEY n° 30056 CONGRESO DE LA REPUBLICA. LIMA PERÚ (02 DE JULIO DE 3013)

Recuperado de:

http://www.mintra.gob.pe/archivos/file/SNIL/normas/2013-07-02_30056_2966.pdf

Palma, O. (2016) *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015*. Biblioteca virtual Uladech católica. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000041258>

Porras, E. (2 de febrero de 2014). *En México solo 5.9% de las Pymes usan tecnologías de la información* [El Financiero]. Recuperado de:
<http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/en-mexico-solo-de-las-pymes-usan-tecnologias-de-la-informacion.html>

Roca, E. (2011) *Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES)*, Perú, Revistas PUCP, Recuperado de:
revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/download/4126/4094

Rubio, Y. (2014). *Caracterización del financiamiento y la gestión de calidad en las mype's del sector - comercio rubro - venta de productos agropecuarios, equipos e insumos del distrito de Chimbote, año 2011*. Biblioteca virtual Uladech católica. Recuperado de:
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034216>

Salazar B. (2016) *Gestión y control de calidad: Ingeniería industrial online*. Recuperado de:
<https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/gesti%C3%B3n-y-control-de-calidad/>

ANEXOS

ANEXO: 1

| 2017 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|
| CRONOGRAMA | MES | | | | | | | | | | | | | | | |
| | ABRIL | | | | MAYO | | | | JUNIO | | | | JULIO | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Se recibió asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación. | | | X | | | | | | | | | | | | | |
| Identificación de las variables. | | | | X | | | | | | | | | | | | |
| Determinación del sector y rubro a estudiar. | | | | X | | | | | | | | | | | | |
| Título del proyecto de investigación | | | | | X | | | | | | | | | | | |
| Búsqueda de información para planteamiento del problema – caracterización | | | | | X | | | | | | | | | | | |
| Se determinó el enunciado del problema. | | | | | X | | | | | | | | | | | |
| Se fijó el objetivo general y los respectivos objetivos específicos. | | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Se realizó la justificación de la investigación. | | | | | | X | | | | | | | | | | |
| Se recopiló información para la ejecución del marco teórico y conceptual. | | | | | | | | | X | | | | | | | |
| Se formuló la hipótesis. | | | | | | | | | | X | | | | | | |
| Se eligió la metodología de la investigación. | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| Se realizó el método APA con las respectivas web grafías utilizadas en el proyecto de investigación. | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| Se elaboró la lista de los recursos necesarios y el presupuesto a utilizar para la elaboración del proyecto. | | | | | | | | | | | | | | X | | |

ANEXO: 2

Recursos Necesarios:

- Recurso Económico
- Recurso Humano
- Teléfono Móvil
- Dispositivos de Almacenamiento (USB)
- Impresora
- Computadora

ANEXO: 3

PRESUPUESTO:

| Rubro | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|---------------------------|--------------|----------------|---------------|
| Bienes de consumo: | | | |
| Papelería | ½ millar | 15.00 | 15.00 |
| Lapiceros | 2 unidades | 3.00 | 6.00 |
| USB | 1 unidad | 30.00 | 30.00 |
| Folder y faster | 5 unidades | 1.00 | 5.00 |
| Cuaderno | 1 unidad | 28.00 | 28.00 |
| Impresiones | 200 unidades | 0.30 | 60.00 |
| Copias | 330 unidades | 0.20 | 66.00 |
| Otros | - | 50.00 | 50.00 |
| Total Bienes | | | 260.00 |
| Servicios: | | | |
| Pasajes | 9 | 5.00 | 45.00 |
| Matricula de taller | 1 | 250.00 | 250.00 |
| Taller de Titulación | 2 | | 1700.00 |
| Serv. Anti plagio | 1 | | 100.00 |
| Internet | - | 140.00 | 140.00 |
| Telefonía móvil y Fija | | 100.00 | 100.00 |
| Total de servicios | | 1440.5 | 2335 |

Presupuesto no desembolsable (Universidad)

| Categoría | Base | % o Número | Total (S/.) |
|---|---------------|------------|-------------|
| Servicios | | | |
| Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD) | 30.0 0 | 4 | 120.00 |
| Búsqueda de información en base de datos | 35.0 0 | 2 | 70.00 |
| Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC) | 40.0 0 | 4 | 160.00 |
| Publicación de artículo en repositorio institucional | 50.0 0 | 1 | 50.00 |
| Sub total | | | 400.00 |
| Recurso humano | | | |
| Asesoría personalizada (5 horas por semana) | 63.0 0 | 4 | 252.00 |
| Sub total | 218 | | 252.00 |
| Total presupuesto no , de desembolsable | | | 1304 |
| Total (S/.) | 1858.5 | | 3954 |

FINANCIAMIENTO: Autofinanciado por el estudiante.

ANEXO: 4 CUADRO DE SONDEO

| N° | Razón Social | Dirección | Representante |
|-----------|------------------------|--------------------|----------------------|
| 01 | D’Jhony | Gamarra Stand A-5 | Anónimo |
| 02 | Novedades Sarita | Gamarra Stand A-9 | Anónimo |
| 03 | Creaciones Mafer | Gamarra Stand A-10 | Anónimo |
| 04 | Marina Chic | Gamarra Stand A-12 | Anónimo |
| 05 | Ali & Leo | Gamarra Stand A-15 | Anónimo |
| 06 | Kathi Moda Fashion | Gamarra Stand A-16 | Anónimo |
| 07 | Novedades Blanquita | Gamarra Stand B-10 | Anónimo |
| 08 | Charito | Gamarra Stand B-13 | Anónimo |
| 09 | Alizee | Gamarra Stand B-16 | Anónimo |
| 10 | Boutique “Cielito” | Gamarra Stand C-12 | Anónimo |
| 11 | Lovely | Gamarra Stand C-14 | Anónimo |
| 12 | Mis Amores | Gamarra Stand C-16 | Anónimo |
| 13 | Variedades Iris | Gamarra Stand D-7 | Anónimo |
| 14 | Novedades Karen | Gamarra Stand D-9 | Anónimo |
| 15 | Tendencias “Elizabeth” | Gamarra Stand D-11 | Anónimo |

ANEXO: 5 CUESTIONARIO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado 'Gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas, en el centro comercial Gamarra de Chimbote, 2017 Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

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

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) empowerment
- d) las 5 c
- e) Outsourcing

f) otros

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

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

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

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

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

- a) si
- b) no

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

15. ¿Conoce las TIC?

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

16. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

- a) Sí
- b) No

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

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

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

- a) Si
- b) No

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

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

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

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

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

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

ANEXO: 6 HOJA DE TABULACIÓN

| PREGUNTAS | RESPUESTAS | TABULACIÓN | F.A | F.R (%) |
|---|---|------------------------|-----------------------------------|--|
| 1. Edad | a) 18 – 30 años b) 31 – 50 años c) 51 a más años | | 3 12 0 15 | 20,0 80,0 0,0 100,0% |
| 2. Genero | a) Masculino b) Femenino | | 2 13 15 | 13,3 86,7 100,0% |
| 3. Grado de Instrucción | a) Sin instrucción b) Primaria c) Secundaria d) Superior no universitaria e) Superior universitaria | | 0 2 9 3 1 15 | 0,0 13,3 60,0 20,0 6,7 100,0% |
| 4. Cargo que desempeña | a) Dueño b) Administrador | | 13 2 15 | 86,7 13,3 100,0% |
| 5. Tiempo que desempeña en el cargo | a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años | | 2 7 6 15 | 13,3 46,7 40,0 100,0% |
| 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro | a) 0 a 3 años b) 4 a 6 años c) 7 a más años | | 1 4 10 15 | 6,7 26,7 66,7 100,0% |
| 7. Número de trabajadores | a) 1 a 5 trabajadores b) 6 a 10 trabajadores c) 11 a más trabajadores | | 11 4 0 15 | 73,3 26,7 0,0 100,0% |
| 8. Las personas que trabajan en su empresa son | a) Familiares b) Personas no familiares | | 7 8 15 | 46,7 53,3 100,0% |
| 9. Objetivo de creación | a) Generar ganancias b) Subsistencia | | 15 0 15 | 100,0 0,0 100,0% |
| 10. Conoce el termino gestión de calidad | a) Si b) No c) Tiene poco conocimiento | | 2 8 5 15 | 13,3 53,3 33,3 100,0% |
| 11. Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce | a) Benchmarking b) Marketing c) Empowerment d) Las 5 c e) Outsourcing f) Otros | | 0 11 0 0 0 4 15 | 0,0 73,3 0,0 0,0 0,0 26,7 100,0% |

| | | | | |
|---|--|--|----|--------|
| 12. Que dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad | a) Poca iniciativa | | 4 | 26,7 |
| | b) Aprendizaje lento | | 4 | 26,7 |
| | c) No se adapta a los cambios | | 1 | 6,7 |
| | d) Desconocimiento del puesto | | 2 | 13,3 |
| | e) Otros | | 4 | 26,7 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 13. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce | a) La observación | | 7 | 46,7 |
| | b) La evaluación | | 6 | 40,0 |
| | c) Escala de puntuaciones | | 2 | 13,3 |
| | d) Evaluación de 360° | | 0 | 0,0 |
| | e) Otros | | 0 | 0,0 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio | a) Si | | 15 | 100,0 |
| | b) No | | 0 | 0,0 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 15. Conoce las TIC | a) Si | | 1 | 6,7 |
| | b) No | | 10 | 66,7 |
| | c) Tiene poco conocimiento | | 4 | 26,7 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 16. Cuenta con una computadora en su empresa | a) Si | | 2 | 13,3 |
| | b) No | | 13 | 86,7 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 17. Cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación | a) Muy bueno | | 1 | 6,7 |
| | b) Bueno | | 4 | 26,7 |
| | c) Regular | | 10 | 66,7 |
| | d) Malo | | 0 | 0,0 |
| | e) Muy malo | | 0 | 0,0 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 18. Hace uso del internet para ejecutar las compras de mercadería para su empresa | a) Si | | 3 | 20,0 |
| | b) No | | 12 | 80,0 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 19. Qué tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos | a) Facebook | | 4 | 26,7 |
| | b) WhatsApp | | 1 | 6,7 |
| | c) Instagram | | 0 | 0,0 |
| | d) Twitter | | 0 | 0,0 |
| | e) Pág. Web | | 0 | 0,0 |
| | f) Ninguna | | 10 | 66,7 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 20. Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa | a) Siempre | | 3 | 20,0 |
| | b) Casi siempre | | 7 | 46,7 |
| | c) Algunas veces | | 4 | 26,7 |
| | d) Muy pocas veces | | 1 | 6,7 |
| | e) Nunca | | 0 | 0,0 |
| | | | 15 | 100,0% |
| 21. Que beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa | a) Incrementar las ventas | | 3 | 20,0 |
| | b) Hacer conocida a la empresa | | 1 | 6,7 |
| | c) Identificar las necesidades de los clientes | | 0 | 0,0 |
| | d) Ninguna porque no lo utilizo | | 11 | 73,3 |
| | | | 15 | 100,0% |

ANEXO: 7 - FIGURAS

1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas

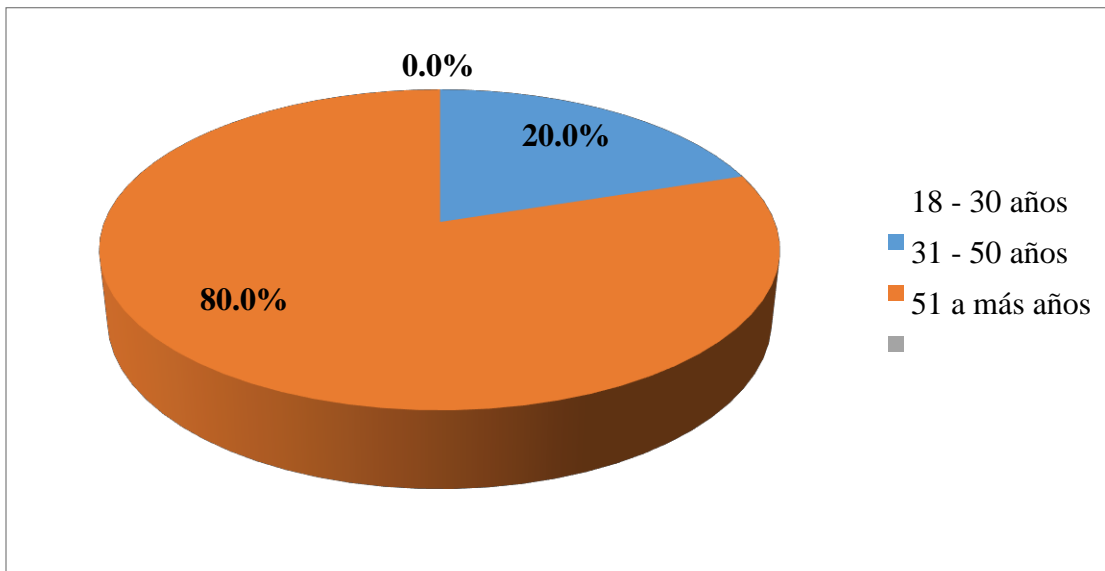


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

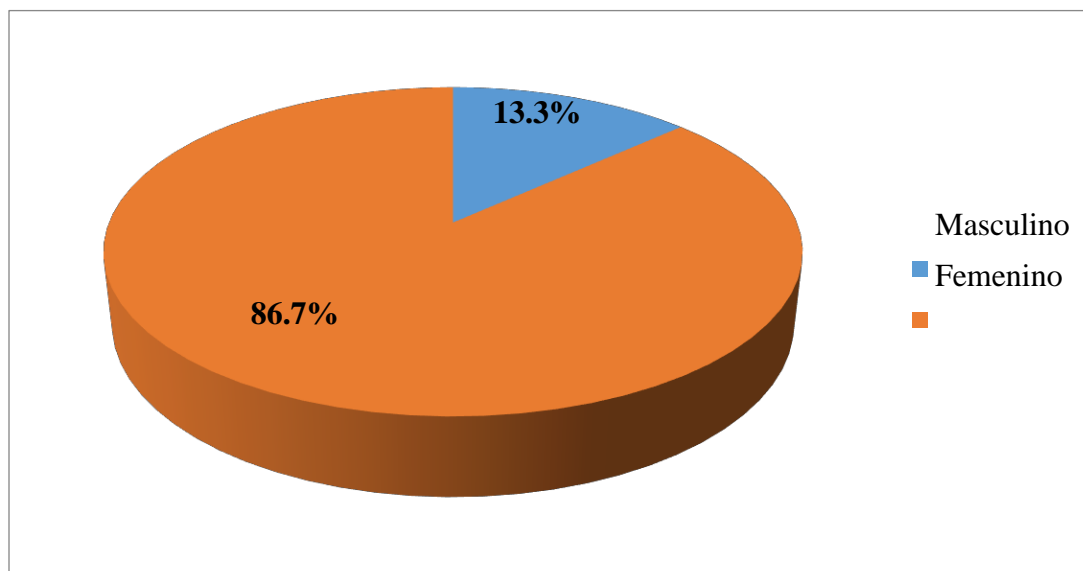


FIGURA 2. Género

Fuente. Tabla 1

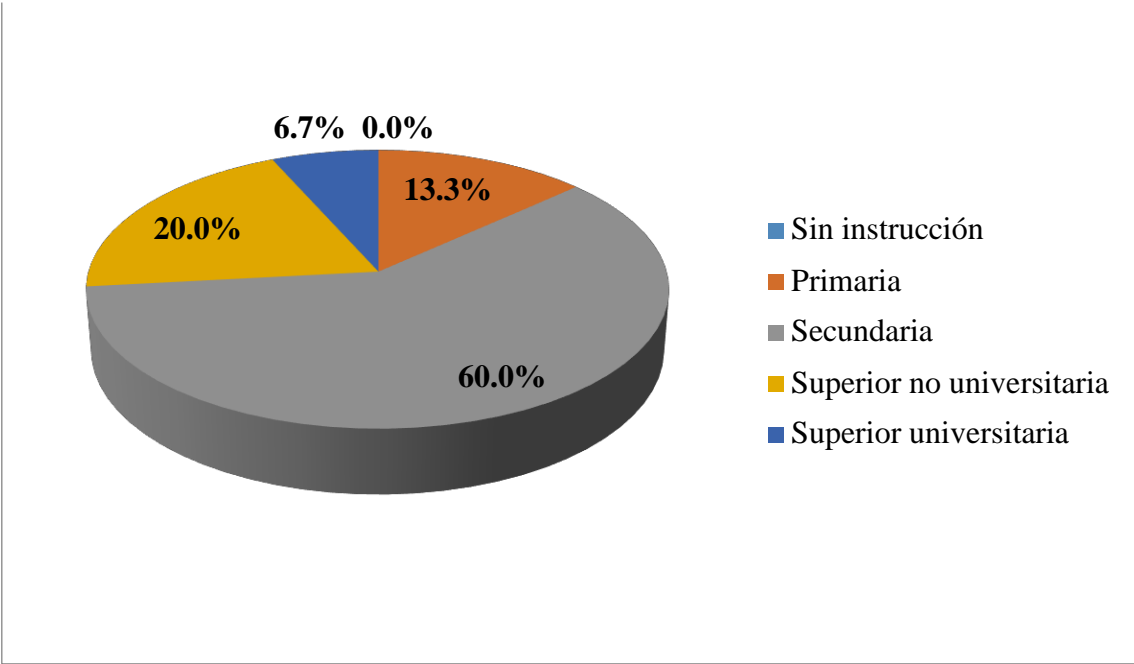


FIGURA 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

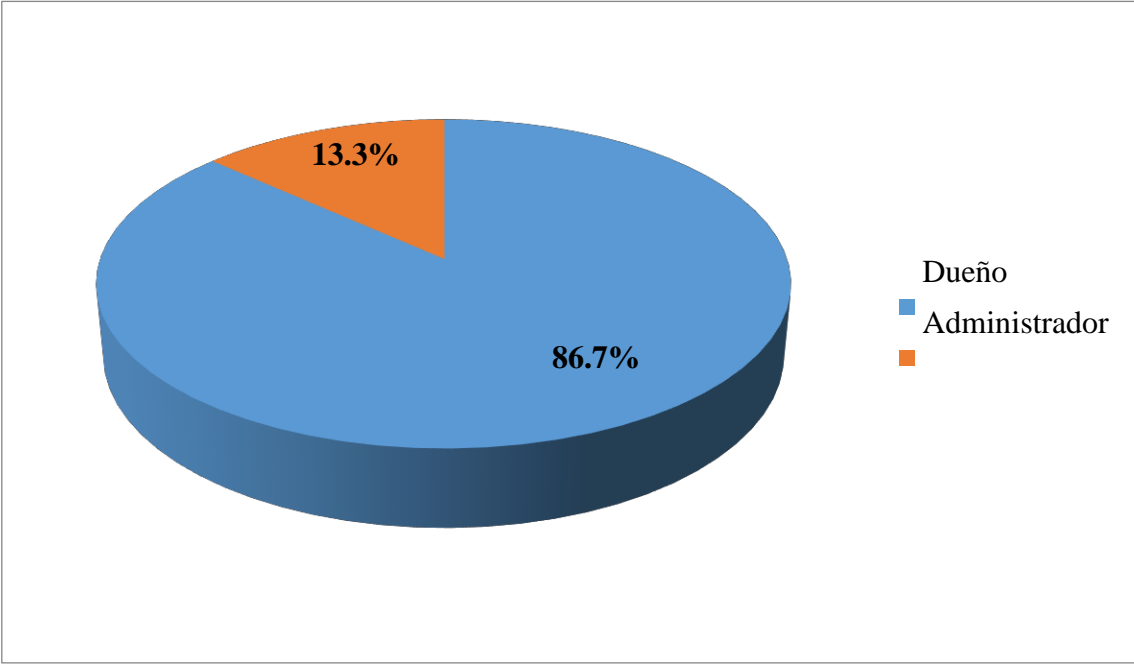


FIGURA 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

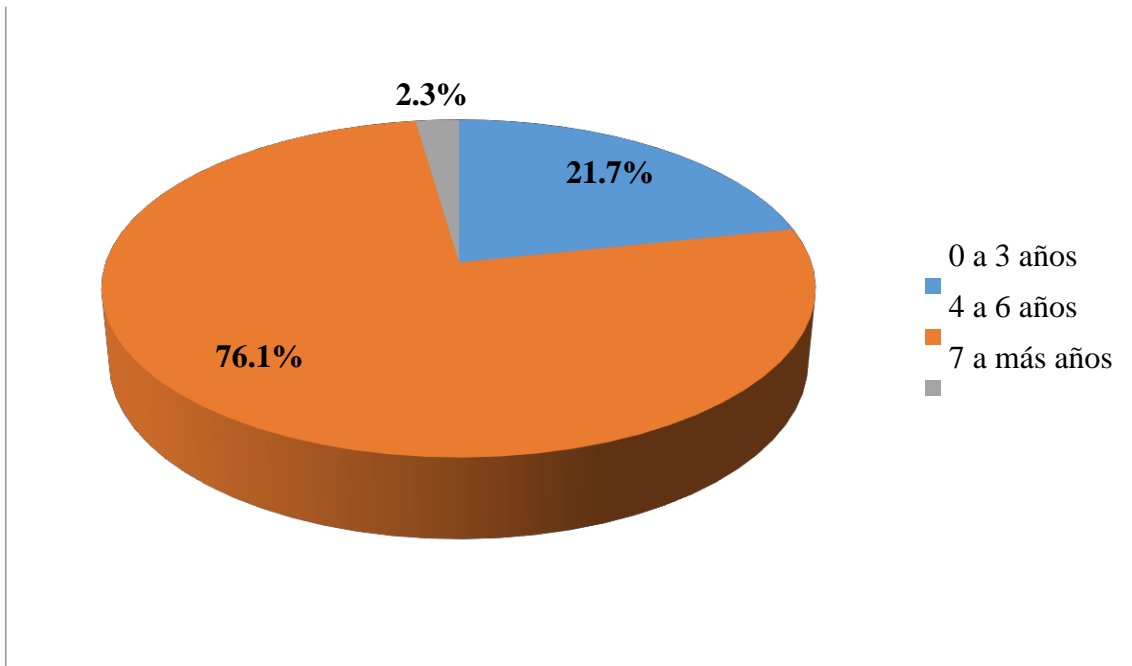


FIGURA 5. Tiempo que desempeña en el cargo

Fuente. Tabla 1

2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

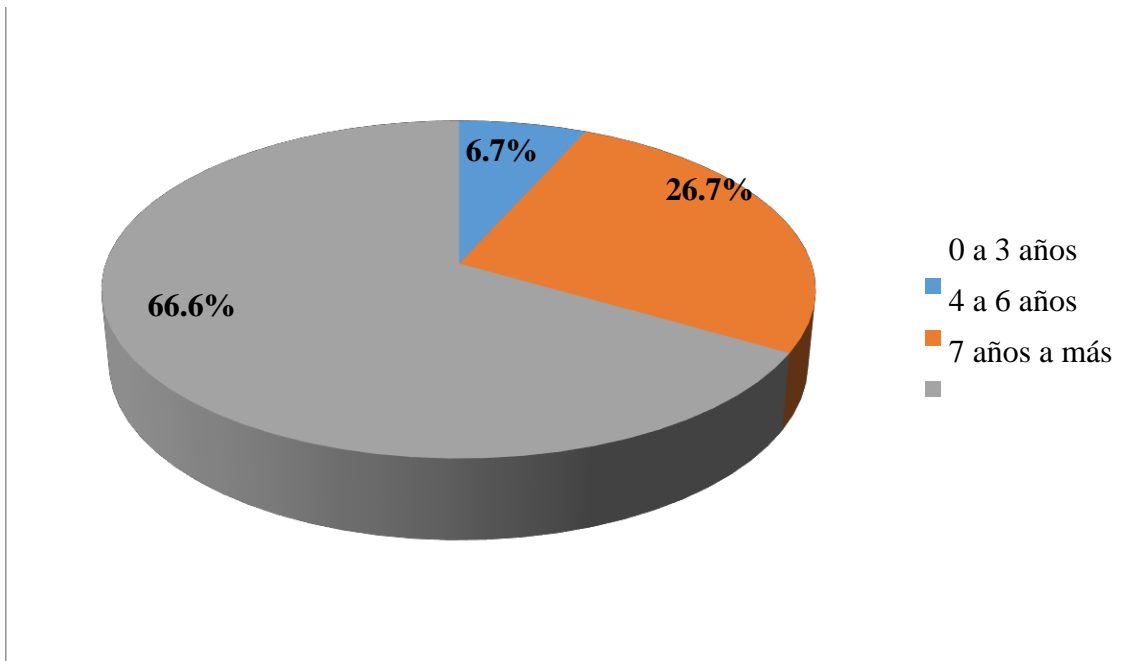


FIGURA 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

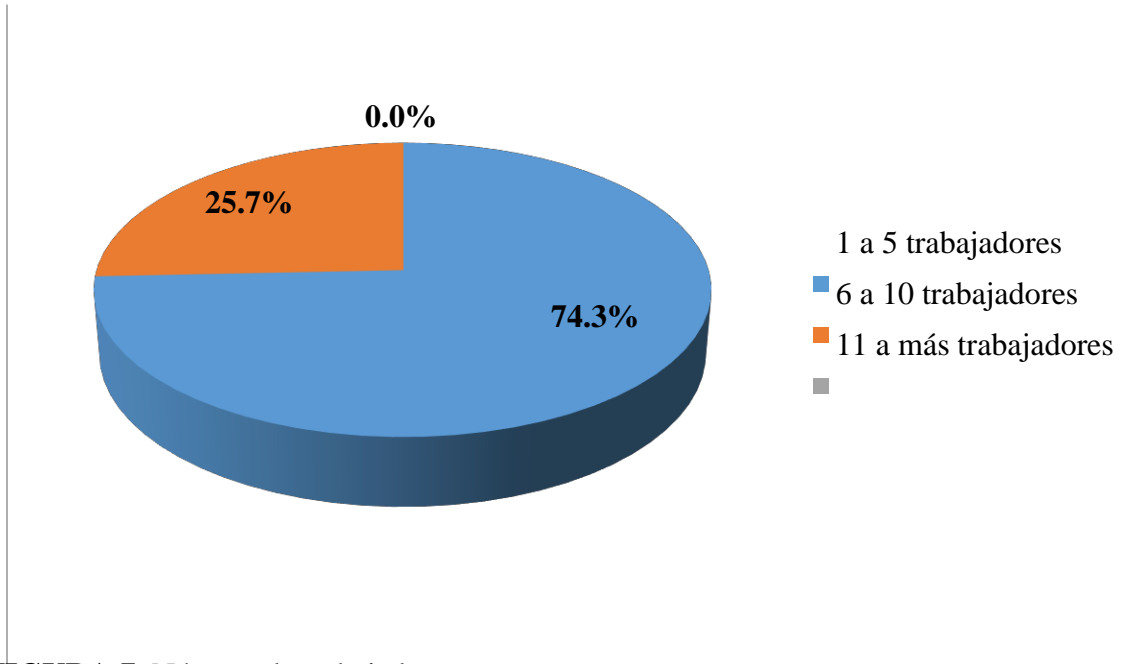


FIGURA 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

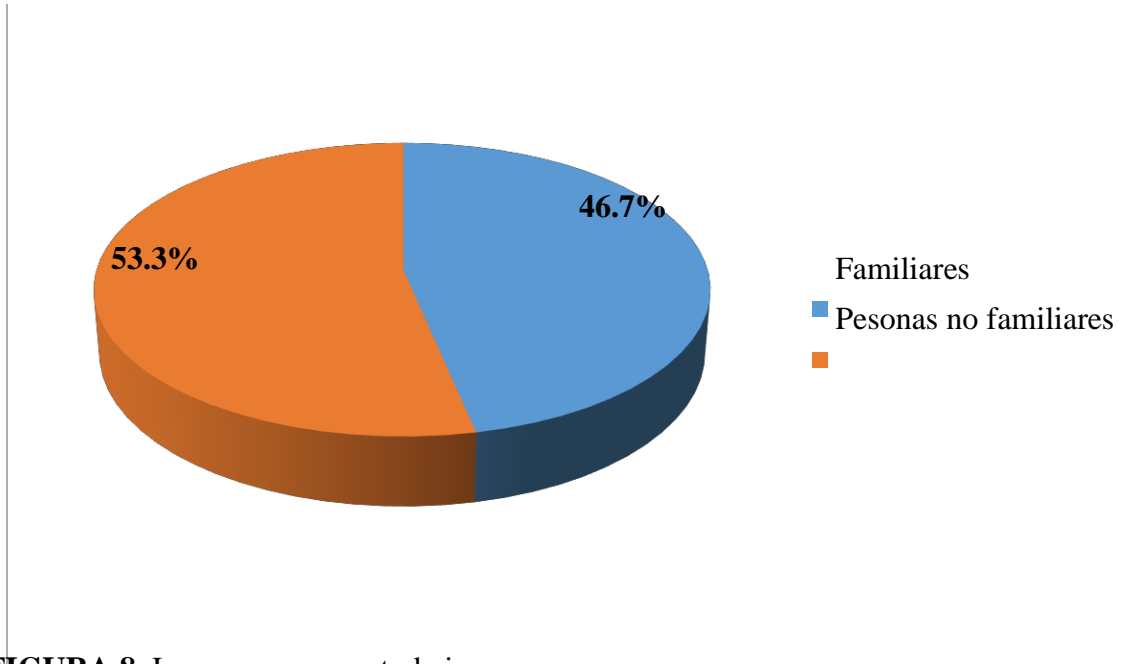


FIGURA 8. Las personas que trabajan en su empresa son

Fuente. Tabla 2

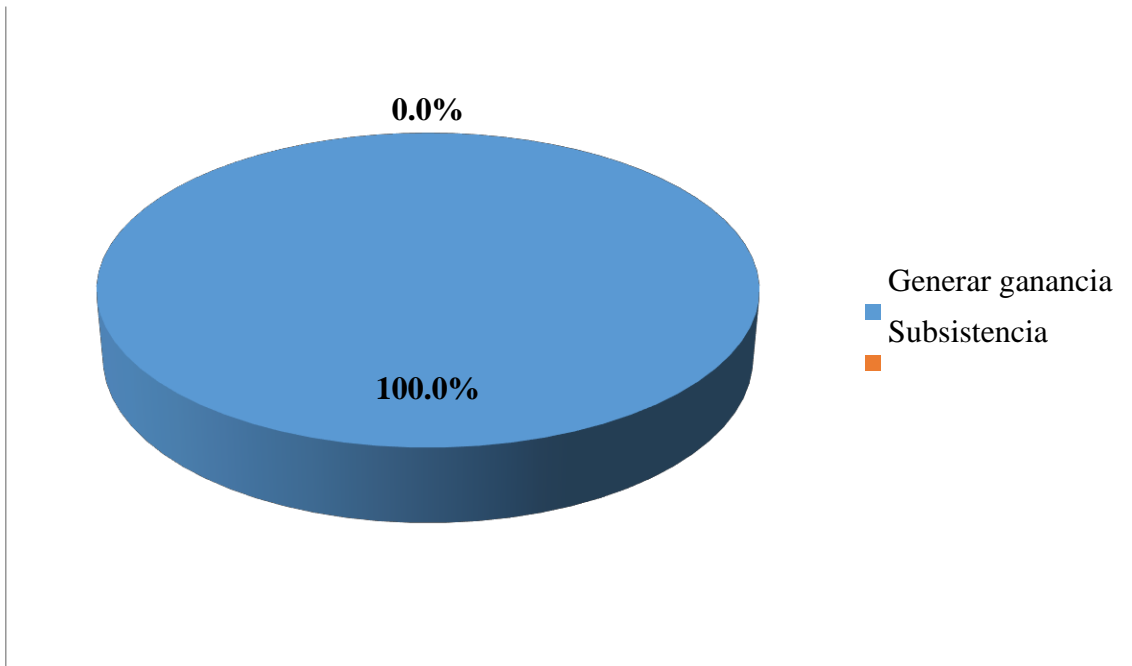


FIGURA 9. Objetivo de creación

Fuente. Tabla 2

3. Referente a las micro y pequeñas empresas con el uso de las tecnologías de la información y comunicaciones.

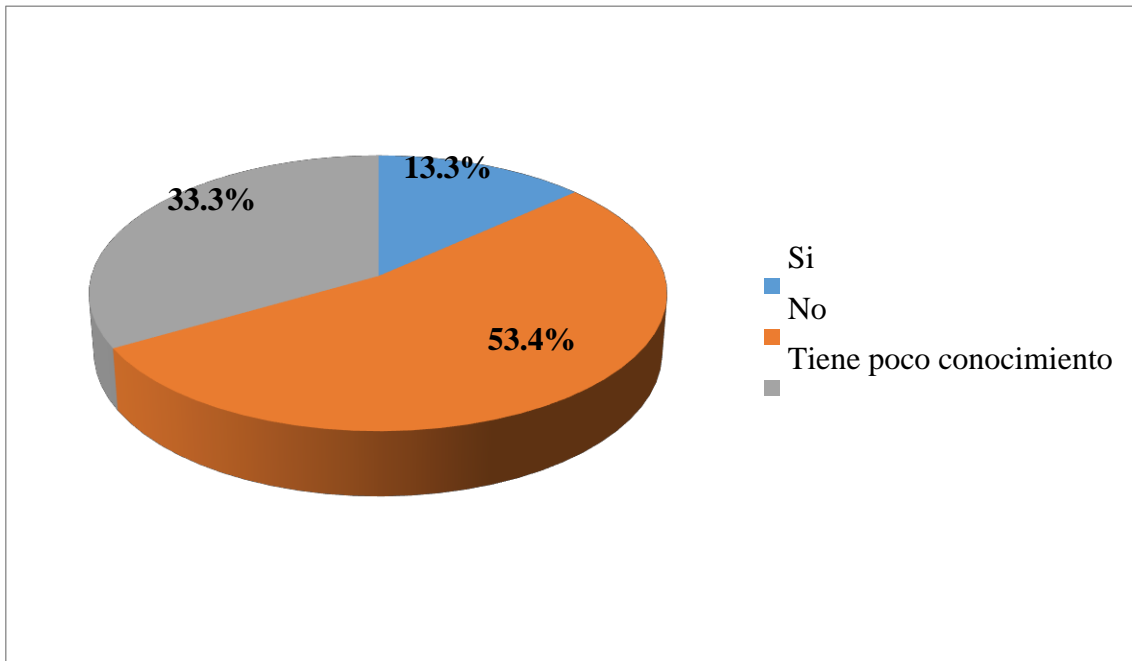


FIGURA 10. Conoce el término de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

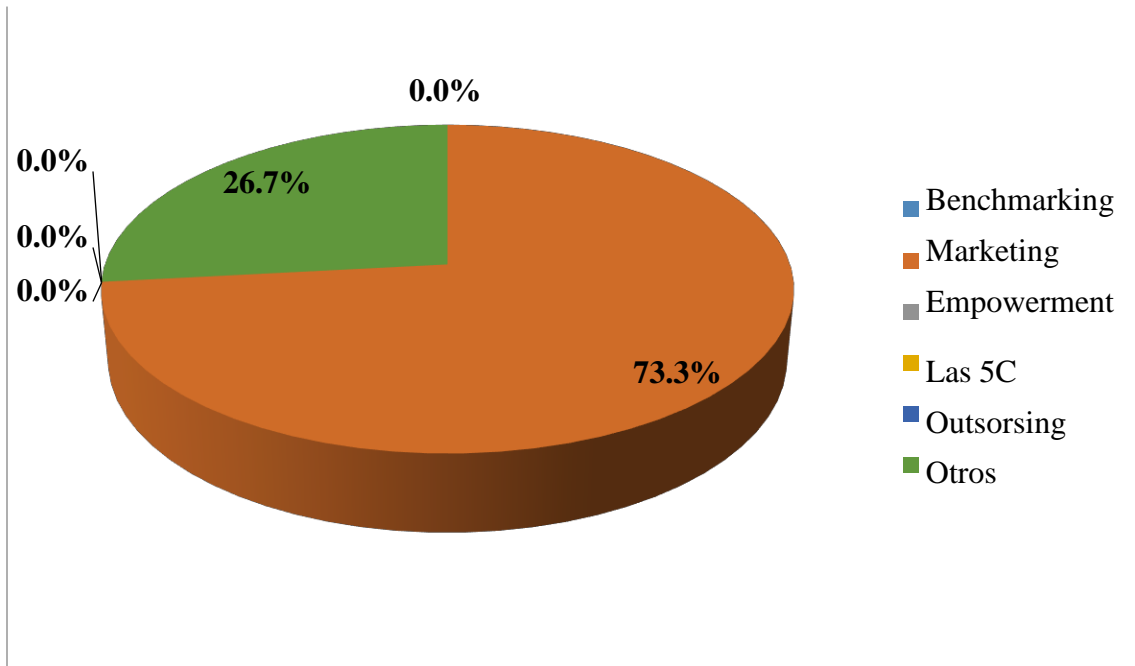


FIGURA 11. Qué técnicas modernas de gestión de calidad conoce

Fuente. Tabla 3

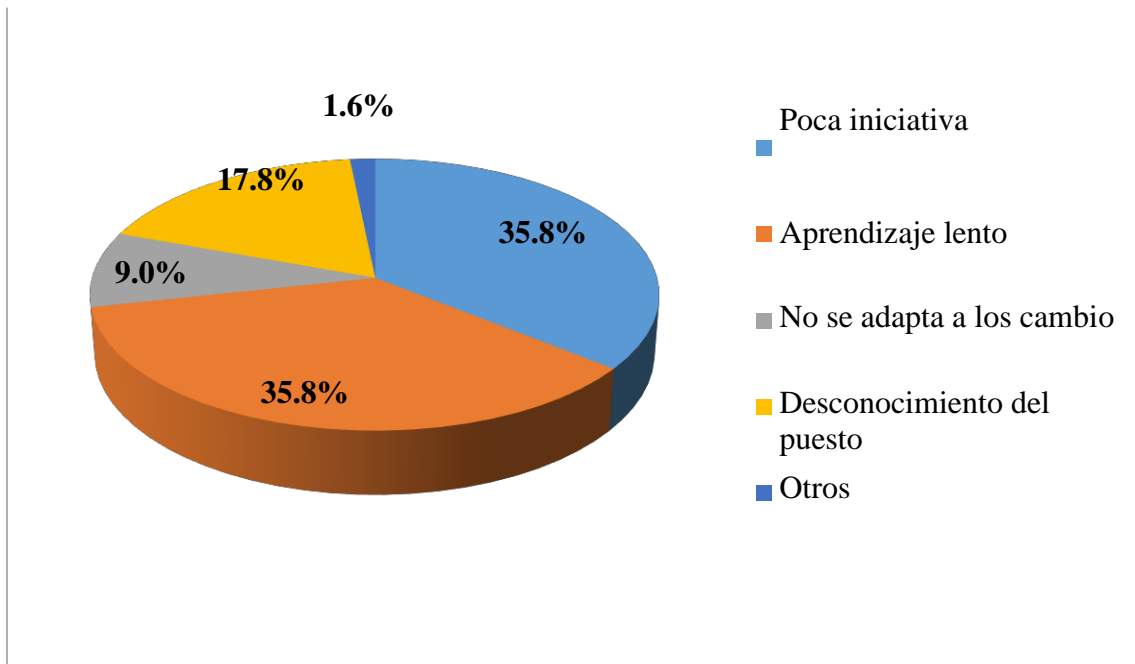


FIGURA 12. Que dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

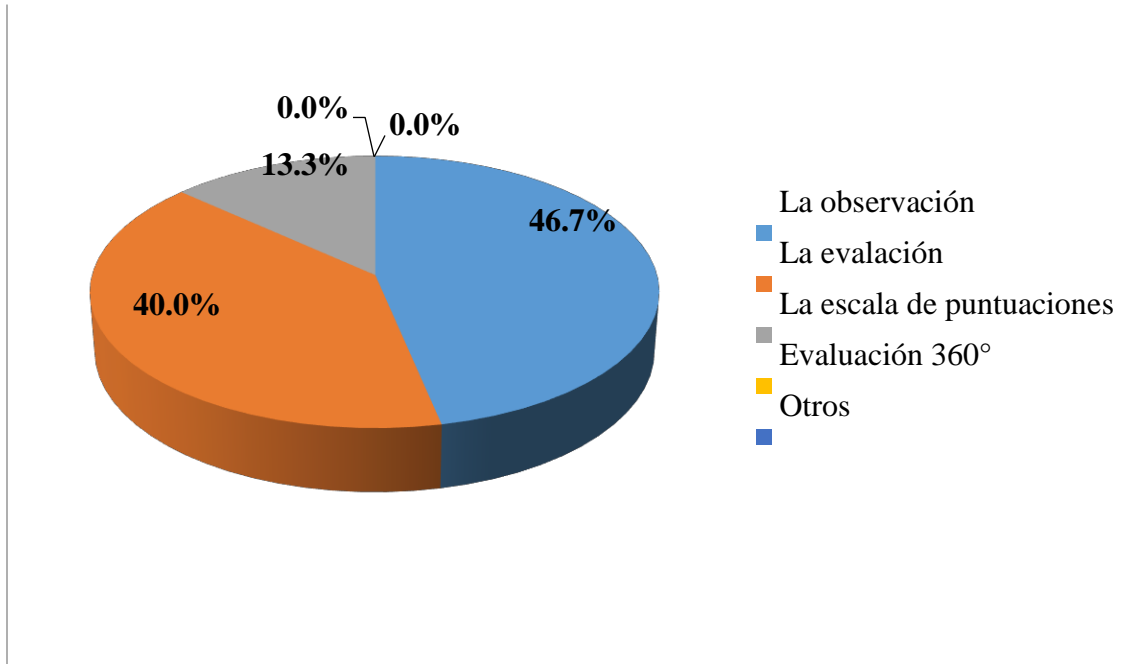


FIGURA 13. Que técnicas para medir el rendimiento de personal conoce

Fuente. Tabla 3

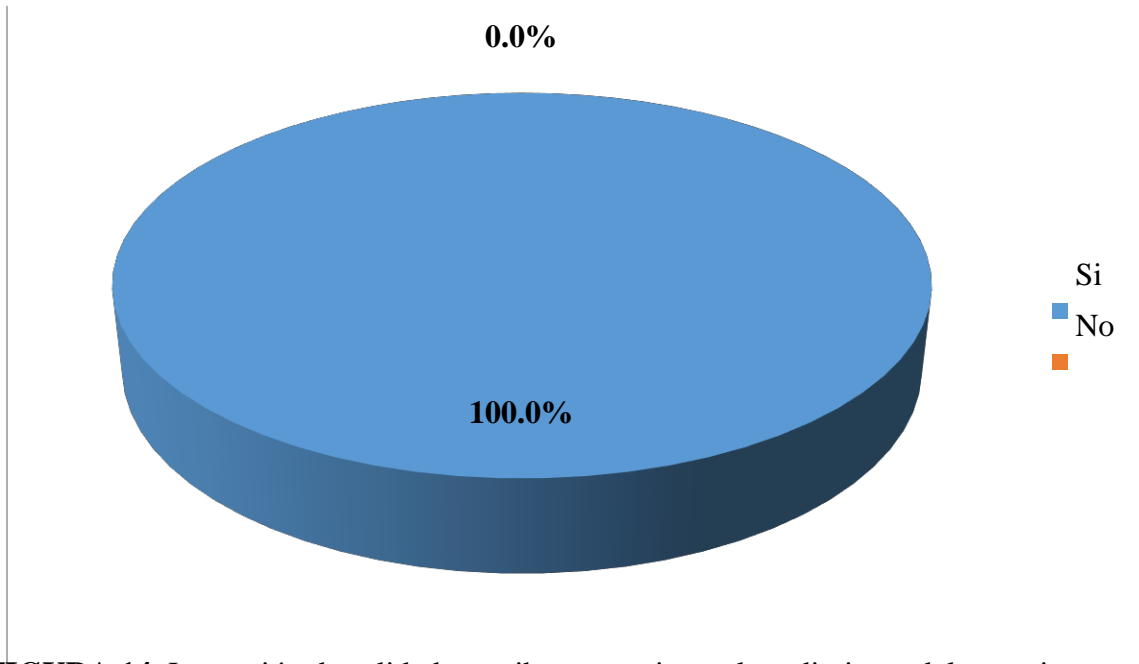


FIGURA 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

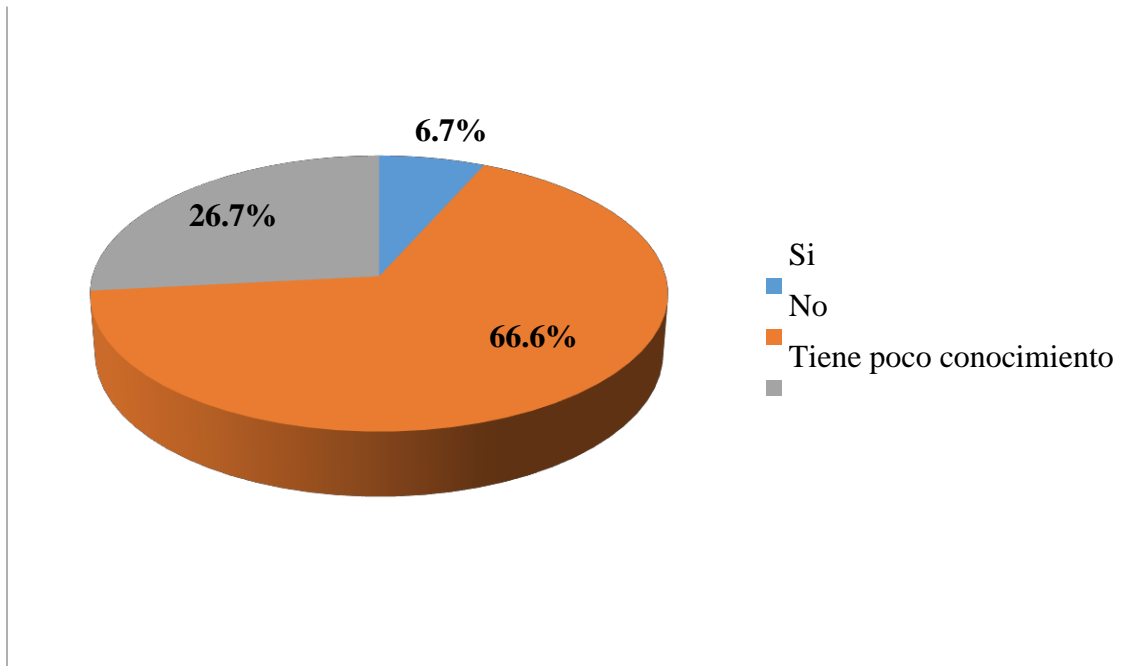


FIGURA 15. Conoce las TIC

Fuente. Tabla 3

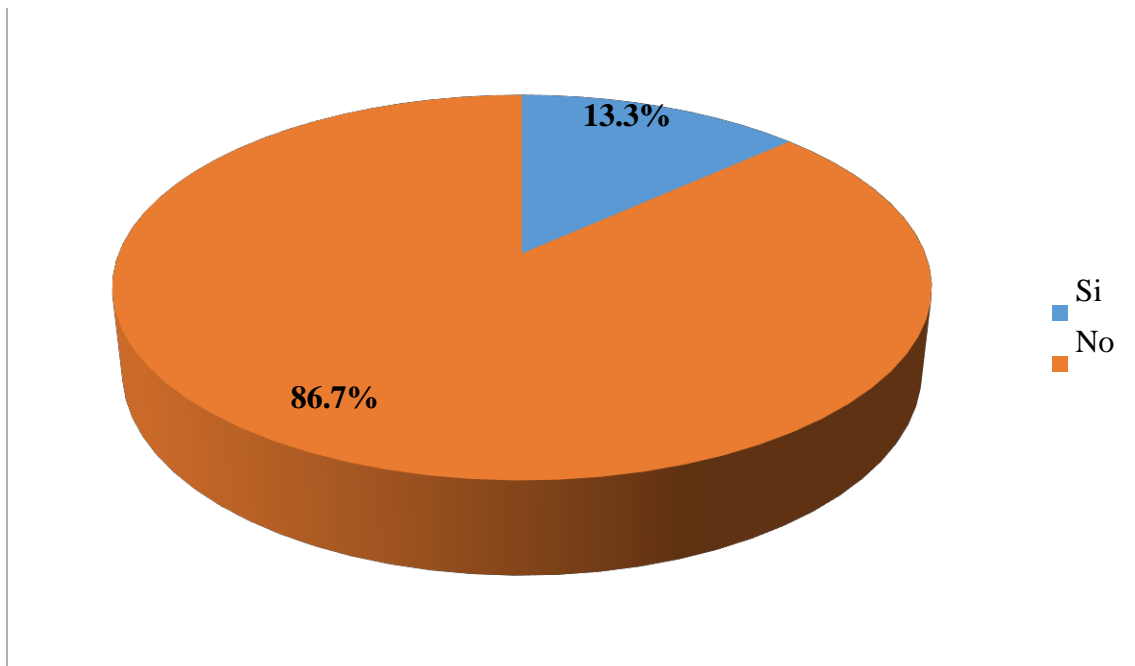


FIGURA 16. Cuenta con una computadora en su empresa

Fuente. Tabla 3

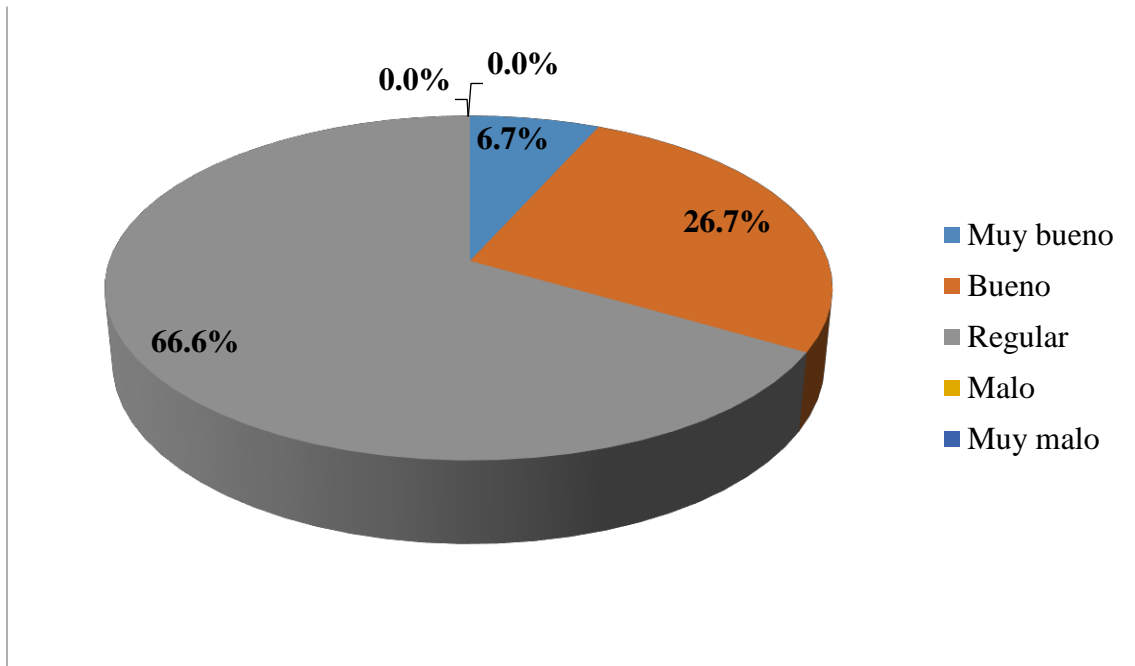


FIGURA 17. Cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación

Fuente. Tabla 3

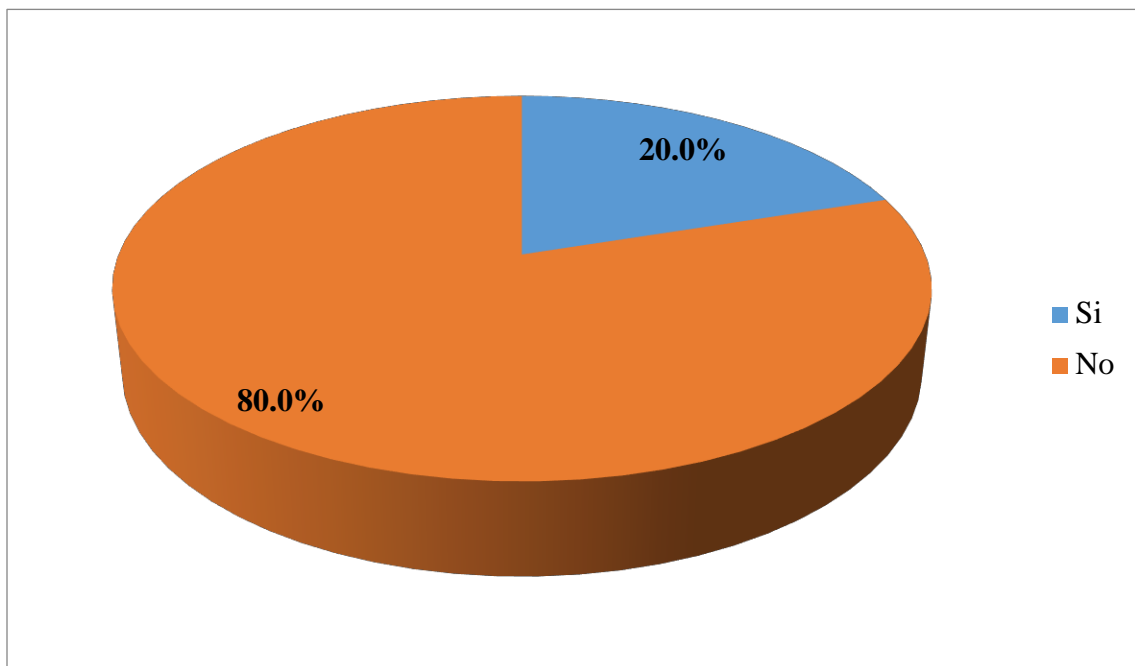


FIGURA 18. Hace uso del internet para ejecutar las compras de mercadería para su empresa

Fuente. Tabla 3

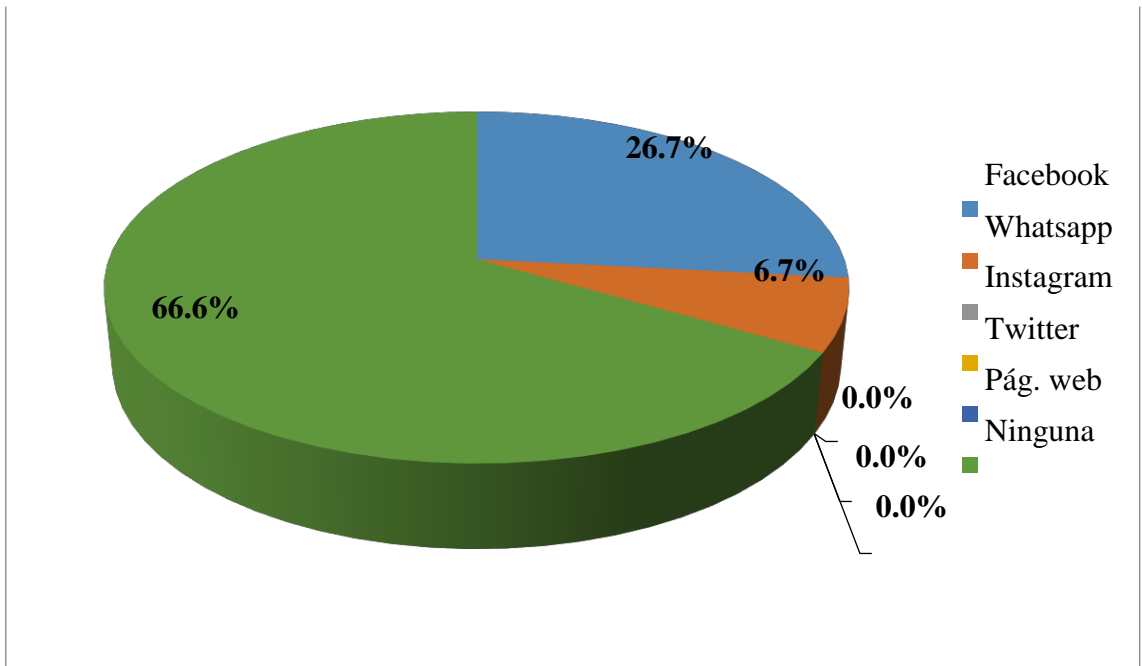


FIGURA 19. Que tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos

Fuente. Tabla 3

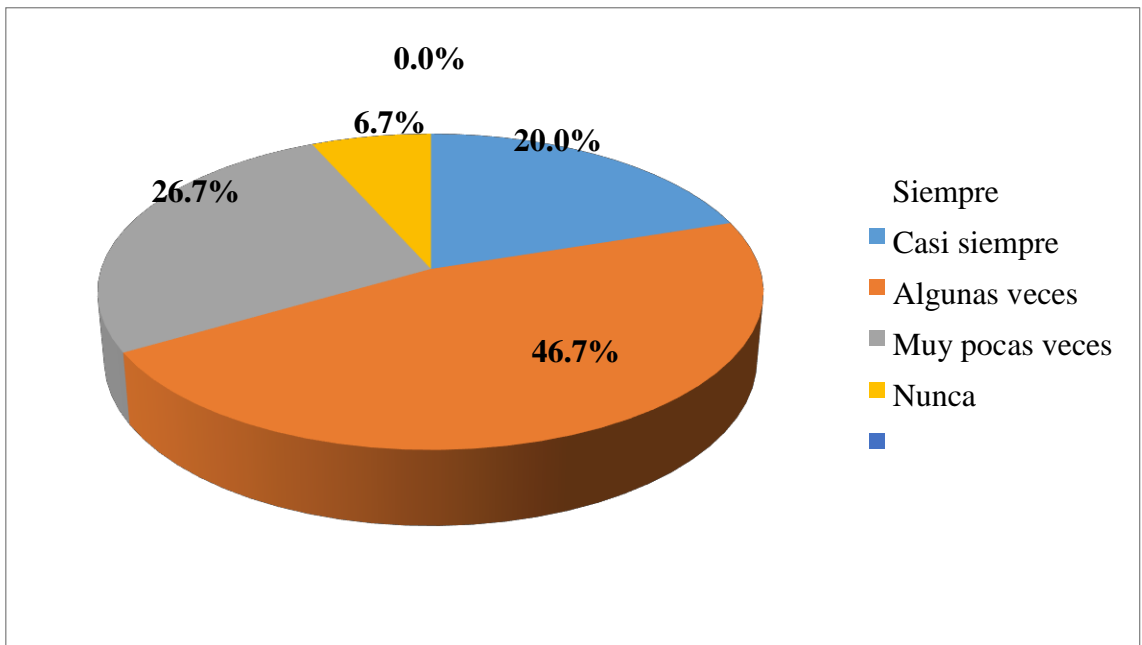


FIGURA 20. Con qué frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa

Fuente. Tabla 3

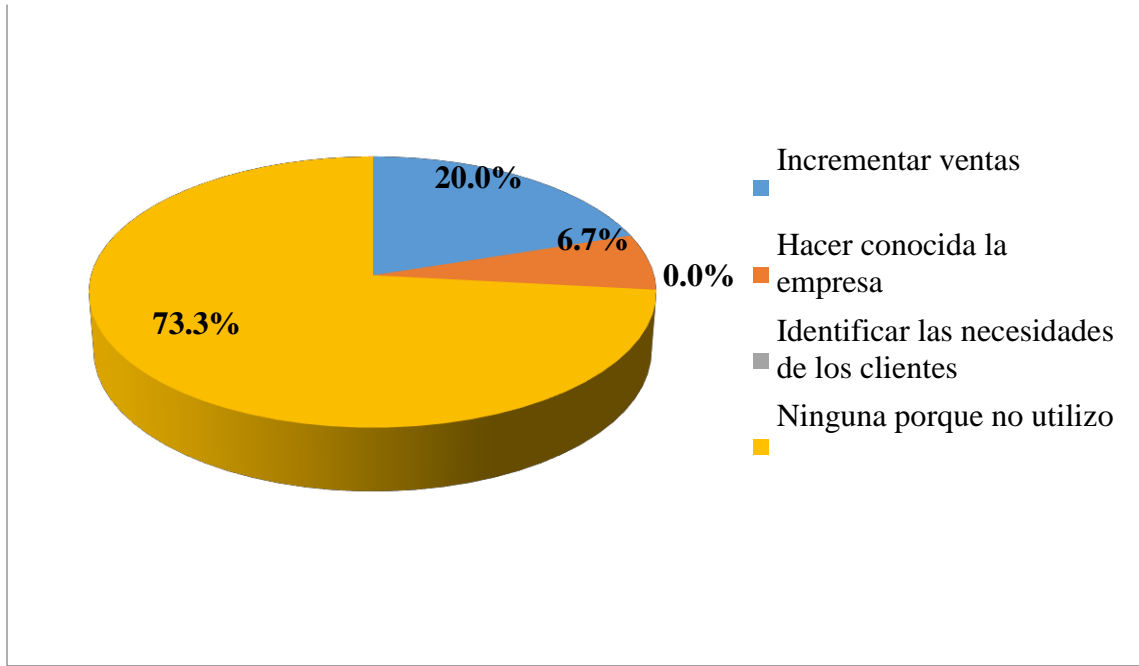


FIGURA 21. Que beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa

Fuente. Tabla 3