



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN
LOS ALMACENES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE ROPA PARA
DAMAS Y CABALLEROS EN EL CENTRO COMERCIAL LOS
FERROLES, DISTRITO DE CHIMBOTE, AÑO 2018.

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

AUTOR

Br. ALVAREZ VILLAFANA, MAX ABEL

ORCID ID: 0000-0001-8485-2398

ASESOR

Dr. CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID ID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERU

2019

EQUIPO DE TRABAJO

Br. Alvarez Villafana, Max Abel
ORCID ID: 0000-0001-8485-2398

Autor

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías
ORCID ID: 0000-0002-6399-5928

Asesor

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda
ORCID ID: 0000-0002-5746

Presidente

Mgr. Limo Vásquez, Miguel Ángel
ORCID ID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgr. Cerna Izaguirre, Julio César
ORCID ID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

JURADO EVALUADOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios mi señor que siempre está con nosotros y que me permitió seguir adelante para disfrutar de su guía, sus dones y enseñanzas y que cuidó de mí a través de mis padres, poniendo en mi camino la sabiduría de poder alcanzar mis metas.

A mis padres por su apoyo incondicional y las enseñanzas que me dieron en el trayecto de mi vida inculcando valores y sembrando en mí el esfuerzo y dedicación para alcanzar mis objetivos

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico a Dios quien bendice mi camino y a mi familia, a mis padres que son la fortaleza en mis decisiones y por darme su apoyo incondicional.

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mi hijo quien con su compañía dio sentido a mi vida, ilumino mi camino y fortaleció mi ser dándome las ganas de ser un ejemplo y mejor persona cada día.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito Chimbote, año 2018, la investigación utilizó el diseño no experimental, transversal, descriptivo. Se utilizó una población de 67 microempresas con una muestra de 45 microempresas, se utilizó el instrumento cuestionario estructurado con 16 preguntas: 3 preguntas a los representantes, 5 preguntas sobre las micro y pequeñas empresas y 8 preguntas referente a la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación. Llegando a los siguientes resultados: el 100.00% utilizan un cuaderno de apuntes para registrar su compra y venta de mercadería. El 100.00% indico que si debieran saber usar la computadora. El 82.22% indica que un sistema computarizado si ayudara al crecimiento del negocio. El 73.33% indica que por seguridad deberían tener una base de datos computarizada en su almacén para registrar sus compras y ventas. el 100.00% indica que no ha realizado una operación de compra o venta por internet o correo electrónico, llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes tiene de 31 a 50 años siendo de mayor cantidad de sexo femenino, la mayoría absoluta tiene de 1 a 3 trabajadores y tienen el control de mercaderías con un cuaderno de apuntes, y que nunca han realizado ni compras ni ventas atravez de tics, por ultimo vemos que una mayoría no realiza ventas con post de Visa o Mastercard .

Palabras Clave: Almacenes, Gestión de Calidad, Microempresas, Pequeñas Empresas, TICS.

ABSTRACT

The objective of this present research work was to: Determine the Main Characteristics of Quality Management with the Use of Information and Communication Technologies in the Stores of Micro and Small Businesses of the Trade Sector Sale of Clothing for Ladies and Gentlemen in Los Ferroles Shopping Center, Chimbote, Year 2018, the research used the Non-experimental - transversal - descriptive design. A population of 67 microenterprises with a sample of 45 microenterprises was used; the structured questionnaire instrument was used with 16 questions: 3 questions to the representatives, 5 questions about micro and small businesses and 8 questions regarding quality management with use of information and communication technologies. Reaching the following results: 100.00% use a notebook to record their purchase and sale of merchandise. 100.00% indicated that they should know how to use the computer. 82.22% indicate that a computerized system will help business growth. 73.33% indicate that for security they should have a computerized database in their warehouse to register their purchases and sales. 100.00% indicate that they have not carried out an operation of purchase or sale via internet or email, reaching the following conclusions: The majority of the representatives are 31 to 50 years of age being of greater female sex, the absolute majority has 1 to 3 workers and have control of merchandise with a notebook, and have never made purchases or sales through ICTs, finally we see that a majority does not make sales with Visa or MasterCard post.

Keyword: Warehouses, Quality Management, Microenterprises, Small Businesses, ICT.

CONTENIDO

1.- TÍTULO DE LA TESIS	i
2.- EQUIPO DE TRABAJO	ii
3.- HOJA DEL JURADO EVALUADOR	iii
4.-AGRADECIMIENTO	iv
5.-DEDICATORIA	v
6.- RESUMEN	vi
7.- ABSTRACT	vii
8.- CONTENIDO	viii
9.- INDICE DE TABLAS Y FIGURAS	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LITERATURA	9
III. HIPÓTESIS	40
IV. METODOLOGÍA	41
4.1.- Diseño De La Investigación	41
4.2.- Población y Muestra	42
4.3.-Definicion y Operacionalización De Variables y Indicadores	43
4.4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	44
4.5.-Plan De Análisis	44
4.6.- Matriz De Consistencia	45
4.7.-Principios Ético	46
V. RESULTADOS	48
5.1.- Resultados	48
5.2.- Análisis De Resultados	51
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	61
6.1.-Conclusiones	61
6.2.-Recomendaciones	61
REFERENCIAS	66
ANEXOS	68

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de la micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.....	48
--	----

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.....	49
---	----

Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.....	50
---	----

Tabla 4. Propuesta de mejora de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.....	52
---	----

FIGURAS

Figura 1.	Edad	81
Figura 2.	Género	81
Figura 3.	Grado de Instrucción	82
Figura 4.	Años de permanencia en el mercado	82
Figura 5.	Finalidad para crear su empresa	83
Figura 6.	Número de trabajadores	83
Figura 7.	Como controla sus ventas tanto en las ventas como el almacén	84
Figura 8.	porque no implementa un sistema computarizado en su negocio	84
Figura 9.	Una computadora mejoraría la atención al cliente	85
Figura 10.	Una computadora obtendrá un incremento en sus ganancias	85
Figura 11.	Considera que su personal y usted sepa usar una computadora	86

Figura 12.	Considera que un sistema computarizado ayudaría al crecimiento del negocio	86
Figura 13.	Considera que por seguridad deberías tener una base de datos computarizada	87
Figura 14.	Considera que un sistema computarizado mejora sus tiempos y planificación	87
Figura 15.	Realiza usted compras o ventas mediante internet o correo electrónico	88
Figura 16.	Realiza ventas con post de visa o MasterCard	88

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas llamadas mypes tienen un rol muy importante en la economía de los países al ser los que generan el mayor porcentaje de empleo en la población más en países como Perú donde casi el 80% de personas trabajan en una micro o pequeña empresa (**Ministerio de Trabajo, 2013**) aparte de ello el aporte o la contribución al Producto Bruto Interno PBI, en el Perú la población en su gran mayoría opta por generar ingresos propios a través de pequeños negocios familiares de los cuales dependen económicamente es decir se auto emplean, este proceso se inició por hechos y acontecimientos importantes como: la reactivación económica de los países donde la población tenía mayores ingresos y buscaba una forma de invertir sus excedentes y generar ganancias, la otra se da por las recesiones en los países las empresas fracasan y restringen el empleo en las instituciones del sector público ocasionando despidos intempestivos por lo que se inventaron formas de empleo a través de las micro y pequeñas empresas mientras podían encontrar un empleo mucho mejor, y otra de las causas de la evolución fue la migración de la gente de zonas rurales a zonas urbanas es decir del campo a la ciudad por diferentes factores que se puedan dar en su contexto (**Villarán, 2013**). En conclusión diremos que las micro y pequeñas empresas son importantes en el crecimiento de cada país más en los de América Latina ya que aproximadamente el 80% de los empleos son generadas por estas, por la contribución al PBI y mencionaremos el crecimiento, desarrollo y movimiento interno que cada país, por ello se hacen parte fundamental en la población y los gobiernos y materia de estudio a través de sus diferentes variables o factores que se encuentran dentro de ella, en este caso estudiaremos: La gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote ,año 2018; específicamente veremos que nuestros microempresarios del centro comercial los Ferroles utilizan muy poco o nada las tecnologías de información y comunicación en sus almacenes es decir no llevan un control computarizado de sus compras y ventas.

Las micro y pequeñas empresas son dirigidas por emprendedores en su gran mayoría de manera experimental, debido a que fueron creadas para generar empleo o ganancias en otros casos los heredaron, o en otros casos fueron trabajadores en algún negocio y con el tiempo adquirieron conocimiento y formaron su propio negocio, ello implica que muchas

veces no tienen conocimiento para invertir en tecnologías de información y comunicación en este caso específicamente en sus almacenes para un mejor control de su mercadería, ya en las pequeñas, medianas empresas en gran cantidad si lo realizan, pero en las microempresas el porcentaje de uso de las tics es muy poco o nada, los sistemas de gestión de calidad tienen en las TICS un soporte dinamizador en todos los niveles de la empresa, permitiéndoles una gestión de mejora continua en tiempo real, se podría decir que el impacto de las TICS en las cadenas de suministros de las empresas a sido fundamental y una de las mayores contribuciones en la calidad de los servicios, reducción de plazos de entrega, optimización de stock en los almacenes, gestión de envíos y pedidos reduciendo errores en sus inventarios y controles en los almacenes soportados por sistemas de gestión de almacenes (SGAs) gestión de entregas mediante terminales móviles (teléfonos, móviles etc.) el impacto que tiene implica también una dependencia hacia ellas con la cual podría condicionarnos en el futuro, pero será la aplicación de técnicas y metodologías de gestión de calidad que permitan su disponibilidad, crecimiento y seguridad de estos sistemas (Gorraiz, 2011)

Las tecnologías de información y comunicación (TICS) son los recursos, herramientas y los programas utilizados que sirven para administrar y compartir información mediante soportes tecnológicos como las computadoras, móviles, televisores, reproductores etc., en la actualidad las TICS han revolucionado la sociedad en todos los aspectos ofreciéndonos una gama de servicios como correos electrónicos, búsqueda de información, banca online, noticias, permitiéndoles que la información y la comunicación se dé mucho más rápida y de manera directa facilitándonos diversos ámbitos en nuestras vidas, ya sea trabajo, educación, entretenimiento etc. Lo que nos conlleva a quien conoce y tenga más acceso a las TICS este mejor preparado y acondicionado para realizar mejor sus actividades diarias.

Según el **FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional)** es vital el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación para la competitividad de Europa en todos sus sectores el mejorar el acceso de las TICS tanto en su uso y su calidad, es uno de sus 11 objetivos planteados para el desarrollo de Europa, a nivel empresarial y en la cadena de valor hay un importante crecimiento del conocimiento y manejo de la Tics básicamente en la gestión de cadena de suministros o los almacenes cuentan con aplicaciones que permiten Gestionar los Stocks los almacenes y planificar el suministro, emitir órdenes de compra, verificar las entregas y las ventas, administrar la logística y el acceso con los proveedores,

en la gestión con los clientes se avanzó con las aplicaciones de venta online mediante sus páginas web , brindar servicios post ventas.

Según el **INE (2013)** en España hay 3,336.657 empresas de las cuales el 94% son micro empresas (de 1 a 9 trabajadores) y el 6% restante son pequeñas, medianas o grandes empresas, el mayor porcentajes de microempresas que existen en España se encuentran en las ciudades de Cataluña, Andalucía, Madrid, y la Comunidad Valenciana, tenemos que las pymes y las grandes empresas tienen un nivel de maduración bastante elevados con las TICS básicas como: teléfono, móviles, internet, ya en las microempresas si hay aun margen para el crecimiento siendo el teléfono y el móvil el que alcanza el 69,6% de su uso, el 18% del importe total de compras de los minoristas lo realizan mediante el comercio electrónico, es decir mediante páginas web o correos electrónicos con los proveedores, en algunos sectores las microempresas en España con páginas web es superior a la media de las Pymes o grandes empresas. El uso de los ordenadores y del Internet ya se extendieron en la práctica empresarial de España es decir servicios de la nube como el Cloud Computing que es usado en un 7% del total de los microempresarios, otro como el Big Data también es usado en 2,7% y otro es el CRM que es usado en 7,2% por los microempresarios (**Coremain, 2017**).

Según **Muñoz (2017)** indica que entre el 80% y 90% de pequeñas empresas incluyendo las micros y medianas empresas de América latina tienen computadoras con conexión a internet siendo Chile uno de los países más desarrollados en TIC y que el 40% de las pymes realiza transacciones digitales ya sea financieras o con los organismos no gubernamentales, un 37% de pequeñas empresas cuentan con páginas web propias, el 26% de estas empresas cuentan con intranet y un 21% cuenta con extranet ,y que un 33% hace pedidos por internet, un 18 % de empresas disponen de ERP y un 12% cuentan con CRM (**fuelle Cepal**); habría que destacar que países como Brasil y México se encuentran más desarrollado en Tic, es más ellos se encuentran ensamblando y creando este tipo de tecnologías como celulares, teléfonos, tabletas, computadoras.

Según **Puentes (2016)** dice que haciendo un análisis sobre los resultados por el DANE en 2001 se refleja el atraso que por entonces había en las micro y pequeñas empresas colombianas se observa que con el correr de los años han ido superándose y desarrollándose los sistemas computacionales, tecnológicos y de información por ello

indica que el país todavía sufre serios problemas que dificulta su capacidad de aprovechar las TIC aun así un 32.6% de micro o pequeñas empresas está haciendo uso de alguna TIC dedicadas al comercio, en un 24.3% a las industrias, un 39% dedicadas al servicio pero aún se encuentran lejos de que por lo menos la mitad de las microempresas utilice las TIC como un componente de desarrollo abriendo muchas posibilidades de las pymes y Mipymes en Colombia de margen de crecimiento. Según el **(Plan Nacional Digital de Colombia, 2014)** indica que el PIB y el crecimiento de la productividad se aceleran en la medida en el uso de las TIC y que las empresas han llevado a realizar de una manera más eficiente todos los procesos ya que adoptan mejores tecnologías, indican que Colombia es un país de mipyme el 98.86% de las empresas del país se clasifican como mipymes y tan solo el 1.13% son consideradas como grandes empresas, estas micro pequeñas y medianas empresas generan el 80.8% de empleos en Colombia, aportan en un 37% al PIB de Colombia siendo uno de los pilares de desarrollo para este país este plan indica y pone como referencia a ASIA y sus empresas que incorporan las TIC en su procesos productivos logran disminuir el 30% de costo en el manejo del inventario 15% en los costos de producción, y 12% asociados a la gestión de calidad de los productos demostrando que apuntan a ellos en sus micro y pequeñas empresas.

Según el **Diario uno (2017)** indica que según fuente del INEI en Marzo 2017 que el 99.6% del mercado Empresarial en el Perú corresponde a las micro y pequeñas empresa si entramos en detalle diríamos que hay 1,713.272 empresas en todo el territorio Peruano entre la micro y pequeñas empresas, las pymes y las grandes empresas de ese total el 96.2% 1,648.167 está integrado por micro empresas y son responsables del 79.3% de las ventas, sin embargo al presente, la implementación de las TIC (correos electrónicos, aplicaciones, móviles, web, banca online, cursos, celulares, computadoras, software y hardware) ya no es un lujo tenerlas o una cara inversión, más bien una oportunidad de crecimiento para nuestras micro y pequeñas empresas que les permita estar a la vanguardia de los procesos competitivos tanto en el mercado nacional e internacional, sin embargo el 93% de nuestras micro y pequeñas empresas percibe que el uso de las TIC es un gasto y opta por prescindir de ellos limitándose de su amplia gama de herramientas las cuales podrían elevar sus ventas, ayudar en su proceso de almacenes, reducir costos.

Gestión (2018) en una entrevista hecha a Eduardo Rocca especialista de la Universidad Católica del Perú indica que un mayor uso de las herramientas de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) por parte de las micro y pequeñas empresas peruanas ayudaría a reducir su costo administrativo y promover mejor sus productos y servicios según el informe (Mipyme, 2013) realizado por el (faedpyme), más del 60% de las micro y pequeñas empresas peruanas en Lima, Arequipa y Trujillo no usan las herramientas de la TIC , tales como correo electrónico, páginas web, venta por internet, uso de banca electrónica, internet corporativo o redes sociales, y si lo tienen los propietarios, pero para su uso personal mas no lo potencian en su negocio, las micro y pequeñas empresas podrían acceder a las TIC con mínimos costos esto les daría mucha fluidez y operatividad en todo lo que realicen como pagar impuestos , operaciones bancarias por internet, un informe de (MiPyme,2013) señala que solo el 21% de la micro y pequeñas empresas tiene una página web, lo cual considera positivo en relación a otros países indico que son las más jóvenes las que le dan uso a estas herramientas mientras que las que tienen 20 o 30 años no lo hacen por falta de conocimiento o capacitación en ellas.

Según **Llenque (2016)** manifiesta que según la SUNAT en la región Ancash hay un total de 39,206 microempresas de las cuales el 58% se encuentran en la provincia del Santa y de ello el 40% de ellas están en Chimbote, el 10% en Nuevo Chimbote, y el 8% restante se encuentran en los demás Distritos del Santa por ello se podría decir que en Chimbote hay aproximadamente 9,095 microempresas y en Nuevo Chimbote hay aproximadamente 2,750 microempresas cabe indicar que estas son las microempresas formales y que existe una cantidad de 3 veces más las cuales no están consideradas o no se formalizan aun. El **(INEI)** a nivel de Ancash indica que el 88% de la población económicamente activa (PEA) trabaja en micro, pequeñas o medianas empresas, de ese total el 69.2% trabaja en microempresas el 9.6% trabaja en pequeñas empresas y el 9.2% en medianas empresas mientras que solo el 11 % trabaja en grandes empresas de acuerdo con la cantidad de la población económicamente activa (PEA).

En la provincia del Santa según la Asociación de mercados en Chimbote son 45 mercados afiliados y todos ellos hoy se encuentran en observaciones de la municipalidad o de defensa civil de igual manera las galerías que se encuentran en el centro de Chimbote situación que hay que observar, con respecto a al avance de las TIC podríamos decir que

en gran magnitud los microempresarios utilizan celulares para su comunicación, ya en un porcentaje menor utilizan el internet, y en un porcentaje aún menor computadoras y sistemas para sus inventarios es más podríamos decir que solo las pequeñas empresas que están en el centro de Chimbote las comercios más grandes utilizan páginas web, mercadeo por internet, ya tienen sistemas computarizados para registrar sus ventas y emiten boletas electrónicas etc. y podría decirse que sus inventarios están controlados para que puedan seguir creciendo pero nos enfocaremos en el centro comercial los Ferroles el cual queda ubicado en la Avenida los Pescadores s/n Zona Industrial en 27 de Octubre Chimbote cuentan con una asociación de comerciantes constituida y registrada, tiene poco más de 20 años atendiendo al público según una entrevista a la **(Radio Santo Domingo, 2017)** su presidente el sr. Julio Cruz Rosales comentó que el centro comercial cuenta con 1,318 puestos y que unas 1000 familias ejercen el comercio en distintos rubros y que tuvo un apogeo de ventas con la llegada del centro comercial Mega plaza quien se ubicó al costado esto permitió que las ventas se elevaran debido a la afluencia de personas que no compraban ahí y si lo hacían en el centro comercial los Ferroles, según lo visto a la hora de realizar el trabajo de investigación diremos que las TIC son muy poco usadas, diremos que como en Chimbote todos los comerciantes cuentan con celulares particulares los cuales lo utilizan dentro del negocio, la mayoría cuenta con internet en los móviles con accesos a redes sociales, sin embargo ello lo utilizan de manera personal más no con fines de difusión de sus productos, también se pudo apreciar ningún computador ni portátil ni estable. Por ellos diríamos que tampoco cuentan con programas para controlar sus inventarios, stocks, ventas etc., muy pocos o casi ninguno cuenta con una página web, y sobre todo no lo creen necesario para el crecimiento de sus establecimientos, sin darse cuenta de que al lado está el centro comercial Mega plaza y dentro hay empresas multinacionales que utilizan las TICs de forma muy agresiva y bastante fuerte, un sentir de los microempresarios es que en estos 20 años no han crecido ni mejorado su estructura ni incursionado en la tecnología, situación que hoy en día se hace visible.

Por consiguiente, se planteó el siguiente problema de investigación ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicaciones en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018?, para dar respuestas a las preguntas de

investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018. Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro de venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito Chimbote, año 2018, determinar las características de las micro y pequeñas en el sector comercio rubro de venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018, determinar las características de la gestión de calidad en el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de ropa de damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018, determinar la propuesta de mejora de la gestión de calidad en el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de ropa de damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018. Este trabajo de investigación se justifica porque nos permitió conocer, analizar, estudiar las características de la gestión de calidad en el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles Distrito de Chimbote, año 2018. Ya que con ello tendrían negocios más ordenados, con mayor ventas, mejor distribución y conocimiento de mercadería dentro de los almacenes, para la universidad Justifica porque nos permitió a los estudiantes conocer que tan importante es implementar las TICS en los negocios y tener un adecuado sistema de almacén y ventas para mejorar los controles de la organización ya que es responsabilidad de los administradores crear o fijar flujos que faciliten el crecimiento del negocio, para la sociedad este trabajo se justifica porque permitió conocer que nuestras micro y pequeñas empresas están retrasados con la tecnología y esto ocasiona malos procesos de venta pero que ya estamos en proceso de la modernización para una mejor atención al cliente. En el siguiente trabajo de investigación se utilizó la siguiente Metodología: tuvo un diseño no experimental, transversal, descriptivo, no experimental porque no se manipulo deliberadamente a la variable gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación es decir solo se observó tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas del sector

comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles Distrito de Chimbote, año 2018. Transversal porque el trabajo de investigación gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018 se desarrolló en espacio y tiempo definido específicamente en el Distrito de Chimbote año 2018. Fue Descriptivo porque se describió las principales características de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas sector comercio rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018. Se considero una población de 67 micro y pequeñas empresas tomando como muestra 45 micro y pequeñas empresas, se utilizó la técnica de las encuestas y el instrumento de cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados más importantes: El 100.00% utilizan un cuaderno de apuntes para registrar su compra y venta de mercadería. el 100.00% indico que si debieran saber usar la computadora. El 82.22% indica que un sistema computarizado si ayudara al crecimiento del negocio. El 73.33% indica que por seguridad deberían tener una base de datos computarizada en su almacén para registrar sus compras y ventas. el 100.00% indica que no ha realizado una operación de compra o venta por internet o correo electrónico, llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes tiene de 31 a 50 años siendo de mayor cantidad de sexo femenino, la mayoría absoluta tiene de 1 a 3 trabajadores y tienen el control de mercaderías con un cuaderno de apuntes, y que nunca han realizado ni compras ni ventas atravez de tics, por ultimo vemos que una mayoría no realiza ventas con post de Visa o MasterCard .

II. REVISIÓN LITERARIA

2.1 Antecedentes

Murga (2016) en su tesis de investigación *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, Ancash, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de minoristas de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016 , y planteo los siguientes objetivos específicos : Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas, sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016., Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016. La metodología utilizada en la investigación fue: de tipo aplicada cuantitativa, de nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, se utilizó una población muestral de 8 micros o pequeñas empresas del Distrito de Moro, se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario. Obtenido los siguientes resultados: El 62,5 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen una edad entre 31 a 50 años. EL 87,5 de los representantes son del sexo Masculino. : EL 50% de los representantes solo cuentan con estudios superiores no universitarios. El 87,5% está desempeñando el cargo actualmente por los administradores. El 62,5% de los representantes tienen entre 0 a 3 años desempeñando en el cargo. El 50% tienen entre 0-3 años de permanencia en el rubro. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 3 trabajadores. El 87,5% de los representantes de la micro y pequeñas empresas su objetivo de su creación es por rentabilidad. El 62,5% Si conoce el término de gestión de calidad. El 75% de los representantes de la micro y pequeñas empresas utilizan las TICS como técnicas modernas. El 37,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016; tienen poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad. El 62,5% de los representantes de las micro y

pequeñas empresas sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas Distrito de Moro, 2016 conoce la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, Que si impiden la excesiva rotación del personal para una adecuada gestión de calidad. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro 50 venta minorista de insumos agrícolas en el Distrito de Moro, 2016, Si contribuye a mejorar el rendimiento de su empresa. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector rubro, venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016. Si ayuda alcanzar con los objetivos de la empresa. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas del Distrito de Moro, 2016, No conocen el significado de tic. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, si cuentan con una computadora o laptop dentro de su negocio. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, Su conocimiento es regular. El 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, si utilizan las herramientas de navegación de internet para la captación de nuevos clientes. El 37,5% utilizan los dispositivos móviles y página personal de sus clientes. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, Si creen que las Tic contribuiría en la eficiencia y logro de su empresa. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, si cuentan con una base de datos de sus clientes. El 87,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016 Si creen que al aplicar las tic en su negocio si les ayudaría a mejorar su interrelación con sus clientes. la investigación concluye que: La mayoría Absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016. Están dirigidos por personas del sexo masculino, con grado del representante superior no universitario, la mayoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años, son administradores de la empresa y desempeñan en el cargo de 0 a 3 años. La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, cuentas

entre 1 a 5 trabajadores, la mayoría absoluta del objetivo de la creación es por la rentabilidad y la mayoría de micro y pequeñas empresas cuentan entre 0 a 3 trabajadores. La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, así mismo ayuda a alcanzar objetivos, y metas trazados por la empresa, en su mayoría absoluta usan como las técnicas modernas como las tics, a su vez impide una adecuada gestión de calidad por la excesiva rotación del personal, en su mayoría los representantes si conocen el termino de gestión de calidad, así mismo conocen la técnica de observación para medir el desempeño personal, en su minoría tienen poca iniciativa por parte del 55 personal, La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, 2016, califican su nivel de conocimiento regular, a su vez los representantes creen que las tics contribuiría en la eficiencia y logro de su empresa, en su mayoría absoluta no conocen el significado de las tics, pero cuentan con una computadora o laptop en su empresa, tienen una base de datos de sus clientes, al aplicar las tics les ayudaría a mejorar la interrelación con sus clientes, en su mayoría utilizan las herramientas de navegación de internet para captar nuevos clientes, en su minoría utilizan como las nuevas tecnológicas los dispositivos móviles.

Madueño (2016) en su tesis de investigación *Gestión De Calidad Con El Uso De Las Tecnologías De La Información Y La Comunicación En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio, Rubro Librerías En El Centro Del Distrito De Nuevo Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general : determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería en el centro del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016, y planteo los siguientes objetivos específicos : Determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería en el Centro del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016, Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería en el Centro del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016, Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librería en el centro del Distrito de Nuevo Chimbote, 2016, la metodología utilizada en la investigación fue : de tipo aplicada cuantitativa, de nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal,

descriptivo, se utilizó una población muestral de 10 micros o pequeñas empresas del Distrito de Nuevo Chimbote, se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario. Obtuvo los siguientes resultados: El 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años. El 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas es de género femenino. EL 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene estudio superior universitario y no universitario. El 90% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños. El 90% de los representantes de las micro y pequeñas desempeñan en el cargo de 7 a más años en el cargo. El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años en el rubro de librería. El 90% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 60% de las micro y pequeñas empresas tiene como objetivo de creación la subsistencia.

El 100% conocen y no conocen el término gestión de calidad. El 60% de las micro y pequeñas empresas utilizan como técnica moderna de gestión de calidad las TIC. El 60% del personal de las micro y pequeñas empresas tiene otras dificultades para implementar la gestión de calidad, asimismo el 20% tiene poca iniciativa y el otro 20% tiene un aprendizaje lento.: El 70% de las micro y pequeñas empresas para medir el rendimiento del personal conocen la técnica de la observación, el 20% conoce la técnica de la escala de puntuación y el 10% otras técnicas para medir. El 60% de las micro y pequeñas empresas indica que la excesiva rotación del personal impide una adecuada gestión de calidad y el 40% indica que no. El 70% de las micro y pequeñas empresas indica que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 100% de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad es importante para su empresa. El 90% de las micro y pequeñas empresas conoce el significado de TIC y el 10% no conoce. El 60% de las micro y pequeñas empresas cuenta con una computadora o laptop dentro de su negocio y el 40% no cuenta. El 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que utilizan el Facebook para comunicarse con sus clientes y el 40% no utiliza ningún tipo de redes sociales. El 100% de las micro y pequeñas empresas indican que las TIC contribuiría en la eficiencia y el logro de su empresa. El 90% de las micro y pequeñas empresas no cuenta con una base de datos de sus clientes y el 10% si cuenta. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas indican que al aplicar las TIC en su negocio le ayudaría a mejorar la interrelación y aceptación con sus clientes. La investigación concluye que: La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con estudio superior universitario y no universitario, asimismo la mayoría absoluta tienen 31 a 50 años, son del género femenino, son dueños del negocio y

tienen de 7 a más años desempeñándose en el cargo. La totalidad de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 a más años en el rubro, la mayoría absoluta tienen de 1 a 5 trabajadores y la mayoría tiene como objetivo de creación la subsistencia. La totalidad de las micro y pequeñas empresas conocen y no conocen el término Gestión de Calidad y creen que la gestión de calidad es importante para su empresa, la mayoría absoluta utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal y creen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría utilizan como técnica moderna de gestión de calidad las TIC, tiene otras dificultades para implementar la gestión de calidad y creen que la excesiva rotación del personal impide una adecuada gestión de calidad. La totalidad de las micro y pequeñas empresas creen que las TIC contribuiría en la eficiencia y el logro de su empresa, además creen que al aplicar las TIC en su negocio le ayudaría a mejorar la interrelación y aceptación con sus clientes, la mayoría absoluta conoce el significado de TIC, cuenta con un conocimiento regular para manejar una computadora y no cuenta con una base de datos de sus clientes, la mayoría cuenta con una computadora o laptop dentro del negocio, utiliza herramientas de navegación de internet para la captación de nuevos clientes y utiliza el Facebook para comunicarse con sus clientes.

Turriate (2016) en su tesis de investigación *Gestión De Calidad Con El Uso De Las Tic's En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio - Rubro Librería Del Distrito De Santa En El Año 2016*. Con el objetivo general de: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tic's de la micro y pequeña empresa del sector comercio - rubro librería del Distrito de Santa en el año 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos: determinar las características de los representantes del Distrito de Santa en el año 2016, determinar las características de la micro y pequeña empresa del Distrito de Santa en el año 2016, determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las TIC de la micro y pequeña empresa del Distrito de Santa en el año 2016. La metodología usada en la investigación fue: de tipo aplicada cuantitativa, de nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal, se utilizó una población de 32 micro o pequeñas empresas tomando como muestra 12 micros o pequeñas empresas del Distrito del Santa, se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: de los dueños y/o representantes legales de las MYPE encuestadas un 50% son de 31 a 50 años. De los dueños y/o representantes Legales de las MyPE, el 58% son de género femenino. De los dueños y/o representantes

legales de las MyPE, el 41.7% tienen estudio superior no universitario. Del 100% de los dueños y/o representantes legales de las MyPE encuestadas, manifiestan que el 66.7% son dueños de la empresa. De los dueños y/o representantes legales de las MyPE encuestadas, el 58.3% están desempeñando su trabajo de 7 años a más. Del 100% de las MyPE encuestadas el 41.7% tiene de tiempo de permanencia en la empresa de 0 a 3 años. De las MyPE encuestadas, el 83.3% son formales y el 16.7% son informales. Del 100% de las MyPE encuestadas, el 66.7% tiene como trabajadores de la empresa a sus propios familiares. Del 100% de las MyPE encuestadas el 75% fue creada como objetivo de creación para generar ganancias. De las MyPE encuestadas, el 58.3% conoce el termino de gestión de calidad. De las MyPE encuestadas el 41.7% utilizan conoce como técnica moderna las Tics. De las MyPE encuestadas él se consulto acerca de las dificultades que presentan para la aplicación de la gestión de calidad la cual nos refirió que el 41.7% no se adapta al cambio. De las MyPE encuestadas él se consulto acerca de la gestión de calidad contribuye en la mejora del negocio la cual nos respondieron que el 66.7% si contribuye a la mejora. De las MyPE encuestadas, el 75.0% si conoce el termino de gestión de las TICS. De las MyPE encuestadas el 66.7% si considera que la distribución de su mercadería es la adecuada. De las MyPE encuestadas él se consulto acerca del nivel de venta de su empresa sin embargo el 41.7% menciono que ha aumentado estos últimos años las ventas. De las MyPE encuestadas él se consultó que medio de TICS utiliza y el 41.7% menciono que utiliza el listado del producto. Teniendo las siguientes conclusiones: La mayoría relativa de los representantes legales de las Micro y Pequeña Empresa son de 31 a 50 años, en su mayoría relativa son de género femenino, en su mayoría relativa cuentan con estudio superior no universitario ya que en su mayoría son dueños de la empresa y en su mayoría relativa vienen desempeñando su trabajo de 7 años a más. La mayoría relativa de las Micro y Pequeña Empresa cuentan con tiempo de permanencia en la empresa de 0 a 3 años y en su mayoría las Micro y Pequeña Empresa de son formales, contando con una mayoría relativa de trabajadores son familiares también manifiesta que en su mayoría la Micro y Pequeña Empresa fue creada para generar ganancias. La mayoría relativa de la Micro y Pequeña Empresa encuestadas conocen el término de la gestión de calidad, también en su mayoría relativa conoce las técnicas modernas de las TICS, manifestando que en su mayoría relativa no se adaptan al cambio, pero en su mayoría relativa manifestaron que la gestión de calidad si contribuye a la mejora y al cambio. 47 la mayoría de las Micro y pequeña empresa si conocen el término de gestión de las TICS, en su mayoría relativa consideran que su distribución de mercadería es la adecuada, en su mayoría relativa

aumentó sus ventas, y en su mayoría relativa utilizan el listado de productos para sus ventas y en su mayoría relativa manifiestan que la TICS mejora en el orden y rápida distribución de su mercadería.

Colina (2016) en su tesis de investigación *Gestión De Calidad Con El Uso De Tecnología De La Información Y Comunicación En Los Almacenes De Las Micro Y Pequeñas Empresas, Rubro Boticas De La Ciudad De Oxapampa, 2016*. Tuvo como objetivo general: determinar las características de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas de la ciudad de Oxapampa, 2016. Y planteo los siguientes objetivos específicos : Determinar las principales características de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro boticas de la Ciudad de Oxapampa, 2016, Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro boticas de la Ciudad de Oxapampa, 2016, Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de Tecnología de la Información y Comunicación en los almacenes de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro boticas de la Ciudad de Oxapampa, 2016. La metodología usada en la investigación fue: diseño no experimental-transversal- descriptivo se utilizó una población muestral de 10 micros o pequeñas empresas de la ciudad de Oxapampa, se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 90,0% de las personas encuestadas de las Micro y Pequeñas Empresas tienen entre 31 a 50 años de edad. El 100,0% de las personas encuestadas de las Micro y Pequeñas Empresas son de género femenino. El 80,0% de los encuestados tiene grado de instrucción superior no universitario. El 70,0% de los encuestados son dueños absolutos de las Micro y Pequeñas Empresas- rubro boticas. El 40,0% tiene entre 1 a 3 años desempeñando su labor en el cargo. El 60,0% tiene entre 7 a más años de permanencia en el mercado. El 100,0% de las Micro y Mediana Empresa tiene de 1 a 5 trabajadores. El 50,0% de los trabajadores de las Micro y Mediana Empresa, son terceras personas más no familiares. El 80,0% de las Micro y Pequeñas Empresas rubro- boticas de la ciudad de Oxapampa son creadas con la finalidad de generar ganancias. El 90,0% de los encuestados afirma que si hacen uso de la Gestión de Calidad dentro de sus empresas. El 60,0% de los encuestados expresan que existen otros factores que dificultan la implementación de la Gestión de Calidad. El 50,0% de los empresarios de las Micro y Pequeñas Empresas, afirman que el objetivo de la implementación de la Gestión de Calidad es obtener la permanencia en el mercado. El 50,0% de las Micro y Pequeñas empresas encuestadas,

manifiesta que aplica todos los procesos administrativos que implica: planificar, organizar, dirigir y controlar. El 80,0% de los encuestados conoce las siglas “TIC”, sin embargo, el 40,0% hace uso de la Tecnología de la Información y Comunicación. El 80,0% de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro- boticas no utiliza ningún tipo de sistemas. El 60,0% de los encuestados manifiesta que un sistema integrado no tiene ninguna finalidad interna de uso. El 40,0% de los encuestados manifiesta que un sistema integrado tiene como finalidad externa la atención al cliente. Teniendo las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro boticas de la ciudad de Oxapampa, tienen un rango entre 31 a 50 años de edad, en su totalidad son mujeres, a la vez propietarias con grado de instrucción superior no universitario. La mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro en estudio tienen más de 7 años de permanencia en el mercado, fueron creadas principalmente para generar ganancias y cuentan con 1 a 5 trabajadores. La gran mayoría de los propietarios hacen uso de la Gestión de Calidad dentro de su empresa, aplicando todo el proceso administrativo, con el objetivo de permanecer en el mercado. La mayoría de los empresarios conoce las siglas TIC, sin embargo, no operan ningún tipo de sistema integrado interna ni externamente.

Lázaro (2017) en su tesis de investigación *Gestión De Calidad Con El Uso De Las Tecnologías De Información Y Comunicación En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Comercio – Rubro Ferretería, Ciudad De Pucallpa, Año 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características De la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Pucallpa periodo, 2017. Y planteo los siguientes objetivos específicos : determinar las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería ,ciudad Pucallpa periodo,2017 , determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería ,ciudad Pucallpa periodo,2017, determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería ,ciudad Pucallpa periodo,2017. La metodología usada en la investigación fue: diseño no experimental - transversal – descriptivo se utilizó una población de 22 micro o pequeñas empresas tomando como muestra 18 micros o pequeñas empresas del Distrito del Santa, se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario. Habiendo obtenido los siguientes resultados: El 55% de los empresarios

encuestados, respondieron que tienen entre 31 a 50 años. El 55% de los empresarios encuestados, respondieron que tienen entre 31 a 50 años. El 61% de los empresarios encuestados tienen grado de instrucción secundaria. El 100% de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa encuestadas son formales. El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa encuestadas tienen de 8 años a más. El 72 % de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa encuestadas están constituidas como personas naturales. El 61 % de las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa encuestadas fueron establecidas con la finalidad de crear ganancias. Las Micro y Pequeña Empresa del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa encuestadas el 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores. Gestión de calidad: en las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa, el 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. el 72% de las ferreterías si utilizan la gestión de calidad y el 28% no las utilizan. El 50% de los empresarios de las Micro y Pequeñas Empresas afirman que el objetivo por el cual utilizan la Gestión de Calidad es para tener oportunidad de crecimiento. El 83% de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa, afirman que si conocen las funciones administrativas. El 28% de las Micro y Pequeñas Empresas señalan que las Funciones Administrativas que utilizan son la Planificación y el Control. El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa, afirman que dentro de su empresa el clima organizacional es agradable. El 44% de las Micro y Pequeñas Empresas afirman que el nivel de servicio que prestan es la Prontitud en la atención. El 28% de las Micro y Pequeñas Empresas señalan como ninguno respecto a cómo ayuda la Gestión de Calidad a su negocio. Estos resultados señalan que los empresarios hacen el uso de la gestión de calidad de forma básica. El 72% de las Micro y Pequeñas Empresas señalan que internamente no hacen ningún uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. : El 72% de los empresarios afirman que externamente no hacen ningún uso de las Tecnologías 52 de Información y Comunicación. Llegando a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa periodo, 2017, sus edades oscilan entre los 31 a 50 años, son de sexo masculino y poseen grado de instrucción secundaria. La totalidad de las Micro y Pequeñas Empresas son formales, la mitad tienen una permanencia de 8 a más años en el rubro, la mayoría están formadas como persona natural, se crearon con la finalidad de generar lucro y cuentan con 0 a 4

trabajadores. La mayoría de los empresarios de las Mypes del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa periodo, 2017, conocen muy bien lo que es el término de Gestión de Calidad es por ello que, si lo utilizan la mitad lo utilizan con el objetivo de tener oportunidad de crecimiento, la mayoría de los empresarios si conocen las funciones administrativas por eso las que más utilizan son la planificación y el control. La mitad de los empresarios respondieron que el clima organizacional dentro de su empresa es agradable, la mayoría indican que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención, la mayoría de los dueños de las ferreterías de la Ciudad de Pucallpa aún no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningún uso en el ámbito administrativo, ni internamente, ni externamente.

Espinosa (2018) en su tesis de investigación *Gestión Bajo El Enfoque De Uso De Las Tic, En Las Mypes Del Sector Comercial, Rubro Atención A Distribuidoras, Ciudad De Pucallpa, Año 2018*. Tuvo como objetivo general: Investigar en las mypes del sector comercial, rubro atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa, año 2018 si la gestión que realizan están enfocadas en la calidad y uso de las TIC. Y planteo los siguientes objetivos específicos: - Conocer las principales características de la gestión administrativa en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa 2018. Identificar que genera resistencia en los microempresarios para integrar aplicaciones de TIC en las micro y pequeñas empresas del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, en la ciudad de Pucallpa año 2018. La metodología usada en la investigación fue: de tipo cuantitativa nivel descriptivo diseño no experimental - descriptivo se utilizó una población muestral de 9 micros o pequeñas empresas de la ciudad de Pucallpa, se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento de cuestionario. Llegando a los siguientes resultados: La información de las encuestas indican que en su mayoría (44,4%), los microempresarios de las mypes del sector comercial, rubro atención a distribuidoras son jóvenes de 29 a 39 años. La información que se obtuvo de las encuestas, indica que 66.67% de los microempresarios de las mypes son de sexo masculino.: La información de las encuestas destacan que 66.67%, de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras tienen como nivel de instrucción “universitario”. Como resultado de las encuestas, la presencia que tienen estas empresas en el mercado es “de 4 a 6 años” (44,4%). Según la información que se obtuvo de las encuestas, más de la mitad (88.89%) de las microempresas del rubro atención a distribuidoras emplean desde cinco (5) a más colaboradores. La información que se obtuvo de las encuestas, indica que

el 44.44% de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras están comprometidos con la práctica de una gestión de calidad. De acuerdo con la información que se obtuvo de las encuestas, una amplia mayoría (88.89%) de los microempresarios del rubro atención a distribuidoras, comprenden las fluctuaciones del mercado y las necesidades del cliente con las repercusiones que esta genera. Los microempresarios entienden la importancia de la innovación, por ello más de la mitad (66.67%) afirman fomentarla en su equipo de colaboradores. La información que se obtuvo de las encuestas, indica que un 44.44% de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, sustentan principalmente su inversión en TIC por “crecimiento”. La información que se obtuvo de las encuestas, indica que un 44.44% de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, afirman que hacen uso de las herramientas del TIC en todas las áreas 50 de la empresa. La mayoría (88,9%) de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, aseguran que la aplicación de las TIC otorga la posibilidad de tomar mejores y oportunas decisiones en la empresa. La información que se obtuvo de las encuestas, indica que más de la mitad (66.67%) de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, cuentan con información de primera mano respecto a tendencias del mercado y comportamientos del cliente a futuro. La información que se obtuvo de las encuestas, un poco más de la mitad (55.56%) de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, afirman no haber invertido en aplicaciones para atención al cliente. : La información que se obtuvo de las encuestas, indica que un 44.4% de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, el uso del internet es restringido o carecen de este servicio, situación que imposibilita en parte avanzar en uso de las TIC. Según la información que se obtuvo de las encuestas, 33,3% los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, manifiestan buen desempeño en el conocimiento de aplicaciones de TIC. Según la información que se obtuvo de las encuestas, muestra que un 55.56% de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, afirman que las TIC representó un “gasto”; “inversión”. Los microempresarios del sector en estudio, indican en su mayoría (66.67%) que las aplicaciones de las TIC han sido adquiridas a terceros 52 especialistas en TIC. : La información que se recoge de las encuestas, indica que un 55.55% de los microempresarios, la “conexión financiera”. Llegando a las conclusiones: Las mypes de atención a distribuidoras de la ciudad de Pucallpa en un 44.44% están comprometidos con la práctica de una gestión de calidad. Asimismo, 88.9% de comprenden las fluctuaciones

del mercado y las necesidades del cliente con las repercusiones que esta genera. Lo cual representa una fortaleza. Los microempresarios entienden la importancia de la innovación, por ello más de la mitad (66,67%) afirman fomentarla en su equipo de colaboradores. Sin embargo, no están de acuerdo que sea necesario las TIC para generar innovación en los procesos de la empresa. Los microempresarios sustentan principalmente su inversión en TIC por “crecimiento” (22,2%); “servicio al cliente” (22,2%) e incremento de “productividad” (33,3%). Sin embargo, para algunos es considerado un “gasto”. La mayoría compuesta por 88,9% de los microempresarios del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, aseguran que la aplicación de las TIC otorga la posibilidad de tomar mejores y oportunas decisiones en la empresa.

2.2.-Bases Teóricas de la Investigación

Definiciones de Las Micro y Pequeñas Empresas

Según la Ley 28015 (2003) indica que las micro y pequeñas empresas son unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial estipulada en la legislación actual, que tiene como objetivo realizar actividades de producción, transformación, extracción, comercialización de bienes y prestación de servicios.

En las micro y pequeñas empresas es necesario resaltar que no es necesario que se constituya como persona jurídica ya que los mismos propietarios son los que lo dirigen pudiendo optar posteriormente como una empresa individual de responsabilidad limitada para efectos de proteger su patrimonio personal.

Características de las Micro y Pequeñas Empresas

Según la Ley 30056 (2013) que fue promulgada en junio del 2013 para impulsar y fortalecer la inversión de las micro y pequeñas empresas para su desarrollo y crecimiento sobre este punto recordemos que esta ley modifica algunos puntos a la 28015 y el decreto legislativo N° 1086 que es la ley de la promoción y formalización de las micro y pequeñas empresas, sobre este punto lo más resaltante es la que se cambio es la estipulación de la clasificación de estas según sus ventas anuales.

Microempresa. – estas podrán realizar ventas anuales de hasta 150 unidades impositivas tributarias (UIT) anuales.

Pequeñas Empresas. – éstas podrán realizar ventas por más de 150 unidades impositivas tributarias (UIT) hasta 1700 unidades impositivas tributarias (UIT) anuales.

Mediana Empresa. – estas podrán realizar ventas por más de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT) hasta 2300 unidades impositivas tributarias (UIT) anuales.

Tengamos en consideración que las UIT unidad impositivas tributarias pueden variar cada año según lo que estipule el MEF para el 2019 el valor de la esta es de s/4,200. Otras de las modificaciones importantes es que ya no hay especificaciones ni limitaciones y ya no exige número máximo de trabajadores que puedan tener ya sea en la micro, pequeña o mediana empresa.

Según la ley también especifica las exclusiones de la ley de las micro y pequeñas empresas si sucediera lo siguiente: si se conforma un grupo económico que en su conjunto no cumpla con las características de las micro o pequeñas empresas, si tienen vinculación económica a otras empresas nacionales o extranjeras que no cumplan las características de las micro y pequeñas empresas, que falsifiquen y dividan unidades de una empresa para ingresar a dicho régimen.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

Las micro y pequeñas empresas tienen un gran importancia no solo en países como el nuestro sino en todos los países a nivel mundial son los motores de la economía en el Perú en la década de los 80 y 90 digámoslo tienen un auge de crecimiento para dar solución a los altos índices de desempleos y a los bajos ingresos de la población y en consecuencia de la migración de la población hacia la capital por ello su vital importancia dentro de la estructura de nuestro país según la (SUNAT, 2018) las microempresas representan el 95.9% del total de establecimientos en el Perú porcentaje que crece al 97.9% si consideramos a las pequeñas empresas, según datos del (Ministerio de Trabajo, 2014) las micro y pequeñas empresas dan empleo a más del 80% de la población y generan el 45% del Producto Bruto Interno PBI siendo el principal generador de ingresos en el Perú por

ello diremos que la micros son importantes porque: son los mayores generadores de empleo en el Perú (no especificaremos las condiciones de empleo), son los mayores aportantes del PBI, ayudan a la gran empresa a las exportaciones ejemplo los comerciantes de Gamarra, son la principal fuente de desarrollo del país, reducen la pobreza al generar ingresos propios.

Objetivos de la Creación de las Microempresas

Los objetivos de la creación de las micro y pequeñas empresas de parte de los microempresarios surge y surgió en su momento por una necesidad de inversión debido a que tenían ahorros o se encontraban en buena posición económica, la otro objetivo y más grande aun el del empleo (autoempleo) es decir al estar desempleados y sin ingresos se recurre a crear las micro y pequeñas empresas como recurso de empleo y generador de ingresos propios, es decir se podría decir que el objetivo de las micro y pequeñas empresas son el generar ingresos, el de generar empleo, o en muchos casos ambos.

Los Emprendedores.

Según Martínez (2018) en el diario Gestión indica que para tener el espíritu de emprendedor se lleva en la sangre o haber nacido para ello sin embargo indica que para llegar a ser exitoso es necesario Trabajar, Arriesgar, Escuchar y Solucionar, también indica que un emprendedor naciente está dispuesto a escuchar y actuar y de aprender de sus errores y experiencias propias y de los demás, en el Perú ha ido creciendo en los últimos años el número de emprendedores, según el estudio realizado por Global Entrepreneurship Monitor el 56% de peruanos considera que existe oportunidad para emprender o abrir una micro o pequeña empresa en el (Comercio, 2014) publica los 5 emprendedores peruanos más exitosos teniendo en cuenta a Alberto Benavides de la Quintana de la Minera Buenaventura, Isaac Lindley creador de la Inca Kola, Erasmo Wong Supermercados

Wong, Máximo San Román Cocinas Surge, Julio Ikeda San Fernando, poniéndolos como ejemplos y resaltando su esfuerzo ya que empezaron de lo más básico en sus negocios y llegaron a posicionarse en cada rubro que emprendieron.

Ventajas y desventajas de las micro y pequeñas empresas

Según la página web emprender de la Sunat indica que el estado otorga beneficios a las micro y pequeñas empresas para formalizarse brindándoles facilidades para su creación dando políticas que incentivan a los emprendedores y mejora sus organizaciones: pueden constituirse como personas Jurídicas a través del portal de servicio al ciudadano en la SUNARP. Pueden asociarse para tener mayor acceso al mercado privado y compras estatales, gozan de facilidades del estado para organizar Ferias, exposiciones nacionales o internacionales. Cuentan con mecanismo ágil para exportar (exporta fácil).

Según la página web Gestión.org (2014) indica las ventajas de la micro y pequeñas empresas como la de tener una mayor flexibilidad ya que no tienen una estructura establecida o que esta sea rígida, dice que los trabajadores se adaptan fácilmente al cambio y que ocupan varios puestos y que hacer dentro de las micro y pequeñas empresas. Decisiones más rápidas ya que no existe una cadena de mando y por lo general son tomadas por el dueño o administrador. Se puede modificar y hacer reparaciones de manera más rápida y sencilla, se adaptan al mercado mucho más rápido por ser pequeñas y estar dentro de sus capacidades, conocen al cliente por su trato directo y la facilidad de llegar a él, son generadores de empleo y de ingresos.

El indica que las mayores desventajas son la falta de financiamiento para el crecimiento de las micro y pequeñas empresas, como una opinión personal sobre este punto diría que lo que requieren más bien es tener más capital inicial o patrimonio en la mayoría de las micro empresas para poder ser competitivos en el mercado, el otro punto importante es la falta de

Tics o tecnologías de información y comunicación ya que solo lo usan una pequeña parte y en herramientas básicas, como el celular, teléfono, algo de internet o redes sociales y esto más en su vida personal que en su negocio, su falta de recursos es su gran limitante para la mayoría de microempresarios, falta de superestructura de parte del estado, es decir mejores condiciones en los mercados, galerías, centros comerciales, y otros.

Gestión de Calidad

Según Pérez y Gardey (2014) se denomina sistema de gestión de calidad al mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos, el objetivo es orientar el trabajo, la información y maquinaria disponible de tal manera que los clientes queden satisfechos o conformes con los productos o servicios que adquiere, por lo tanto el sistema de gestión de calidad es la coordinación de procedimientos y recursos para mejorar la calidad de la oferta, un cliente satisfecho es un beneficio para la empresa.

Según la página web ISO 9001 indica que la gestión de calidad es un conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de un producto o servicio para satisfacer los requisitos dados sobre la calidad, indica que un sistema de gestión de calidad, certificado o no, debería estar documentado con un manual de calidad y con procedimientos e instrucciones técnicas y debe controlarse el cumplimiento a través de auditorías. Donde se estipule todos los aspectos que tienen que ver con la calidad final del producto o servicio, en los últimos años se han difundido y gozado con gran popularidad las normas que actualmente se denominan gestión de calidad de la norma ISO 9001.

La Gestión de calidad pone en marcha un sistema que anima a las organizaciones a identificar y analizar los requisitos del cliente, a definir unos procesos que proporcionan productos aceptables por el cliente y a mantener a estos procesos 13 bajo control,

proporcionando así confianza tanto a la organización como a sus clientes de su capacidad para suministrar productos que cumplan los requisitos de forma consistente para que se mejore o realce la satisfacción de los clientes. Ahora bien, dado que las necesidades y expectativas de los clientes con cambiantes las organizaciones deberán preocuparse en mejorar continuamente sus productos y servicios. Con lo expresado hasta el momento sobre la realidad de la organización sus necesidades en relación con la calidad, se ve que son aspectos clave: Satisfacción del cliente, la confianza en que se cumplirán los requisitos, el control de los procesos, La mejora de las prestaciones (Cortes, 2017)

Gestión

Según Regalado (2009) la gestión es un conjunto de acciones y decisiones que nos permite llegar a los objetivos trazados cuyo soporte son informes sistemáticos que permiten a la organización captar analizar la captación, transformación y utilización de los recursos que tiene la empresa, según los modelos de gestión que se utilice nos permitirá observar la situación pasada, presente y futura para monitorear las tendencias y los cambios generados en el proceso y poder tomar decisiones oportunas y acertadas para las medidas correctivas.

Calidad

Según Monchon (2006) calidad es algo que puede agregarse a los productos ya sea bienes o servicios que ofrecen las empresas, en cualquiera de los casos los productos de alta calidad son dignos de confianza para los consumidores satisfaciendo sus necesidades, las razones que los directivos de las empresas buscan mejorar y controlar la calidad de sus productos es porque hoy en día los clientes buscan productos de alta calidad creando una marca con buena reputación tanto para el producto como para la organización.

Herramientas de la gestión de calidad

Según Prieto (2017) cuando habla de gestión de calidad es hablar de calidad interna y calidad externa la interna es la evaluación de las desviaciones obtenidas de las operaciones internas y la externa es todo aquello que evalúa el mismo cliente y esto se mide en términos de satisfacción al cliente, número de quejas, reclamos número de devoluciones, entonces la situación es clara que haremos para reducir la no calidad utilizando 7 Herramientas de calidad que planteo Ishikawa

Diagrama de Causa y Efecto. – el diagrama de Ishikawa también conocido como causa y efecto, Diagrama de la espina o de pez Fishbone Diagram o diagrama de las 6 M es una representación gráfica de todas las causas que generan un problema en el proceso de producción.

Plantillas de inspección. – son una herramienta muy útil para recolectar y registrar información de algún modo esto permite recolectar datos los cuales nos ayudaran a tomar decisiones en el momento y lugar adecuado.

Gráficos de Control. - son representaciones graficas las cuales se leen para estudiar analizar y mantener bajo control los estándares requeridos y fáciles de leer cuando hay desviaciones.

Diagramas de Flujo. – es la herramienta de presencia visual de la organización para el flujo de las operaciones facilitan la comprensión de que estamos haciendo, como estamos trabajando y como esta nuestro entorno.

Histogramas. – es la distribución grafica de una distribución la altura de cada columna representa la frecuencia de repetición de valores.

Gráficos de Pareteo. – Pareto un economista italiano reconocido según estudio planteo la ley de Pareto o la regla 80-20 debido a eso podemos presentar que un 80% de rechazos de un proceso son debido al 20 % de causas.

Diagramas de Dispersión. – Herramienta útil para comprender la relación existente entre dos variables una que represente a los ejes X y otra que represente a los ejes Y.

Principios de la Gestión de Calidad

Según la página web ISO 9001 estos son los principios de la gestión de calidad:

Enfoque al Cliente. - las organizaciones dependen de los clientes y por lo tanto deben entender sus necesidades de ellos actuales y futuras y cumplir con sus requerimientos y tratar de alcanzar y exceder sus expectativas.

Liderazgo. -los lideres crean el ambiente en el cual en el cual las personas se comprometen para el logro de objetivos dentro de una organización.

Implicación de todo el Personal. – las personas son la esencia de toda la organización en todo los níveles y su implicación permite que utilicen sus habilidades a beneficio de esta.

Enfoque de proceso. - los resultados esperados se logra eficientemente cuando los recursos relacionados y las actividades se manejan como un proceso.

Enfoque de Sistema a la Gestión. – identificando, entendiendo y manejando un sistema como procesos interrelacionados para lograr un objetivo dado, se contribuye a la efectividad y eficiencia de la organización.

Mejora Continua. – debe ser un objetivo permanente de la organización para seguir mejorando.

Enfoque Basado en Hechos. – las decisiones efectivas se basan en un análisis lógico e intuitivo de datos de información y hechos ocurridos.

Relación de Mutuo Beneficio con Proveedores. – la organización y sus proveedores crean un valor y beneficio mutuo y se ven como socios estratégicos.

TICS (Tecnología de Información y Comunicación)

Las TIC básicamente son los recursos herramientas y programas que se utilizan para procesar , administrar, y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos como las computadoras, teléfonos, móviles, televisores cámaras, etc. actualmente las tics son parte de nuestros días ofrecen muchos beneficios y servicios a través de ellos como comunicación teléfonos, celulares, correo electrónico, banca online, comunicación por video, están en cada una de nuestras actividades laborales y rutinarias acá veremos algunos conceptos de estos autores:

Cobo (2011) indica que son dispositivos (Software y Hardware) que facilitan la edición, producción, almacenamiento, el intercambio y transmisión de datos entre diferentes sistemas de información con protocolos comunes o de fácil lectura, integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, hacen posible la comunicación y colaboración interpersonal y multidireccional desempeñan un papel importante, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento.

Vivancos (2013) conjunto de códigos y dispositivos (digitales) que intervienen en las etapas de codificación, procesamiento, almacenamiento y comunicación de la información en sus distintas formas: alfanumérica, icónica y audiovisual, informativa.

Cacheiro (2014) tecnologías y comunicación que permiten transmitir la información en cualquier momento y en cualquier lugar.

Roblizo y Cózar (2015) fenómeno revolucionario, impactante y cambiante, que abarca tanto lo técnico como lo social y que impregna todas las actividades humanas, laborales, formativas, académicas, de ocio y consumo.

Las Características de las TICS

Se ha resaltado varias características de muchos autores hasta la actualidad coincidiendo con muchos en su importancia según Grande, Cantón y Cañón (2016) indica las características más resaltantes según sus autores y los cita:

La inmaterialidad. - las TICS envían información y datos transparentes o simplemente datos o información no tangibles (Cacheiro, 2014)

La interactividad. - esta posiblemente es la característica más importante de las TICS para el campo educativo, mediante el cual se interactúa o se intercambia la información entre usuario y ordenador, esta también es importante en la cadena de suministros (Mengual y Rodríguez, 2013)

La instantaneidad. - las redes de comunicación con la integración informática han posibilitado el uso de servicios que permiten la comunicación y transmisión de información rápida sin importar las distancias físicas y en tiempos reales (Cacheiro,2014)

Innovación. -las Tics siempre producen algo nuevo y se van actualizando constantemente, buscando mejorar las versiones ya existentes (Roblizo y Cózar 2015).

Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido. - las TICS vienen transmitiendo mejor las señales de comunicación a través de estándares mejorados de imagen y sonido donde se vea y escuche mejor (Moreno, 2014)

Digitalización. -su objetivo es que la información este en distinto tipo ya sea en sonido, texto, imágenes, animaciones, etc. (Guardia,2002)

Mayor influencia sobre los procesos que sobre los productos. - el uso de diferentes aplicaciones de la TICS presenta una influencia entre los usuarios para la adquisición de conocimientos o el saber de sus funciones y usos sobre los que ya tienen (Varela,2014)

La Interconexión. - nos indica nuevas posibilidades tecnológicas partiendo de la ya existentes a partir de la conexión entre dos tecnologías (Mengual y Rodriguez,2013)

Diversidad. - la utilidad de la tecnología puede ser diversa en distintas áreas desde la comunicación entre personas o el proceso más complejo de información siempre creando nuevas ideas. (Santiago y Navarines 2012)

Ventajas de la TIC en las Micro y pequeñas Empresas

- Incremento de producción o ventas.
- Reducción de tiempo de fabricación.
- Fabricación de mejor calidad.
- Reducción de mano de obra para la empresa.
- Apoya a la micro y pequeñas empresas en la venta mediante el internet.
- Apoyo a la cadena de suministros en la logística.
- Apoyo en la contabilidad de almacenes (inventarios).
- Reducción de costos.
- Publicidad de productos a través de las redes o marketing digital.
- Ofrece nuevas formas de trabajo como teletrabajo.
- Menores riesgos laborales.
- Maximiza ganancias.
- La TICS facilitan las Comunicaciones atreves de teléfono, correos electrónicos.

Desventajas en el campo de la Micro y pequeñas Empresas

- Los beneficios no están distribuidos de manera equitativa no todos pueden contar con ellas.
- Falta de privacidad.
- Aislamiento.
- Fraude.
- Merma los puestos de trabajo.
- Dependencia de un sistema o fluido eléctrico.

Las TICS en el ámbito laboral de las Micro y Pequeñas Empresas

Las TICS básicas en cualquier empresa debería de contar con Internet, correo electrónico, manejo del internet, al menos contar con una página web o redes sociales, puesto que agilizaran enormemente las acciones que las micro y pequeñas empresas que realizaran.

Haremos una clasificación de las TICS que se emplean en las diferentes formas:

Redes Informáticas. - Telefonía fija, la banda ancha, celulares, televisores o algunas redes en el hogar.

Terminales de Sistemas. - dispositivos como ordenadores, navegadores de internet, teléfonos móviles, reproductores portátiles, de audio y video o consolas de juego, televisores, tabletas.

Servicios en los TICS. - los servidores en las TICS ofrecen varios servicios a los consumidores el más importante es el correo electrónico, búsqueda de información, banca online, televisión, cine, comercio electrónico, etc. toda una gama a la disposición de usuarios y empresas.

Las TICS facilitan la vida y el trabajo en los distintos ámbitos o labores a ejercer las cuales nos ayudaran a conseguir clientes en distintas maneras.

El Correo Electrónico. - nos permite enviar todo tipo de información, comunicados promociones, campañas a nuestros clientes podemos enviarle un catálogo de productos o una felicitación dependiendo de la ocasión prácticamente sin ningún coste, las TICS las hacen posibles.

Páginas Web. - donde exponer o poner en vitrina todos nuestros productos ofreciendo sus cualidades y ventajas que los clientes interesados los encontraran con facilidad en internet y se pueda contactar con nosotros también permitirá transmitir la filosofía corporativa.

Sistema de Gestión de Clientes (CRM). - este sistema nos permite conocer mejor a nuestros clientes tomando en cuenta sus hábitos en su historial de compras así podremos planificar mejor los productos a ofrecerle y Gestionarlo de forma eficaz en las diferentes áreas del negocio.

Gestión de las Tic en los Almacenes

Según Urzelai (2006) indica que los objetivos emplear las Tic en los almacenes es la gestión óptima y considera la coordinación con otros procesos logísticos, el equilibrio en el manejo de los niveles de inventario y en servicio al cliente y la flexibilidad para adaptarse a los cambios de un mundo empresarial globalizado.

Minimizar:

- El espacio empleado, con el fin de aumentar la rentabilidad.
- Las necesidades de inversión y costos de administración de inventarios.
- Los riesgos, dentro de los cuales se consideran los relacionados con el personal, con los productos y con la planta física.
- Pérdidas, causadas por robos, averías e inventario extraviado.

- Las manipulaciones, por lo cual los recorridos y movimientos de las personas, equipos de manejo de materiales y productos, deben ser reducidos a través de la simplificación y mejora de procesos.
- Los costos logísticos a través de economías de escala, reducción de faltantes y retrasos en la preparación de despachos.

Maximizar:

- La disponibilidad de productos para atender pedidos de clientes.
- La capacidad de almacenamiento y rotación de productos.
- Operatividad del almacén
- La protección a los productos.

Cabe destacar que los dos primeros objetivos de maximización son parcialmente contrapuestos, por lo cual se debe equilibrar su nivel de implementación, debido a que a mayor capacidad de almacenamiento se tiende a reducir la operatividad en el almacén.

Código de Barras

Es una tecnología que permite capturar datos e identificar productos y unidades de cargas, los cuales son manipulados a través de los diferentes procesos de la gestión de almacenes, se revisan algunas de sus funcionalidades, software, hardware.

Código de Barras Funciones/ Aplicaciones

Es aplicable al producto que entra al almacén, a las unidades de manipulación o cargas unitarias de almacenaje, estibas, a las estanterías donde se almacena el producto, los muelles de carga y descarga. Esto para poder identificar y localizar el producto en cada zona del almacén.

Incrementa la velocidad de ingreso de datos al sistema, inclusive lo puede automatizar.

Agiliza la lectura de datos para la carga o descarga de inventarios (Kardex), y ayuda a la ubicación de la mercancía en el almacén cuando se tienen codificados los espacios de almacenamiento.

Permite la identificación de unidades individuales (producto) y almacenamiento como: cajas y paletas, lo cual agiliza su registro y trazabilidad.

Generalmente el costo de impresión de los códigos de barras es bajo, la tinta se puede aplicar directamente en el embalaje del producto o en una etiqueta.

Existen varios tipos de códigos de barras con sus respectivas características (caracteres numéricos o alfanuméricos, la longitud de los caracteres, el espacio que debe ocupar el código, la seguridad), donde las simbologías (primera y segunda dimensión) están diseñadas para resolver problemas específicos de acuerdo con el tipo de necesidad de identificación interna del almacén y de las necesidades externas como la comercialización y distribución.

Suele ser utilizado para alimentar diferentes TIC logísticas en la gestión de almacenes.

Software

- Base de datos que soporta la captura de datos e identificación de productos.
- Prefijo de compañía.
- Codificador y decodificador para la carga y descarga de datos en el sistema.
- Integración y sincronización de datos leídos con el código de barras con otras TIC logísticas.

Hardware

- Adhesivos en el caso en que el código pertenece a un elemento del almacén al cual no se puede imprimir directamente el código.

- Lectores de códigos estacionarios (fijo), portátiles (vía radio frecuencia) o automáticos según la necesidad en los procesos del almacén.
- Interfaz de código de barra (decodificador electrónico).
- Terminal manual, PC o sistema central para recibir y utilizar los datos decodificados.
- Impresora de códigos de barras. Puede ser impresión sobre el producto o sobre adhesivos.

2.3 Marco Conceptual

Mypes. - micro y pequeños negocios de diferentes rubros los cuales son abiertos con la finalidad de auto emplearse y generar ingresos familiares y crecimiento económico estos se encuentran dispersos en toda la ciudad y concentrándose en gran número en mercados, plazas y av. principales.

Gestión de Calidad. – conjunto de procesos sistematizados que buscan entregar un producto o servicio que tenga altos estándares de calidad buscando la satisfacción del cliente con un producto de buena calidad.

TICS. - Tecnología de información y comunicación que sirven para facilitar nuestros quehaceres diarios ya sea en el trabajo, casa, deportes, comunicaciones, etc. Estas han ido evolucionando hasta hoy en día que son de fácil acceso y manejo.

PBI. – siglas del producto bruto interno que maneja el país es decir el valor de la producción de bienes y servicios dentro del territorio nacional.

Comercializar. - es la venta de productos ya sea de bienes o servicios en el mercado los cuales son ofertados por las empresas y comprados por los usuarios para satisfacer alguna necesidad.

Almacenes. - espacio adecuado para que las empresas o comerciantes puedan guardar su mercadería teniendo las condiciones necesarias para que estas se conserven en un buen estado o mantengan la calidad de su producto.

Retail. - modelo de negocio que viene implementándose cada día más dentro de mercado a través de centros comerciales con tiendas de distintos rubros dentro de ella, las cuales atienden todos los días con horarios extendidos tratando de brindar productos de buena calidad y que tengan garantía los cuales venden a gran escala o en cantidad.

CRM. – software que se utiliza para el sistema de gestión de clientes es una aplicación que permite centralizar en una única base de datos toda la interacción entre la empresa y el cliente.

Software. - conjunto de programas que tienen un soporte lógico de un sistema informativo que hacen posible realizar tareas específicas para las cuales fueron creadas, se entiende por software a todos los programas, sistemas operativos, aplicaciones, que son instalados en diferentes aparatos tecnológicos como computadores, cajeros automáticos, celulares etc.

Hardware. - conjunto de elementos físicos o materiales que constituyen una computadora o un sistema informático, son las partes tangibles de los aparatos tecnológicos como los cables los gabinetes o cajas de todo tipo o cualquier otro elemento físico involucrado en estos aparatos.

Códigos de Barras. – es un dispositivo electrónico que por medio de una lectora laser lee código de barras los cuales son números designados a un determinado producto para su mejor contabilidad estos códigos facilitaran información como precio, en qué lugar se encuentra el producto (vendido, en almacén, o en tienda).

Computadoras Portátiles. - computadores de fácil traslado y de uso personal llamadas laptop, notebook, tablets, estos son dispositivos recargables de fácil traslado creados para emitir información y comunicación más rápida y en sitios distantes sin tener que movilizar tanta logística para su funcionamiento.

Móviles. - teléfonos accesibles y personales que puedes llevar contigo a todo momento por ser un dispositivo pequeños de fácil acceso y muy importante para la comunicación hoy en día, estos son cada vez más sofisticados y tienen más cualidades como cámaras, radios, televisión, etc.

Bodegas. - pequeñas tiendas que comercializan productos o abarrotes para el hogar en pequeña escala o venta al por menor estos se caracterizan porque se encuentran por toda la ciudad y generalmente son establecimientos creados en domicilios para generar ingresos extras.

Redes Informáticas. - sistema de información interconectados mediante internet formando redes de comunicación de forma rápida, de fácil acceso, de gran velocidad, las cuales son muy utilizadas en redes sociales, y correos electrónicos ellos facilitaron y mejoraron la información a las empresas y las personas.

Terminales de Sistemas. -dispositivos electrónicos para que puedan acceder a la información de una empresa mediante una computadora u otros aparatos electrónicos también conocido como terminales o consolas, son herramientas poderosas capaces de realizar tareas de forma más rápida mediante el sistema operativo.

III- HIPÓTESIS

El presente trabajo de investigación titulado Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito Chimbote, año 2018 no se plantea hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.

IV.-METODOLOGÍA

Los mecanismos o procedimientos que se empleó para el logro de los objetivos de la investigación gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018 son:

4.1.- Diseño de la investigación.

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

Fue no experimental. - porque no se manipulo deliberadamente a la variable gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación es decir solo se observó tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles.

Fue transversal. -porque el estudio de la investigación gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018 se desarrolló en un espacio y tiempo determinado teniendo un inicio el año 2018 y un fin en el año 2019.

Fue descriptivo, porque se describió las principales características de la variable gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.

4.2.- Población y Muestra.

Población.

Para la elaboración del presente estudio de investigación se utilizó una población de 67 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, Año 2018.

Muestra

Se utilizó una muestra de 45 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018. Solo participaron las micro y pequeñas empresas que nos brindaron información, debido a que varios representantes que no aceptaron llenar nuestras encuestas aduciendo un tema de seguridad personal, otros establecimientos que se encontraban cerrados y otros que los representantes simplemente menté indicaban no tener tiempo, indicar que por ser una población pequeña se pudo realizar la muestra abarcando casi toda la población si fuera más grande la población a estudiar o investigar deberíamos usar la fórmula de muestreo para poder acercarnos a un resultado óptimo.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Definición de variable	Dimensiones	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas	Algunas características de los dueños, administradores y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas	Edad	a) 18 – 30	Razón
			b) 31– 50	
			c) De 51 a mas	
		Sexo	a) Masculino	Ordinal
			b) Femenino	
		Grado de instrucción	a) Sin instrucción	Ordinal
b) Primario				
c) Secundario				

			d) Superior no universitario	
			e) Superior universitario	
Perfil de las micro y pequeñas empresas	Algunas características de las micro y pequeñas empresas	Años de permanencia tiene su empresa en el mercado	a) De 0 a 3 años	Razón
			b) De 3 a 6 años	
			c) De 6 a más años	
		Finalidad que fue creada su la empresa.	a) Generar empleo	Ordinal
			b) Generar ganancias	
			c) Generar ganancias y dar empleo	
		Número de trabajadores	a) De 0 a 3 trabajadores	Razón
			b) De 4 a 6 trabajadores	
			c) De 7 a más trabajadores	
		Control de la mercadería tanto las ventas y compras y el almacén del negocio.	a) cuaderno de apuntes	Ordinal
			b) Utiliza una computadora	
			c) Otros	
d) No llevo control es según lo que vendo y lo que falta				
Implementación de un sistema computarizado en su negocio.	a) Tiene un costo muy alto	Ordinal		
	b) No es necesario			
	c) ya Tiene			
Variable de gestión de calidad en las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro, venta de ropa para damas y caballeros.	Características de la gestión de calidad en las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro, venta de ropa para damas y caballeros.	Con una computadora mejoraría la atención al cliente.	a) Si	Ordinal
			b) No	
			c) Desconoce	
		Con una computadora obtendrá un incremento en sus ganancias.	a) Si	Ordinal
			b) No	
			c) Desconoce	
		Es necesario que su personal y usted mismo use una computadora.	a) Si	Ordinal
			b) No	
			c) Desconoce	
		El uso de un sistema computarizado ayuda al crecimiento del negocio.	a) Si	Ordinal
			b) No	
			c) Desconoce	
Por seguridad la empresa debería tener una base de datos computarizada de su almacén y ventas.	a) Si	Ordinal		
	b) No			
	c) Desconoce			
Un sistema computarizado mejora la planificación y tiempos en su negocio.	a) Si	Ordinal		
	b) No			
	c) Desconoce			
Vende o compra	a) Si	Ordinal		

		mediante internet o correo electrónico.	b) No	
			c) Desconoce	
			c) no tiene confianza	
		Vende con post de Visa o MasterCard.	a) Si	Ordinal
			b) No	
			c) Desconoce	
			c) no tiene confianza	

4.4.-Técnicas e instrumentos de recolección de datos

la Técnica que se utilizó fue la encuesta, la cual estuvo dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, Año 2018, así mismo se utilizó el Instrumento cuestionario estructurado con 16 preguntas: 3 preguntas referente al representantes, 5 preguntas sobre las micro y pequeñas empresas y 8 preguntas referente a la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación. Las preguntas fueron de tipo dicotómicas, de alternativa múltiple, de preguntas cerradas, la cual estuvo estructurada.

4.5.- Plan de Análisis.

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso de los análisis descriptivos de las variables de estudios, los resultados se presentarán mediante tablas de distribución de frecuencia Absoluta y relativa, para la tabulación de datos se utilizará el programa Excel para poder lograr un análisis según resultados.

4.6 Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGIA		
			Población y Muestra	Diseño de la Investigación	Técnicas e Instrumentos
¿Cuáles son las Principales características de La Gestión de Calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del Sector comercio, rubro venta de ropa Para damas y caballeros en el centro comercial Los Ferroles Distrito de Chimbote, Año 2018?	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas Empresas del Sector Comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial Los Ferroles Distrito de Chimbote, año 2018.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Determinar las características de los representantes de la micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro de venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.</p>	<p>La variable para este trabajo será la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes. teniendo como unidad de investigación a las micro y pequeñas empresas que venden ropa para damas y caballero en el centro comercial los Ferroles.</p>	<p>Población</p> <p>Se utilizo una población de 67 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, Año 2018.</p> <p>Muestra</p> <p>Se utilizo una muestra de 45 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.</p>	<p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño No experimental - transversal - descriptivo.</p> <p>Fue no experimental porque no se manipulo deliberadamente a la variable gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación es decir solo se observó tal y como se presenta en la realidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio -rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles.</p> <p>Fue transversal. -porque el estudio de la investigación gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del comercio – rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018 se desarrolló en un espacio y tiempo determinado teniendo un inicio el año 2018 y un fin en el año 2019.</p> <p>Fue descriptivo, porque se describió las principales características de la variable gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas del comercio – rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.</p>	<p>La técnica que se utilizo fue la encuesta, la cual estuvo dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, Año 2018, así mismo se utilizó el Instrumento cuestionario estructurado con 16 preguntas: 3 preguntas referente al representantes, 5 preguntas sobre las micro y pequeñas empresas y 8 preguntas referente a la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación. Las preguntas fueron de tipo dicotómicas, de alternativa múltiple, de preguntas cerradas, la cual estuvo estructurada.</p> <p>PLAN DE ANALISIS</p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso de los análisis descriptivos, para la tabulación de datos se utilizará el programa excel para poder lograr un análisis según resultados.</p>
	<p>Determinar las características de la micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro de venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.</p>				
	<p>Determinar la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro de venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.</p>				

4.7.-Principios Éticos

En el siguiente trabajo tendremos los siguientes principios éticos ya que son la base en la sociedad y nuestra universidad con ello lograremos un trabajo más acercado a la realidad.

Protección a las personas. - las personas son el fin y no el medio, por ello debemos tener cierto grado de protección hacia ellos protegiendo su integridad física, su dignidad humana, su identidad, la diversidad, la confiabilidad, y la privacidad este principio involucra todos los derechos fundamentales que tiene una persona y no podemos vulnerar.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad. - las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños, respetar a los animales, plantas por encima de los fines científicos por ende debemos de evitar daños hacia ellos.

Libre participación y derecho de estar informado. - las personas tienen derecho a estar informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que se desarrolla o en la que participan, así como su libre decisión de participar o no, como investigadores o como investigados.

Beneficencia no maleficencia. - debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones por ello la conducta del investigados debe responder de no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar beneficios.

Justicia. - se debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones del caso para que sus limitaciones de sus capacidades y conocimiento no den lugar a practicas injustas. Se debe reconocer con equidad y justicia a todas las personas que forman parte de la investigación.

Integridad Científica. - la integridad debe regir en el investigador no solo en sus investigaciones sino debe extenderse en sus actividades diarias y enseñando a su ejercicio profesional, la integridad resulta relevante en función a las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios que puedan afectar a los participantes de la investigación.

V.- RESULTADOS

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, Distrito Chimbote, año 2018.

Datos Generales	n	%
Edad		
De 18 a 30 años	4	8.89
De 31 a 50 años	29	64.44
De 51 años a mas	12	26.67
Total	45	100.00
Genero		
Masculino	17	37.78
Femenino	28	62.22
Total	45	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	7	15.56
Superior técnico	24	53.33
Superior universitario	14	31.11
Total	45	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, Distrito Chimbote, año 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas con el uso de las tecnologías de información y comunicación del centro comercial los Ferroles del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, Distrito Chimbote, año 2018.

Empresa	n	%
Años de permanencia en el mercado.		
De 0 a 3 años	8	17.78
De 4 a 6 años	14	31.11
De 6 años a mas	23	51.11
Total	45	100.00
Finalidad de la empresa.		
Generar empleo	0	0.00
Generar ganancia	0	0.00
Generar ganancias y empleo	45	100.00
Total	45	100.00
Número de trabajadores.		
De 0 a 3 trabajadores	45	100.00
De 4 a 6 trabajadores	0	0.00
De 7 a más		
Trabajadores	0	0.00
Total	45	100.00
Control de la mercadería tanto en las ventas como en el almacén en su negocio.		
Cuaderno de apuntes	45	100.00
Utiliza una		
Computadora	0	0.00
Otros	0	0.00
No llevo control es según lo que vendo y me falta	0	0.00
Total	45	100.00
Implementación de un sistema computarizado en su negocio.		
Tienen un costo muy alto	22	48.89
No es necesario	23	51.11
Ya tienen	0	0.00
Total	45	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, Distrito Chimbote, año 2018.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación de las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, Distrito Chimbote, año 2018.

Gestión de Calidad	n	%
El uso de una computadora mejora la atención al cliente.		
Si	16	35.56
No	29	64.44
Desconoce	0	0.00
Total	45	100.00
El uso de una computadora incrementa las ganancias.		
Si	7	15.56
No	32	71.11
Desconoce	6	13.33
Total	45	100.00
Su personal y usted mismo debe saber usar una computadora.		
Si	45	100.00
No	0	0.00
Desconoce	0	0.00
Total	45	100.00
Un sistema computarizado ayuda al crecimiento del negocio.		
Si	37	82.22
No	8	17.78
Desconoce	0	0.00
Total	45	100.00
Por seguridad debería haber una base de datos computarizada de su almacén y ventas.		
Si	33	73.33
No	4	8.89
Desconoce	8	17.78
Total	45	100.00
Un sistema computarizado mejora la planificación y tiempos de su negocio.		
Si	32	71.11
No	4	8.89
Desconoce	9	20.00
Total	45	100.00

Continúa...

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación de las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, Distrito de Chimbote, año 2018.

Gestión de Calidad	n	Concluye... %
Realiza ventas o compras mediante internet o correo electrónico.		
Si	0	0.00
No	45	100.00
Desconoce	0	0.00
No tiene confianza	0	0.00
Total	45	100.00
Vende con post de Visa o Máster Card.		
Si	6	13.33
No	38	84.44
Desconoce	1	2.22
No tiene confianza	0	0.00
Total	45	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros, Distrito Chimbote, año 2018.

Tabla 4

Propuesta de mejora en la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros del centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018.

Problema Encontrado (Resultados)	Causa	Solución - Aplicación de Mejora	Responsable
<p>No emplean las Tic (Computadoras o sistemas) para los inventarios de su almacén o su mercadería.</p> <p>El 100% no tiene una computadora o un sistema de inventario en su negocio</p>	<p>Por desconocimiento de su uso, costumbre, o en otros casos no lo consideran necesario.</p>	<p>El dueño o administrador del negocio debe capacitarse o contratar un personal entendido sobre el uso de las Tic (computadora y sistema) en los almacenes de las micro y pequeñas empresas y los beneficios que este brindaría en su negocio.</p>	<p>Dueño o administrador del negocio</p>
<p>Emplean cuaderno de apuntes de lo que venden y compran es decir no saben cuánto tienen invertido en mercadería, solo tienen una idea, pero en realidad no saben ni cuánto ganan y en cuánto tiempo.</p> <p>El 100% utiliza un cuaderno de apuntes para registrar sus compras y ventas.</p>	<p>Porque desconocen cuanto les podría ayudar un sistema o una computadora donde se registren sus ventas y compras, así como su mercadería, ellos sabrían cuánto ganan, en que tiempo, que tiempo tiene la mercadería en su almacén.</p>	<p>El dueño o administrador debe invertir en la implementación de la computadora, así como en un sistema o adecuar un Excel para los registros de compra, venta, y el conteo de mercadería.</p>	<p>Dueño o administrador del negocio</p>
<p>Los micro comerciantes de los Ferroles aún no actualizaron su forma de venta para con las tarjetas de crédito o débito Visa o Mastercard, siendo este la principal fortaleza de los grandes almacenes de tiendas como Saga Falabella y Ripley donde el cliente compra ahora y paga después.</p> <p>EL 84.44% de los comerciantes no utilizan Pots de Visa o MasterCard.</p>	<p>No tienen Confianza, no saben cómo funciona el sistema mediante este pago.</p>	<p>El dueño o administrador de la microempresa deberá informarse sobre el sistema de pago con Visa y Mastercard y capacitarse el o un personal para poder efectuar ventas mediante este sistema, ya que el proceso no es difícil y lo podríamos observar en grifos, restaurants etc.</p>	<p>Dueño o administrador del negocio</p>

5.2 Análisis de los resultados

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas:

- **Con respecto a la edad de los representantes:** El 64.44% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años (Tabla 1) estos coinciden con los resultados obtenidos por Murga (2016) quien dice que el 62.50% tienen de 31 a 50 años de edad y Madueño (2016) con el 70% de representantes de 31 a 50 años de edad, Colina (2016) con 60 % de representantes de 31 a 50 años de edad, ya distanciándose un poco de estos resultados tenemos a Lázaro (2017) con el 55.50 % de representantes de 31 a 50 años de edad y Turriate (2016) con 50% de representantes de 31 a 50 años de edad y alejándose un poco más Espinoza (2018) con 44.4% de representantes con 31 a 50 años de edad, esta información obtenida y revisando los resultados encontramos que la edad de los representantes es parecida y predomina este rango, esto me indica que la edad promedio de nuestros representantes de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles a nivel general está entre 31 a 50 años.
- **Con respecto al género de los representantes:** El 62.22% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de sexo femenino (Tabla 1) estos resultados coinciden con Turriate (2016) quien también indica que el 58.3% de los representantes son de género femenino y Madueño (2016) con el 70 % son de género femenino del mismo modo coincide con los resultados obtenidos por Colina (2016) que menciona que el 100% de representantes son mujeres. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por Murga (2016) el cual menciona que el 87.5 % son de género masculino y Lázaro (2017) con el 66.7 % indica que los

representantes son de género masculino y Espinosa (2018) manifiesta que el 66.7% son de género masculino, esto indica que los representantes de las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros son la mayoría de género femenino ya que están más identificadas con el rubro y aparte de ello hoy en día las mujeres vienen empoderándose en todos los rubros y asumiendo grandes retos.

- **Con respecto al grado de instrucción de los representantes:** el 53.33% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una instrucción técnica superior (Tabla 1) estos resultados coinciden con Murga (2016) quien indica que el 50% tienen estudios superiores Técnicos, al igual que Madueño (2016) quien indica que el 50 % tienen estudios superiores técnicos y dando más margen a lo indicado Colina (2016) quien indica que el 80% cuenta con estudios superiores técnicos , ya con menos porcentaje pero en el mismo grado de estudios Turriate (2016) indica que el 41.7 % tiene estudios superiores técnicos y contrasta los resultados de Lázaro (2017) quien indica que el 61.1 % solo cuenta con secundaria completa y de la misma forma contrasta Espinoza (2018) quien indica que el 66.7% cuenta con estudios superiores universitarios, ya analizando el grado de instrucción tomaremos en cuenta que la mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros cuenta con estudios superiores Técnicos esto debido a muchos factores o a la falta de empleo en sus ramos de estudios o porque heredaron el negocio de los padres pero conveniente para las Micro empresas ya que ellos por el nivel de estudios entenderán mejor y tendrán una visión más amplia de cómo hacer crecer su negocio.

Referente a las micros y pequeñas empresas:

- **Con respecto al tiempo de permanencia de la empresa en el mercado :** el 51.11% de las micro y pequeñas empresas tiene más de 6 años en el mercado (Tabla 2) esto coincide con los resultados dados por Lázaro (2017) el cual indica que 50% de permanencia en los negocios es de más de 6 años , ya con un porcentaje mayor Colina(2016) indica que el 60% de micro y pequeñas empresas tienen más de 6 años en el mercado y tenemos a Madueño(2016) quien indica que el 100% de las microempresas tiene más de 6 años , y contrastando los resultados Espinosa (2018) indica que el 44.4% de las microempresas tienen de 3 a 6 años de permanencia en el mercado y Turriate (2016) quien dice que 41.7% de las microempresas tiene en el mercado de 3 a 6 años y contrastando aún más Murga (2016) quien indica que el 50% de las microempresas tienen menos de 3 años . Analizando los resultados tenemos que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros en su mayoría tienen más de 6 años en el mercado esto se debe a que los puestos o stands son propios en su mayoría por lo que les permite que el margen de ganancia sea rentable.
- **Con respecto a la finalidad de porque fue creada la empresa o el negocio :** el 100.00% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias y empleo (Tabla 2) resultados que contrastan con Murga (2018) quien indica que el 87.5% fue creada para generar ganancias y Colina (2016) indica que el 80% de las microempresas fueron creadas para generar ganancias y con porcentajes menores pero afirmando lo dicho Turriate (2016) indica que el 75% de las microempresas fueran creadas para generar ganancias y Lázaro (2017) quien indica que 61.1% de las microempresas fueron creadas para

generar ganancias, pero contrastando los resultados tenemos a Madueño (2016) quien indica que el 60% de las microempresas fueron creadas para generar empleos, ya haciendo un análisis de los resultados tenemos que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros fueron creadas para generar ganancias y dar empleos y por ello se obtuvo un 100% de resultado porque es un complemento exacto por lo cual son creadas las empresas hoy en día .

- **Con respecto a la cantidad de trabajadores que tiene la empresa :** El 100.00% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 3 trabajadores (Tabla 2) coincidiendo con mi investigación tenemos a Lázaro (2017) quien indica que el 83.3% tiene de 1 a 3 trabajadores contrasta estos resultados Murga (2016) quien indica que el 100% de las microempresas tienen de 1 a 5 trabajadores al igual que Colina (2016) que también indica que el 100% de microempresas tienen de 1 a 5 trabajadores y Madueño (2016) coincide lo dicho con un 90% que las microempresas tienen de 1 a 5 trabajadores y Espinosa (2018) con un porcentaje menor indica que el 55.6 % tiene de 3 a 6 trabajadores esto quiere decir que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas tienen de 1 a 3 trabajadores por el tamaño del local aunque digamos que muchos cuentan con dos o más stands o pequeñas tiendas en la misma, eso hace que contraten 1 persona por cada una pero en lo particular siempre están con una persona más ya sea empleada o familiar que trabajan juntos o en su defecto lo atienden los conyugues ambos para ahorrar gastos .
- **Con respecto al control de mercaderías tanto en ventas como almacén de su negocio :** El 100.00% de las micro y pequeñas empresas utilizan un

cuaderno de apuntes para registrar su compra y venta de mercadería (Tabla 3) haciendo un balance precario o un control bastante frágil o simple, y según lo encuestado no utilizan una computadora tiene un 0% (Tabla 3) así mismo también tiene un 0% (Tabla 3) la pregunta donde se dice que compra según lo que vende, según lo visto y analizado en las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros esa es la problemática en el cual planteo el trabajo de investigación que ellos no utilizan una TIC en los inventarios que manejan y por los resultados obtenidos lo hacen con un cuaderno de apuntes como lo hacían años atrás esto nos permite decir que hasta el día de hoy las micro y pequeñas empresas no actualicen sus controles en mercadería ni utilizan la tecnología para el crecimiento sus negocios.

- **Con respecto la implementación de un sistema computarizado en su negocio :** El 51.11% de las micro y pequeñas empresas indica que no es necesario implementar un sistema computarizado (Tabla 02) pero contrastando estos resultados tenemos a Murga (2016) quien indica que el 75% ya cuenta con una computadora y sistema computarizado y con un porcentaje un poco menor Madueño (2016) indica que un 60% también ya cuentan con un sistema computarizado en sus negocios, analizando los resultados diremos que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros no tienen un sistema computarizado y no saben los beneficios que pueden conseguir si tuvieran o implementarían un sistema computarizado para sus inventarios la mayoría de ellos cree que sus controles están bien hechos aunque las cantidades de mercadería que manejan en muchos casos no es pequeña es más como se

recalca muchos tienen dos o más stands para los cuales deben de surtir bastante ropa aun así ellos dicen que no tienen pérdida de mercadería y llevan el control en Base al conteo.

Referente a la gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información de comunicación.

- **Con respecto al uso de una computadora mejora la atención al cliente:** el 64.44% de las micro y pequeñas empresas indicó que no es necesario tener una computadora para poder mejorar la atención al cliente (Tabla 3) estos resultados son contrastados con Murga (2016) quien indica que un 87.5% cree que una computadora mejoraría la atención al cliente y Madueño (2016) indica que el 100% cree que una computadora mejoraría la atención al cliente y de echo varios cuentan con ello, analizando los resultados diríamos que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros no creen que con una computadora puedan mejorar la atención al cliente no se dan cuenta de cuanto les ayudaría no solo a mejorar y ordenar los controles de sus inventarios, ellos tienen una idea básica de atención al cliente donde ello implica la famosa rebaja que harán al cliente a la hora de cobrar.
- **Con respecto al uso de una computadora genera un incremento en sus ganancias :** el 71.11% de los microempresarios indica que con el uso de una computadora no obtendría un incremento de ganancias (Tabla 3) estos resultados contrastan con Turriate (2016) quien indica que el 41.7% indica que con una computadora se incrementarían las ganancias, el 15.6% dice que con una computadora si obtendría un incremento en sus ganancias y un 13.3% (Tabla 3) indica que no sabría qué pasaría si tuvieran una computadora si incrementa las

ganancias o sería iguales, analizando los resultados diríamos que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros, o creen que sus ganancias se incrementen por tener una computadora en su negocio no encuentran la diferencia ya que ellos perciben que con una computadora no van a vender más o que los clientes vienen por la ropa y no les importa si tienen una computadora o no, tendrían que entender cuál sería la función de esta herramienta en su empresa la cual sería un mejor control de mercadería tanto en almacén como en ventas eso haría que al menos sepan cuánto ganan ,que mercadería tienen , de que tiempo , cuanto venden diario, que vendieron más etc.

- **Con respecto que su personal y usted debería saber usar una computadora:** el 100.00% de los microempresarios indico que si deberían saber usar la computadora (Tabla 3) en esta pregunta podemos apreciar que los microempresarios del centro comercial los Ferroles creen importante saber usar una computadora ya que el mundo de hoy en día así lo requiere y tanto ellos como sus trabajadores debería estar al día en los conocimientos aunque no aplican la tecnología en sus negocios aún creen que es importante tener conocimiento de ellos , con este resultado podríamos concluir que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros saben que la tecnología está revolucionando y cambiando la forma de hacer negocios aunque sean reacios a ello ,saben que llegara en algún momento y son conscientes que deben estar preparados para usarlos.
- **Con respecto a que un sistema computarizado ayuda al crecimiento del negocio:** el 82.22% indica que un sistema computarizado si ayudaría al crecimiento del negocio y un 18% que un sistema computarizado no ayudaría al crecimiento del

negocio en nada (Tabla 2) situación que vemos que los microempresarios en el centro comercial los Ferroles miran un sistema computarizado en tiendas más grandes y saben que tener un sistema así es porque han crecido y es necesario tenerlo y esto dará organización y control en los inventarios de su mercadería por ello concluimos que en las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros están conscientes que un sistema computarizado ayudara en el crecimiento del negocio.

- **Con respecto que por seguridad de la empresa debería tener una base de datos computarizada de su almacén en ventas y compras :** el 73.33% de los microempresarios indica que por seguridad deberían tener una base de datos computarizada en su almacén para registrar sus compras y ventas (Tabla 3) contrastando con Madueño (2016) quien dice que la base de datos de la mercadería no brindaría ninguna seguridad coincide con el 9 % de los encuestados dice que no daría seguridad tener una base de datos computarizada de su almacén para registrar sus compras y ventas, estos resultados nos indican que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros saben que tener un sistema computarizado de su almacén traerá más seguridad al negocio ya que todo estará inventariado y chequeado a detalle minimizaran perdidas y podrían tener más controles de seguridad con la mercadería aparte de ello sabría el tiempo de permanencia en el negocio de la mercadería eso brindaría seguridad que su mercadería y su almacén está registrando sus ganancias o pérdidas correctamente.
- **Con respecto de que un sistema computarizado mejoraría la planificación y los tiempos en su negocio :** el 71.11% de los microempresarios indican que un sistema computarizado si ayudaría a planificar sus tiempos en el negocio (Tabla 3) el 20%

desconoce y el 9% dijo que no ayudaría a planificar sus tiempos en el negocio (Tabla 3) con estos resultados podríamos concluir que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros creen que si ayudaría a mejorar la planificación y tiempos en su negocio el tener un sistema computarizado podrían ordenarse, tener su mercadería mejor controlada aparte de ellos tendría sus proveedores para compras registrados precios más claros los márgenes de ganancia mejor especificados, podrían observar la rotación de su mercadería más exacta y ello les tomaría menor tiempo gracias a un sistema computarizado.

- **Con respecto si realiza compras o ventas por internet o correo electrónico:** el 100.00% de los micro empresarios indica que no a realizado una operación de compra o venta por internet o correo electrónico (Tabla 3) los resultados contrastan con Madueño (2016) quien indica que el 50% si compran por internet o correo electrónico y el otro 50% indica que no realiza ninguna compra por internet o correo electrónico , con ello podríamos concluir que las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros no realizan ninguna compra ni venta por internet o correo electrónico ellos aún no están modernizados y que tienen esa opción de compra y venta ahorrarán en gastos y en tiempos sería un punto a su favor para ellos utilizando estas herramientas modernas sin embargo no lo hacen por diversos motivos porque no saben usarlos, la desconfianza de ser estafados, lo cierto es que hasta hoy en día los microempresarios del centro comercial los Ferroles no usan este tipo de herramientas para poder hacer crecer su negocio.
- **Con respecto si realiza ventas con post de Visa o Mastercard :** el 84.44% no realiza operaciones de ventas con post de Visa o Mastercard y un si con 13.3%

desconoce este medio de pago con 2.2% que si realiza ventas con post de Visa o Mastercard (Tabla 3) por ello concluimos que en las micro y pequeñas empresas del centro comercial los Ferroles en el sector comercio y rubro venta de ropa para damas y caballeros la mayoría de los comerciantes no venden con post de Visa o Mastercard aunque ya saben o tienen idea de cómo funciona estos post o uno que otro que no sabe pero en líneas generales saben que tienen la opción de darle la facilidad al cliente de poder pagar con tarjeta muchos no lo hacen porque implica que tienen que tener ciertos requisitos para que las aperturen o entreguen los post, el otro es que tienen que asumir un costo el cual no les conviene, otros tienen desconfianza, otros que es la costumbre del funcionamiento del negocio de pago con efectivo factores que llevan para que no puedan usarse este tipo de Tics y en realidad hay un pequeño porcentaje que si lo hace ya que saben cómo funciona y se dan cuenta que no hay pierda en las transacciones lo cierto este tipo de cosas no les ayuda en su venta diaria ya que pierden mercado potencial frente a las tiendas Retail como Saga Falabella y Ripley que es lo que más ofrecen compre ahora pague después inclusive tienen descuentos por pagar con su tarjeta, diríamos que microempresarios en el centro comercial los Ferroles vienen avanzando a paso lento al uso de la tecnología de información y comunicación.

VI.-CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- La mayoría de los representantes tiene de 31 a 50 años siendo de mayor cantidad de sexo femenino, teniendo la mayoría estudios superiores técnicos.
- La totalidad de las micro y pequeñas empresas fueron creadas con el fin de generar ganancias y empleo, la mayoría absoluta tiene de 1 a 3 trabajadores y tienen el control de mercaderías con un cuaderno de apuntes. La mayoría tiene más de 6 años en el negocio y no implementa un sistema computarizado porque no lo considera necesario.
- la mayoría absoluta considera que tanto ellos como sus trabajadores deben de saber usar una computadora, y que nunca han realizado ni compras ni ventas a través de TICS como por ejemplo correo electrónico, ayuda de internet, o redes sociales, La mayoría de los representantes de la Microempresas consideran que no es necesario contar con una computadora para brindar una buena atención al cliente, y cree que tener una computadora no incrementaría sus ganancias, y la mayoría indica que teniendo una computadora haría crecer más su negocio, y considera que con un sistema computarizado tendría más seguridad y confiabilidad en su registro de compras y ventas y podrían tener una base más confiable, y si tuviera una computadora con un sistema su negocio sería más planificado y ordenado mejorando sus tiempos de atención y de trabajo, por último vemos que una mayoría no realiza ventas con post de Visa o MasterCard .
- No se emplean las TICS en sus almacenes, los microempresarios no saben cuánto de capital invertido tienen en su negocio, de que año, mes es la mercadería, que no

cuentan con un sistema o computadora para registrar las compras y ventas de su almacén o stock de la mercadería con la que cuentan.

- Solo registran sus ventas en cuadernos de apuntes, estos muchas veces no son actualizados y al finalizar el día solo se dejan llevar por el dinero total vendido el cual lo van guardando para la próxima compra de mercadería pero no saben a ciencia cierta qué cosas se vendieron y hasta cuanto de rebaja hicieron que margen de ganancia tienen por cada producto para ello sería indispensable también generar un sistema computarizado para registrar sus ventas diarias márgenes de ganancias y así puedan tener claro que tan rentable es el negocio.
- Falta implementar la venta con post de MasterCard y Visa, sería un avance ya que la mayoría de las personas hoy en día cuentan con una tarjeta de crédito es la principal fortaleza de las grandes tiendas Retail como Saga Falabella y Ripley esta forma de pago es su gancho de venta son su uso frecuente y sin cargo de comisiones, esto ayudaría a incrementar sus ventas.

6.2.- Recomendaciones

En el siguiente trabajo de investigación daremos nuestro punto de vista y recomendaciones sobre el tema, teniendo en cuenta que para ellos es un tema nuevo en su funcionamiento debido a que por los avances del día a día de la tecnología saben que es indispensable saber usarlo y conocerlo pero tienen que tener claro de cómo sacarle provecho tanto para la atención al cliente, para maximizar ganancias y minimizar pérdidas, por seguridad de su negocio con orden, planificación y flujo de trabajo los cuales serían los beneficios más destacables en este rubro.

- Implementar, capacitar sobre el uso de las TICS, debido a que en estos negocios muchas veces manejan más de un stand hay un capital invertido considerable, por lo cual el dueño o administrador debería de capacitarse o contratar a una persona que conozca del tema y ponga en práctica los beneficios que tienen las TICS hoy en día todo ello enfocado a tener claro cuánta mercadería tienen en su almacén en que tiempo es la rotación es clave para que la microempresa avance.
- Implementar un sistema para su almacén y para el registro de ventas y compras es indispensable y que el dueño o administrador se capacite o contrate a alguien que sepa manejar y aprovechar este tipo de sistemas, donde se puedan registrar todo el movimiento y flujo que tienen, tengamos en cuenta que en este punto los grandes almacenes y tiendas ponen énfasis y tienen un control estricto y riguroso.
- Solicitar a los afiliados de MasterCard y Visa les enseñen y expliquen cómo funciona y cómo reciben el dinero cuando venden a través de estos dispositivos ya que son de fácil uso y amigables para su atención.

REFERENCIAS

Asociación de Emprendedores del Perú ASEP (2015), *MYPES aportan el 40% del PBI*.

Recuperado de: <https://asep.pe/index.php/mypes-aportan-el-40-del-pbi/>

Cobo, R. (2011) *Hacia una nueva política de tecnologías* recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5130382>

Cacheiro, L. (2014). *Educación y tecnología: estrategias didácticas para la integración de las TIC*. Madrid, UNED, 257 páginas.
<https://recyt.fecyt.es/index.php/BORDON/article/view/31856>

Colina, I. (2016) *Gestión de calidad con el uso de tecnología de la información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas de la ciudad de Oxapampa, 2016. (Tesis pregrado)*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Perú. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045651>

Cortez, J. (2017) *Sistema de gestión de calidad*. Recuperado de, <https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=la+gestion+de+calidad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjSnaziLHeAhXB6FMKHbCdCAE4ChDoAQgrMAE#v=onepage&q&f=false>.

CEPAL, (2017) *La dinámica del ciclo económico actual y los desafíos de política para dinamizar la inversión y crecimiento*. Recuperado el 18 de enero del 2019 de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42001/159/S1700700_es.pdf

Coremain, (2017) *los últimos Datos sobre la Tecnologías de Información y Comunicación*. Recuperado el 25 de enero 2019 de: <http://www.coremain.com/indice-seis-tecnologias-tic-sanidad/>

Congreso de la República Ley 28015 (2003) *Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa*. Lima, Perú. Recuperado el 17 de octubre del 2016- de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Congreso de la república Ley 30056 (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. _Lima, _Perú._* Recuperado de: <http://busquedas.elperuano.com.pe/normaslegales/ley-que-modificadiversas-leyes-para-facilitar-lainversion-ley-30056-956689-1/>

- Diario Uno, (2017) *El poco uso de la Tecnología en la MYPES peruanas*. Recuperado el 20 de enero 2019 de: <http://diariouno.pe/columna/el-poco-uso-de-la-tecnologia-en-mypes-peruanas/>
- Diario Gestión, (2014) *Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación*. Recuperado el 26 de enero del 2019 de: <http://gestion.pe/mercados/mypes-podrian-reducir-sus-costos-si-usaran-mastecnologias-INFORMACIÓN-y-COMUNICACIÓN-2093444>
- Diario Gestión (2015). CAF: *Las TIC avanzan, pero falta camino para su universalización en la región*. *Diario Gestión*. Recuperado de: el 24 de setiembre del 2016. de: <http://gestion.pe/economia/caf-tic-avanzan-falta-camino-su-universalizacionregion-2131772>.
- Diario El Ferrol, (2014). *Las mypes en Chimbote: ¿cómo aceleramos el motor?* Recuperado de <http://www.elferrolchimbote.com/index.php/especiales/1414-lasmypes-en-chimbote-como-aceleramos-el-motor> (09.11.16)
- Espinoza, L (2018), *Gestión bajo el enfoque de uso de las TIC, en las mypes del sector comercial, rubro distribuidoras, ciudad de Pucallpa, año 2018.*, <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5883>
- FEDER, (2017), *Tecnologías de la Información y de la Comunicación*. Recuperado el 20 de enero del 2019 de: <https://ec.europa.eu/regionalpolicy/es/policy/themes/ict/>
- González y Sánchez, (2011) *Plan digital de Colombia 2011 análisis y estrategias del gobierno colombiano*. Recuperado el 20 de enero 2019 de: <file:///C:/Users/MAXAB/Downloads/DialnetAnalisisDeLasEstrategiasDelGobiernoColombianoParaL-4690491.pdf>
- Gorraiz, P (2011), *Las TICS en la Gestión de Calidad*. Recuperado el 20 de enero 2019 de: <http://www.eoi.es/blogs/20calidad/2011/11/07/las-tics-en-la-GESTIÓN-de-calidad/>
- INE, (2013) Instituto Nacional de Estadística España, *formación y Empleo en España*. Recuperado el 26 de enero 2019 de: https://www.ine.es/ss/satelite?L=es_ES&c=Page&cid=1254735801161&pagenam e=FormacionYempleo%2FINELayout.

INEI, (2015): *Informalidad afecta al 75% de la PEA*. Recuperado: el 6 de febrero. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1139/libro.pdf.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2016). *Perú: Tecnología de Información y Comunicación en las Empresas: EEA 2015*. Recuperado el 29 de Julio del 2017 de: http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1406/libro.pdf

Lázaro, L. (2017). “*Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Pucallpa, año 2017*”. Pucallpa: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Recuperado: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000045259>

Ley N° 28015, (2003) *Ley de promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Título y definición de la Micro y Pequeña Empresa. (pag.1)*. recuperado el 02 de febrero del 2019 de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf (22.07.17)

Ley N° 30056, (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Título II. Capítulo I. características de las micro, pequeñas y medianas empresas. (pág. 5)* Recuperado el 02 de febrero 2019 de: http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf (22.07.17)

López, P. (2014). *La construcción de tipologías: metodología de análisis*. Recuperado 20 de mayo del 2017 de: <https://core.ac.uk/download/pdf/39002055.pdf>

Ministerio de trabajo, (2013). *Importancia de Las MYPES en el Perú*. Recuperado el 26 de enero del 2019 de: <http://pymesperuana.blogspot.pe/2013/09/importancia-de-las-mypes-en-el-peru.html>

Murga, A (2016), *Gestión De calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en la micro y pequeña empresa del sector comercial – rubro venta minorista de insumos agrícolas, Distrito de Moro, Ancash 2016: Universidad*

católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 15 de enero 2019 de:
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8338>.

Madueño, C (2016), *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías en el centro del Distrito de Nuevo Chimbote*, 2016,
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8283>

Muñoz, (2016) *Las tecnologías de la información y comunicación (tic) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana – Año 2016*. Recuperado el 15 de enero del 2019 de:
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6662/Mu%C3%B1oz_am.pdf?sequence=1.

Monchon, F. (2006) principios de la economía. Recuperado:
http://webdelprofesor.ula.ve/economia/oscard/materias/E_E_Mundial/Principios_de_Economia_Francisco_Mochon.pdf

Norma ISO 9000. (2015). *Gestión de calidad*. Recuperado de <http://www.nueva-iso9001-2015.com/>

Norma ISO 9001. (2015). *Sistemas de Gestión de Calidad*. Recuperado de <http://www.nueva-iso-9001-2015.com/>

Puentes, (2017) *Análisis de la apropiación y uso de las TIC por parte de la PYMES colombianas*. Recuperado el 15 de enero 2019 de:
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/iusta/article/view/3524>

Perú, Ministerio de la Producción. (2012). *Estadísticas de la Micro y Pequeña Empresa MYPE*. Recuperado en Lima en 2011. <https://www.gob.pe/279-registro-de-la-microy-pequena-empresa-remype>

Pérez, J. y Gardey, A. (2016). *Definición de sistema de gestión de calidad*. Recuperado el 20 de enero del 2019 de [http://definicion.de/sistema-de-GESTIÓN-de-calidad/\(04.10.17\)](http://definicion.de/sistema-de-GESTIÓN-de-calidad/(04.10.17))

Regalado, J (2009) el papel digital en la feria de Guayaquil. Recuperado de:
<http://elpapeldigital.com/es/2009/01/ecuador-feria-regalado-2009-en-guayaquil/>

SUNAT. (2014). *Definición de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado el 20/01/2015.
Obtenido de Definición de la Micro y Pequeña Empresa.
Recuperado el 20/01/2015: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

SUNAT. (2018). *Definición de la Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado el 20/01/2018.
Obtenido de Definición de la Micro y Pequeña Empresa. Recuperado el 20/01/2015:
<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

Villarán, F. (2013). *Importancia del desarrollo de las micro y pequeña empresa*.
Recuperado de: www.mintra.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/be120

Urzelai, I. (2006) *Manual básico de logística integral*. Recuperado de :
https://books.google.com.pe/books/about/Manual_b%C3%A1sico_de_log%C3%ADstica_integral.html?id=TCCijJ0ERY0C&redir_esc=y.

Varela, G. (2014) *La construcción de tipologías: metodología de análisis*. Recuperado 20
de mayo del 2014 de: <https://core.ac.uk/download/pdf/39002055.pdf>.

Vivancos, M. (2013) *Futuro de la educación y los tics*. Recuperado de:
<https://revistas.comillas.edu/index.php/padresmaestros/article/view/1047>

ANEXOS

Anexos 1. Cronogramas de Actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Introducción	X	X													
Revisión de literatura			X	X											
Antecedentes					X	X									
Marco Teórico						X									
Marco conceptual						X									
Hipótesis						X									
Metodología							X	X							
Resultados									X	X					
Análisis de resultados											X				
Conclusiones y recomendaciones											X				
Referencias y anexos												X			
Revisión de trabajo													X		
Rectificación de Trabajo														X	
Informe final															X

Anexos 2. Presupuesto

Presupuesto Desembolsable (Estudiantes)				
Categoría		S/. Costo	Numero	Total, S/.
Suministros	Impresiones	S/20.00	3	S/60.00
	Empastado	S/50.00	2	S/100.00
	USB	S/35.00	1	S/35.00
	Lapiceros	S/1.00	2	S/2.00
	Sub total			S/197.00
servicios	Uso del Turnmitin	S/100.00		S/100.00
	Internet	S/90.00	1	S/90.00
	Sub total			S/190.00
Pasajes	Pasajes ida y vuelta a la Universidad	S/1.50	15	S/22.50
	Sub total			S/22.50
Taller de Titulación	Matricula	S/300.00	1	S/300.00
	Pensión	S/850.00	2	S/1,700.00
	Sub total			S/2,000.00
Total Presupuesto Desembolsable				S/2,409.50
P				
Categoría		S/. Costo	Numero	Total
Servicios	Uso de internet (Laboratorio de aprendizaje digital - LAD)	S/30.00	4	S/120.00
	Búsqueda de información de base de datos	S/35.00	2	S/70.00
	Soporte informático (módulo de investigación ERP)	S/40.00	4	S/160.00
	Publicación en artículo de repositorio virtual	S/50.00	1	S/50.00
	Subtotal			
Recursos	Asesoría personalizada	S/65.00	4	S/260.00
	Subtotal			
Total, presupuesto no desembolsable				S/660.00
PRESUPUESTO TOTAL				S/3,069.50

Anexo 3. Sondeo

El sondeo se realizó haciendo el conteo de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de ropa para damas y caballeros en el centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote, año 2018. Por el centro comercial y su distribución todos los puestos son stand de ventas y no cuentan con letreros y muchos de ellos no tienen razón social por ello se nos hizo difícil realizar un cuadro de sondeo, tampoco podíamos pedir datos personales a los comerciantes dado que por seguridad de ellos mismos no querían brindar la información.

Población	67	Microempresas
Muestra	45	Microempresas

Anexo 4. Encuestas

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LOS ALMACENES DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA DE ROPA PARA DAMAS Y CABALLEROS EN EL CENTRO COMERCIAL LOS FERROLES, DISTRITO DE CHIMBOTE 2018

Mucho le agradeceré se sirva responder las siguientes preguntas que tienen como fin el aprendizaje del estudiante sobre las Micro y pequeñas empresas, rubro: Venta de ropa para damas y caballeros.

La encuesta es totalmente anónima y su uso es exclusivamente confidencial y educativo.

Marca con una "X" la respuesta que corresponde.

Gracias por su colaboración.

I. DE LOS REPRESENTANTES.

1- ¿Qué edad tiene?

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

2- Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3- ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a) Sin Instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior Técnico
- e) Superior Universitario

II. De la MYPE

4. ¿Cuántos años de permanencia tiene su negocio en el mercado?

- a) De 0 a 3 años
- b) De 3 a 6 años
- c) De 6 a más años

5. ¿Con que finalidad fue creada su empresa?

- a) Generar empleo
- b) Generar ganancias
- c) Generar ganancias y dar empleo

6. ¿Cuántos trabajadores tiene su empresa?

- a) De 0 a 3 trabajadores
- b) De 4 a 6 trabajadores
- c) De 7 a más trabajadores

7. ¿Cómo controla su mercadería tanto las ventas como el almacén en su negocio?

- a) cuaderno de apuntes
- b) Utiliza una computadora
- c) Otros
- d) No llevo control es según lo que Vendo y lo que falta

8. ¿Por qué no implementa un sistema computarizado en su negocio?

- a) Tiene un costo muy alto
- b) No es necesario
- c) ya Tiene

III. De la Gestión de Calidad con el uso de la Tecnología de la Información y de la Comunicación

9. ¿Considera usted que con el uso de una computadora mejoraría la atención al cliente?

- a) Si
- b) No
- c) Desconoce

10. ¿Considera usted que con el uso de una computadora obtendrá un incremento en sus ganancias?

a) Si

b) No

c) Desconoce

11. ¿Considera usted necesario que su personal y usted mismo sepa usar una computadora?

a) Si

b) No

c) Desconoce

12. ¿Cree usted que el uso de un sistema computarizado ayude al crecimiento del negocio?

a) Si

b) No

c) Desconoce

13. ¿Considera usted que por seguridad la empresa debería tener una base de datos computarizada de su almacén y ventas?

a) Si

b) No

c) Desconoce

14. ¿consideraría usted que un sistema computarizado mejore la planificación y tiempos en su negocio?

a) Si

b) No

c) Desconoce

15. ¿Realiza usted operaciones de venta o compra mediante internet o correo electrónico?

a) Si

b) No

c) Desconoce

d) No tiene confianza

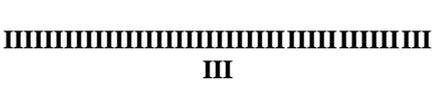
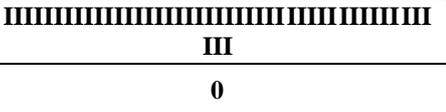
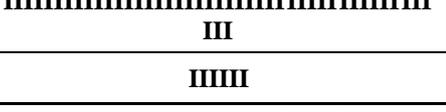
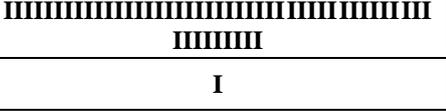
16. ¿Realiza usted operaciones de venta con post de Visa o MasterCard?

a) Si

b) No

c) Desconoce

d) No tiene confianza

	planificación y tiempos en su negocio?	Total	 III	45	100.00%
15	¿Realiza usted operaciones de venta o compra mediante internet o correo electrónico?	a) Si	0	0	0.00%
		b) No	 III	45	100.00%
		c) Desconoce	0	0	0.00%
		c) no tiene confianza	0	0	0.00%
		Total	 III	45	100.00%
16	¿Realiza usted operaciones de venta con post de Visa o MasterCard ?	a) Si	IIIIII	6	13.33%
		b) No	 IIIIIIII	38	84.44%
		c) Desconoce	I	1	2.22%
		c) no tiene confianza	0	0	0.00%
		Total	 III	45	100.00%

Anexo 6. Figuras

Con respecto a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros del centro comercial los Ferroles del, Distrito de Chimbote 2018

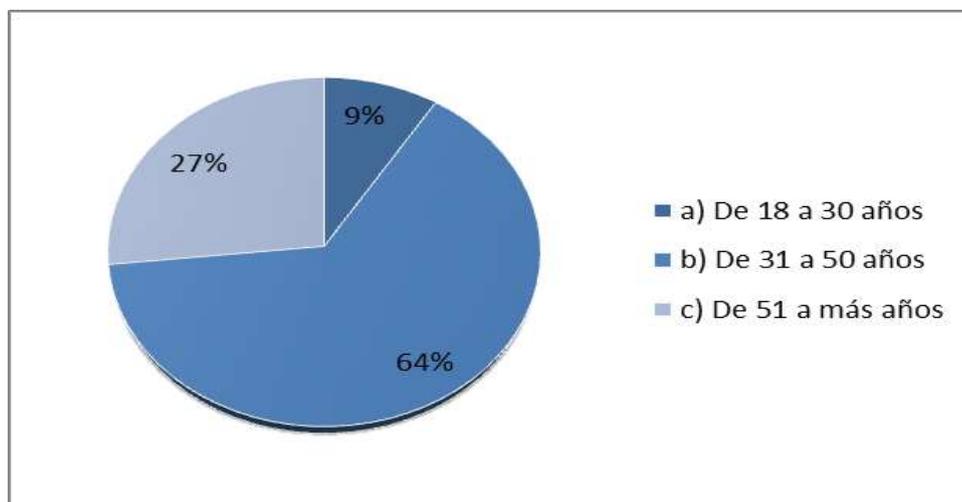


Figura 1. Edad

Fuente Tabla 1

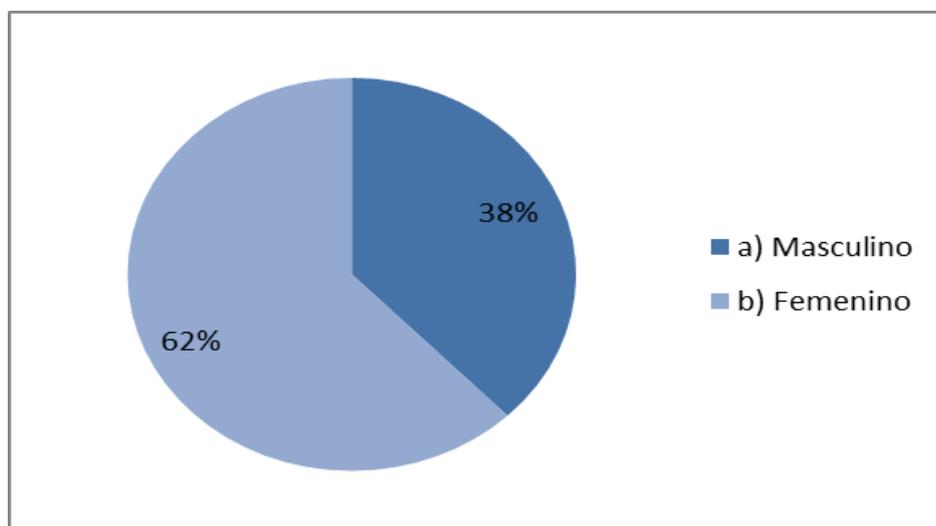


Figura 2. Sexo

Fuente Tabla 1

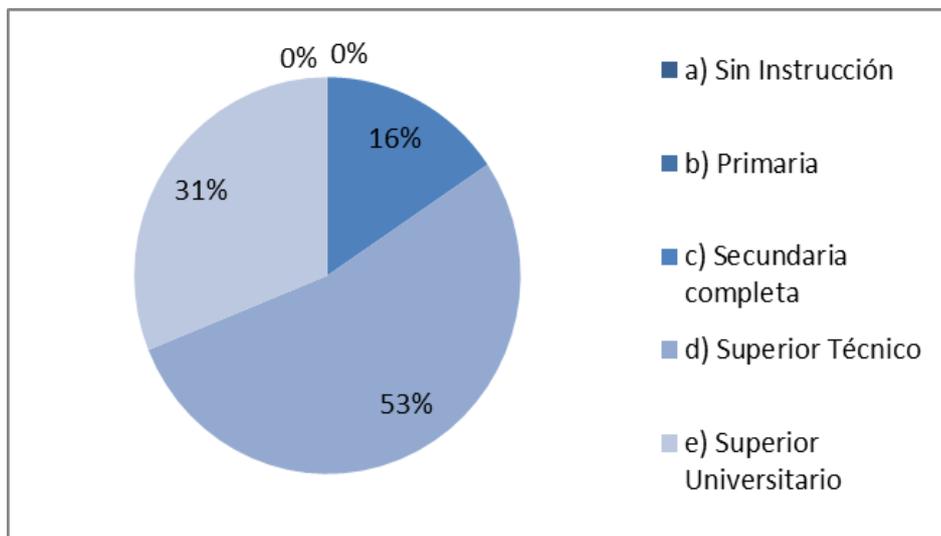


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas con el uso de la tecnología de información y comunicación del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros del centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote 2018

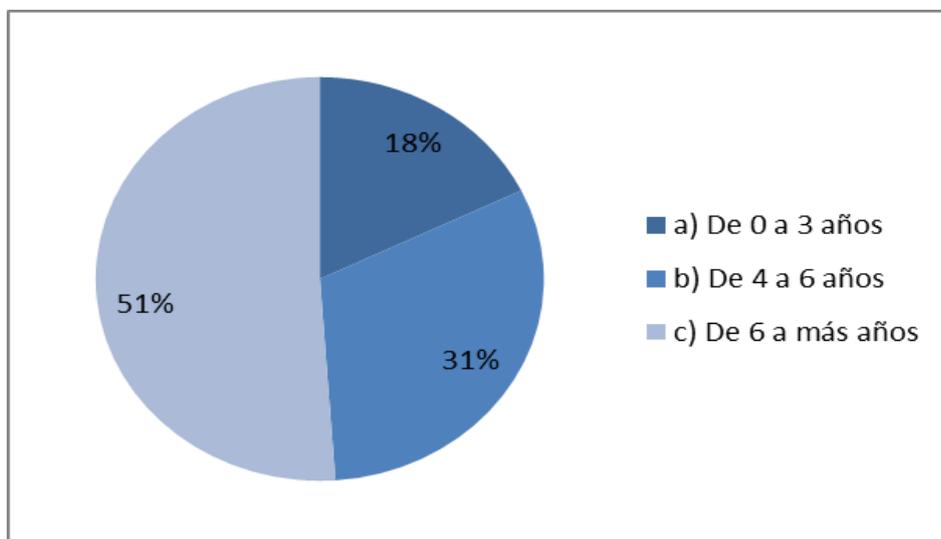


Figura 4. Permanencia de la empresa en el mercado

Fuente Tabla 2

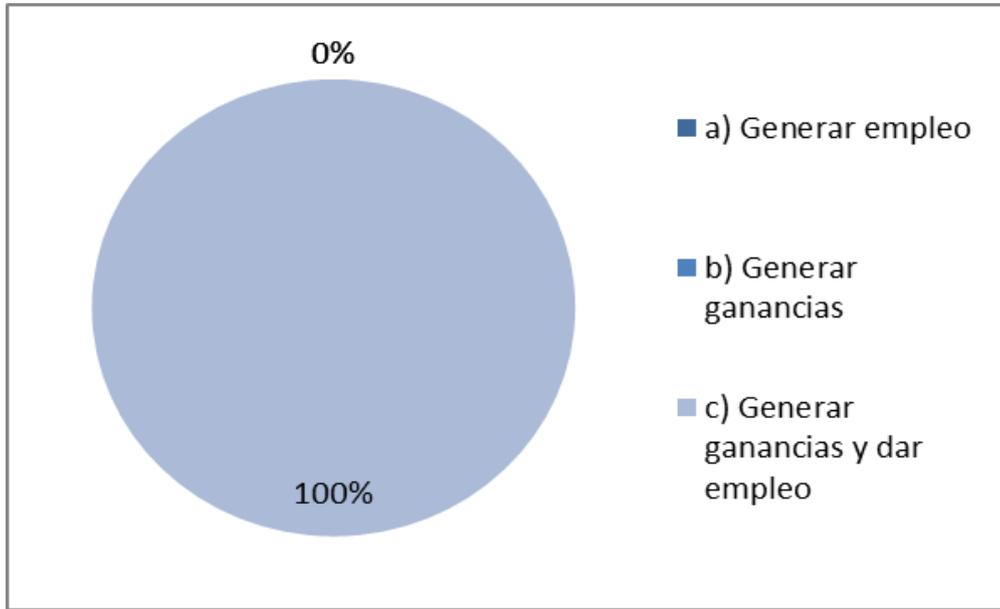


Figura 5. Finalidad que fue creada

Fuente Tabla 2

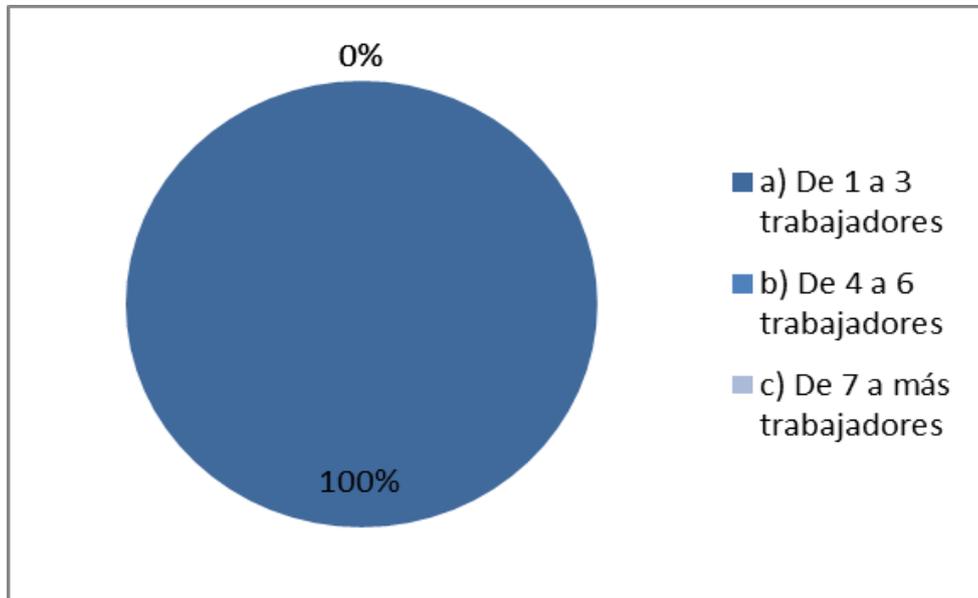


Figura 6. Número de trabajadores

Fuente Tabla 2

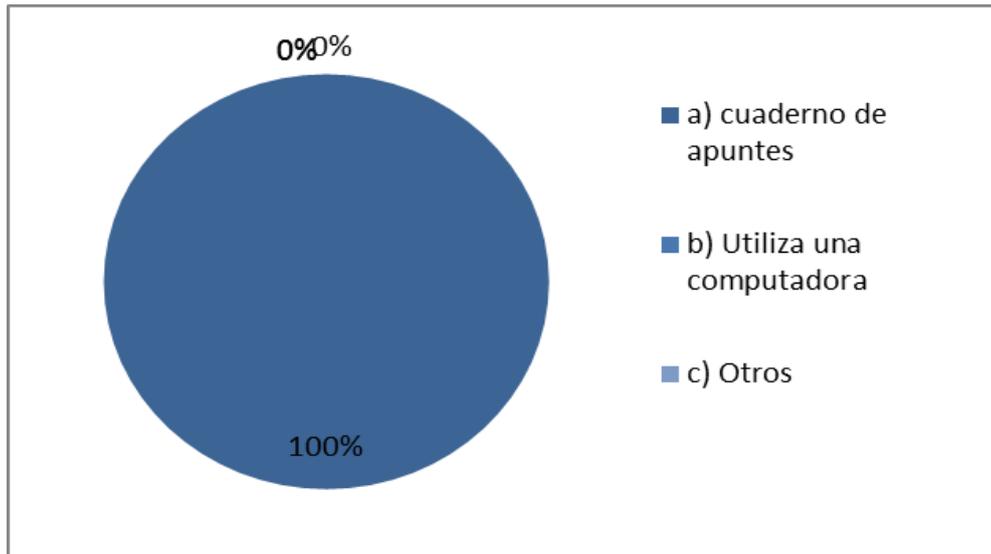


Figura 7. Control de mercadería en el almacén del negocio

Fuente Tabla 2

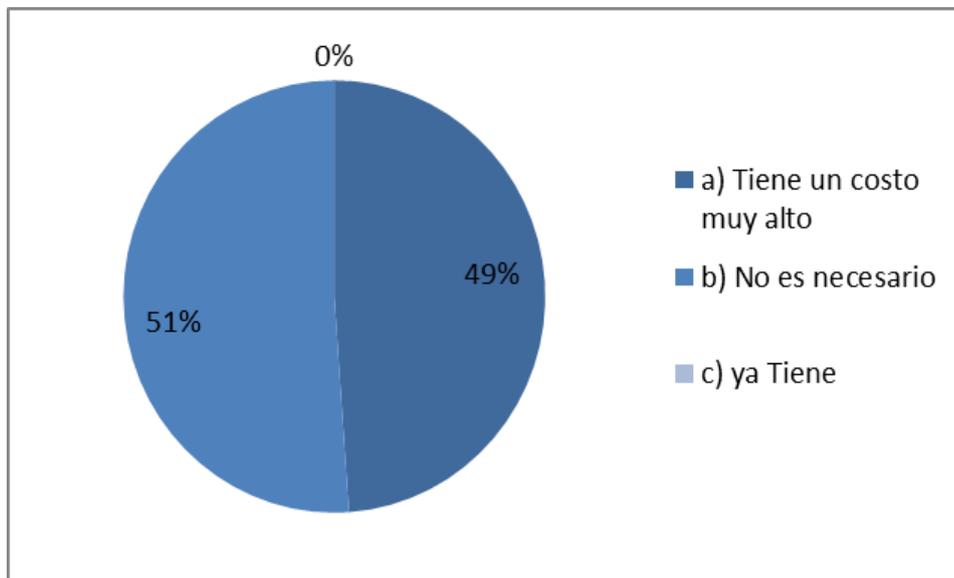


Figura 8. Implementación del sistema computarizado

Fuente Tabla 2

Con respecto a las características de la gestión de calidad con el uso de la tecnologías de información y comunicación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de ropa para damas y caballeros del centro comercial los Ferroles, Distrito de Chimbote 2018

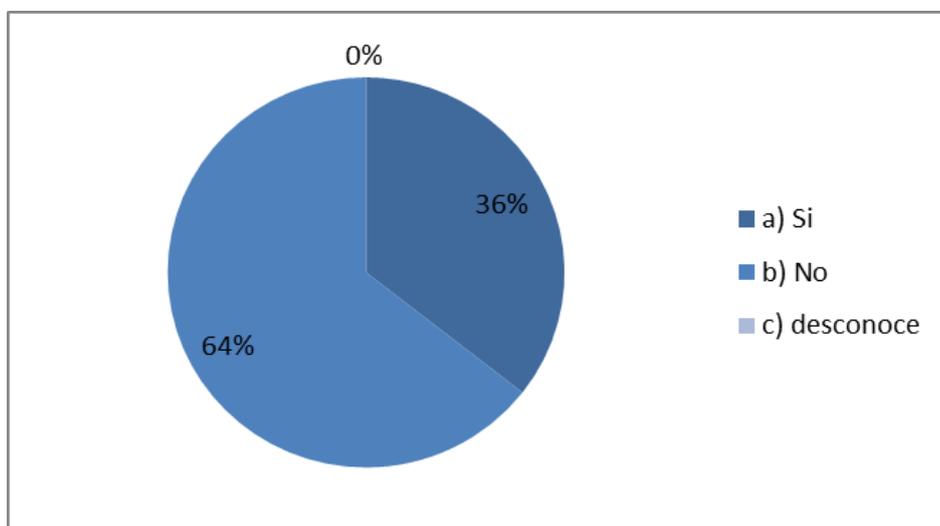


Figura 9. Con una computadora mejora la atención al cliente

Fuente Tabla 3

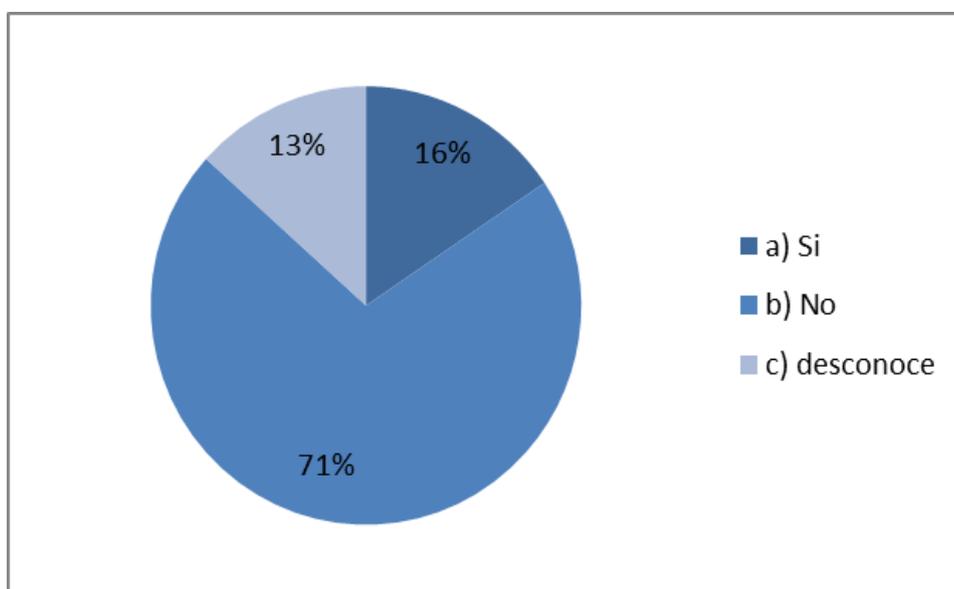


Figura 10. con una computadora incrementa las ganancias

Fuente Tabla 3

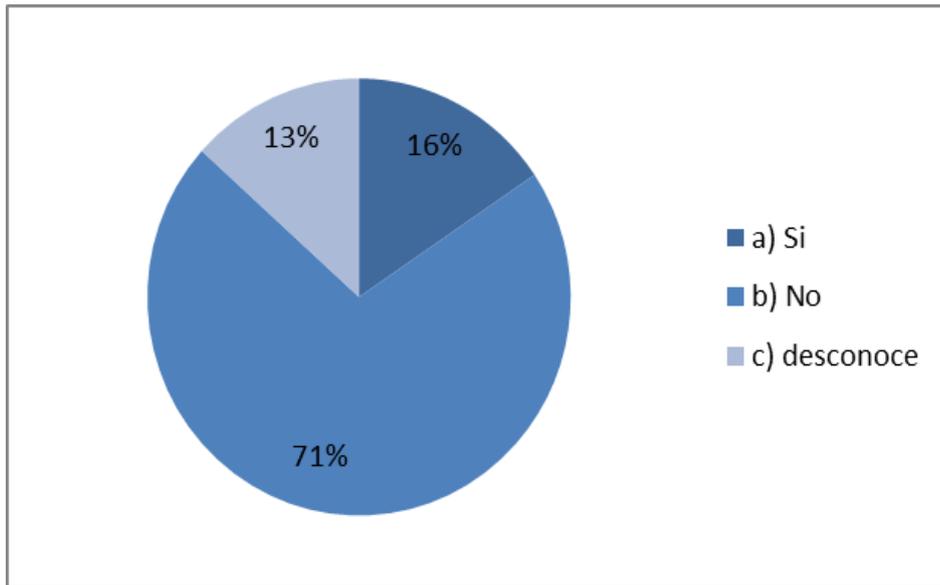


Figura 11. Necesidad de saber usar una computadora

Fuente Tabla 3

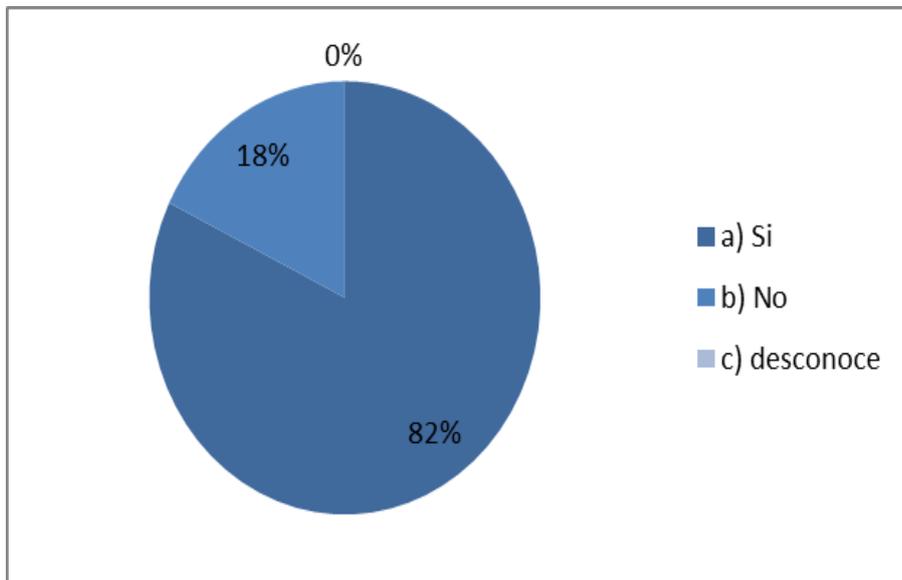


Figura 12. El sistema computarizado ayuda al crecimiento del negocio

Fuente Tabla 3

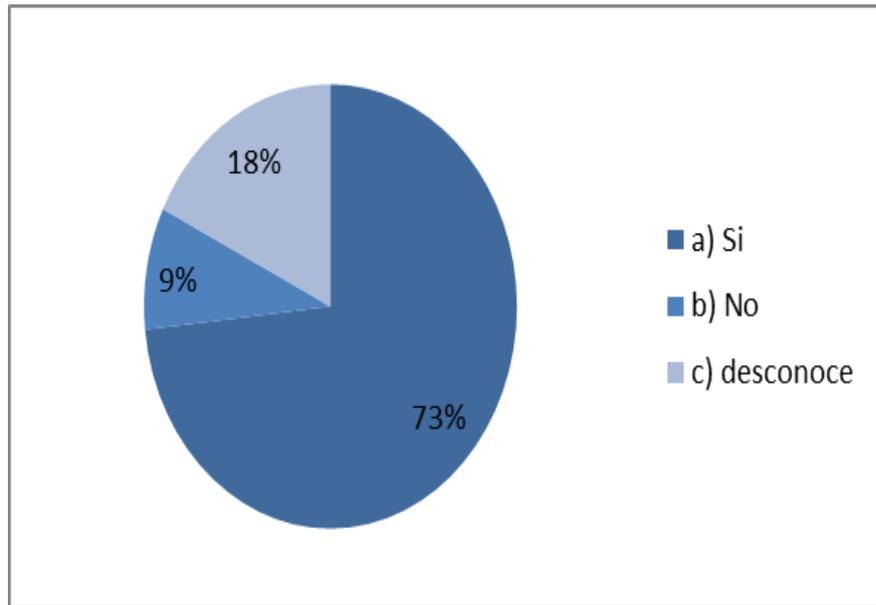


Figura 13. Seguridad en la empresa que tiene con la base de datos de su almacén

Fuente Tabla 3

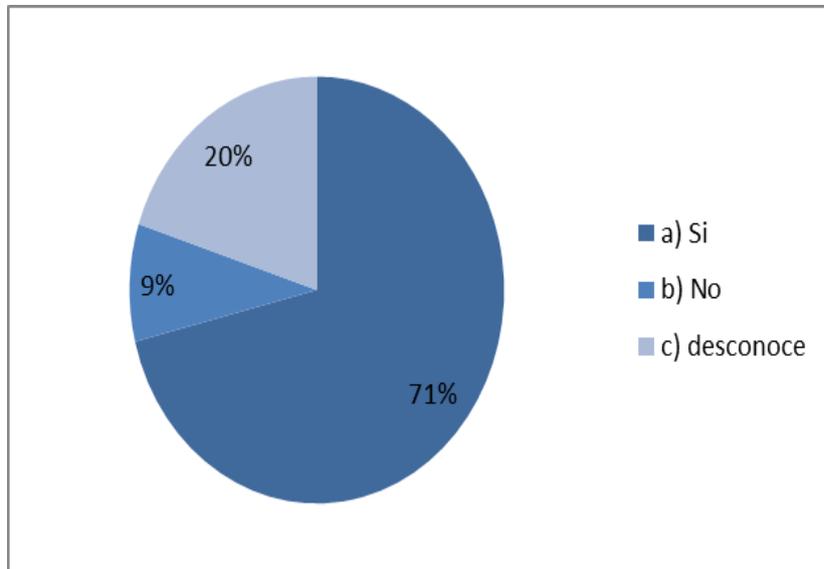


Figura 14. Un sistema computarizado mejora la planificación De tiempos

Fuente Tabla 3

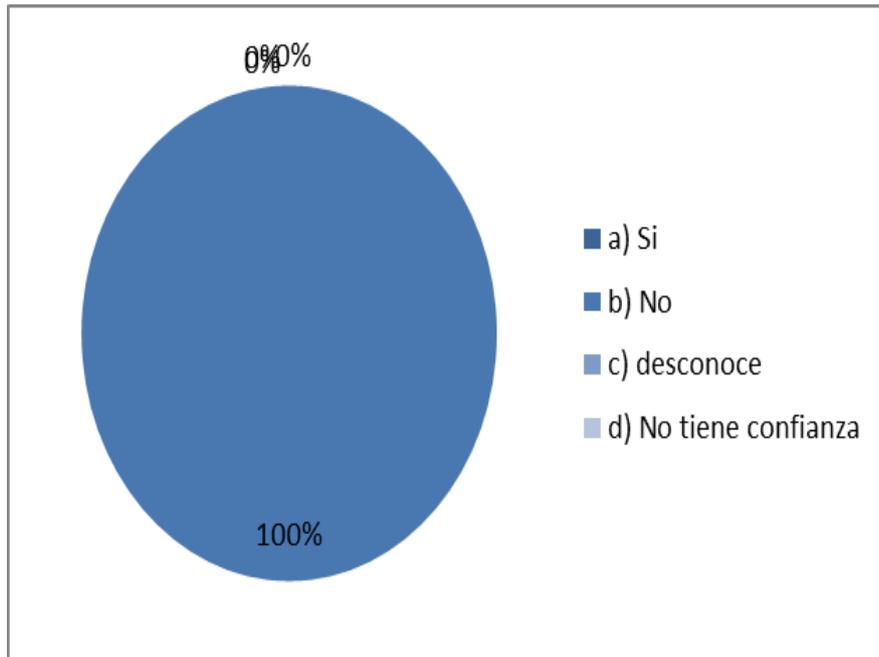


Figura 15. Realiza operaciones mediante internet o correo electrónico

Fuente Tabla 3

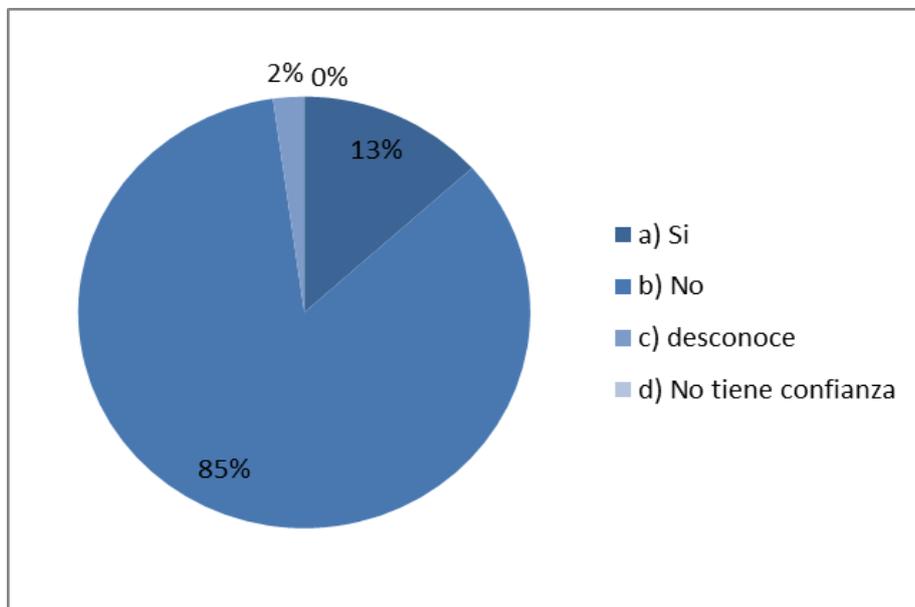


Figura 16. Venta con post Visa y MasterCard

Fuente Tabla 3