



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA  
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS  
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,  
RUBRO PELUQUERÍA Y OTROS TRATAMIENTOS DE  
BELLEZA, CASCO URBANO DISTRITO CHIMBOTE, 2019.

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

**AUTOR**

Br. BAYONA MENDOZA, FLOR DE MARÍA  
Orcid. 000-0001- 5603- 9738

**ASESOR**

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS  
Orcid. 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2019**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Br. Bayona Mendoza, Flor de María

CÓDIGO ORCID: 000-0001- 5603- 9738

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

### **ASESOR**

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías

CÓDIGO ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Chimbote, Perú

### **JURADO:**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5746-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Angel

CODIGO ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

CODIGO ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR**

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Angel

**Miembro**

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio Cesar

**Miembro**

## **AGRADECIMIENTO**

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

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

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

## **DEDICATORIA**

Con mucho cariño, a mi esposo e hijos que son mi fuente de inspiración para seguir luchando y creciendo profesionalmente.

A mis amigos y compañeros por el apoyo continuo en cada paso de mi proyecto y que siempre me brindaron su comprensión para poder llegar a mis objetivos.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, Determinar las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019. La investigación fue, de diseño no experimental – transversal, y se utilizó una población muestral de 22 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados. El 81.82% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 68.18% de los representantes son de género femenino. El 72.73% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria. El 68.18% son los administradores. El 68.18% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años en el rubro. El 77.27% tienen entre a 1 a 5 trabajadores. El 72.73% tienen poco conocimiento sobre el termino gestión de calidad. El 63.64% aplican el Marketing. El 81.82% aplican la técnica de la observación. El 72.73% si cuentan con una computadora. El 81.82% de los representantes usan la red social Facebook para ofrecer los servicios. El 54.55% establecen que lograron como beneficio incrementar las ventas de la empresa. Se concluye que las empresas ene estudio aplican gestión de calidad utilizando el marketing y las redes sociales como el Facebook y WhatsApp para ofrecer sus servicios, del mismo modo les ha permitido incrementar sus ingresos e identificar las necesidades de los clientes.

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

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to determine the characteristics of information and communication technologies as a relevant factor of quality management and improvement plan in micro and small businesses in the services sector, hairdressing and other beauty treatments, urban areas Chimbote district, 2019. The research was, non-experimental - cross-sectional, and a sample population of 22 micro and small businesses was used, to which a questionnaire of 21 questions was applied. Obtaining the following results. 81.82% of the representatives are between 18 and 30 years old. 68.18% of the representatives are female. 72.73% of the representatives have a non-university degree of higher education. 68.18% are the administrators. 68.18% of micro and small businesses are between 4 and 6 years old in the field. 77.27% have between 1 and 5 workers. 72.73% have little knowledge about the term quality management. 63.64% apply Marketing. 81.82% apply the observation technique. 72.73% if they have a computer. 81.82% of the representatives use the social network Facebook to offer the services. 54.55% establish that they managed to increase the company's sales as a benefit. It is concluded that companies in the study apply quality management using marketing and social networks such as Facebook and WhatsApp to offer their services, in the same way it has allowed them to increase their income and identify customer needs.

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

## CONTENIDO

1. TÍTULO DE LA TESIS.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO .....	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO.....	ii
4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/O DEDICATORIA .....	iii
5. RESUMEN Y ABSTRACT .....	v
6. CONTENIDO .....	vii
7. ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
8. ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
III. HIPÓTESIS .....	28
III. METODOLOGÍA.....	29
4.1 Diseño de la investigación .....	29
4.2 Población y muestra .....	29
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores .....	31
4.4 Técnicas e instrumentos .....	35
4.5 Plan de análisis.....	35
4.6 Matriz de consistencia.....	36
4.7 Principios éticos .....	38
V RESULTADOS .....	39
5.1 Resultados.....	39
5.2 Análisis de resultados .....	45
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	59
REFERENCIAS .....	61
ANEXOS .....	64

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019.....	39
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019 .....	40
Tabla 3. Características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019.....	41
Tabla 4. Plan de mejora a las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019 .....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	71
Figura 2. Genero .....	71
Figura 3 Grado de instrucción.....	72
Figura 4. Cargo .....	72
Figura 5. Tiempo en el Cargo.....	73
Figura 6. Años en el rubro.....	73
Figura 7. N° de trabajadores en la empresa .....	74
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa.....	74
Figura 9. Objetivo de la empresa .....	75
Figura 10. Termino gestión de calidad .....	75
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica.....	76
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad.....	76
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal .....	77
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento.....	77
Figura 15. Termino TIC.....	78
Figura 16. Computadora en su empresa.....	78
Figura 17. Nivel de conocimiento de computación .....	79
Figura 18. Internet para las compras de mercadería .....	79
Figura 19. Redes sociales que utiliza la venta de sus productos.....	80
Figura 20. Teléfono para coordinar asuntos de la empresa .....	80
Figura 21. Beneficios de las TIC dentro de su empresa .....	81

## I. INTRODUCCIÓN

Podemos decir que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son tecnologías que nos permiten el uso de medios informáticos para almacenar, procesar y difundir (comunicar) todo tipo de información y de los diversos medios que existen en la actualidad, su correcto uso en las empresas determinará como es que influirá en la productividad, competitividad de ellas.

El uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) se usa cada vez más para apoyo y automatización de todas las actividades de las empresas; del mismo modo los beneficios más importantes se presentan en las operaciones de la empresa, administración de una mayor cantidad de clientes, la optimización de sus recursos, la apertura a nuevos mercados, un conocimiento más profundo acerca de las necesidades de la clientela para brindarles un servicio de mejor calidad y una comunicación más fluida.

Por otro lado no cabe duda que hoy en día las empresas representan parte importante de la economía de un país, además de que son la principal fuente de ingresos de la población que no cuenta con un empleo estable, por este motivo es necesario que estas empresas logren adaptarse al cambio, sin embargo la gran mayoría de los representantes no aplican herramientas modernas como el uso de las Tics esto se debe a la falta de información; en este sentido es común que cuando una MYPE busca tecnología en la web, se encuentre con un alud de información que, más que ayudar, confunda sobre lo que puede esperarse. Ello implica que no hay información dedicada a este segmento que pueda hacer más fácil la adopción tecnológica; cabe mencionar que estos problemas se observan en diversas partes del mundo.

En España se las micro y pequeñas empresas representan el 99,9% de las compañías existentes; lo cual se traduce en 3.110.522 MYPES, cabe decir que estas empresas no logran ser competentes en el sector debido a que no implementa el uso de las tecnologías, esto a causa de que la oferta, los costes y las necesidades internas de personal y de formación son las principales barreras que afrontan las pymes a la hora de implementar las TIC en su modelo de negocio; del mismo modo la falta de

recursos económicos y de personal como otro factor que incide en el proceso de implementación. En este sentido, para revertirlos destacan que son necesarias las ayudas públicas tanto para la adquisición y mantenimiento de las TIC como para los aspectos relativos a la formación en competencias digitales de sus empleados, puesto que reconocen que estas herramientas repercuten positivamente en el posicionamiento y visibilidad de sus empresas, tanto para su entorno físico como el digital. (Carrillo, 2017)

En México se registran más de 4.2 millones de unidades económicas, de las cuales el 99.8% son micro y pequeñas empresas de las cuales representan 52% del PIB y generan el 72% del empleo del país, por lo tanto, para la supervivencia de estas empresas es necesario aplicar las tecnologías en los procesos; no obstante existe una gran brecha en el uso de estas herramientas, debido a que se identificó que solo el 6% de las MYPES aplican las TIC, en este sentido la causa principal de este problema es que el uso de las TIC no está al alcance de todas las MYPES debido a que son costosas.

En Ecuador las MYPES son empresas que generan ingresos o ventas anuales de entre \$ 100.000 y \$ 1 millón. En el país están registradas 52.554 empresas, de las cuales 21.922 son pymes (el 42% del total); del mismo modo representan el 26% del PIB, en 2015 reportaron ingresos por \$ 25.962 millones y generaron utilidades de \$ 1.366 millones, a pesar de la importancia de estas empresas la mayoría de los dueños no busca mejorar el desarrollo de estas unidades de negocio, en este caso no implementan las TICS debido a que apenas el 9,2% de las micro empresas tienen o cuentan con una página web empresarial, mientras que las pequeñas alcanzan un 22,8%; del mismo modo el 1,1% dispone de banda ancha móvil, es decir, aquel que se usa en los celulares, tablets y otros dispositivos, por lo cual las MYPES no tienen acceso a aplicaciones móviles para aumentar su productividad o comercio, por lo tanto podemos destacar que falta difusión de las oportunidades de las TIC para las empresas, por ejemplo en comercio electrónico, aplicaciones gratuitas, etc., estas últimas pueden ayudar a mejorar la comercialización, operación y producción. (Orozco y Quiroz, 2015)

En el Perú las micro y pequeñas empresas tienen un papel importante en la economía nacional, porque brindan empleo al 75% de la población económicamente activa (PEA); no obstante al igual que en el plano internacional estas empresas no hacen uso de las TICS en este sentido la mayoría de los propietarios de las mypes solo utilizan estas herramientas en su vida personal, pero debido a algunas barreras institucionales realmente desafiantes tienen dificultades para incorporar estas herramientas con fines comerciales; por lo tanto lo que se recomienda invertir en nuevas TIC, sino que simplemente usar las herramientas que se tienen actualmente y encontrar la forma de utilizarlas para respaldar sus operaciones comerciales, específicamente relacionadas con aumentar la conciencia del cliente y brindar a los clientes soporte post-venta. (Dobson, 2018)

En Ancash existe un gran número de micro y pequeñas empresas, además sus representantes son personas innovadoras y con ánimos de superación, pero hoy en día no basta con ello sino existe la necesidad de capacitarse o formarse en el uso de las TICS, cabe decir que las barreras que impiden el uso de estas herramientas son las siguientes; en primer lugar los dueños consideran que la tecnología es compleja; es decir muchas empresas consideran que la implementación tecnológica es complicada y requiere de procesos largos, capacitaciones sin fin y que al final tendrán que contratar personal especializado; así mismo consideran que la tecnología es costosa. Una idea constante, pero no por ello cierta, es que la tecnología es demasiado cara y que se necesita comprar licencias costosas y limitantes que podrían afectar la liquidez de una pyme.

En el distrito de Chimbote, también se identificó problemas en el uso de las TICS y la principal barrera es que los emprendedores muestran resistencia al cambio que incluyen diferentes aspectos, como por ejemplo el temor a cometer errores en el uso de la nueva tecnología, dejar viejas prácticas para incorporar nuevas; del mismo modo otra barrera es la mala definición de los requerimientos de la aplicación que se quiere implementar, ya sea específica o estándar, en lo cual se integran la falta de compromiso de los involucrados, la escasa coordinación entre los niveles jerárquicos de la empresa y la falta de experiencia en el desarrollo. Por todo lo expresado se

planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019?; para resolver el enunciado se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019.

Para cumplir con el objetivo general se plantearon los siguiente objetivos específicos

- Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019.
- Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019.
- Describir las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019.
- Elaborar un plan de mejora sobre los resultados obtenidos de la investigación.

El presente trabajo se justifica porque permitirá describir las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano distrito Chimbote, 2019; y de acuerdo a los resultados se planteó un plan de mejora para el desarrollo de las empresas. Del

mismo modo es teóricamente justificable, porque dio a conocer las técnicas modernas de gestión de calidad, así como la clasificación de las TIC, las ventajas y desventajas de aplicar herramientas en los procesos de la empresa, todo ello será importante para mejorar el análisis de los resultados de la investigación. Así mismo beneficiara a la sociedad empresarial, debido a que podrán identificar cuáles son los errores de los emprendedores en la gestión de sus empresas, de este modo podrán reducir los errores aplicando las tecnologías de la información y comunicación y ser más productivos. Finalmente, el presente proyecto servirá como antecedentes para futuros investigadores de distintas universidades ya sean del plano nacional como internacional, es decir podrán usar este tema como una base o modelo para mejorar sus estudios.

Por otro lado la investigación fue de diseño no experimental – transversal, y se utilizó una población muestral de 22 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas. Obteniéndose los siguientes resultados. El 81.82% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad. El 68.18% de los representantes son de género femenino. El 72.73% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria. El 68.18% son los administradores. El 68.18% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años en el rubro. El 77.27% tienen entre a 1 a 5 trabajadores. El 72.73% tienen poco conocimiento sobre el termino gestión de calidad. El 63.64% aplican el Marketing. El 81.82% aplican la técnica de la observación. El 72.73% si cuentan con una computadora. El 81.82% de los representantes usan la red social Facebook para ofrecer los servicios. El 54.55% establecen que lograron como beneficio incrementar las ventas de la empresa. Se concluye que las empresas ene estudio aplican gestión de calidad utilizando el marketing y las redes sociales como el Facebook y WhatsApp para ofrecer sus servicios, del mismo modo les ha permitido incrementar sus ingresos e identificar las necesidades de los clientes

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

Mendoza (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5“s” en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, 2016*. Tuvo como objetivo general: describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5“S” en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos: Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, 2016; Determinar las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5“S” en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, 2016. Para elaborar este trabajo se ha utilizado un nivel de investigación cuantitativo, tipo descriptivo, el diseño fue no experimental transaccional, transversal. Para el recojo de esta información se asumió una población de 90 trabajadores a quienes se le aplicó un cuestionario de 21 preguntas cerradas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados. El 86,7% de los trabajadores encuestados son de sexo femenino. El 41,1% de los trabajadores encuestados manifiestan tener de 21 a 30 años de edad. El 44,4% cuenta con estudios de secundaria completa. el 44,4% manifiestan que a veces se puede distinguir con facilidad lo necesario de lo que no lo es. el 36,7% manifiestan que en su empresa son eliminados todos los artículos innecesarios a veces. el 31,1% manifiestan que casi nunca están los corredores y áreas de trabajo lo suficientemente limpias y señaladas. El 44,4 % de los trabajadores encuestados manifiestan, casi nunca tienen procedimiento para disponer de los artículos innecesarios. El 42,2% de los trabajadores encuestados señalan que casi siempre existe un lugar para cada cosa y cada cosa estará en su lugar. El 40 % de los trabajadores encuestados mencionan que a veces es fácil de reconocer el lugar para cada cosa. El 41,1% de los trabajadores encuestados mencionan que casi siempre las medidas de limpieza utilizadas son inviolables. El 35,6% de los

trabajadores encuestados señalan que casi nunca están las medidas de limpieza y horarios de forma visible. El 45,6% de los trabajadores encuestados menciona que casi siempre están los basureros y compartimientos de desperdicios vacíos y limpios. El 37,8% de los trabajadores encuestados mencionan que casi siempre son observadas las reglas de seguridad y limpieza. El 40 % de los trabajadores encuestados señalan que casi siempre se encuentran las basuras y desperdicios bien localizados y ordenados. Conclusiones: El enfoque de las 5“S” se caracteriza debido a que la mayoría de los trabajadores no están realizando de manera adecuada las estrategias correspondientes como, casi nunca se encuentran las áreas de trabajo lo suficientemente limpias y señalizadas, disponen de artículos innecesarios, nunca se mantiene el monitoreo de la clasificación, orden y la limpieza. Por otro lado existe un descuido genérico debido a que los materiales o equipos no se localizan de manera fácil, y al tener estas deficiencias en varios aspectos resulta perjudicial para las micro y pequeñas empresas y los usuarios afectando el crecimiento y la fidelización

Betancur (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016*. Se planteó el siguiente objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 49 establecimientos de denominación peluquerías y otros tratamientos de belleza, según los datos obtenidos de mesa de partes de la SUNAT, a quienes se realizó un muestreo estratificado determinando una muestra de 49 gerentes a quienes se les

aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados. a) Respecto a los clientes. El 34,7% manifiestan tener de 31 a 40 años de edad. El 69,4% son de sexo femenino. El 46,9% manifiestan tener un grado de instrucción de nivel superior no universitaria. b) Respecto a la gestión de calidad. El 44,9% de los gerentes encuestados manifiestan que nunca realizan la presentación de ventas del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza. El 46,9% de los gerentes encuestados del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza. El 18,4% de gerentes encuestados del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza, indican que casi nunca han contado con programas de incentivos en la empresa. El 32,7% de los gerentes encuestados del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza indican que nunca han llevado a cabo la distribución de muestras gratuitas para una buena promoción de ventas. El 51,0% de gerentes encuestados del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza manifiestan que casi nunca hace entrega de cupones a los clientes. El 42,9% de los gerentes encuestados del rubro de peluquerías y otros tratamientos de belleza manifiestan que nunca hacen el ofrecimiento de entrega de reembolso a los clientes.

Conclusiones: Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, son las siguientes: Deficiencia en el uso de medios de publicidad, en un gran porcentaje no realizan ventas personales, carencia en el uso adecuado de promoción de ventas, desconocimiento respecto a la promoción del marketing directo. Por lo que se puede observar una deficiente aplicación de las herramientas de la mezcla promocional en las MYPE estudiadas, debido a que existe un alto porcentaje de desconocimiento de los gerentes.

Valcazar (2017) en su tesis *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la Urbanización Villa del Norte, distrito los olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017*. Tuvo como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito los Olivos, provincia de Lima, departamento de

Lima, año 2017. Objetivos específicos: determinar las principales características de los empresarios en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017; determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017, y determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro salones de belleza, de la urbanización Villa del Norte, distrito Los Olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017. La investigación fue descriptiva y no experimental, la población estuvo compuesta por 15 micro y pequeñas empresas, se les aplicó un cuestionario de 16 preguntas, utilizando como técnica la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 80% de los representantes legales tienen de 31 a 50 años de edad, el 100% son de género femenino, el 66.67% con estado civil casado, 100% de estos tienen instrucción técnica, 100% indican ser cosmetólogas y el 100% indican tener entre 0 a 5 años de permanencia en la empresa. El 93.33% tienen entre 1 a 5 trabajadores y el 46.67% indicaron que el tiempo de funcionamiento de la empresa es de 1 a 5 años y 100% de las MYPES son manejadas por personas naturales con negocio. Por otro lado el 66,67% definen la gestión de calidad como dar servicios que satisfagan al cliente, el 66,67% enfocan su gestión hacia el cliente, el 80% indican que la atención personalizada es un elemento que está enfocada al cliente, el 46,67% toma como referencia los mejores aspectos de su competidor como técnica de gestión de calidad en servicio, el 53,33% utiliza la capacitación para sus trabajadores, un 100% manifiestan que la satisfacción del cliente se debe al personal capacitado, el 86.67% cree que los recursos utilizados son adecuados para dar un buen servicio; finalmente se concluye que La mayoría entiende que dar servicios que satisfagan al cliente es una definición de gestión de calidad; del mismo modo La mayoría enfocan su gestión hacia el cliente; indican que la atención personalizada es un elemento de gestión de calidad que está enfocada al cliente, así mismo utilizan la técnica de tomar como referencia los mejores aspectos de su competidor (benchmarking) como técnica de gestión de calidad en servicio. La mayoría realiza capacitaciones a sus trabajadores

orientadas a la mejora del servicio. La totalidad manifiestan que la satisfacción del cliente se debe al personal capacitado y la mayoría cree que los recursos utilizados son adecuados para dar un buen servicio al cliente.

Oropeza (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes) del distrito de Huaraz, 2016*. se planteó el siguiente objetivo general: describir las principales características de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otras actividades de entretenimiento karaokes del distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos: Determinar las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes) del distrito de Huaraz. Determinar las características de la gestión de calidad bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes) del distrito de Huaraz. Para el desarrollo del trabajo se utilizó tipo y nivel de investigación descriptiva cuantitativa y diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó de 202 clientes, de los cuales se consideró una muestra de 133 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas cerradas por medio de la encuesta; de lo cual se obtuvo los siguientes resultados. a) Respecto a los representantes. El 48,12% manifiestan tener de 18 a 25 años de edad, el 65,41% son de sexo masculino, el 72,18% manifiestan tener grado de instrucción superior universitario, el 20,30% manifiesta estar en desacuerdo respecto a que las instalaciones físicas no son visualmente atractivas, el 24,06% manifiesta estar en desacuerdo respecto a la modernidad del mobiliario, equipos y herramientas, el 38,35% manifiesta estar en desacuerdo respecto a la apariencia higiénica de los empleados, el 39,85% manifiesta estar en desacuerdo respecto a que los materiales de publicidad son visualmente atractivos, el 29,32% manifiesta estar en desacuerdo respecto a la entrega del servicio en el tiempo determinado, el 24,81% manifiesta estar en desacuerdo respecto a la valoración de la precisión del informe de la duración del servicio, el 23,31% manifiestan estar medianamente de acuerdo respecto a la entrega de un buen servicio la primera vez, el 27,07% manifiesta estar en desacuerdo respecto

a la apreciación del comportamiento que inspira confianza. Se concluye que, las principales características de la gestión de la calidad bajo el modelo de servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro otras actividades de entretenimiento karaokes del distrito de Huaraz, son las siguientes: los clientes perciben un alto grado de deficiencia en los elementos tangibles, falta de fiabilidad, desinterés en la capacidad de respuesta, alto porcentaje de deficiencia en seguridad y empatía. Por lo que se observa que existe una deficiente gestión de calidad de servicio en las MYPE estudiadas debido a que prevalece gran despreocupación por los dueños.

Alejo (2017) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza y spa en la avenida pacífico, distrito de nuevo Chimbote, año 2017*. Tuvo como objetivo general: determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza y spa, en la avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, año 2017. Objetivos específicos: determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Salón de belleza y Spa en la avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Salón de belleza y Spa en la avenida Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, 2017. Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de la Capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Salones de belleza y Spa en la avenida Pacífico del distrito de Nuevo Chimbote, 2017. Para el desarrollo del presente trabajo se utilizó el diseño No experimental – Transversal – Descriptivo. Para determinación de la muestra, se identificó una muestra de 13 (trece) representantes que estuvieron dispuestos a brindarnos información necesaria para nuestra investigación, se les aplicó un cuestionario conformado de 23 preguntas a través de la técnica de encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 61.5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 40 años. El 92.3% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son de género femenino. El 46,1% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas tienen grado de instrucción técnico. El 38,5% de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas son los dueños. El 61,5% de las

micro y pequeñas empresas tienen de 5 a más años de permanencia en el rubro. El 92,3% de las micro y pequeñas empresas cuentan de 1 a 5 trabajadores. El 100% de las micro y pequeñas empresas se encuentran formalizadas. El 53,8% micro y pequeñas empresas fueron creadas por que es rentable. El 84,6% de los representantes de las micro y pequeñas empresas conoce el término gestión de calidad. El 69.2% de las micro y pequeñas empresas aplica una gestión de calidad. El 100% de los representantes de la micro y pequeñas empresas afirman que es importante la gestión de calidad. El 100% de representantes de la micro y pequeñas empresas manifiestan conocer alguna técnica administrativa. El 54% de los representantes de la micro y pequeñas empresas aplican la capacitación como técnica administrativa. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman haberse capacitado antes de crear sus Mypes. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman haberse capacitado en los últimos años. El 69.23% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman haberse capacitado más de 03 (tres) veces. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que la técnica de capacitación que es una inversión. El 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman sí, capacitar a su personal. El 76.9% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman utilizar la técnica para capacitar a su personal a través de seminarios. El 54% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman capacitar a su personal, lo relacionado a la atención al cliente. El 100% % de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman las razones porque no capacitan a su personal, manifiestan sí capacitar a su personal. El 61.5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas afirman que la capacitación les proporcionó el beneficio, la fidelización de los clientes; finalmente se concluye que la totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón de belleza y Spa, en la avenida Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, la mayoría de micro y pequeñas empresas aplica la gestión de calidad en sus negocios, afirma la importancia que es la gestión de calidad para sus negocios, la mayoría absoluta de representantes afirma conocer alguna técnica administrativa, también aplican la capacitación como una técnica administrativa, La totalidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro salón de belleza y Spa, en la

avenida Pacífico, distrito de Nuevo Chimbote, manifiestan haberse capacitado antes de crear sus micro y pequeñas empresas, un grupo afirma capacitarse más de 3 veces, la mayoría de representantes consideran que la técnica de capacitación es un inversión, la mayoría absoluta de micro y pequeñas capacita a su personal a través de seminarios, un porcentaje de empresarios afirma haber capacitado a su personal relacionado a la atención al cliente, los mismos que proporcionan beneficios y mejora el rendimiento del personal.

Esquivel (2015) en su tesis *Caracterización del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015*, se planteó el siguiente objetivo general: describir las principales características del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015. Objetivo general: Determinar las principales características de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas, del sector servicios- rubro hoteles del distrito de Chimbote, 2015. Identificar las características del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad bajo el modelo de Likert en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro hoteles del distrito de Chimbote. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva - cuantitativa y un diseño no experimental- Transeccional o Transversal descriptivo. Para el recojo de la información se identificó una población de 260 trabajadores, de los cuales se escogió una muestra de 112 trabajadores a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas, llegando a los siguientes resultados. El 33.3 % manifiestan tener de 26-35 años de edad. El 87.5% son de sexo masculino. El 40.2% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario. El 26.8 % manifiesta estar En desacuerdo respecto al conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa. El 33.9% manifiesta estar en desacuerdo respecto si los objetivos de la empresa se relacionan con la misión y visión de la empresa. El 30.4 % manifiesta estar en desacuerdo respecto si los objetivos de la empresa están claramente definidos. El 35.7 % manifiesta estar totalmente de acuerdo respecto a que ejecuta sus tareas según los objetivos planteados por la empresa. El 34.8 % manifiesta estar de acuerdo respecto a que le brindan

normas y procedimientos para hacer bien su trabajo. El 32.1 % manifiesta estar en desacuerdo con respecto a la preocupación por parte del jefe por entender bien la labor de sus empleado. El 34.8% manifiesta estar de acuerdo con respecto a que existe ayuda entre los compañeros para lograr los objetivos trazados por la empresa. Se concluye que, Existe un nivel no aceptable de clima organizacional según la perspectiva de los empleados del sector hotelero de Chimbote. Es decir, los empleados consideran que su ambiente de trabajo no les permite satisfacer las necesidades y expectativas. Respecto a las características del clima organizacional en los hoteles de Chimbote, los resultados del estudio nos muestran que los empleados no tienen conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa. A la vez manifiesta desconocer si los objetivos de la empresa se relacionan con su misión y visión. También se observan que ejecutan sus actividades según los objetivos planteados por la empresa por la existencia de algunas normas y procedimientos para la ejecución de las tareas. Igualmente, los empleados en su gran mayoría no reciben el apoyo por parte de su superior para resolver algunos problemas que se presentan en el trabajo. A la vez no percibe un trato justo por parte sus superiores. Y no reciben premios por su trabajo realizado Esto nos afirma la existencia de un ambiente de trabajo regularmente no grato y de irregulares relaciones sociales tanto entre jefes y subordinados.

## **2.2 Bases teóricas**

### **Micro y pequeñas empresas**

Antes de iniciar con los fundamentos que apoyaran al estudio, es relevante conocer que significa una MYPE, debido a que estos negocios permiten mejorar la productividad del Perú, al respecto la Ley 28015 (2003) precisa que las MYPES son una “unidad económica, sea natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (p. 4)

En pocas palabras esta Ley permitió que se mejore la formalización de las micro y pequeñas empresas peruanas, pues las que son formales tengan grandes beneficios que les permitirán extenderse en el sector, y así poder generar una mayoría productiva y economía estable al país.

### **Características de la Ley MYPE 30056**

De la misma manera otro gran cambio que le dio el Gobierno a las micro y pequeñas empresas es la promulgación de la Ley 30056 (2013) la cual establece que su artículo n° 5 que las micro, medianas y pequeñas empresas deben ubicarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales:

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

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

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

Sin duda ahora las micro y pequeñas empresas podrán contratar mayor personal y estos podrán contribuir a mejorar la economía y productividad de las micro y pequeña empresa, del mismo modo cabe decir que si los emprendedores deciden capacitar a su personal, podrán reducir algo de 1% el pago de los impuestos.

### **Importancia de las micro y pequeñas empresas**

De la misma manera es importante resaltar que las micro y pequeñas empresas generan la mayor fuente de empleo privado del país, y esto lo reafirma el Ministerio de trabajo (2013) pues explica que las micro y pequeñas son muy importantes porque representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas, del mismo modo este tipo de empresas son importantes por los siguientes motivos:

Proporcionan abundantes puestos de trabajo.

Reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos.

Incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población.

Son la principal fuente de desarrollo del sector privado.

Mejoran la distribución del ingreso (párr. 8).

Su producción está mayormente vinculada con el mercado interno, por lo que una parte significativa de la población y de la economía de la región dependen de su actividad. Al mismo tiempo, a diferencia de lo que ocurre en los países más desarrollados, la participación de las MYPE en las exportaciones es bastante reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también se expresa en la marcada brecha de productividad respecto de las grandes empresas.

### **Gestión de calidad**

Algunos piensan que la gestión de calidad consiste en un gasto interminable, que las empresas deben realizar para garantizar que sus productos o servicios no sean defectuosos y cumplan con los requisitos básicos. Una adecuada implementación de un sistema de gestión de calidad, sin embargo, va más allá, pues ofrece un valor real y muchos beneficios para la organización, al respecto Hernández (2017) establece que:

La gestión de calidad, como nuevo enfoque gerencial, permite a organizaciones convertirse en entidades de avanzada en los senderos de la gestión del conocimiento, basada principalmente en el recurso más importante, el recurso humano y sus conocimientos. La verdadera capacidad empresarial no está representada en la cantidad de información con que cuenta, sino en la capacidad para utilizarla. (p. 191)

Promover la calidad representa la oportunidad para impulsar la competitividad empresarial a través de la conexión entre producto o servicio y

cliente, siendo esto una vía para estar en sintonía con los cambios del mercado y del entorno dinámico que demanda hoy día estrategias y acciones precisas, con el menor riesgo posible.

### **Sistema de gestión de calidad**

El Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) es un conjunto de elementos relacionados que tienen por finalidad dirigir y controlar diferentes mecanismos para el cumplimiento de los objetivos y de la política de calidad institucional. Este sistema busca incrementar el grado de satisfacción de los usuarios ante los servicios recibidos, por medio de la calidad de los mismos, al respecto Hernández (2017) explica que:

Un Sistema de Gestión de la Calidad puede ayudar a tener un mejor control de cada uno de los procesos internos de una organización, desde un enfoque basado en procesos interrelacionados. Por ende, una cultura de la calidad debe estar basada en requisitos específicos como la satisfacción del cliente en toda su extensión y sobre la base del principio de mejora continua (p. 191)

Se trata de un proceso formal utilizado para revisar las operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad. Éste es requerido en todas las áreas de actividad comercial, independientemente del tamaño de la institución.

### **Norma ISO 9001**

La Norma ISO 9001 se ha convertido en la base de los sistemas de gestión de la calidad más implementados a nivel mundial, ya que es una norma internacional que centra sus fundamentos en los principios de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema eficaz que le permita administrar y mejorar la calidad de sus bienes o servicios, de acuerdo con la Norma ISO 9001 (2015)

La ISO 9001 es una norma ISO internacional elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se aplica a los Sistemas de

Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial. Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente. (p. 1)

Es muy importante que toda organización al momento de tomar la decisión de establecer un SGC, comprenda que esto representa una INVERSION para mantenerse vigente a largo plazo y que, al no implementar un sistema de esta naturaleza, los costos de la no calidad podrían representar una proporción considerable sobre sus costos anuales.

### **Principios de gestión de calidad**

La familia de normas ISO 9000 se basa en 8 principios básicos de gestión de la calidad, al respecto la Norma ISO 9001 (2015) describe detalladamente cada uno de ellos

**Enfoque al cliente** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

**Liderazgo** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

**Compromiso del personal** El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

**Enfoque a procesos** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

Enfoque a la gestión Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

Mejora continua La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

Toma de decisiones basada en hechos Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (p. 2)

El uso exitoso de los ocho principios de gestión por una organización resulta en beneficios para las partes interesadas, tales como mejora en la rentabilidad, la creación de valor y el incremento de la estabilidad. Los principios de la gestión de calidad no pueden ser cerrados, en el momento en el que se implemente la norma ISO 9001 la empresa no se debe resentir. Para que dicha norma le pueda ser útil a la organización tiene que tomarse no como un sistema que se debe implementar sino como un sistema de referencia. Lo deseable es que sea un proceso de mejora continua en el cual la norma ISO 9001 actúe como parte del principio de organización de la calidad.

### **Las tecnologías de la información y comunicación**

Las áreas de la información y de la comunicación han visto potenciadas gracias al desarrollo de la tecnología, creándose lo que se conoce bajo el nombre de TIC o tecnologías de la información y la comunicación, las cuales han revolucionado los procedimientos de transmisión de la información, en tal sentido Estela (2018) define a las TICs como “un grupo diverso de prácticas, conocimientos y herramientas, vinculados con el consumo y la transmisión de la información y desarrollados a partir del cambio tecnológico vertiginoso que ha experimentado la

humanidad en las últimas décadas, sobre todo a raíz de la aparición de Internet. (párr. 3)

Al respecto Belloch (2012) explica que en líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que “giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas” (p. 1)

Por su parte Paulise (2015) lo define como “el conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes” (párr. 12)

De acuerdo con Rocha (2017) explica que:

Las TICS son todas aquellas tecnologías que admiten acceder y emitir gran cantidad de información en tiempo real, permitiendo gestionar o transformar datos por medio del uso de herramientas como ordenadores, hardware, software, redes, entre otros dispositivos con los cuales se genera adquisición, tratamiento, registro y presentación de este recurso, convirtiéndose en un mecanismo de ayuda o soporte en cada área de la organización para la toma de decisiones, se pueden concebir como resultado de una convergencia tecnológica, entre las telecomunicaciones, ciencias de la computación, microelectrónica y ciertas ideas de administración o manejo de información. (p. 11)

Podemos decir que se trata de un conjunto de herramientas o recursos de tipo tecnológico y comunicacional, que sirven para facilitar la emisión, acceso y tratamiento de la información mediante códigos variados que pueden corresponder a textos, imágenes, sonidos, entre otros.

## **Importancia de las tecnologías de la información y comunicación**

Las TIC, permiten a las empresas producir mayor cantidad, mejor calidad y aumentar la competitividad en el mercado, agregando valor a las actividades operacionales y de gestión empresarial. Son de mucha importancia en el sector empresarial, ya que han logrado que las empresas se modernicen en cuanto a los requerimientos que se están dando en el entorno, al respecto Yoia (2017) establece que:

Las TIC han transformado el mundo laboral, convirtiéndose en un elemento fundamental para que haya un desarrollo más productivo en el trabajo. Esto ayuda a que sea más eficaz la comunicación de las organizaciones con el entorno donde se desarrollan. Mejorando el trabajo en equipo, mayor productividad y dando una mejor visibilidad a los productos en el mercado. (párr. 6)

Se puede decir que esto es un mapa que se debe seguir y que va cambiando a medida que vamos avanzando en el tiempo, fortaleciendo el crecimiento de nuevas industrias en el mercado; sin embargo hoy en día no es simplemente aplicar las tecnologías sino saberlas aplicar, hacer un estudio y examinar que tipo de tecnología requiere la empresa para su funcionamiento. Debido a que los diferentes métodos no provocan el mismo impacto en todas las organizaciones. Por este motivo es muy importante que las empresas tengan conocimientos verdaderos sobre las nuevas tecnologías como son las TIC.

## **Tipos de tecnologías de la información y comunicación**

En los últimos años, las TIC han tomado un papel importantísimo en nuestra sociedad y se utilizan en multitud de actividades. Las TIC forman ya parte de la mayoría de sectores: educación, robótica, Administración pública, empleo y empresas, salud, etc., del mismo modo podemos hacer una clasificación general de las tecnologías de la información y comunicación en redes, terminales y servicios que ofrecen, al respecto Mela (2011)

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

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

Servicios en las TIC: las TIC ofrecen varios servicios a los consumidores. Los más importantes son el correo electrónico, la búsqueda de información, la banca online, el audio y música, la televisión y el cine, el comercio electrónico, e-administración y e-gobierno, la e-sanidad, la educación, los videojuegos y los servicios móviles. En los últimos años han aparecido más servicios como los Peer to Peer (P2P), los blogs o las comunidades virtuales y escuelas de negocio que se especializan en impartir su formación. (párr. 6)

## **Tecnologías de la información y comunicación que aplican las micro y pequeñas empresas**

### **El internet**

Hoy en día el uso del internet es considerado como una herramienta fundamental y de mucha importancia en cualquier ámbito de nuestras vidas. Con el internet podemos documentarnos y cualquier tema está a nuestro alcance, de acuerdo con Belloch (2012) lo define como la “RED DE REDES, también denomina red global o red mundial. Es básicamente un sistema mundial de comunicaciones que permite acceder a información disponible en cualquier servidor mundial, así como interconectar y comunicar a ciudadanos alejados temporal o físicamente”. (p. 2)

Podemos destacar que una característica muy importante del internet es que es dinámica y cambiante es decir que las informaciones que se encuentran en Internet se amplían todos los días. Además, las diferentes páginas son dinámicas cambiando su contenido con cierta asiduidad. Tanto es así, que una de los criterios de calidad de la información es la mayor o menor actualización de la misma. Por ello, todas las

páginas que ofrecen información y recursos deberían indicar la fecha en el que se realizó su última actualización.

### **Teléfonos móviles**

A día de hoy, el teléfono móvil se ha convertido en una herramienta imprescindible para trabajar. No solo se utiliza para llamadas o mensajería, sus usos van mucho más allá dentro del entorno profesional, de acuerdo con Bueno (2018) explica que

Con los móviles, las empresas pueden ofrecer servicios y productos a domicilio, así como llevar el control de su propio negocio físico, en cualquier área del planeta. Todo se encuentra al alcance de uno de estos aparatos que puedan almacenar grandes cantidades de información importante, multitud de aplicaciones y programas diversos. Además de comprar y vender productos de manera fácil, con un teléfono inteligente con conexión a internet se pueden crear bancos de información en la nube. Las apps, por otra parte, facilitan cada día mejores y nuevas soluciones, tanto para los comerciantes como para los consumidores. (párr. 8)

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

### **Las computadoras**

Las computadoras han mejorado enormemente el funcionamiento de las empresas en sus respectivos sectores. La tecnología ha avanzado de modo tan notable que aquellos que no están utilizando las computadoras en sus negocios están en una gran desventaja frente a sus competidores, al respecto Busto (s.f):

Las computadoras permiten la aplicación de diferentes tipos de programas que pueden ayudar a las empresas a mantener un registro de sus archivos, documentos, agendas y plazos. Las computadoras también permiten a las

empresas organizar toda su información de una manera muy accesible. La capacidad de almacenar grandes cantidades de datos en una computadora es conveniente y barato, y ahorra espacio. La capacidad de un equipo informático le permite a una empresa organizar sus archivos de manera eficiente y conduce a una mejor gestión del tiempo y la productividad. (párr. 7)

Las computadoras se han convertido en un requisito en la industria de negocios. Facilitan completar tareas que son tediosas y oportuna para los seres humanos. Las empresas que utilizan computadoras son muchas. Aunque muchas de las funciones no son insustituibles, las empresas se han convertido en dependientes de su precisión y la puntualidad.

### **Ventajas de las tecnologías de la información y comunicación**

Las TICs son esenciales para mejorar la productividad de las empresas, la calidad, el control y facilitar la comunicación, entre otros beneficios, aunque su aplicación debe llevarse a cabo de forma inteligente, del mismo modo trae una serie de ventajas al respecto Mela (2011)

**Inmaterialidad.** La digitalización nos permite disponer de información inmaterial, para almacenar grandes cantidades en pequeños soportes o acceder a información ubicada en dispositivos lejanos.

**Instantaneidad.** Podemos conseguir información y comunicarnos instantáneamente a pesar de encontrarnos a kilómetros de la fuente original.

**Interactividad.** Las nuevas TIC se caracterizan por permitir la comunicación bidireccional, entre personas o grupos sin importar donde se encuentren. Esta comunicación se realiza a través de páginas web, correo electrónico, foros, mensajería instantánea, videoconferencias, blogs o wikis entre otros sistemas.

**Automatización de tareas.** Las TIC han facilitado muchos aspectos de la vida de las personas gracias a esta característica. Con la automatización de tareas podemos, por ejemplo, programar actividades que realizaran automáticamente los ordenadores con total seguridad y efectividad. (párr. 5)

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado nuestra manera de trabajar y gestionar recursos. Las TIC son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando nuestros productos en el mercado.

### **Desventajas de las tecnologías de la información y comunicación**

Como bien hemos visto, las TIC suponen muchos beneficios para los individuos y las empresas, sin mencionar que a diario los nuevos avances van haciendo que suplamos muchas de las tareas que antes solían hacerse personalmente, ahora se hagan por algún medio que haga uso de por medio de alguna tecnología. Pero visto desde el punto de vista de algunas personas, las TIC aún suponen algunas desventajas en su uso, lo que hace que se frenen a la idea de implementar el uso de éstas en sus empresas, al respecto Torres (2014) menciona que estas desventajas son “el robo de información; alto costo; dependencia; exceso de información; división social y la disminución de empleos” (p. 32)

Podemos destacar que los problemas de seguridad son una gran preocupación por partes de las empresas, es decir puede que ocurran circunstancias como el riesgo de que se produzcan accesos no autorizados a los ordenadores de las empresas que están conectados a Internet y el posible robo de los códigos de las tarjetas de crédito al comprar en las tiendas virtuales, frena la expansión del comercio electrónico y de un mayor aprovechamiento de las posibilidades de la Red.

### **2.3. Marco conceptual**

#### **Historia de las peluquerías y otros tratamientos de belleza**

Estas empresas se crearon poco más de 15 años en el distrito de Chimbote, se puede decir que los dueños comienzan a identificar la gran necesidad de corte de cabello para un sector muy específico que son alumnos de distintos colegios, del mismo modo para las personas jóvenes de las universidades que requieren acudir a sus instituciones con un corte de cabello elegante y presentable. Pasando los años estas empresas dan

el salto definitivamente cuando se va introduciendo poco a poco en el mundo de la belleza y la moda, es decir fueron incorporando en su servicios maquillajes, pintado de cabello para otro tipo de segmento de mercado que en este caso son las mujeres, debido a que este género siempre busca estar a la moda y por ende el maquillaje es considerado como una expresión artística, por el cual no solo se muestra el movimiento cultural en que se encuentra la sociedad, sino también las épocas pasadas.

### **Peluquería y otros tratamientos de belleza en el Perú**

La tendencia en el país es a gastar más en cuidado personal, del mismo modo los peruanos han incrementado en el último año su visita a las peluquerías y centros de belleza a dos o tres veces por semana, con un promedio de gasto semanal de 25 nuevos soles, podemos decir que hasta hace algunos años la gente en Perú no daba tanta importancia a su imagen, tal vez porque no tenían excedentes que les permitiera darse ciertos gustos, pero ahora, con la capacidad adquisitiva que se tiene, la tendencia es gastar más en este aspecto.

### **Micro y pequeñas empresas del rubro peluquería y otros tratamientos de belleza**

Las peluquerías son establecimientos al cual las personas asisten para cortar o dar cierto estilo a su pelo. En este lugar se pueden realizar diferentes tratamientos capilares que, en su mayoría, tienen que ver con el embellecimiento del pelo y con la restauración de su fortaleza. Hay diferentes tipos de peluquerías, si bien algunas reciben a todo tipo de clientes, muchas otras se especializan en cortes para mujeres, hombres o niños. El nombre de peluquería es sinónimo de salón de belleza.

### **Tecnologías de la información y comunicación en las peluquerías y otros tratamientos de belleza**

Podemos decir que las micro y pequeñas empresas están adoptando las TIC desde un punto de vista estratégico. Son conscientes del valor que aportan a su gestión interna, a su relación con clientes y a su integración con sus proveedores, así como a su imagen de marca, reputación, posicionamiento y visibilidad. Sin embargo, siguen

encontrando dificultades en torno a los recursos, a la formación digital para el personal de plantilla, a la oferta a la que acceden y a la falta de estándares.

Por otro lado, la oferta, los costes y las necesidades internas de personal y de formación son las principales barreras que afrontan las pymes y autónomos a la hora de implementar las TIC en su modelo de negocio; cabe decir que estas dificultades vienen motivadas por la abundante oferta de soluciones existentes, ya que según indican no siempre se adaptan a sus necesidades. Además, señalan la falta de recursos económicos y de personal como otro factor que incide en el proceso de implementación.

### **Gestión de calidad**

La Gestión de la Calidad es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad. Los grandes compradores se dieron cuenta que para garantizar que sus proveedores les enviaran los productos cumpliendo sus especificaciones, era necesario que organizaran y documentaran todos aquellos aspectos de su organización que pudieran influir en la calidad del producto que les suministraban. Todo ello debía estar sistematizado y documentado, y por ello empezaron a obligar a sus proveedores a garantizar la calidad.

### **Tecnologías de la información y comunicación**

Las TIC son el conjunto de tecnologías desarrolladas en la actualidad para una información y comunicación más eficiente, las cuales han modificado tanto la forma de acceder al conocimiento como las relaciones humanas. Las TIC se reconocen como productos innovadores donde la ciencia y la ingeniería trabajan en conjunto para desarrollar aparatos y sistemas que resuelvan los problemas del día a día. Ellas sintetizan elementos de las llamadas tecnologías de la comunicación o TC (radio, prensa y TV) con las tecnologías de la información.

### **III. HIPÓTESIS**

En el estudio titulado: Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019; no se planteó una hipótesis debido a que es de tipo descriptiva.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño de la investigación**

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño

No experimental – transversal- descriptivo de propuesta

Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal por qué el estudio las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2019)

Fue descriptivo porque solo se describió las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019; del mismo modo en base a los resultados se elaboró un plan de mejora

### **4.2 Población y muestra.**

#### **a) Población**

La población estuvo conformada por 22 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019. La cual se obtuvo mediante la base de datos de la Municipalidad provincial del Santa.

**b) Muestra**

La muestra estuvo conformada por 22 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019. Es decir, se utilizará el 100% de la población.

#### 4.5. Operacionalidad de la variable

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

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

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medición</b>
Las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante en la gestión de calidad	Gestión de calidad es hacer uso de las herramientas modernas, en este sentido las Tecnologías de la información y comunicación que nos permiten acceder, producir, guardar, presentar y transferir información. Ellas están en todos los ámbitos de nuestras vidas, en nuestra vida social, familiar y escolar. Sus usos son ilimitados y pueden manejarse con facilidad, sin necesidad de ser un experto.	Termino gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking</li> <li>- Empowerment</li> <li>- Lluvia de ideas</li> <li>- Outsourcing</li> <li>- otros</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal
		Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca iniciativa</li> <li>- Aprendizaje lento</li> <li>- No se adapta a los cambios</li> <li>- Desconocimiento del puesto</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- La escala de puntuaciones</li> <li>- Evaluación 360°</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- A veces</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		Conoce las TIC	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- Tengo cierto conocimiento.</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		Cuenta con una computadora en su empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal

		Nivel de conocimiento de computación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muy bueno</li> <li>- Bueno</li> <li>- Regular</li> <li>- Malo</li> <li>- Muy malo</li> </ul>	Nominal
		Usa el internet para las compras de mercadería	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- A veces</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		Qué tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- WhatsApp</li> <li>- Twitter</li> <li>- Página Web</li> <li>- Ninguna</li> </ul>	Nominal
		Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Siempre</li> <li>- Casi siempre</li> <li>- Algunas veces</li> <li>- Muy poca veces</li> <li>- Nunca</li> </ul>	Nominal
		Qué beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar ventas</li> <li>- Hacer conocida la empresa</li> <li>- Identificar las necesidades de los clientes</li> <li>- Ninguna porque no utiliza</li> </ul>	Nominal

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 21 preguntas relacionadas a los aspectos generales de la micro y pequeñas empresas (5), al empresario (4), y a la variable en estudio: las Tecnologías de la información y de la comunicación como factor relevante para la gestión de calidad (12).

#### **4.5. Plan de análisis.**

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

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

#### 4.7. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
<p>¿Cuáles son las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019?</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Determinar las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.</p>	<p>Las Tecnologías de la información y comunicación</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>La población estuvo conformada por 22 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.</p> <p><b>Muestra</b></p> <p>La muestra estuvo conformada por 22 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros</p>	<p><b>Diseño</b></p> <p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño</p> <p>No experimental –transversal-descriptivo de propuesta</p> <p>Fue no experimental porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se observó las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad, es decir se observó el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto, conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p> <p>Fue transversal por qué el estudio las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p>La técnica utilizada fue la encuesta.</p> <p>En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario</p> <p><b>Plan de análisis</b></p> <p>Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hará uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizará como soporte el programa Excel.</p>

	<p>Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.</p> <p>. Describir las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.</p> <p>. Elaborar un plan de mejora sobre los resultados obtenidos en la investigación.</p>		<p>tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019. Es decir, se utilizó el 100% de la población</p>	<p>empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019, se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin. (2019)</p> <p>Fue descriptivo porque solo se describió las características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019; del mismo modo en base a los resultados se elaboró un plan de mejora</p>	
--	--	--	--	---	--

#### **4.7. Principios éticos**

El presente estudio titulado: las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019, se tomaron en cuenta los siguientes principios éticos:

El respeto de la protección a las personas, puesto que solo se hizo público la información obtenida voluntariamente de la situación que se encuentran las micro y pequeñas empresas, mas no la información personal de los representantes debido a que no hubo una autorización por parte de ellos para ser publico sus datos personales, razón por lo cual se mantuvo el respeto a su privacidad dentro de la investigación.

Beneficencia y no mal eficiencia, porque la información obtenida fue de uso para fines académicos, respetando el bienestar en todo momento de las personas voluntarias que participaron en la investigación.

Justicia, porque el trabajo de investigación se realizó bajo el cumplimiento de las normas y reglamentos de la universidad, y haciendo uso de las buenas practicas académicas teniendo en cuenta el trato equitativo con las personas que participaron el proceso de la investigación.

Integridad científica: Se consideró este principio ético, ya que se toma como referencia a los diferentes autores para las bases de esta investigación sin manipular sus afirmaciones.

Consentimiento informado y expreso: La información publicada se hizo con el consentimiento de las personas involucradas en la investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

Tabla 1

*Características del representante de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.*

Datos generales:	N	%
<b>Edad (años)</b>		
18 – 30	18	81.82
31 – 50	4	18.18
51 años a más.	0	0.00
Total	22	100.00
<b>Genero</b>		
Femenino	15	68.18
Masculino	7	31.82
Total	22	100.00
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	3	13.64
Superior no universitaria	16	72.73
Superior universitaria	3	13.64
Total	22	100.00
<b>Cargo</b>		
Dueño	7	31.82
Administrador	15	68.18
Total	22	100.00
<b>Tiempo en el Cargo</b>		
0 a 3 años	5	22.73
4 a 6 años	15	68.18
7 años a más	2	9.09
Total	22	100.00

*Fuente* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.

Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.*

De la Empresa:	N	%
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)</b>		
0 a 3 años	5	22.73
4 a 6 años	15	68.18
7 años a más	2	9.09
Total	22	100.00
<b>Numero de colaboradores</b>		
1 a 5	17	77.27
6 a 10	5	22.73
11 a más	0	0.00
Total	22	100.00
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>		
Familiares	4	18.18
Personas no familiares	18	81.82
Total	22	100.00
<b>Objetivo de la empresa</b>		
Generas ganancias	20	90.91
Subsistencia	2	9.09
Total	22	100.00

*Fuente* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.

Tabla 3

*Características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.*

Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad	N	%
<b>Termino gestión de calidad</b>		
Si	0	0.00
Tiene poco conocimiento	16	72.73
No	6	27.27
Total	22	100.00
<b>Técnicas de gestión de calidad que aplica</b>		
Benchmarking	0	0.00
Marketing	14	63.64
Empowerment	5	22.73
Las 5 S	3	13.64
Outsorsing	0	0.00
Total	22	100.00
<b>Dificultades en la gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	4	18.18
Aprendizaje lento	7	31.82
No se adapta a los cambios	11	50.00
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Total	22	100.00
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	18	81.82
La evaluación	4	18.18
La escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación 360°	0	0.00
Total	22	100.00
<b>La gestión de calidad mejora el rendimiento</b>		
Si	22	100.00
No	0	0.00
Total	22	100.00

*Continúa...*

Tabla 3

*Características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.*

Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad	N	%
<b>Conoce las TIC</b>		
Si	4	18.18
Tiene poco conocimiento	18	81.82
No	0	0.00
Total	22	100.00
<b>Computadora en su empresa</b>		
Si	16	72.73
No	6	27.27
Total	22	100.00
<b>Nivel de conocimiento de computación</b>		
Muy bueno	0	0.00
Bueno	4	18.18
Regular	18	81.82
Malo	0	0.00
Muy malo	0	0.00
Total	22	100.00
<b>Usa el internet para las compras de mercadería</b>		
Si	4	18.18
A veces	18	81.82
No	0	0.00
Total	22	100.00
<b>Redes sociales que utiliza la venta de sus productos</b>		
Facebook	18	81.82
WhatsApp	4	18.18
Twitter	0	0.00
Página Web	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	22	100.00

*Continúa...*

Tabla 3

*Características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.* *Concluye*

Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad	N	%
<b>Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa</b>		
Siempre	15	68.18
Casi siempre	4	18.18
Algunas veces	3	13.64
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	22	100.00
<b>Beneficios de las TIC dentro de su empresa</b>		
Incrementar ventas	12	54.55
Hacer conocida la empresa	3	13.64
Identificar las necesidades de los clientes	7	31.82
Ninguna porque no utiliza	0	0.00
Total	22	100.00

*Fuente* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.

Tabla 4

*Plan de mejora las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, Casco Urbano distrito Chimbote, 2019.*

<b>Problema</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución - Aplicación de mejora</b>	<b>Responsable</b>
El 72.73% cuentan con estudios no universitarios	Conformismo de los representantes  Falta de recursos económicos y tiempo para estudios superiores.	Buscar financiamiento e iniciar una carrera universitaria, en este caso lo más esencial sería optar por la carrera de administración de empresas.	Administrador/dueño
El 50.00% del personal no se adaptan a los cambios	Miedo o temor a experimentar algo nuevo y cometer errores.  Conformismo por parte del personal	Potenciar la flexibilidad a través del liderazgo democrático, para potenciar las relaciones interpersonales con el personal.  Dar a conocer en qué consisten las modificaciones, porque son importantes, los objetivos y lo que a cada uno le toca hacer.	Administrador/dueño
El 81.82% tienen un nivel regular en computación	Desconocimiento de los beneficios del uso eficiente de las computadoras.	Capacitación en computación e informática, para el uso eficiente de los programas que brinda Microsoft Office.	Administrador/dueño
El 81.82% utilizan el Facebook para ofrecer sus servicios	Desconocimiento de la creación de una página web empresarial	Crear una página web, dado que es una herramienta digital que permite mejorar el posicionamiento de la marca.	Administrador/dueño

## 5.2 Análisis de resultados

Tabla 1.

### *Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas*

El 81.82% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, estos resultados se contrastan con Mendoza (2016) quien expuso que el 41,1% tienen 21 a 30 años de edad, del mismo modo con Betancur (2016) quien establece que el 34,7% tienen de 31 a 40 años de edad, así también con Valcazar (2017) quien aporta que el 80% de tienen de 31 a 50 años de edad, así mismo con Oropeza (2016) quien manifiesta que el 48,12% tienen de 18 a 25 años de edad, de la misma manera con Alejo (2017) quien aporta que el 61.5% tienen entre 31 a 40 años, así también con Esquivel (2015) quien encontró que el 33.3 % tienen de 26 a 35 años de edad. Esto demuestra que la mayoría de las personas adultas; en un inicio comenzaron muy jóvenes, pero nunca se rindieron pesar de diferentes obstáculos que se presentaron, por ende, lograron mucha experiencia en el sector.

El 68.18% de los representantes son de género femenino, estos resultados coinciden con lo hallado por Mendoza (2016) quien expuso que el 86,7% son de sexo femenino, del mismo modo con Betancur (2016) quien establece que el 69,4% son de sexo femenino, así también con Valcazar (2017) quien aporta que el 100% son de género femenino, de la misma manera con Alejo (2017) quien aporta que el 92.3% son de género femenino. Pero se contrasta con los encontrado por Oropeza (2016) quien manifiesta que el 65,41% son de sexo masculino, así también con Esquivel (2015) quien encontró que el 87.5% son de sexo masculino. Esto demuestra que la mayoría de las personas son de género femenino, por ello lograron aprender muy rápido sobre el rubro de las peluquerías, del mismo modo en este giro los clientes exigen a personas de dicho género.

El 72.73% de los representantes tienen grado de instrucción superior no universitaria, estos resultados coinciden con Betancur (2016) quien establece que el 46,9% tienen grado de instrucción de nivel superior no universitaria, así también con Valcazar (2017) quien aporta que el 100% tienen instrucción técnica, de la misma manera con

Alejo (2017) quien aporta que el 46,1% tienen grado de instrucción técnico, así también con Esquivel (2015) quien encontró que el 40.2% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitario. Pero se contrastan con Mendoza (2016) quien expuso que el 44,4% cuenta con estudios de secundaria completa. Pero se contrasta con los encontrados por Oropeza (2016) quien manifiesta que el 72,18% tienen grado de instrucción superior universitario. Esto demuestra que la mayoría de las personas estudiaron una carrera técnica, en este caso estudiaron cosmetología, por ende, lograron rápidamente ingresar a un puesto de trabajo.

El 68.18% de los representantes son los administradores, estos resultados se contrastan con Alejo (2017) quien aporta que el 38,5% son los dueños. Esto demuestra que la mayoría son los encargados de la gestión administrativa de la empresa, del mismo modo algunas personas son las que también realizan la función de corte de cabello.

El 68.18% de los representantes tienen entre 4 a 6 años en el cargo, estos resultados se contrastan con Valcazar (2017) quien aporta que el 100% indican tener entre 0 a 5 años de permanencia en la empresa. Esto demuestra que la mayoría llevan un significativo tiempo desempeñándose en el cargo de administradores, esto debido a que fueron eficientes en sus actividades.

Tabla 2.

#### *Características de las micro y pequeñas empresas*

El 68.18% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años en el rubro, estos resultados se contrastan con Valcazar (2017) quien aporta que el 46.67% indicó que el tiempo de funcionamiento de la empresa es de 1 a 5 años, de la misma manera con Alejo (2017) quien aporta que el 61,5% tienen de 5 a más años de permanencia en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las empresas han logrado mejorar su prestigio en el sector, debido a que llevan un significativo tiempo, del mismo modo esto se logró gracias a la calidad de servicio de peluquería.

El 77.27% de las micro y pequeñas empresas tienen entre a 1 a 5 trabajadores, estos resultados coinciden con Valcazar (2017) quien aporta que el 93.33% tienen entre 1 a 5 trabajadores, de la misma manera con Alejo (2017) quien aporta que el 92,3% cuentan de 1 a 5 trabajadores. Esto demuestra que la mayoría posee esta mínima cantidad de trabajadores, porque son empresas pequeñas, sin embargo, en épocas o temporadas de colegio se tiene que contratar a 2 o 3 personas más para poder cubrir la demanda.

El 81.82% de las micro y pequeñas empresas tienen a personas no familiares trabajando. Esto demuestra que la mayoría consideran que las personas lejanas a su familia ponen más empeño en el servicio de peluquería, del mismo modo hasta la fecha no se han reportado deficiencia o bajo nivel de rendimiento del personal.

El 90.91% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo generar ganancias, y el 9.09% se formaron para subsistir. Esto demuestra que la mayoría tuvo la idea de crear este negocio para poder generar ganancias y abrir o apertura nuevos locales a nivel regional.

### Tabla 3

#### *Características de las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas*

El 72.73% de los representantes tienen poco conocimiento sobre el término gestión de calidad, estos resultados contrastan con Alejo (2017) quien aporta que el 84,6% conoce el término gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría de las personas decidieron en un inicio mejorar su aprendizaje en gestión de calidad mediante el uso del internet, sin embargo hace falta llevar cursos de gestión empresarial para poder ejercer mejorar sus funciones en la empresa.

El 63.64% de los representantes aplican el Marketing, estos resultados se contrastan con lo hallado por Alejo (2017) quien aporta que el 54% aplican la capacitación como técnica administrativa. Esto demuestra que la mayoría aplican esta herramienta porque esta se encarga de brindar difusión a la marca de la empresa, sus productos,

servicios y con ello también aumenta las ventas y la rentabilidad del negocio; del mismo modo logra generar ventajas competitivas de la empresa para poder diferenciarse de las empresas del mismo giro y que están interesados en los mismos clientes.

El 50.00% de los representantes consideran que su personal no se adapta a los cambios, el 31.82% muestra aprendizaje lento y el 18.18% poca iniciativa. Esto demuestra que la mayoría consideran que los trabajadores no se adaptan por temor a cometer errores con el nuevo sistema que cree la empresa; cabe decir que las empresas que comprenden la conexión entre preparar a sus personas para aceptar el cambio y una efectiva implementación de nuevas iniciativas tienen garantía de ver sus esfuerzos recompensados y de conseguir los objetivos planteados; cabe decir que lo importante es señalar las áreas clave en las que el capital humano puede verse afectado. Poner en marcha iniciativas para ayudar a adaptarse a los cambios.

El 81.82% de los representantes aplican la técnica de la observación, y el 18.18% mediante la evaluación. Esto demuestra que la mayoría aplica esta técnica de observación porque a través de ella se determina comportamiento laboral durante un determinado periodo de tiempo, cabe decir que entre los métodos más usados están las técnicas de valoración de mérito que han sido diseñadas para reducir la ambigüedad y alcanzar una mayor objetividad.

El 100.00% de los representantes manifiestan que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Esto demuestra que la totalidad de las personas consideran que aplicar las herramientas de gestión son necesarias para que las empresas sean eficientes en todos sus procesos, esto genera un clima laboral favorable, debido a que se está cumpliendo satisfactoriamente con todos los objetivos.

El 81.82% de los representantes manifiestan que tienen poco conocimiento del término TIC, y el 18.18% si muestra conocimiento. Esto demuestra que la mayoría comprenden que es necesario conocer dichas herramientas, por ello para aplicarlas eficientemente en primer lugar, es necesario comunicar claramente el objetivo que persigue la organización con la implementación de tecnología que se va a realizar y,

en segundo lugar, brindar adecuada capacitación al personal que utilizará las herramientas seleccionadas

El 72.73% de los representantes si cuentan con una computadora, y el 27.27% no cuenta con una computadora. Esto demuestra que la mayoría si utilizan estos equipos dado que les trae una serie de ventajas como; fácil acceso a la información, así también permite la comunicación a distancia, así mismo Ayuda en los deberes cotidianos ya sean tareas o asuntos de trabajo y permite el Ahorro de recursos tales como papel, en el caso de cartas y trabajos escritos que pueden ser sustituidos.

El 81.82% de los representantes manifiestan que tienen un nivel de conocimiento regular en computación, y el 18.18% un nivel bueno. Esto demuestra que la mayoría aún no ha recibido la debida capacitación para el uso de estos equipos, por ende, si se les capacitara entonces el uso de las computadoras en la oficina podrían incrementar la productividad no solo en áreas como en el procesamiento de palabras, manejo de datos y acceso a información, sino que también en la creación de información, el intercambio y finalmente el almacenamiento. Sin embargo, la cantidad de tiempo que la mayoría de los trabajadores pasa en una computadora ha aumentado un sinnúmero de problemas como la fatiga en los ojos, muñecas y manos.

El 81.82% de los representantes expresan que a veces utilizan el internet para la compra de mercaderías, y el 18.18% si lo utilizan. Esto demuestra que la mayoría aun desconocen de la impotencia del internet en la productividad de las empresas, cabe decir que gracias al correo electrónico y a las redes sociales, la comunicación entre la empresa y sus proveedores y clientes es mucho más rápida y sencilla. Se pueden reducir considerablemente las visitas y las llamadas telefónicas, los pedidos se pueden realizar por correo, se pueden resolver las dudas del cliente a través de Twitter, etc

El 81.82% de los representantes usan la red social Facebook para ofrecer los servicios, y el 18.18% el WhatsApp. Esto demuestra que la mayoría considera que etapa red social permite crear un canal de comunicación con los clientes; gestionar la reputación online, atendiendo y previniendo posibles crisis; del mismo modo permite

una comunicación personalizada, conocer y fidelizar a tus clientes y lograr una mejor cercanía emocional.

El 68.18% de los representantes expresan que siempre utilizan sus teléfonos para coordinar los asuntos de la empresa, el 18.18% casi siempre y el 13.64% algunas veces. Esto demuestra que la mayoría considera que este equipo permite y facilita una mejor comunicación para coordinar los asuntos de la empresa ya sea para la compra de mercaderías o contactarse más rápido con el cliente, cabe decir que el móvil, al ser un instrumento receptor de valiosas cantidades de información y proporcionarnos multitud de herramientas para estar en contacto los unos con los otros, ha sido también el responsable de cambios en los hábitos de particulares y profesionales, mejorando la productividad en el trabajo, haciéndonos más localizables, y convirtiéndose en el instrumento vital que acompaña nuestras largas jornadas.

El 54.55% de los representantes establecen que lograron como beneficio incrementar las ventas de la empresa, el 31.82% identificar las necesidades de los clientes y el 13.64% hacer conocida a la empresa. Esto demuestra que la mayoría si mejoro sus ingresos a estas herramientas, del mismo modo entre las múltiples ventajas que entregan las TIC son reemplazar procesos, manuales que consumen tiempo y energía, permitir ingresos adicionales a través de la web para comercializar los productos y/o servicios de la organización y, así, alcanzar nuevos mercados y clientes; sin embargo para lograr los beneficios que las TIC ofrecen es necesario hacer un adecuado análisis de la organización en la que se implementarán y determinarán los objetivos.

## **PLAN DE MEJORA**

### **1. Datos generales**

Estas empresas se crearon poco más de 15 años en el distrito de Chimbote, se puede decir que los dueños comienzan a identificar la gran necesidad de corte de cabello para un sector muy específico que son alumnos de distintos colegios, del mismo modo para las personas jóvenes de las universidades que requieren acudir a sus instituciones con un corte de cabello elegante y presentable. Pasando los años estas empresas dan el salto definitivamente cuando se va introduciendo poco a poco en el mundo de la belleza y la moda, es decir fueron incorporando en su servicios maquillajes, pintado de cabello para otro tipo de segmento de mercado que en este caso son las mujeres, debido a que este género siempre busca estar a la moda y por ende el maquillaje es considerado como una expresión artística, por el cual no solo se muestra el movimiento cultural en que se encuentra la sociedad, sino también las épocas pasadas.

### **2. Misión**

Brindar a nuestros clientes servicios y productos profesionales, innovadores y de calidad que hagan resaltar su belleza y estilo propio.

### **3. Visión**

Ser un centro de estética integral reconocido, distinguido y demandante en el mundo de la belleza, enfocado a la elegancia y vanguardia, siempre en contacto con la tendencia y moda para atender a nuestros más exigentes clientes.

### **4. Objetivos**

Ofrecer los mejores productos y servicios del cuidado personal

Conseguir la lealtad de mis clientes, ofreciendo un buen servicio.

Establecer estrategias de mercadeo que permitan el crecimiento y permanencia de la empresa.

## 5. Productos y/o servicios

**Coloración:** Coloración sin amonio; iluminación; brillos; mechas californianas y balayage.

**Cabello:** corte; cepillado; peinado; trenzas y moños.

## 6. Organigrama de la empresa



## 7. Diagnostico general

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<p><b>Crecimiento del prestigio del negocio</b></p> <p><b>Ampliación de los servicios de atención al cliente</b></p> <p><b>Aumento de la cartera de clientes</b></p>	<p><b>Aumento de la competencia</b></p> <p><b>Alza de los productos de estéticas</b></p>
<p><b>Fortalezas</b></p> <p><b>Excelente atención al cliente</b></p> <p><b>Uso de productos de calidad y reconocidas marcas</b></p> <p><b>Personal capacitado creativo e innovador</b></p>	<p><b>F – O</b></p> <p>Generar un plan continuo de capacitación y actualización de personal en técnica de peluquería, estéticas y atención al cliente.</p> <p>Ofrecer promociones a los clientes</p>	<p><b>F – A</b></p> <p>Mejorar el conocimiento del personal en el uso de las tecnologías para derrotar a la competencia.</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p><b>Insuficiente personal de trabajo para los fines de semana</b></p> <p><b>No se admiten acompañantes de los clientes</b></p> <p><b>Espacios restringidos en el salón de belleza</b></p>	<p><b>D – O</b></p> <p>Solicitar financiamiento bancario para ampliar la sala física del negocio y facilitar la inversión del capital de trabajo</p>	<p><b>D – A</b></p> <p>Mejorar la organización del personal, buscando la diferenciación por servicio.</p>

## 8. Indicadores de una buena gestión.

- Nivel de ventas.
- Participación en el mercado.
- Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos.
- Posicionamiento frente a la competencia.
- Rentabilidad de la empresa.
- Nivel de endeudamiento.
- Cumplimiento del programa de entregas.

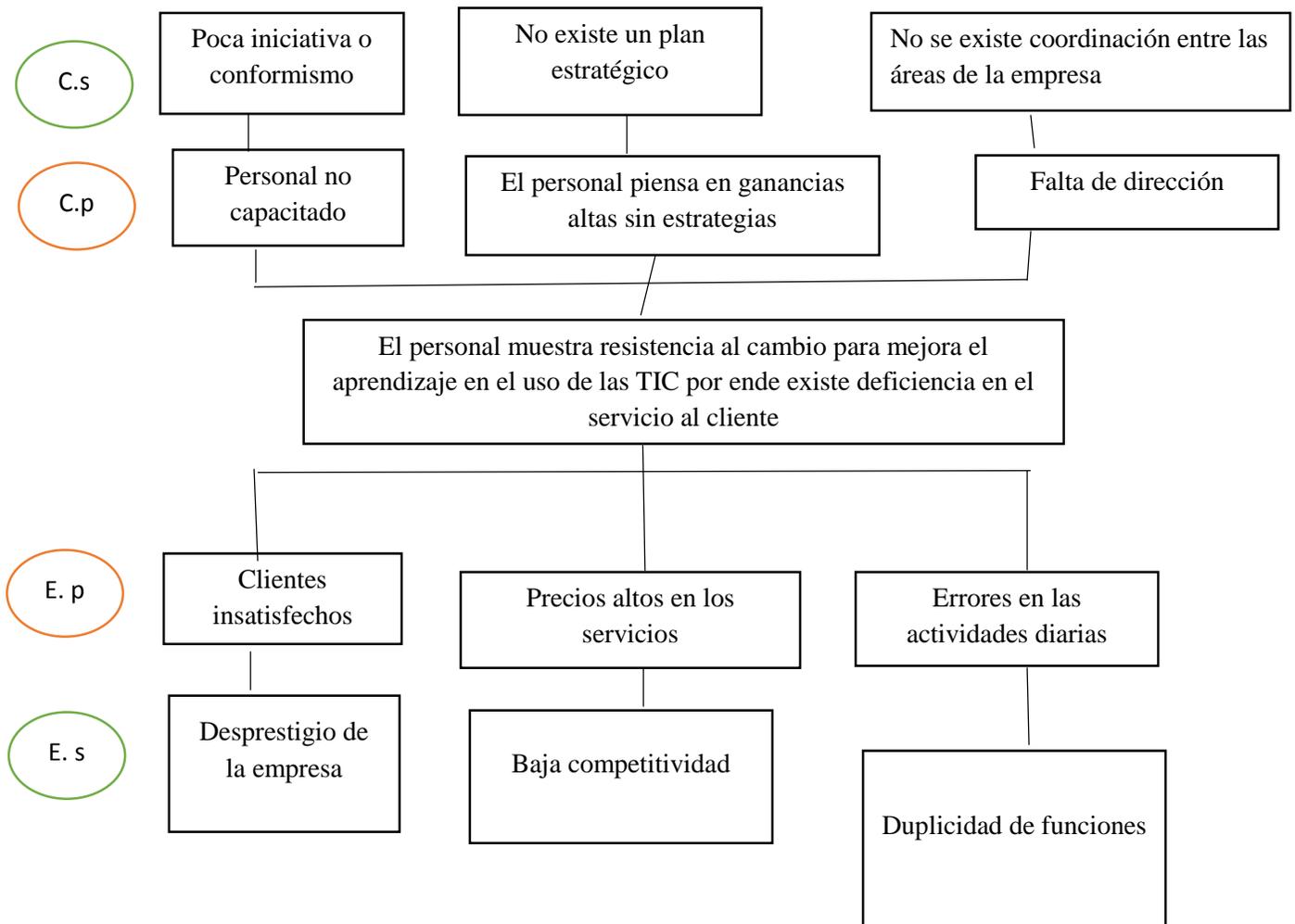
Indicadores	Problema	Acción de mejora
Nivel de ventas.	Se encuentran estancadas	Descuentos a los mejores clientes
Participación en el mercado	Alta participación de mercado	Ofrecer los servicios por las redes sociales
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	Buena satisfacción del cliente	Aplicar encuestas de satisfacción
Posicionamiento frente a la competencia	La marca es reconocida	Aplicar el benchmarking
Rentabilidad de la empresa	La rentabilidad es buena	Establecer o aplicar indicadores de rentabilidad
Nivel de endeudamiento	Se trabaja con finamiento bancario	Reconocer en que entidad bancaria favorecerá a la empresa
Cumplimiento del programa de entregas	El servicios se da de una manera eficiente	Capacitación en temas de estética, peluquería.

## 9. Problemas

Problemas	Acción de mejora
Personal no capacitado	Talleres de capacitación en el uso de las TIC
No se cuenta con una base de datos para los clientes	Crear una base de datos

Falta dirección	Mejorar el proceso de toma de decisiones
Conformismo del personal, por ende no quieren mejorar su aprendizaje en el uso de las TIC	Motivar al personal al aprendizaje continuo

**10. Causas** (Utilizando el diagrama de espina causa- efecto, tormenta de ideas, etc.).



## 11. Establecer soluciones.

### 11.1. Establecer acciones

<b>N°</b>	<b>Acciones de mejora a llevar a cabo</b>	<b>Dificultad</b>	<b>Plazo</b>	<b>Impacto</b>	<b>Priorización</b>
1	Talleres de capacitación en el uso de las TIC	Que el personal no entienda correctamente el uso de las TIC	15 días	Personal calificado	Identificar las nuevas TICS
2	Crear una base de datos	El personal quizá no se acostumbre a la base de datos	15 días	Personal calificado	Identificar a los clientes
3	Mejorar el proceso de toma de decisiones	Deficiente análisis en la toma de decisiones	15 días	Colaboración y trabajo en equipo	Capacitar al dueño y personal en el tema de toma de decisiones
4	Motivar al personal al aprendizaje continuo	Poca iniciativa del personal	15 días	Personal calificado	Identificar los factores motivacionales

## 11.2.Estrategias (que se desean implementar).

<b>ÁREA DE MEJORA N°1: Recursos humanos</b>	
Descripción del problema	El personal tiene aprendizaje lento por ende existe deficiencia en el servicio al cliente
Causas que provocan el problema	Personal no capacitado para el uso del as tics, No se cuenta con una base de datos para los clientes, falta de dirección, Conformismo del personal, por ende no quieren mejorar su aprendizaje en el uso de las TIC.
Objetivo a conseguir	Mejorar el aprendizaje en el tema del uso de las tics
Acciones de mejora	Talleres de capacitación en el uso de las TIC Crear una base de datos Mejorar el proceso de toma de decisiones Motivar al personal al aprendizaje continuo
Beneficios esperados	Personal calificado en el uso de las TICS Colaboración y trabajo en equipo

## 12. Recursos para la implementación de las estrategias

- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos

## 13. Esquematizar las estrategias

- Establecer acciones
- Estrategias
- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos
- Establecer el tiempo del desarrollo (de cada estrategia).

<b>Establecer acciones</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Humanos</b>	<b>Económicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	<b>Tiempo</b>
Talleres de capacitación en el uso de las TIC	Identificar las nuevas TICS	Administrador	s/. 300.00	Computadoras Proyectores	15 días
Crear una base de datos	Identificar a los clientes	Administrador	s/. 1000.00	Computadoras	15 días
Mejorar el proceso de toma de decisiones	Capacitar al dueño y personal en el tema de toma de decisiones			Computadoras Proyectores	15 días
Motivar al personal al aprendizaje continuo	Identificar los factores motivacionales	Administrador	s/. 5000.00	Computadoras Proyectores	15 días

### **Cronograma de actividades.**

<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Cronograma de actividades</b>	
	<b>Setiembre</b>	<b>Diciembre</b>
Talleres de capacitación en el uso de las TIC	■	
Crear una base de datos		■
Mejorar el proceso de toma de decisiones	■	
Motivar al personal al aprendizaje continuo		■

## **VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 Conclusiones**

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con una edad promedio de 18 a 30 años, así mismo son del género femenino, cuentan con estudios superiores no universitarios, tienen el cargo de administradores y se encuentran desempeñando dicho cargo entre 4 a 6 años.

La mayoría micro y pequeñas empresas llevan en el rubro entre 4 a 6 años, del mismo modo tienen entre 1 a 5 trabajadores y estas son personas no familiares, así también las empresas se crearon con el objetivo de generar ganancias.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen poco conocimiento sobre el término gestión de calidad, así mismo aplican el Marketing en sus procesos, manifiestan que el personal no se adapta a los cambios, miden o evalúa en rendimiento del personal a través de la observación, considera que la gestión de calidad si mejorar el desempeño de la empresa. Por otra parte, cuentan con poco conocimiento sobre el término TIC, si cuentan con una computadora, del mismo modo cuentan con un nivel de conocimiento regular, a veces usan el internet para la compra de mercaderías, así mismo usan la red social Facebook para ofertar sus servicios, siempre usan sus teléfonos para coordinar los asuntos de la empresa, finalmente han mejorado su nivel de ingresos o ventas.

Se elaboró el plan de mejora en base a los resultados de la investigación, con la finalidad de establecer las estrategias que permitan aplicar una adecuada gestión de calidad.

## **6.2 Recomendaciones**

Tomar decisiones mediante un consenso de esta manera se podrá gestionar el cambio, es decir el consenso requiere compartir información, valores y estrategias y reflexionar acerca de las causas primarias de los problemas, del mismo modo el contraste de opiniones evitara errores de apreciación, por ende no se debe temer el debate dado que no genera conflicto cuando se comparte un interés común.

Aplicar el liderazgo participativo esto va agendar mayor motivación, implicación y compromiso del equipo, es decir cuando los miembros de un equipo ven que tienen libertad para aportar sus ideas y soluciones, su motivación aumenta.

Aplicar el Marketing para que cualquier persona desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento pueda conocer los productos o servicios, del mismo modo esta herramienta permitir ampliar la audiencia, reduce costes y además permitirá conocer en todo momento los resultados obtenidos mediante estadísticas y análisis detallados que te informa de quiénes están interesados en los servicios, desde dónde y aporta una retroalimentación que ayudara a mejorar constantemente los procesos del servicio.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación.

## REFERENCIAS

- Alejo, J. (2017). *Gestión de calidad con el uso de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza y spa en la avenida pacífico, distrito de nuevo Chimbote, año 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias económicas. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú
- Belloch, C. (2012). Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje. Recuperado de, <https://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Betancur, S. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de mezcla promocional en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza en el distrito de Huaraz, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias económicas. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú
- Bueno, D. (2018). *La importancia del smartphone en las empresas*. Recuperado de, <https://negociosyestrategia.com/blog/importancia-smartphone-empresas/>
- Busto, E. (s.f). *¿Cuáles son las ventajas de las computadoras en los negocios?*. Recuperado de, <https://pyme.lavoztx.com/cules-son-las-ventajas-de-las-computadoras-en-los-negocios-4244.html>
- Carrillo, A. (2017). *Principales barreras para la implementación de las TIC en pymes y autónomos, según un estudio de eAPyme y ESADE*. Recuperado de, <https://www.ithotelero.com/noticias/principales-barreras-para-la-implementacion-de-las-tic-en-pymes-y-autonomos-segun-un-estudio-de-eapyme-y-esade/>
- Dobson, J. (2018). *Pymes emplean 75% de la PEA y destacan en emprendimientos*. Recuperado de, <https://elperuano.pe/noticia-pymes-emplean-75-de-pea-y-destacan-emprendimientos-67499.aspx>
- Esquivel, P. (2015). *Caracterización del clima organizacional como herramienta de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro hoteles del*

- distrito de Chimbote, 2015. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias económicas. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú*
- Estela, M. (2018). *¿Qué son las TICs?*. Recuperado de, <https://concepto.de/tics/>
- Hernández, H. (2017). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. Recuperado de, <file:///C:/Users/usuario/Downloads/2130-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3243-1-10-20180823.pdf>
- Ley 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de, <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>
- Ley 30056 (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las micro, pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
- Mendoza, K. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque de las 5 “s” en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro peluquerías y otros tratamientos de belleza del distrito de Huaraz, 2016. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias económicas. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú*
- Mela, M. (2011). *¿Qué son las TIC y para que sirven?*. Recuperado de, <http://noticias.iberestudios.com/%C2%BFque-son-las-tic-y-para-que-sirven/>
- Norma ISO 9001 (2015). *ISO 9001:2015*. Recuperado de, <https://www.isotools.org/pdfs/sistemas-gestion-normalizados/ISO-9001.pdf>
- Norma ISO 90001 (2015). *La gestión por procesos*. Recuperado de, <https://www.fomento.es/NR/rdonlyres/9541ACDE-55BF-4F01-B8FA-03269D1ED94D/19421/CaptuloIVPrincipiosdelagestindelaCalidad.pdf>

- Oropeza, L. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el modelo servqual en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro otras actividades de entretenimiento (karaokes) del distrito de Huaraz, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias económicas. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú
- Orozco, M y Quiroz, G. (2015). *El 82% de pymes de Ecuador accede a Internet, pero su uso se limita a enviar correos y tareas administrativas*. Recuperado de, <https://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>
- Paulise, L. (2015). *¿Cuál es el impacto de las TIC en las pequeñas empresas?*. Recuperado de, <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/impacto-tic-pequenas-empresas/>
- Rocha, J. (2017). *Importancia de las T.I.C.S en el ambiente empresarial*. Recuperado de, [http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28251/11062405\\_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/28251/11062405_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Torres, J. (2014). *Uso de las TIC en el crecimiento y desarrollo de las empresas*. Recuperado de, <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/4053/tfm368.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vaca, R. (2017). *Sólo 6% de Pymes aprovecha las tecnologías de la información*. Recuperado de, <https://www.forbes.com.mx/solo-6-pymes-aprovecha-las-tecnologias-la-informacion/>
- Valcazar, G. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro salones de belleza, de la Urbanización Villa del Norte, distrito los olivos, provincia de Lima, departamento de Lima, año 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de ciencias económicas. Universidad Privada Antenor Orrego. Perú
- Yoia, D. (2017). *La importancia de las TIC en las empresas*. Recuperado de, <https://yoia.co/la-importancia-de-las-tic-en-las-empresas/>

## ANEXOS

### Anexo 1. Cronograma de Actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																	
<b>N°</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>Año 2018</b>								<b>Año 2019</b>							
		<b>Semestre I</b>				<b>Semestre II</b>				<b>Semestre I</b>				<b>Semestre II</b>			
		<b>Mes</b>				<b>Mes</b>				<b>Mes</b>				<b>Mes</b>			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto													x			
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación													x			
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación													x			
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación														x		
5	Mejora del marco teórico y metodológico														x		
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de información														x		
7	Elaboración del consentimiento informado														x		
8	Recolección de datos														x		
9	Presentación de resultados															x	
10	Análisis e interpretación de los resultados															x	
11	redacción del informe																x
12	revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación																x
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación																x
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																x
15	Redacción de artículo científico																x

## Anexo 2. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable estudiante</b>			
<b>Categorías</b>	<b>Base</b>	<b>% Numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros</b>			
Impresiones	70.00	0.2	14.00
Fotocopias	80.00	0.1	8.00
Empastado	0.00	0	0.00
Papel Bond A 4 (500 Hojas)	2.00	22.5	45.00
Lapiceros	3.00	0.8	2.40
<b>Servicios</b>			0.00
Uso del turnitin	50.00	2	100.00
<b>Sub total</b>			169.40
<b>Gastos de viaje</b>			
Pasajes para recolectar la información	120.00	1	120.00
<b>Sub total</b>			120.00
<b>Taller de investigación</b>			0.00
Matricula	300.00	1	300.00
Pensión	850.00	2	1700.00
<b>Sub total</b>			2000.00
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			2289.40
<b>Presupuesto no desembolsable</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% Numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			2941.40

**Financiamiento:** Autofinanciado por el estudiante.

### Anexo 3. Población

N	RAZÓN COMERCIAL	REPRESENTANTE	UBICACIÓN
1	VALEXI SALON & SPA	Anónimo	JIRÓN MANUEL VILLAVICENCIO 633
2	ESTÉTICA UNISEX JUANITA	Cecilia Fernandez	JIRÓN MANUEL RUIZ 693
3	RONELI ALTA PELUQUERIA	Josefina	JR. ENRIQUE PALACIOS 624
4	PERFUMERÍA Y ESTÉTICA KAREN'S	Estefany Inuma	JIRÓN MANUEL RUIZ 556, CHIMBOTE
5	MASSIMO SALON & SPA	Mariela	JIRÓN MANUEL RUIZ 649
6	DIVER FASHION PELUQUERÍA	Antonia	JR. MANUEL VILLAVICENCIO 637
7	PELUQUERÍA LEO	Yasmin	JR. VILLAVICENCIO 334
8	PATTY NAILS	Anónimo	JR LEONCI PRADO NÚMERO 483
9	SALÓN Y SPA ROMA	Anónimo	JR. MANUEL RUIZ
10	VALEXI SALÓN & SPA	Anónimo	ELÍAS AGUIRRE #282 SEGUNDO PISO
11	GLAMOUR SPA	Federica	MANUEL RUIZ 557
12	TIENS	Malissa	ELÍAS AGUIRRE N°721
13	ESTETICA EDITH	Roberta Calderón	JR. MANUEL RUIZ 524
14	PERFUMERIA ABANTO		JR. MANUEL RUIZ 50
15	SALON DE BELLEZA BETHY	Anónimo	JR. ALFONSO UGARTE 654 43 CHIMBOTE
16	SARITA SALON	Anónimo	JR. MANUEL RUIZ 563 INT.2
17	VERITO SALON	Anónimo	JR. ESPINAR 637 CASCO URBANO (INTERIO 43 CHIMBOTE
19	SUSAM SPA	Sarita Eusebia	AVENIDA GÁLVEZ
20	PELUQUERÍA IRMA	Noemi Torres	AVENIDA GÁLVEZ
21	PELUQUERÍA ANTONIA	Santa Marcia	AVENIDA GÁLVEZ
22	SALÓN DE BELLEZA BELÉN	Belen Mostacero	AVENIDA GÁLVEZ

## **Anexo 4. Instrumentos de recolección de datos**

### **CUESTIONARIO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**



---

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

#### **CUESTIONARIO**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: las Tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro eventos infantiles, distrito San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, 2019. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

#### **I. GENERALIDADES**

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

###### **1. Edad**

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

###### **2. Genero**

- a) Masculino
- b) Femenino

**3. Grado de instrucción**

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

**4. Cargo que desempeña**

- a) Dueño
- b) Administrador

**5. Tiempo que desempeña en el cargo**

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

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

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

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

**7. Número de Trabajadores**

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

**8. Las personas que trabajan en su empresa son:**

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

**2.1. GESTIÓN DE CALIDAD**

**10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?**

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

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

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) empowerment
- d) las 5 c
- e) outsourcing
- f) otros

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

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

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

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

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

- a) si
- b) no

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

**15. ¿Conoce las TIC?**

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

**16. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?**

- a) Sí
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Anexo 5. Figuras

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

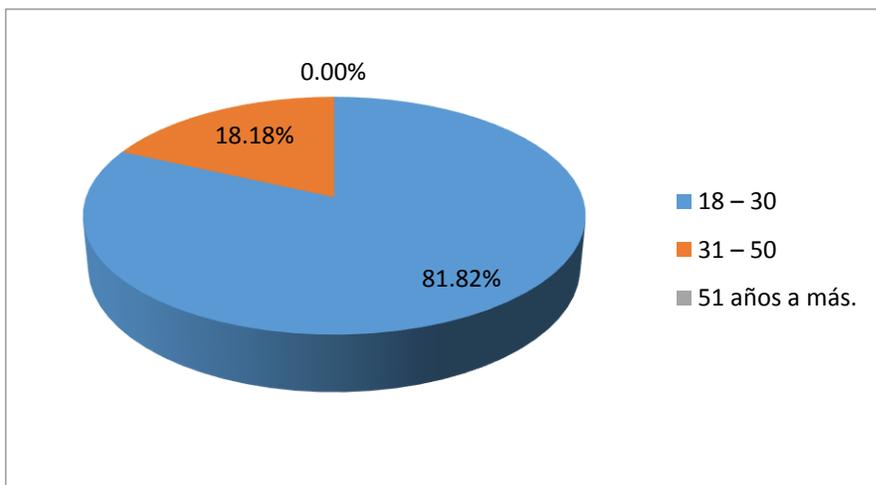


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

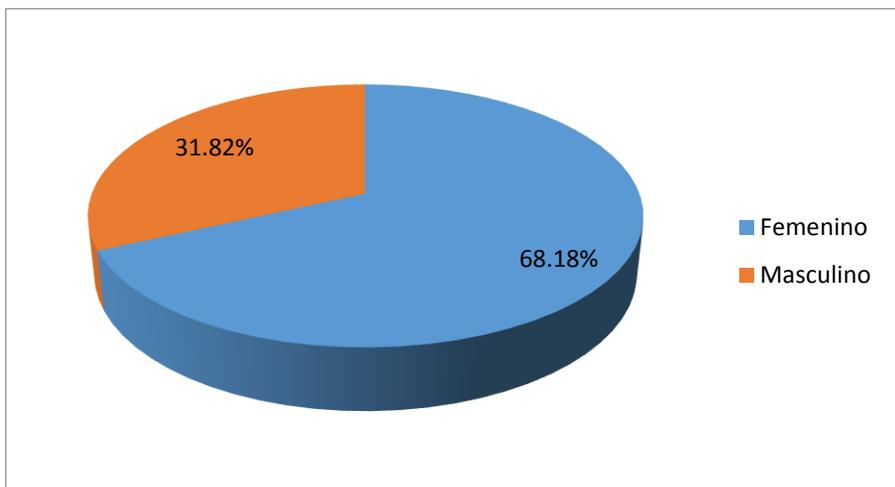


Figura 2. Genero del representante

Fuente. Tabla 1

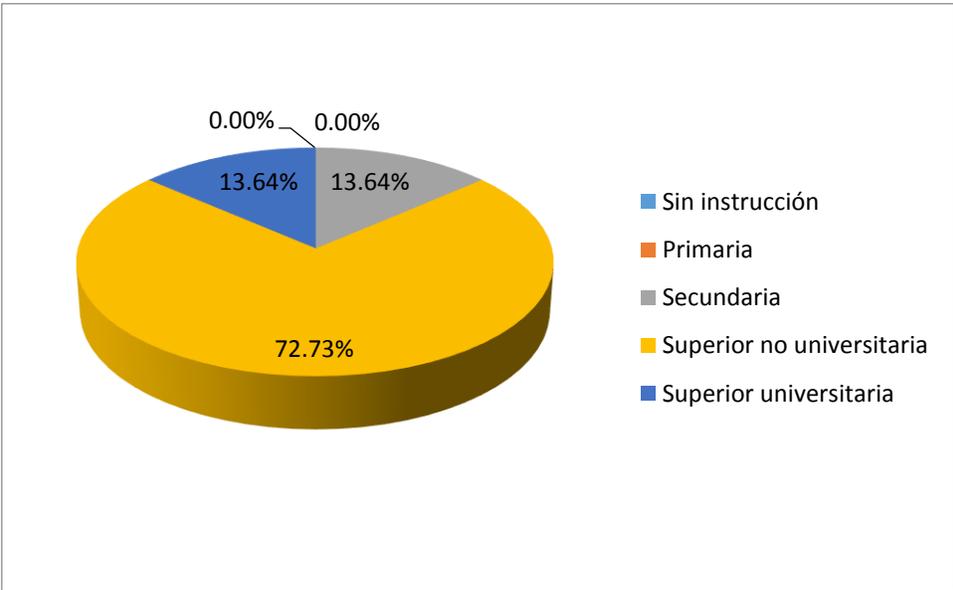


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente. Tabla 1

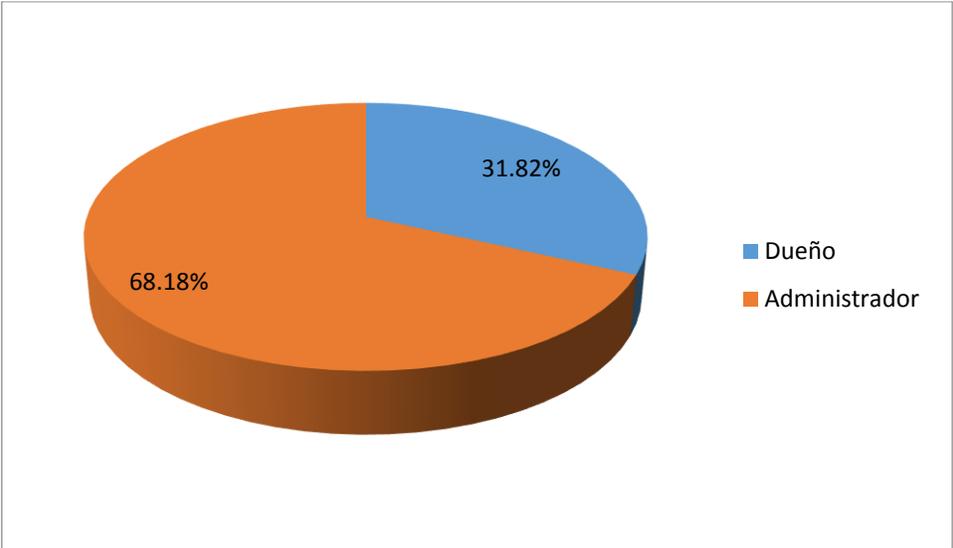


Figura 4. Cargo

Fuente. Tabla 1

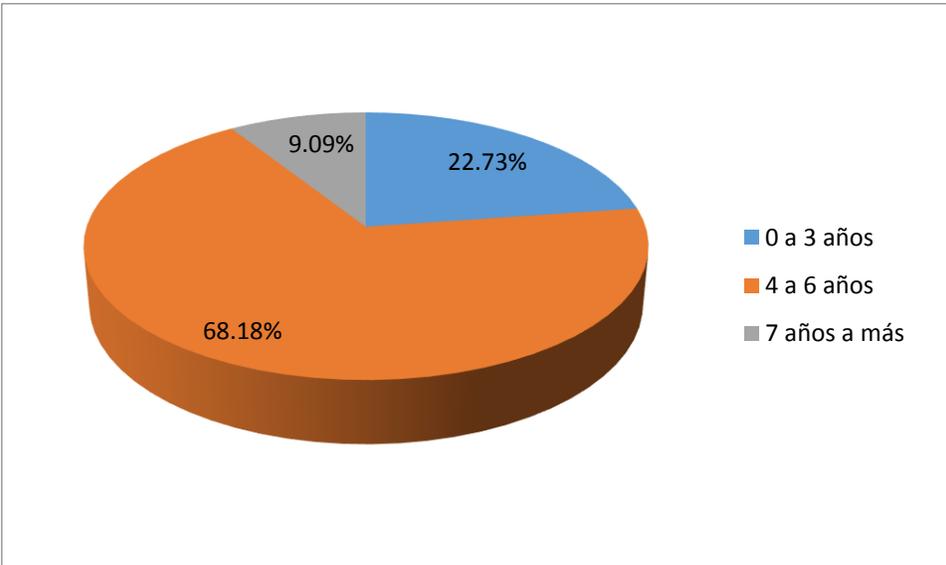


Figura 5. Tiempo en el cargo

Fuente. Tabla 1

**b) Referente a las micros y pequeñas empresas:**

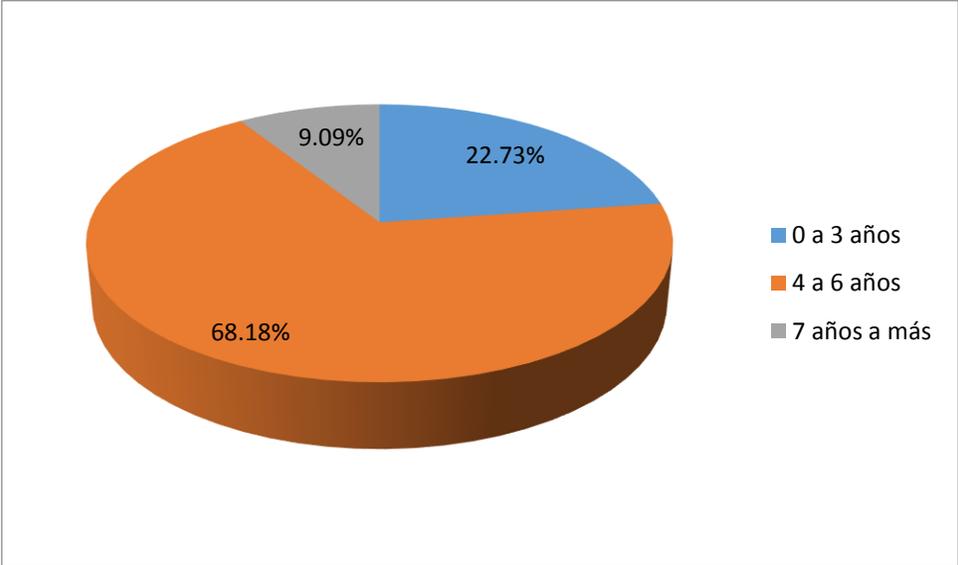


Figura 6. Tiempo en el rubro

Fuente. Tabla 2

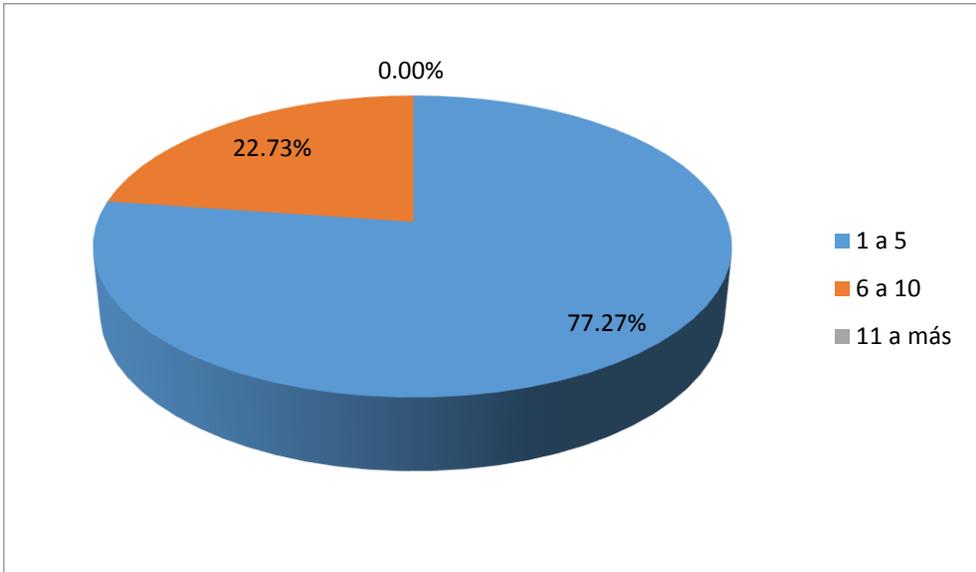


Figura 7. N° de trabajadores

Fuente. Tabla 2

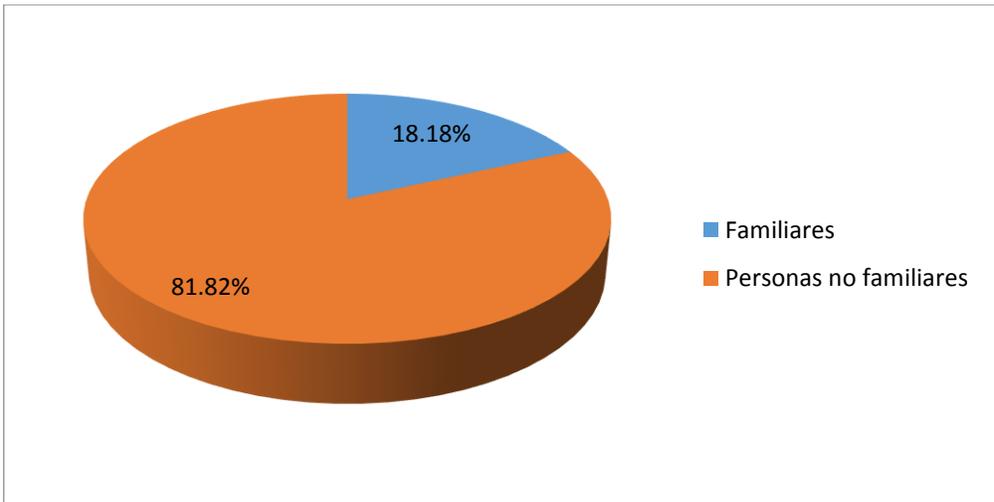


Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE

Fuente. Tabla 2

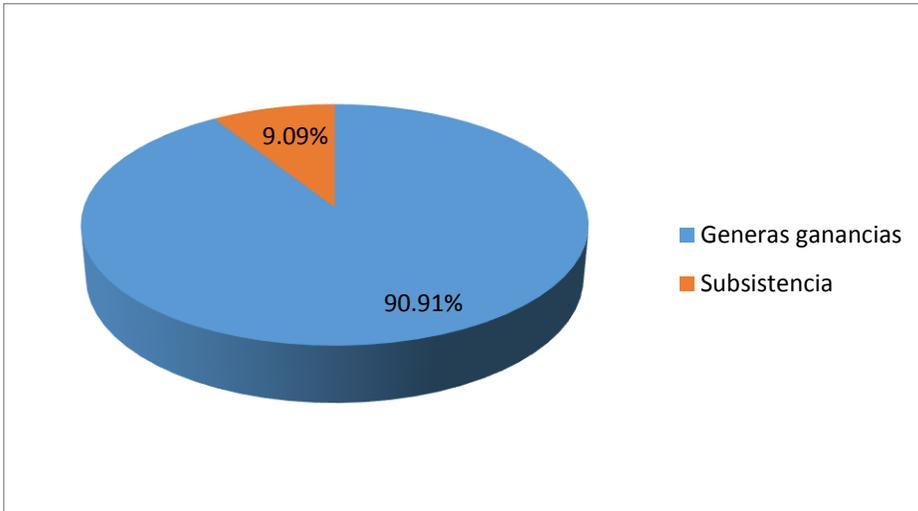


Figura 9. Finalidad de la MYPE

Fuente. Tabla 2

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

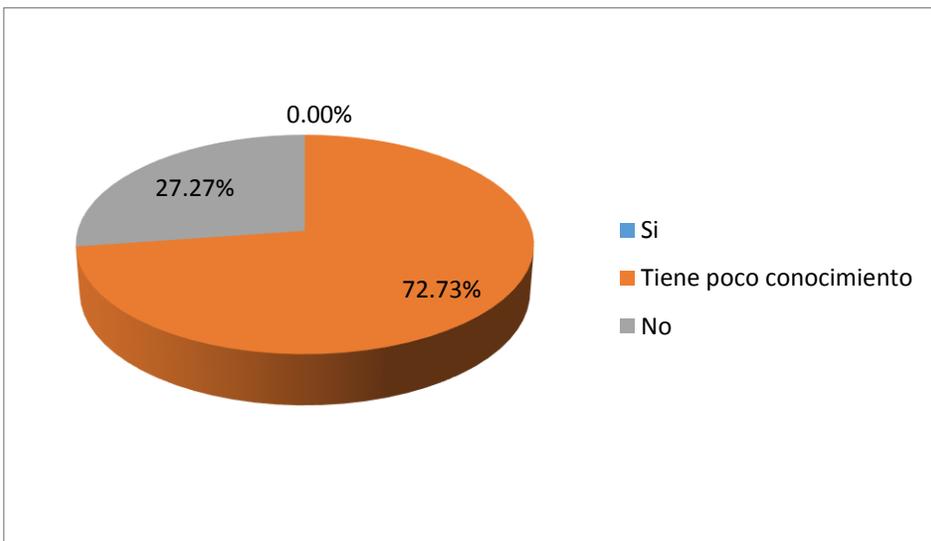


Figura 10. Conocen el término gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

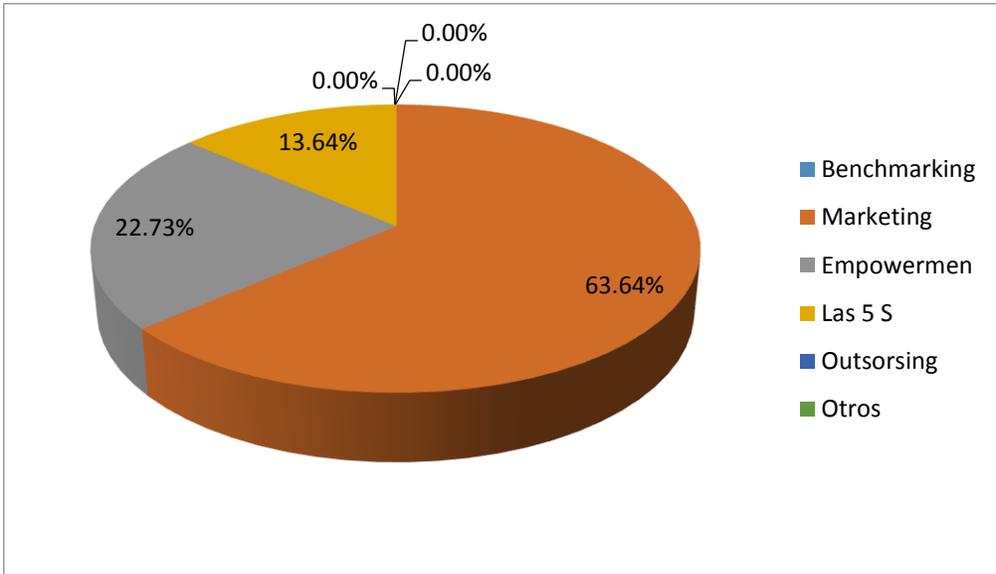


Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica

Fuente. Tabla 3

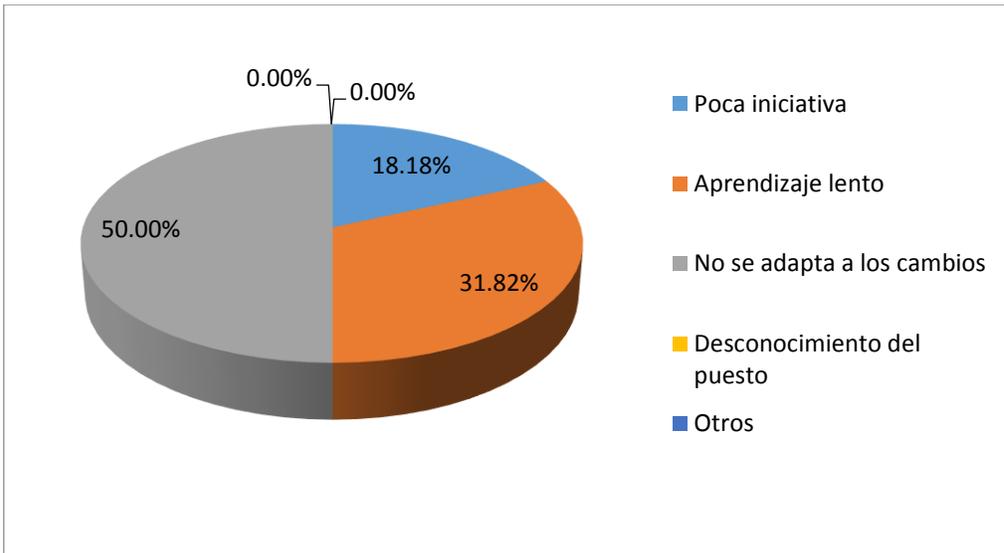


Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

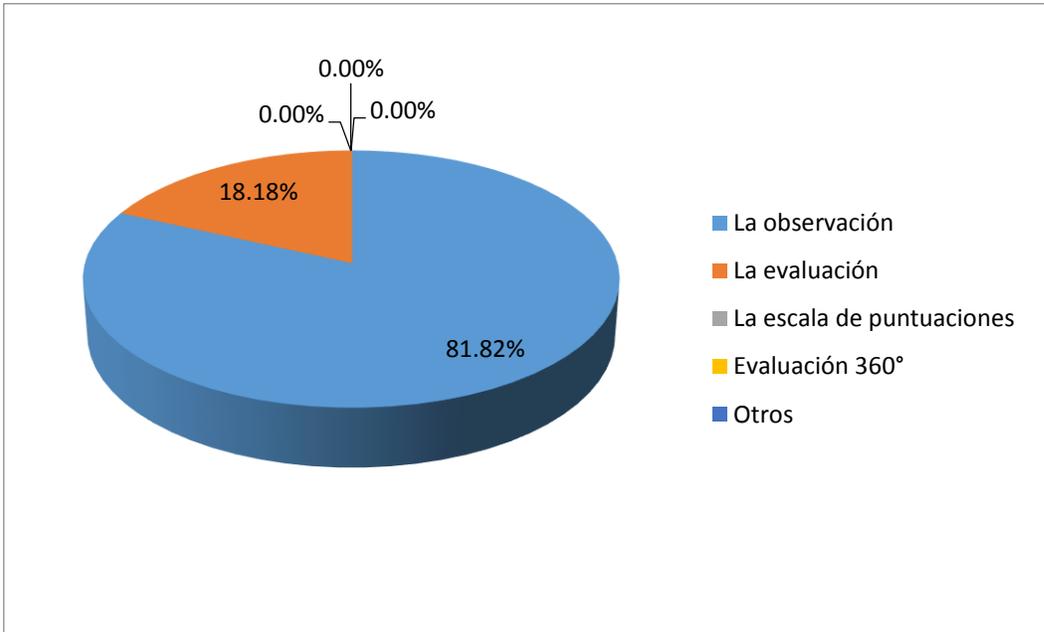


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento

Fuente. Tabla 3

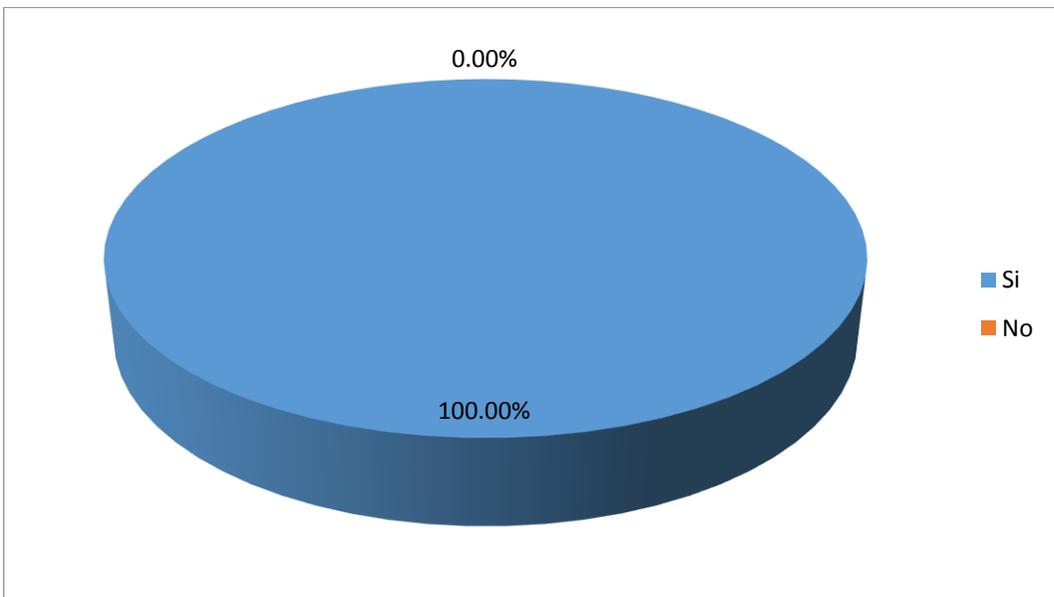


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa

Fuente. Tabla 3

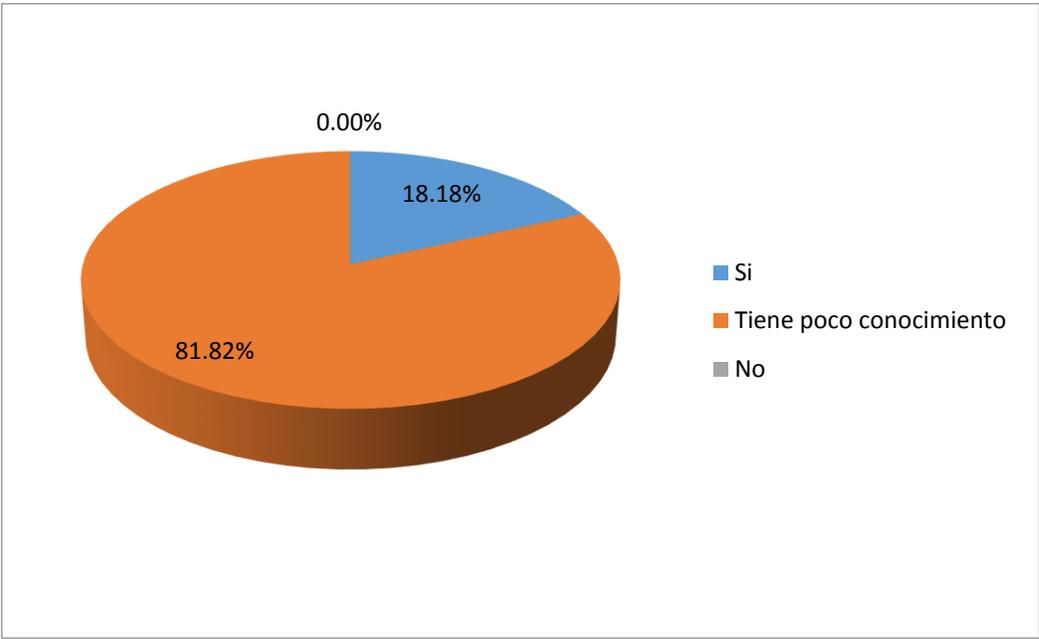


Figura 15. Conoce las TIC

Fuente. Tabla 3

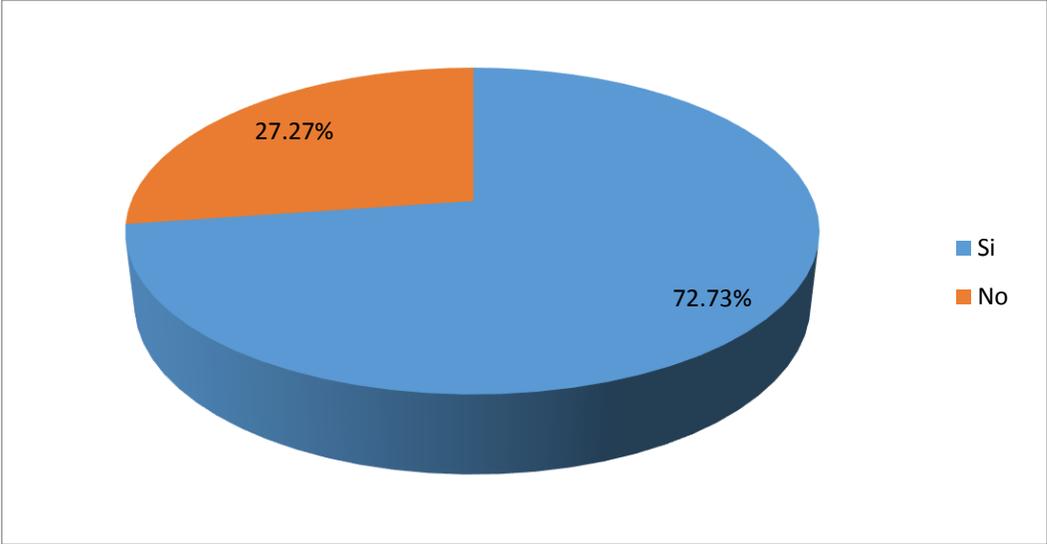


Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa

Fuente. Tabla 3

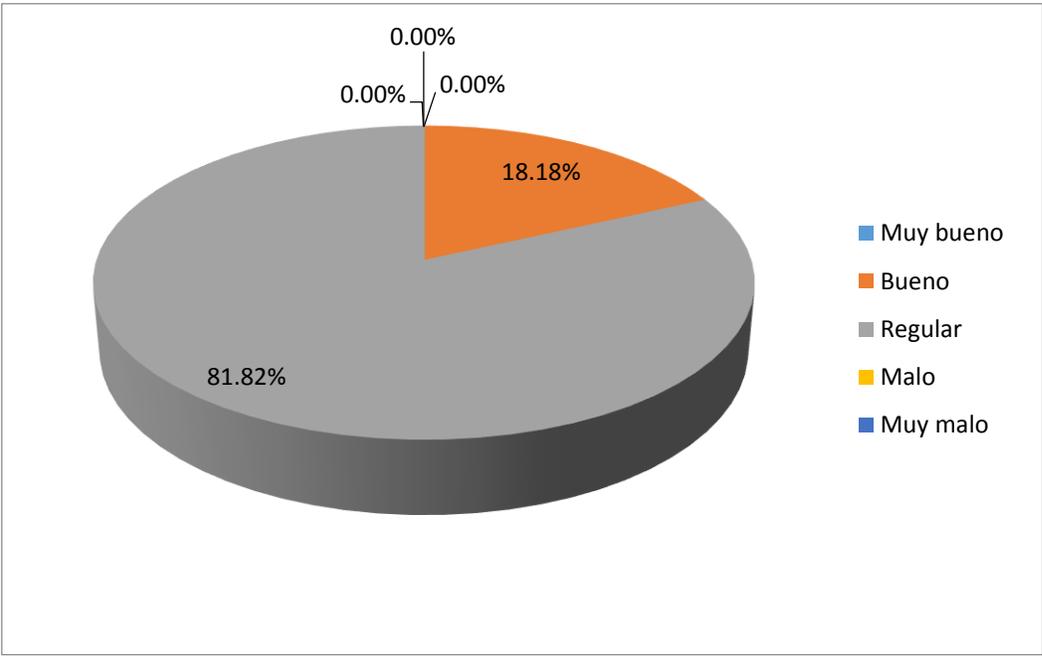


Figura 17. Nivel de conocimiento de computación

Fuente. Tabla 3

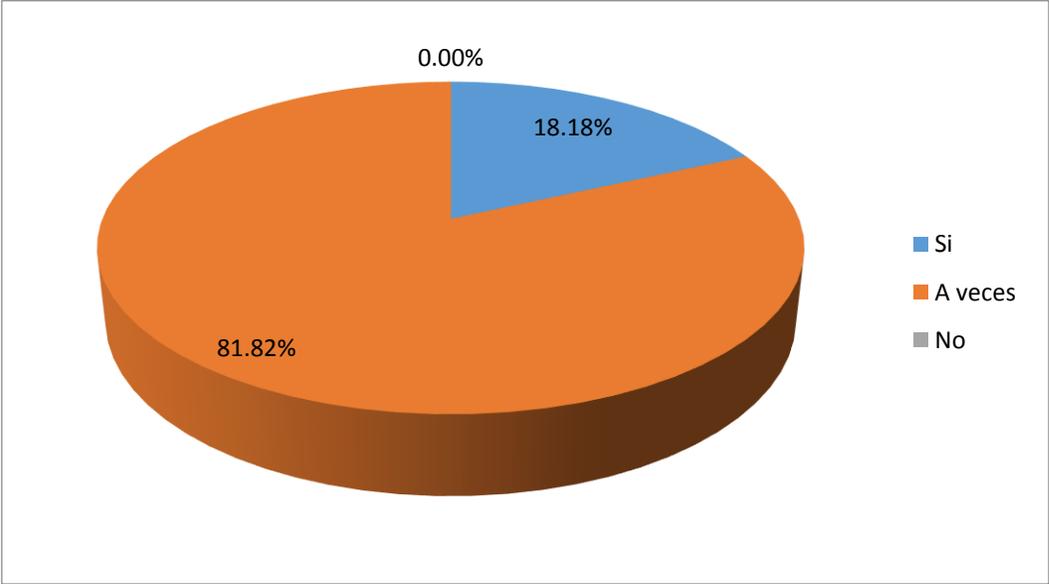


Figura 18. Internet para las compras de mercadería

Fuente. Tabla 3

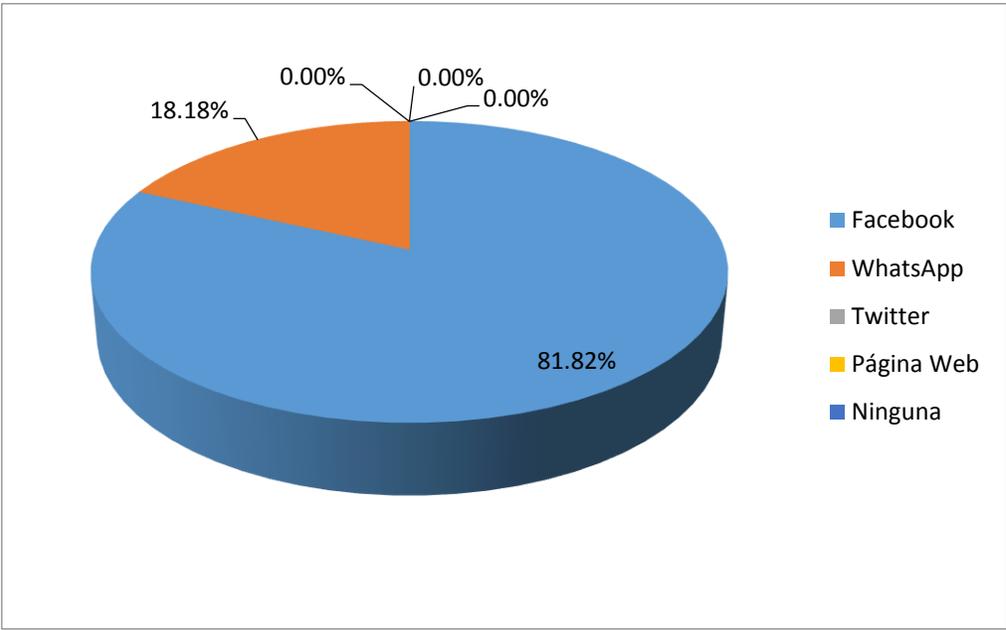


Figura 19. Redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos  
 Fuente. Tabla 3

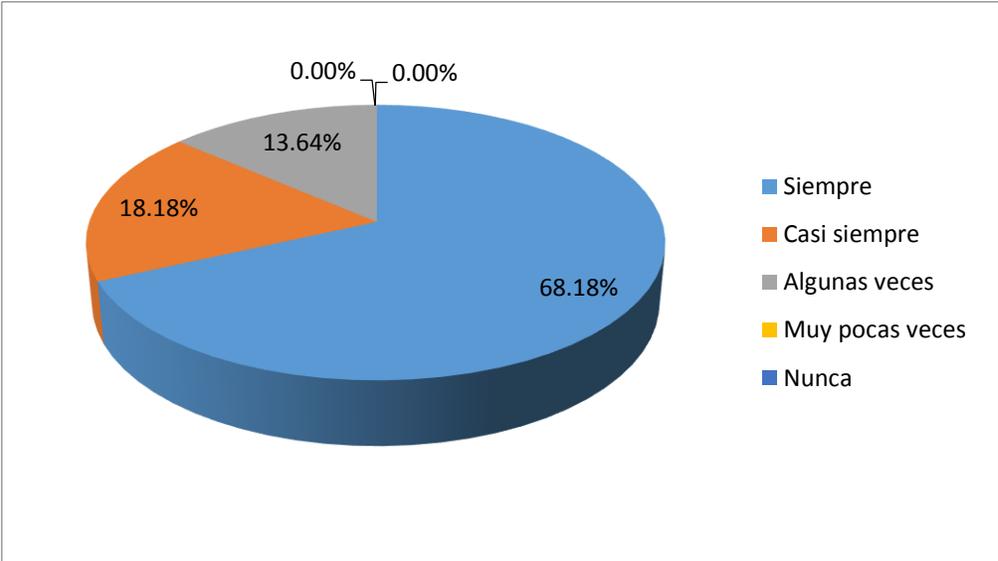


Figura 20. Emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa  
 Fuente. Tabla 3

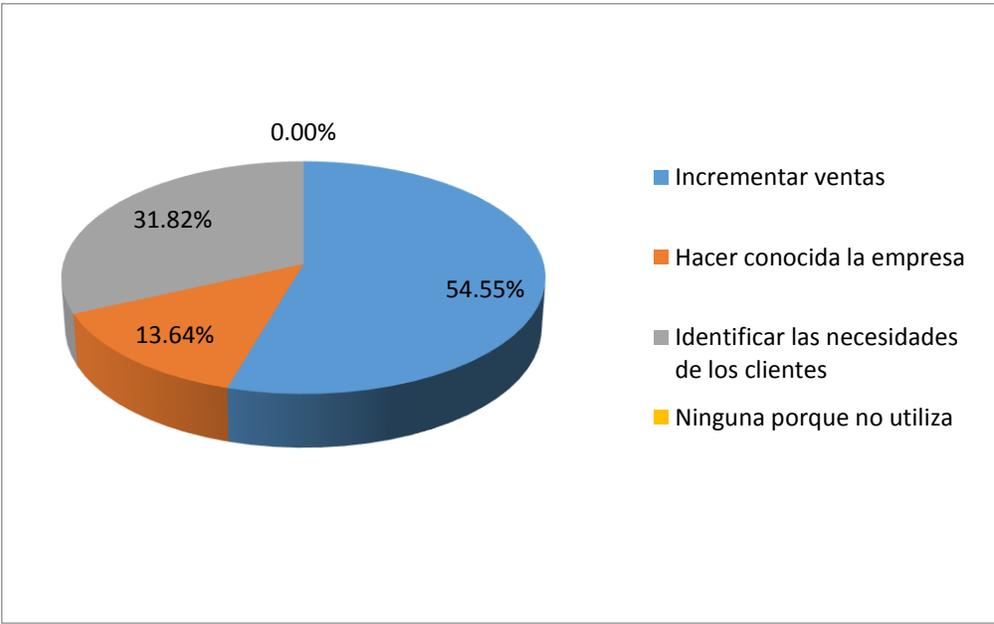


Figura 21. Beneficios obtuvo utilizando las TIC

Fuente. Tabla 3