



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA
COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA
GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL SECTOR
COMERCIO, RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE
HUARAZ, 2019

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

AUTOR

Br. BERNUY CAPILLO, IVETH ANALI
ORCID. 0000-0002-6856-6399

ASESOR

Dr. CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID. 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE - PERÚ
2019**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Br. Bernuy Capillo, Iveth Anali

Código ORCID. 0000-0002-6856-6399

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

ASESOR

Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarias

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

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Código ORCID. 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Código ORCID. 0000-0002-5471-4549

Miembro

HOJA DE JURADO EVALUADOR

Mgr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgr. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

AGRADECIMIENTO.

En primer lugar agradecer a DIOS por regalarme un día más de vida por permitirme caminar aunque mi camino estaba lleno de espinas, agradecer a mis padres y a mis hermanos por su apoyo incondicional y el esfuerzo que realizaron para que yo pueda culminar mis estudios y poder graduarme.

Mi especial agradecimiento a la Mgtr. MARITZA LEÓN VIGO, a quien agradezco su paciencia y enseñanza en el gran trayecto de mi carrera profesional quien ha estado en todo momento para aconsejarme, también agradezco a mis asesores el Mgtr. Carlos Chunca Antón y al Dr. Centurión Medina Reinerio Zacarias por haberme apoyado con mi trabajo de investigación así poder obtener mi título.

IVETH

DEDICATORIA

A DIOS por iluminar mi camino en momentos de oscuridad por hacer que camine en alfombra de rosas a pesar de sus espinas, por mostrarme el cielo azul a pesar de las nubes grises

Dedico este trabajo a las personas más bellas, buenos, generosos y quienes me brindaron, me brindan y me brindaran su amor incondicional día a día, quienes me apoyaron incondicionalmente tanto moral y económicamente a lo largo de mi carrera
Mis Padres, ROGER Y CALUDIA los AMO.

Este trabajo dedico a mis dos Pequeños AIKEN Y RUSSELL que son mi gran fortaleza a la vez mi más grande debilidad a quienes Amo con todo mi corazón son mi razón de ser, quienes han comprendido el no tener tiempo suficiente para dedicarme a ellos han entendido muchas cosas aun con la edad que tienen Los AMO.

RESUMEN

El objetivo que se logró en el presente trabajo de investigación, consistió en describir las características de la tecnológica de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019. El diseño fue no experimental-transversal- descriptivo, la población estuvo conformado por 70 micro y pequeñas empresas, con una muestra igual a 70 de las mismas del sector comercio, rubro ferreterías y se definieron y operacionalizaron las variables e indicadores, la técnica que se utilizo fue la encuesta el instrumento fue el cuestionario, de manera que para el plan de análisis se utilizó programa Excel 2013 se presenta la matriz de consistencia también se consiga los principios éticos. Resultados; El 45% de los representantes tienen de 31 a 50 años, El 57% son de género masculino, El 39% tiene grado de instrucción secundaria, El 60% son dueños, El 40% lleva desempeñándose más de 7 años, El 54% tienen más 7 años en el mercado, El 97% cuenta 1 a 5 trabajadores, El 60% son familiares, El 87% el objeto de creación fue generar ganancias, El 57% refieren que la empresa no utilizan las TIC. Conclusión: Más del cincuenta por ciento de los representantes no utilizan las TIC como factor relevante de la gestión de calidad, más de sesenta por ciento nos manifestaron que tienen otros motivos para no implementar las TIC.

Palabras Clave: Gestión de calidad, pequeña empresa, mediana empresa, Tecnología de la información y comunicación.

ABSTRACT

The objective that was achieved in this research work was to describe the characteristics of information technology and communication as a relevant factor of quality management and improvement plan in micro and small businesses in the commerce sector, heading hardware stores of the District of Huaraz, 2019. The design was non-experimental-transversal-descriptive, the population was made up of 70 micro and small companies, with a sample equal to 70 of them from the commerce sector, hardware store and defined and operationalized the variables and indicators, the technique that was used was the survey, the instrument was the questionnaire, so that for the analysis plan an Excel 2013 program was used, the consistency matrix is presented, the ethical principles are also achieved. Results; 45% of the representatives are 31 to 50 years old, 57% are male, 39% have secondary education, 60% are owners, 40% have been working for more than 7 years, 54% have plus 7 years in the market, 97% have 1 to 5 workers, 60% are family members, 87% the object of creation was to generate profits, 57% report that the company does not use ICT. Conclusion: More than fifty percent of the representatives do not use ICT as a relevant factor in quality management, more than sixty percent told us they have other reasons for not implementing ICT.

Keywords: Quality management, small business, medium business, Information and communication technology.

1. CONTENIDO

Título de la tesis	i
Equipo de trabajo	ii
Hoja de jurado evaluador	iii
Agradecimiento.	iv
Dedicatoria	v
Resumen	vi
Contenido	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases teóricas de la investigación	14
2.3. Marco conceptual	19
III. Hipótesis	24
IV. Metodología	25
4.1. Diseño de la investigación	25
4.2. Población y muestra	25
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores	26
4.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos	28
4.5. Plan de análisis	28
4.6. Matriz de consistencia	29
4.7. Principios éticos.	30
V. RESULTADOS	31
5.1. Resultados	31
5.2. Análisis de resultados.	36
VI. CONCLUSIONES	50
RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	52
ANEXOS	54

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz, año 2019.....	35
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz, año 2019.....	36
Tabla 3. Características de la tecnología de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz, año 2019.....	38
Tabla 4. Plan de mejora a los resultados de la investigación la cual se visualiza en la p 49 al 56.....	38

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1. Edad del Representantes de la empresa	70
Figura 2. Genero de los representantes de la empresa	70
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes	71
Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes	71
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo el representante	72
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	72
Figura 7. Número de trabajadores	73
Figura 8. Las personas que Trabajan en su empresa son	73
Figura 9. Objetivo de creación	74
Figura 10. Se aplica las TIC como factor relevante de la gestión de calidad	74
Figura11. Implementa las TIC	75
Figura 12. Las TIC contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	75
Figura 13. las TIC ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados por la organización	76
Figura 14. Emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	76
Figura 15. Usted sabe manejar la computadora y sus programas	77
Figura 16. Participaría en charlas, conferencias o llevar cursos referentes a las TIC	77

I. INTRODUCCIÓN

Las Micro y Pequeñas empresas, en la actualidad representan un porcentaje muy importante de la fuerza laboral en la mayoría de los países del mundo, está constituida como el corazón de una actividad económica básica en el desarrollo de un país, encontramos una variedad de microempresas; es por ello que algunas solo lo describimos como actividades de subsistencia, otras utilizan métodos de producción relativamente sofisticados, registran un rápido crecimiento y están relativamente relacionados con empresas grandes del sector formal de la economía de América Latina y del mundo.

Nuestro país y el mundo avanzan rápidamente hacia la globalización de la economía, la cultura y todas las esferas del que hacer del ser humano. Esta posición propone grandes retos a los países y a las micro y pequeñas empresas, en materia como la generación de empleo, mejora de gestión de calidad, de tecnología de la información y la comunicación, del uso de datos con los productos que posee, lo cual influye en el crecimiento del país en su economía.

En un porcentaje de los países de América Latina que se encuentran afectados por problemas sociales, como la extrema pobreza, es donde se desarrollan un porcentaje de micro y pequeñas empresas, las cuales se encuentran en su mayoría en zonas urbanas, rurales y en todo los sectores de la economía, sin embargo, solo un pequeño porcentaje de estas microempresas tienen acceso a servicios de asesoramiento en las TIC y capacitación que les permitirá tener todo el almacén y la tienda en una base de datos con sus características y el stock, es la razón del presente estudio que permitirá visualizar la forma de gestión adecuada para buscar el uso de las TIC adecuadamente y con un nivel de entendimiento para las micro y pequeñas empresas en el sector

comercio, rubro ferreterías en la ciudad de Huaraz.

El problema Histórico de las Micro y pequeñas empresas (MYPE), es el escaso nivel o desconocimiento del uso de tecnología de la información y comunicación, por la informalidad y ausencia de garantías, de los gobiernos, tal vez por falta de visión, ya que en nuestro país no se preocupan por fortalecer sus estructuras y facilidad para viabilizar su formalización, es por ello que las micro y pequeñas empresas no tienen el mínimo atractivo de formalizarse (y/o que no pagan impuestos, el tiempo que se pierde en hacer los papeleos); los gobiernos ponen la igualdad en la balanza con las empresas extranjeras en lugar de facilitar y apoyar en la formalización de sus empresarios.

Otra de las flaquezas que presentan las MYPE es la sensibilidad a desaparecer cuando existe crisis financieras si no se toman las medidas adecuadas para su supervivencia, las MYPE son gran parte de empresas del país que nutren de empleo a la población y así participan con un porcentaje alto al PBI (Producto Bruto Interno).

En la ciudad de Huaraz donde se desarrolla la investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de artículos de ferreterías que tienen más de siete años de permanencia en el rubro de estudio y que la gran mayoría se da a conocer de distintas maneras. Por tal razón se plantó la pregunta de la investigación: ¿Cuáles son las principales características de la tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019?. Para lo cual se planteó como objetivo general: Describir las principales características de la tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes

objetivos específicos: Describir las principales características del representante de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019; Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019; Describir las principales características de la tecnología de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019; Elaborar el plan de mejora a los resultados de la investigación de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019.

La investigación se justificó por la gran importancia que nos lo permitió conocer el nivel descriptivo de las características de la tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías ubicadas en la ciudad de Huaraz, estableciendo las perspectivas que existen para promover el desarrollo de las TIC en las MYPE en el rubro de estudio de esta ciudad; que sigan creciendo las organizaciones de este tipo ya que es primordial para la generación de empleos; a su vez son empresas con mayor movimiento económico no solo en la ciudad de Huaraz o en la provincia sino a nivel nacional e internacional. Para la ejecución de la presente investigación, el diseño metodológico fue no experimental – transversal – descriptivo. Fue no experimental por que no se manipularon ninguna de las variables, solo se estudió como se presenta en realidad; fue transversal por que el trabajo de investigación se desarrolló en un tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin; fue descriptivo por que se describió las características de las variables y la realidad como se presenta; se tuvo una muestra poblacional de 70 micro y pequeñas empresas del rubro de ferreterías, a quienes se aplicó un cuestionario de 16 preguntas, mediante la encuesta, de tal forma que se obtuvo resultados los cuales se presentan en tablas y figuras: Resultados; referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas el

46% tienen 31 a 50 años de edad, El 57% de los representantes son de género masculino, El 39% de los representantes cuenta con un grado de instrucción de educación secundaria, El 60% de los representantes son dueños, El 40% de los representantes llevan más de 7 años desempeñándose en el cargo: Referente a las características de más micro y pequeñas empresas, El 54% de las MYPE lleva funcionando más de 7 años en el mercado, El 93% de las MYPE cuenta 1 a 5 trabajadores, El 60% de los trabajadores de las MYPE son familiares, El 87% de las MYPE fue creada con fines de generar ganancias: Respecto a las características de la Tecnología de la Información como factor relevante de la Gestión de Calidad, 57% de los representantes no hacen uso de las TIC, El 64% de los representantes encuentra otros motivos por las cuales no implementan las TIC, El 51% de los representantes nos dicen que las TIC no contribuye a mejorar la rentabilidad, El 59% de los dueños nos refiere que las TIC no ayuda alcanzar las metas tampoco lograr objetivos, El 59% de los dueños si hace uso de su teléfono para realizar coordinaciones respecto a las empresa, El 61% de los representantes no cuenta con una computadora en su empresa, El 86% de los representantes si les gustaría participar en las capacitaciones, charlas y llevar cursos referente a las TIC.

Las figuras se encuentran en el ANEXO 6, p 72 al 79 Llegando a las conclusiones, la mayoría son personas adultas ya que sus edades oscilan entre 31 a 50 años, son del género masculino, cuentan con un grado de instrucción secundaria y el tiempo que desempeñan en el cargo es más de 7 años. Respecto a las micro y pequeñas empresas son formales, tienen de 1 a 5 asalariados laborando en su empresa, el tiempo de permanencia en el mercado es de más de 7 años en el rubro. Referente a la tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad, no aplican las TIC, también encuentran otros motivos para no implementar las TIC, ellos piensan que las TIC no contribuye en la rentabilidad del negocio debido al desconocimiento, con la experiencia que tienen creen que las TIC no ha cubierto sus

expectativas, manejan la computadora solo con fines personales, están dispuestos a capacitarse, llevar cursos referente a las TIC para poder plasmarlos en su negocio y así generan más beneficios para su empresa. De tal manera que este estudio servirá de base para venideras investigaciones en la ciudad de Huaraz.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

La aparición de las tecnologías a mediados de la década de los 90, han generado una verdadera revolución social; proponiendo el intercambio de comunicación e información con el universo viabilizando el desarrollo de nuevas habilidades y maneras de construcción del conocimiento; que generaciones atrás eran anónimos. Este marco, gracias al ligero crecimiento de la tecnología y los sistemas mundiales de información y comunicación las empresas, han incursionado inevitablemente a los mercados digitales utilizando las herramientas innovadoras de comercialización para ingresar a un sistema virtual que se transforma en un espacio de desarrollo y evolución de estrategias y tácticas.

Romaní (2019) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017*, su objetivo fue describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las MYPES del sector comercio, rubro ferreterías, Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017. De acuerdo a esta propuesta obtuvo como resultado lo siguiente: Datos generales de los representantes de las MYPE; según la encuesta realizada, la mayoría de los representantes de las MYPE, sector comercio rubro ferreterías de la Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017; el 57% de los representantes tienen entre 18 a 30 años de edad, el 29% tienen entre 31 a 50 años y un 15% tienen más de 51 años. Podemos manifestar que la mayoría son personas adultas con experiencia en el rubro; en cuanto al género de los representantes el 79% de los representantes son de género masculino y el 21% de género femenino, es decir las MYPE en el rubro ferreterías en la Av. Manuel Ruiz, Chimbote mayormente son liderados por el género masculino; respecto al grado de instrucción de los

representantes de las MYPES rubro ferreterías, el 50% tienen educación superior no universitaria, el 29% educación secundaria y el 21% educación superior universitario. Esto implica, que una persona cuanto mayor grado de instrucción tenga, tendrá mayor capacidad para conducir la MYPE, sin embargo según la encuesta la mayoría tiene formación superior no universitaria, el cargo que ocupan un 86% son dueños y un 14% son administradores, el tiempo que desempeñan en el cargo un 64% lleva más de 7 años en el puesto y un 36% esta entre 4 y 6 años en la empresa Características de las MYPE: Del total de las MYPES encuestadas, el 64% lleva más de 7 años en el mercado, 29% tienen una permanencia entre 4 a 6 años y un 7% tienen entre 0 a 3 años en el mercado; el número de trabajadores el 79% tienen de 6 a 10 asalariados, el 14% tienen de 1 a 5 trabajadores y un 7% tiene más de 11 asalariados; las personas que laboran en su empresa el 79% son ajenas a la empresa y un 21% son familiares; la empresa se creó un 93% para generar ganancias y un 7% para subsistir; los resultados obtenidos para las Características de la gestión de calidad: Del total de las MYPES encuestadas, el 57% si conoce el término gestión de calidad, 29% tienen poco conocimiento y un 14% no conoce. Según la encuesta la mayoría conoce que es la gestión de calidad; la técnica de gestión que aplica, el 86% realiza la técnica de lluvia de ideas y un 14% aplica la técnica del Marketing; dificultades en la gestión de calidad un 79% no se adapta a los cambios y un 14% tienen un aprendizaje lento; técnicas para medir el rendimiento el 64% utiliza la evaluación y un 36% la observación; la gestión mejora el rendimiento el 57% manifiesta que si, el 29% no opina y un 14% manifiesta que no; de la misma manera nos dice que las Características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las MYPE: Del total de los encuestados el 50% si conoce que son las TIC, 43% tiene poco conocimiento y un 7% no tiene conocimiento: cuenta con una computadora el 86% si tiene una computadora y un 14% no cuenta con una computadora; el nivel de conocimiento de computación el 64% refiere que es muy bueno, 21% es bueno y un 14% maneja regular; usa internet para las compras el 86% refiere que si y un 14% a

veces; utiliza las redes sociales para impulsar las venta el 100% refiere que utiliza el facebook; utiliza el telefono para coordinar asuntos de su empresa el 57% refiere que siempre lo utiliza, el 36% casi siempre utiliza y un 7% muy pocas veces lo utiliza; obtubo beneficios utilizando las TIC el 86% refiere que si y un 14% solo para hacer conocido la empresa.

Chávez (2019) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de Casma 2018*, su objetivo fue Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las TIC en las MYPE del sector comercio, rubro ferreterías, Casma 2018. De acuerdo a esta obtuvo como resultado lo siguiente: Datos generales de los representantes de las micro y pequeñas empresas: según la encuesta ejecutada, la mayoría de los representantes de las MYPE sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Casma, 2018; el 57% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 21% tienen entre 18 a 30 años de edad y un 21% tienen de 51 a más años. Él nos manifiesta que según sus resultados la mayoría de las personas son adultas con experiencia en el rubro, en cuanto al género de los representantes el 64% son de género masculino y un 36% son de género femenino, según el grado de instrucción nos dice que el 43% tienen estudios superior universitario, el 28% tiene educación secundaria, el 21% tiene educación primaria y un 7% tienen superior no universitaria. Según estos resultados nos manifiesta que la mayoría de los representantes de las Mypes tienen un grado de instrucción universitaria lo cual implica que tienen mayor capacidad para conducir la empresa y generar estrategias; el cargo que ocupan el 57% son los dueños de las MYPE y un 43% son administradores, el tiempo que desempeñan en el cargo el 64% lleva más de 7 años en el puesto, la minoría están de 4 a 6 años y de 0 a 3 años. Características de las MYPE, respecto a la permanencia de la empresa en el rubro nos indica que un 64% de las MYPE llevan más de 7 años en el mercado, 28% de 4 a 6 años y un 7% de 0 a 3 de permanencia en el mercado, también nos refieren que el número de trabajadores el

86% cuentan 1 a 5 asalariados y un 14% cuenta con 6 a 10 trabajadores en su empresa; las personas que laboran en su empresa el 57% son familiares y un 43% son personas ajenas a la empresa; el objetivo de la creación fue el 100% para generar ganancias. Características de la gestión de calidad, según nos refiere el 57% si conoce el término Gestión de calidad, el 28% conoce poco y un 14% desconoce por completo, según las encuestas la mayoría conoce el término de Gestión de Calidad; las técnicas modernas de calidad conoce el 50% nos refieren marketing, el 36% otras técnicas y un 14% las TIC ; las funciones administrativas el 64% nos refieren que si concen las funciones administrativas, el 21% conoce poco y un 14% conoce las funciones administrativas; las funciones administrativas que utilizan el 43% nos dicen que utilizan el control, el 29% planificación y un 14% organización; la gestión de calidad y su contribución al mejoramiento de su negocio el 79% nos dice que si y un 21% nos refieren que tal ves. Características de la técnica de la información y comunicación: del total de los encuestados el 86% si conoce las herramientas TIC y un 14% lo desconoce; las herramientas TIC que utiliza el 64% nos dice que no utiliza y un 36% nos dice que toda las anteriores; según su implementación de las TIC el 43% refiere que es el costo de la inversion, 36% ninguno, el 14% no lo conoce y un 7% no tiene un personal experto; cual es el objeto de la utilización de las herramientas Tics el 64% ninguno, el 14% dice que aumentar las ventas, el 14% mayor control del inventario y un 7% mayor fidelización del cliente; considera que las TIC ayuda a mejorar la rentabilidad de la empresa el 86% refiere que si y un 14% Tal ves, de todo esto podemos rescatar que aun no nos señimos al gran cambio constante del mercado.

Gamarra (2017) en su estudio de investigación *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicaión en las micro y pequeñas empresas del sector comerio, rubro ferreterías ciudad de Huarney, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de Huarney, 2016. Obteniendo

los siguientes Resultados: El 72% de las ferretería si utilizan las gestión de calidad y el 28% no las utilizan. El 50% afirman que el objetivo por el cual utilizan la gestión de calidad es para tener oportunidad de crecimiento, el 22% para tener conocimiento y el 28% no lo utilizan. El 83% afirman que si conocen las funciones administrativas. Un 72% de las Mypes no hacen uso de las TIC. El 72% afirman que no hacen uso de las TIC en el ámbito administrativo. Pero el 28% hacen uso para automatizar su equipo, para digitalizar y hacer trasacciones comerciales mas rapidas, controlar sus ventas, para tomar decisiones sobre compras y para hacer las evaluaciones a su stock, atención de clientes, para conoce sus inventarios y para determinar sus proveedores. Concluyó que la mayoría de los empresarios conocen muy bien lo que es el termino de gestión de calidad y funciones administrativas es por ello que si lo utilizan, A si mismo, aun no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningun uso en el ámbito administrativo, ni internamente, ni externamente.

Robles (2017) en su estudio de investigación *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las Micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de Pucallpa, año 2017*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicaión en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías, ciudad de pucallpa año, 2017. Obteniendo los siguientes resultados: El 72% de las ferreterías si utilizan la gestión de calidad y el 28% no las utilizan, El 50% de los empresarios afirman que el objetivo por el cual utilizan la gestión de calidad es para tener oportunidad de crecimiento, el 22% para tener conocimiento y el 28% no lo utilizan, El 83% de las MYPE afirman que si conocen la funciones administrativas, El 28% de las MYPE desconoce como ayuda la Gestión de calidad a su negocio. Un 72% de las MYPE no hacen uso de las TIC, el 28% hacen uso para automatizar su equipo, para digitalizar, hacer transacciones comerciales mas eficientes, controlar sus ventas, para tomar decisiones sobre compras, para hacer las evaluaciones a su stock, atención de clientes, para conocer sus

inventarios y para establecer sus proveedores; concluyó que las MYPE conocen muy bien el termino de Gestión de calidad y las funciones administrativas. La mayoría de los dueños de las ferreterías de la Ciudad de Pucallpa aun no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningun uso en el ámbito administrativo, ni internamente, ni externamente.

Huamán (2019) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas rubro ferreterías en la urbanización Oquendo callao, 2018*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de gestión de calidad con el uso de la tesnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas rubro ferreterías en la urbanización Oquendo callao, 2018. Y como objetivos especificos: Describir las principales características de los representantes de las MYPE rubro ferreterías en la urbanización Oquendo callao, 2018.Describir las principales características de las MYPE rubro ferreterías en la urbanización Oquendo callao, 2018. Describir las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las MYPE rubro ferreterías en la urbanización Oquendo callao, 2018. El tipo de investigación fue aplicada cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, transversal. Se considero como muestra de la investigación a 15 MYPE de la urbanización Oquendo, callao. Se utilizo la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección de datos el cuestionario. De esta manera se obtuvo los siguientes resultados principales: En cuanto a las edades de los representantes de las MYPE se obtuvo que el 53% de los encuestados tienen una edad entre 31 a 50 años de edad. El 80% de los encuestados prima el género masculino. Con respecto al grado de instrucción el 40% de los encuestados son del nivel superior universitario. El 87% de las MYPE son formales, el 40% tienen de 4 a 7. El 67% de las MYPE están constituidas como persona natural. Un 67% de las MYPE fueron creados con la finalidad de generar ganancias. El 67% de los encuestados manifestó que sí entienden el término gestión de calidad. El 65% ve a la calidad como una

oportunidad de crecimiento. El 47% le da mayor importancia a la planificación. Un 60% considera que no son importantes las TIC dentro de su organización y 60% no hace uso de las TIC externamente. Concluyó que más del 67% entienden lo que significa gestión de calidad de igual manera con relación a su aplicación un gran porcentaje significativo del 64% manifestó que lo utiliza para tener mejor oportunidad de crecimiento, así mismo con función a las funciones administrativas los representantes consideran que la función de planificación es la de mayor importancia puesto que es la primera función que significa plantear los objetivos y los lineamientos empresariales de las 42 organizaciones. Los resultados demuestran así mismo que la calidad en el servicio es el nivel de mayor importancia y atención que brindan los representantes con respecto a su negocio. El 60% considera que no es importante la utilización de las TIC, ya que para ellos es un gasto y también por el nivel de investigación que en su mayoría tienen. Con relación a que si utilizan internamente las TIC, manifestaron que un 40% si hace uso de las TIC, se obtuvo un 60% no hace uso de las TIC externamente.

Salazar (2019) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de Juanji 2019*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de Juanji 2019. Se planteó como objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de Juanji 2019. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de Juanji 2019. Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, ciudad

de Juanjui 2019. Para la elaboración de la investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal- descriptivo, en una muestra 13 micro y pequeñas empresas, aplicando un cuestionario de 21 preguntas con lo que se obtuvo los siguientes resultados. El 54% tienen entre 31 a 50 años de edad. El 62% son de género masculino. El 46% de los encuestados cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 62% son dueños de las empresas. El 46% de los encuestados llevan mas de siete años en el puesto. El 46% de los encuestados manifiestan que la empresa tiene más de 7 años en el mercado. El 69% cuenta 1 a 5 trabajadores en su empresa. El 69% nos manifiestan que las personas que laboran en la empresa son totalmente ajenas a ellos. El 69% nos dice que el objetivo de creación de la empresa fue para generar ganancias. El 46% manifiesta que no conoce el termino Gestión de calidad. El 38% refieren que utilizan la técnica del marketing. El 46% dice que las dificultades en la gestión de calidad es poca iniciativa. El 54% manifesto que la técnica para medir el rendimiento del personal es la observacion. El 62% nos dice que la gestión de calidad mejora el rendimiento. El 54% refiere que no conocen las TIC. El 85% no tiene una computadora en su empresa. El 54% tienen un nivel de conocimiento de computación buena. El 62% nos dice que usan el internet para las compras de mercadería. El 62% no utiliza ninguna red social para la venta de sus productos. El 46% nos refieren que utiliza siempre su teléfono para coordinar asuntos de la empresa. El 62% nos refieren que no les genera beneficios por que no lo utilizan. Conclusiones: La mayoría de las micro y pequeñas empresa, llavan en el rubro mas de 7 años, cuentan 1 a 5 trabajadores, siendo personas no familiares, y tienen como finalidad generar ganancias. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, no conocen el termino gestión de calidad, utilizan la lluvia de ideas, del mismo modo aseguran que el personal tiene poca iniciativa, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, asi tambien miden el rendimiento a traves de la obsevación, y consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento de la empresa. Por otra parte, no conocen las TIC, no cuentan con una

computadora, así mismo tienen un nivel de computación bueno, no hacen uso del internet para realizar sus compras, no utilizan ninguna red social para sus ventas, siempre emplean su teléfono para coordinar asuntos de la empresa, y finalmente no han obtenido beneficios porque no utilizan las TIC.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Micro y pequeñas empresas.

Ley 28015 (2003) la micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicio.

Características y estructura empresarial de las MYPES:

De acuerdo a la nueva Ley 30056 (2013) las Micro, pequeñas y medianas empresas deben situarse en algunas de las siguientes categorías empresariales, instauradas en función de sus niveles de ventas periódicas: (Art. 5°)

Microempresa: Sus Ventas periódicas hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT)*(s/532500.00)

Pequeña empresa: Ventas periódicas superior a 150 unidades impositivas tributarias (UIT) y hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).

Mediana empresa: Por encima del monto señalado para la micro empresas, y hasta 1700 unidades impositivas Tributarias (UIT)* (6035000.00), el monto máximo abarca hasta 2300 (UIT), de tal modo que el aumento de ventas periódicas de las micro y pequeñas empresas podrá ser designado por decreto supremo refrendado por el ministerio de economía y finanzas y ministerio de la producción cada dos (2) años. (Art. 5°)

Aspectos características de la Micro y pequeña empresa

- a) **Administración independiente:** Generalmente presidida y operada por el propio dueño.
- b) **Incidencia no significativa en el mercado:** El lugar en el cual se desarrollan los procedimientos es relativamente pequeña y primordialmente el local.
- c) **Escasa especialización en el trabajo:** en este caso el dueño es parte, de la parte productiva como el administrativo; en este último el empresario atiende toda las áreas: ventas, producción, finanzas, compras, personal, etc.
- d) **Actividad no intensiva en capital:** Llamado también con preponderancia de mano de obra.
- e) **Limitador recursos financieros:** Para la creación y la ejecución de donde proviene el capital de la compañía es aprovisionado por el propio dueño.
- f) **Tecnología:** en relación a este el porcentaje de uso de las TIC es muy baja.

Número de trabajadores.

- Microempresa: va de uno a diez trabajadores inclusive.
- Pequeña empresa: va de uno hasta cincuenta trabajadores inclusive.

Importancia de la micro y pequeña empresa (MYPE).

Las MYPES son un segmento muy importante en la generación de empleo es así que más del 80% de la población económicamente activa se encuentra trabajando y generan cerca del 45% del producto bruto interno (PBI). En resumen la importancia de las MYPES como la principal fuente de generación de empleo y alivio de la pobreza

se debe a; proporcionan puestos de trabajo en un buen porcentaje y se reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingreso con la finalidad de Incentivar el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población lo cual es la principal fuente de desarrollo del sector privado de manera que Mejoran la distribución del ingreso y contribuyen al ingreso nacional y el crecimiento económico. (Aspilcueta, 2011).

El empresario representante de la Micro y pequeña empresa

El ciclo de vida de las persona quienes toman un rol con la función de empresario de pequeña empresa se deslizan de la siguiente manera (Gonzales, 2009)

Idear: Concebir un producto o servicio con la finalidad de ser plasmado en la realidad.

Planear: Investigar, estudiar y diseñar para establecer la empresa.

Establecer: Cimentar y adaptar tangiblemente lo proyectado, bajo las normas legales de la empresa.

Ejecutar: Conferir el inicio de las actividades, cumpliendo las normas y operaciones de la empresa.

Dar seguimiento: A las deficiencias y renovar las observaciones y defectos en las operaciones de la empresa, asimismo sujetarse a la ascencia principal de la visión y misión de la Empresa.

Operar de forma sostenible: Sostener tareas y la ejecución del desarrollo de las actividades, enfocados a futuro y permanencia en el mercado.

Conseguir una buena rentabilidad: Calcular y hacer que los ingresos sean recurrentemente a la empresa generando utilidades netas excelentes a lo esperado, la cual nos ayude recuperar los fondos.

Ser empresario por vocacion: es una persona idoneo para desarrollar y liderar, empresas; simultaneamente, en un mercado tan competitivo.

El perfil del representante de la Micro y pequeña empresa

En el país el 70% de las empresas son de tamaño micro y pequeña empresa. Bazandonos a la información de estadísticas, el 90% son liderados por los propietarios, los mismos que en su gran mayoría son personas que no cuentan con un título profesional, ni conocimientos del manejo de las MYPE, realizándolo de esta manera en forma empírica pero exitosos. Entre ellos podemos encontrar:

- ✓ Desempleados.
- ✓ Empleados.
- ✓ Estudiantes.
- ✓ Amas de casa.

Tecnología de la información y la comunicación.

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) es un término que se refiere a “ las tecnologías que son usadas para recoger, almacenar, editar y transferir comunicación e información en varios formatos o medios electrónicos” Banco Mundial (2013). Por otro lado, La Comisión Europea (2014) se puntualiza como “ una gama amplia de servicios, aplicaciones y tecnologías que utiliza distintos tipos de equipos y programas informáticos, y que a menudo se transmiten a través de las redes de telecomunicaciones”.

Según Gonzales (2015) las tecnologías de la información y comunicación son aquellas herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, resumen, recuperan y presentan información representada de las más variadas formas. Es un conjunto de herramientas, soporte y canales para el tratamiento y acceso a la información. Constituyen nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos informacionales.

Ventajas

- ✓ Organizar por códigos y cantidad los productos.
- ✓ Ubicación rápida de los productos.

- ✓ Verificar el stock de productos.

Gestión de Calidad.

Es determinar los parametros para conquistar un buen producto o servicio de tal modo que los clientes se sientan satisfechos. Asi como lo exterioriza Moses Juran, “es hallarse en forma para el uso, desde el punto de vista estructural, sensorial, situados en el tiempo, comerciales y éticos en base a parametros de calidad de diseño, calidad de cumplimiento, de habilidad y servicio en el campo. Esto aprobara y apoyara a que los propietarios efectuen procedimientos eficientes para que puedan conseguir calidad consistentes en su producto o servicio que ofreceran a la colectividad” (Moses Juran, 1950).

Calidad.

La calidad es aquella condicion del producto o servicio ya realizado los cuales nos indican que tan bueno o malo puede ser, la “calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya equivocaciones; las mediciones deben ser tomadas continuamente detectada es una ausencia de calidad (Philip B.)

Concretamente podemos decir que la calidad es “ cumplir con excelencia y superioridad la necesidad del cliente con un minusculo de equivocaciones y vicios”.

Satisfaccion al Cliente.

Es cuando siente al respecto de un producto o servicio que consume por que cumple con sus demandas y expectativas, es decir, se trata de la conformidad del cliente con el producto o servicio que compró, ya que el mismo cumplio satisfactoriamente con la promesa de venta oportuna. La satisfacción del cliente como horizonte del estado de osadia de cada individuo al momento de adquirir o comparar la cual espera el rendimiento distinguido de un producto o servicio con sus posibilidades. De manera que el dueño se informara cual es el nivel de servicio que

están ofreciendo sus cooperantes a la clientela en general, con lo que podrá subsanar las deficiencias; asimismo dar solución y mejorar las deficiencias encontradas, de esa manera brindar confianza y gestar clientes continuos en su negocio adquiriendo más rentabilidad y éxito en la empresa (Kotler, 2006).

Sector comercio, rubro ferreterías.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación (Scian, 2002).

Importancia.

Es importante por que entendido como una de las actividades económicas más importantes del ser humano, permite al ser humano entrar en contacto con otras sociedades, conociendo elementos de su cultura y de sus tradiciones que luego puedan ser asimiladas de distintas maneras, de esta manera el sector comercio es el segundo mayor empleador en nuestro país (Scian, 2002).

Ferreterías.

Se le llama ferretería al local destinado a la venta de productos metálicos y de otro tipo que resultan útiles para el desarrollo de trabajos de construcción, reparación y bricolaje. La variedad de materiales que se puedan consignar en una ferretería es muy amplia aunque, por lo tanto se necesita una base de datos para llevar la buena administración de la empresa y la atención eficiente para la satisfacción de los clientes.

2.3. Marco conceptual

En la actualidad las micro y pequeñas empresas de los sectores comercio, servicio y producción del distrito de Huaraz actúan de forma empírica, aunque conocen de parte de muchos medios de comunicación de los cuales reciben información de cómo organizar su negocio y gestionar las actividades diarias por medio de amigos, familiares que han tenido alguna asesoría, por televisión o por

internet, tips de como liderar la tesoreria y el manejo de recurso humano. La mayoría lleva una contabilidad simple y empirica, para solo determinar las ganancias que obtendran pues su unico enfoque es la venta.

Micro y pequeñas empresas

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad economica constituida por una persona natural o juridica, bajo cualquier forma de organización y gestion empresarial contemplada en la legislacion vigente, que tienen como objeto desarrollar actividades de extraccion, transformacion, produccion, comercializacion de bienes o prestaciones de servicio.

La estructura de la microempresa

Es imprescindible señalar que la estructura, las funciones y los procedimientos no pueden ser aplicados mecanicamente, tampoco pueden ser copiados entre las empresas del rubro. La estructura es el esqueleto en el que se apoyan toda las desiciones y actividades que tienen lugar en ella. En la micro empresa la estructura se suele adaptar a las características del emprendedor que la gestiona, al desarrollo de la empresa y al giro de negocio; es decir; que el diseño organizacional termina por personalizar en todo sus niveles y para cada uno de sus actividades.

Las micro empresas definen el tipo de estructura que le resulte mas ventajoso en relacion con su nivel de desarrollo, actividad, composicion interna y objetivos. Esta estructura organizacional ira cambiando en funcion de la evolucion de la misma del tiempo prolongado. Diseñar una estructura pertinente es el primer paso de la organización empresarial. Este radica basicamente en:

- ✓ Delegar a cada asalariado tareas individuales.
- ✓ Instaurar o definir el vinculo entre las diferentes personas que deben

realizar las tareas implantadas.

existe cuatro estructuras organizativas esenciales: La estructura simple, estructura funcional, estructura divisional y estructura matricial, cada una se habitua a un tamaño y complejidad de los procesos de las empresas empezando por la estructura simple hasta llegar a la matricial (Barragán y Barragán, 2002).

Las mypes mayormente utilizan estructuras básicas de organización ya que en la parte operativa como en la administración estan los dueños, esta simplicidad obedece que ya no hay personal excedente, ellos se encargan de la mayoría de los trabajos, la naturaleza de sus operaciones esta plasmado siempre en el dinamismo y la eficiencia y las tareas habitualmente son distribuidas entre los asalariados, eventualmente con los propietarios las cuales delegan autoridad. Las características estructurales de las MYPE son la multifuncionalidad del personal en el rol dinámico, las tareas administrativas y operativas generalmente son compartidas y transferibles entre los trabajadores constantemente.

El perfil del representante de la Mycro y pequeña empresa

En el país el 70% de las empresas son de tamaño micro y pequeña empresa. Según estadísticas el 90% son lideradas por los propietarios los mismos que no cuentan con un título profesional o alguna capacitación de las mismas; dirigiendo en forma empírica entre ellos podemos mencionar los siguientes:

- ✓ Desempleados.
- ✓ Empleados.
- ✓ Estudiantes.
- ✓ Amas de casa.

Tecnología de la información y la comunicación.

Las tecnologías de la información y la comunicación son herramientas de gran importancia en toda organización dedicadas al comercio, servicios lo cual facilitan implementar y lograr que los procesos y las gestiones que realizan las personas se lleven a cabo en tiempo real, la tecnología de la información y comunicación, se implementa en toda organización con la finalidad de que la gestión sea oportuna, rápida y se logre los objetivos de la empresa y satisfacer en su totalidad las necesidades de los clientes para una atención eficiente, (Sánchez, 2012)

Calidad de servicio

Se evidencia, cuando el servicio corresponde a las necesidades y la satisfacción del cliente de esa manera generando la confianza y la lealtad del mismo.

La idoneidad de la misma queda manifestado atendiendo a la necesidad del cliente, donde el cliente reconocera como favorable, puntual, cortés, consistente, accesible, exactitud, limpieza, entre otros.

Calidad total.

Es una filosofía que una empresa plantea para competir en la satisfacción y la buena atención al cliente de manera que satisfaga plenamente las necesidades y expectativas de los clientes exigentes, mejorando continuamente todo en la organización.

Ferretería.

La actividad ferretera forma parte del sector comercial, su actividad principal es la venta de materiales de construcción, pinturas, accesorios de tuberías y diferentes variedades de productos que se caracterizan por ofrecer soluciones tanto para el hogar como para las empresas actualmente en la ciudad de Huaraz, donde se está realizando

el estudio de investigación, existen micro y pequeñas empresas de este rubro no hacen uso de las TIC, por la cual tienen un deficiente control del stock e inadecuado almacén.

III. Hipótesis

En el presente trabajo de investigación titulado La Tecnología de la Información y la Comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y Plan de Mejora en las Micro y Pequeñas Empresas en el Sector Comercio, Rubro Ferreterías, No se planteó una hipótesis por ser de tipo descriptivo.

IV. Metodología

4.1. Diseño de la investigación

No experimental – transversal – descriptivo.

Fue, no experimental, porque se estudió conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

Fue transversal, porque se estudió en un espacio de tiempo determinado donde tiene un inicio y un final.

Fue descriptivo, porque solo se describió las características más importantes de la variable, la MYPE y la realidad como se presenta.

4.2. Población y muestra

El presente estudio se realizó con una población de 70 micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz, 2019; la información fue proporcionada por la municipalidad provincial de Huaraz. ANEXO 01 (Relación de MYPES).

Muestra: se tomó como muestra las 70 micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz, 2019, lo cual representa el 100% del total de la población, respectivamente cumplían con todos los requisitos y proporcionaron la información.

4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

Denominación	Definición conceptual	Dimensión	indicador	Escala de Medición
Perfil de los representantes legales de las MYPES	<p>Dueño: es el poseedor de una cosa respecto a esta.</p> <p>Gerente: es la persona que lidera, administra y representa a una determinada empresa o sociedad y en la que se personifica sus órganos directores.</p>	Edad	18 – 30 años 31 a 50 años 51 a más años	Razón
		Genero	Masculino Femenino	Nominal
		Grado de instrucción	Sin instrucciones Primaria Secundaria Superior no universitario Superior universitario	Ordinal
		Cargo que ocupa dentro de la empresa	Dueño Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeña	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Razón
Perfil de las MYPES	MYPES es la unidad económica, natural o jurídica, cualquiera sea su forma de organización o creación, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Tiempo de permanencia	0 a 3 años 4 a 6 años 7 a más años	Razón
		Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores 6 a 10 trabajadores 11 a más trabajadores	Razón
		Personas que trabajan en su empresa	Familiares Personas no familiares	Nominal
		Objetivo de creación	Generar ganancias Subsistencia	Nominal

<p>La tecnología de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad</p>	<p>Modo en que la empresa implementa, planifica el futuro, implementa los programas y controla los resultados de la función calidad con vista en su mejora permanente para la satisfacción de sus clientes y la atención eficiente</p>	<p>Administrativo</p>	<p>Automatización Transacción Digitalización</p>	<p>Nominal</p>
		<p>Uso interno</p>	<p>Control de ventas Evaluación de stock Toma de decisiones para compras.</p>	
		<p>Uso externo</p>	<p>Clientes Inventario Proveedores</p>	
		<p>Funciones administrativas</p>	<p>Planificación Organización Dirección Control</p>	
		<p>Nivel de servicio</p>	<p>Adecuada infraestructura Calidad en el servicio Rapidez en la atención</p>	
		<p>Objetivos</p>	<p>Conocimiento Oportunidad de crecimiento Mejoramiento de la productividad</p>	

4.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó, fue la encuesta aplicado a los representantes legales de las 70 MYPES con la cual se obtuvo información de las organizaciones, con esta se desarrollar nuestro estudio de investigación.

El instrumento que se utilizo fue el cuestionario integrado por 16 preguntas, para ello se solicitó la mayor seriedad y transparencia en su respuesta. ANEXO 02 (cuestionario).

4.5. Plan de análisis

En esta etapa se utilizaron los programas Word 2016 y Excel 2013 con la finalidad de procesar estadísticamente los datos recolectados mediante el cuestionario estructurado y presentar los resultados en tablas y figuras; y su interpretación y análisis correspondiente.

4.6. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	Hipótesis	METODOLOGÍA	Técnica e instrumento
<p>Central: ¿Cuáles son las características de la tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro Ferreterías de la ciudad e Huaraz, año 2019?</p>	<p>General - Determinar las características de la tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías en la ciudad de Huaraz, año 2019. Específicos. -Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz, año 2019. -Describir las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz, año 2019. -Describir las características de la tecnología de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz, año 2019. -Elaboración del plan de mejora a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en la ciudad de Huaraz, año 2019.</p>	<p>La tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad. Modo en que la empresa implementa, planifica el futuro, implementa los programas y controla los resultados de la función calidad con vista en su mejora permanente para la satisfacción de sus clientes y la atención eficiente.</p>	<p>Población en estudio está conformada por los propietarios de las MYPE del sector comercio, rubro ferreterías de la ciudad de Huaraz que suman un total de 70 MYPES Muestra: Tomada es de 70 MYPES</p>	<p>La presente tesis no plantea hipótesis por tratarse de una investigación de nivel descriptivo.</p>	<p>Diseño de la investigación: No experimental: La investigación fue no experimental por que se realizó sin manipular deliberadamente la variable observándolas tal como se mostraron dentro de su contexto. Descriptivo: La investigación fue descriptiva porque se limitó a describir la variable en estudio tal como se observaron en la realidad en el momento en que se recogió la información.</p>	<p>La técnica que se empleo fue la encuesta aplicado a los representantes de las 70 MYPES con la finalidad de obtener información de la empresa, de tal manera que fue valioso para el desarrollo de nuestra investigación. El instrumento: que se utilizo fue el cuestionario integrado por 16 preguntas solicitando para ello la mayor seriedad y transparencia en su respuesta. ANEXO 02 (Cuestionario)</p>

4.7. Principios éticos.

Esta investigación, no tienen ningún impacto negativo sobre la sociedad, muy por el contrario, la beneficiara, siendo viable su ejecución en beneficio de la micro y pequeña empresa bajo los principios éticos de confiabilidad y respeto a la persona humana.

Protección a las personas: La investigación científica se realizó respetando la dignidad humana, su identidad, su diversidad en contexto quechua hablante, la privacidad y confiabilidad de sus actividades respetando su participación voluntaria y aceptando la información que se recibió con base al respeto en pleno de sus derechos fundamentales.

Beneficencia y no maleficencia: Se aseguro el bienestar de las personas que participaron en el trabajo de investigación, se cuidó de no dañar a las personas, maximizando los beneficios de su información.

Justicia: Durante la investigación se practicó el ejercicio de un juicio ponderable y razonable, tomando las precauciones para evitar los sesgos y sin cometer practicas injustas. Después del estudio fue necesario dar a conocer los resultados a quienes participaron en la investigación.

Integridad científica: Este principio se extendió a todos los representantes de la empresa rubro ferreterías que sirvieron como muestra; con base a los principios deontológicos de la profesión de administración evitando riesgos potenciales, promoviendo el beneficio del conocimiento a todo los que participaron en el presente estudio.

Consentimiento informado y expreso: Se respetó la manifestación libre y voluntaria, informada, inequívoca y específica informándoles que los resultados de la investigación serán de uso solamente para el presente trabajo.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019.

Características de los representantes	N	%
Edad (años)		
18 – 30	26	37.00
31 – 50	32	46.00
51 a mas	12	17.000
Total	70	100.00
Género		
Masculino	40	57.00
Femenino	30	43.00
Total	70	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	12	17.00
Secundaria	27	39.00
Superior no Universitario	16	23.00
Superior universitario	15	21.00
Total	70	100.00
Cargo		
Dueño	42	60.00
Administrador	28	40.00
Total	70	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3	27	39.00
4 a 6	15	21.00
7 a más	28	40.00
Total	70	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE del Distrito de Huaraz.

Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio,
rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019*

Características de las MYPE:	N	%
Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3	17	24.00
4 a 6	15	21.00
7 a más	38	54.00
Total	70	100.00
Número de trabajadores:		
1 a 5	68	97.00
6 a 10	2	3.00
11 a más	0	0.00
Total	70	100.00
las personas que trabajan en su empresa son:		
Familiares	42	60.00
Personas no familiares	28	40.00
Total	70	100.00
Su empresa se creó para:		
Generar ganancias	61	87.00
Subsistencia	9	13.00
Total	70	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE del Distrito de Huaraz

Tabla 3

Características de la tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019.

las TIC como factor relevante de la gestión de calidad	N	%
Usted utiliza las TIC		
Si	16	23.00
A veces	14	20.00
No	40	57.00
Total	70	100.00
Por qué no implementa las TIC como factor relevante de la gestión de calidad		
No las conoce	8	11.00
No tiene un personal experto	7	10.00
Costo de la inversión	6	9.00
Otros	45	64.00
Ninguno	4	6.00
Total	70	100.00
Las TIC como factor relevante de la Gestión de calidad contribuye a mejorar la rentabilidad de la empresa		
Si	20	29.00
A veces	14	20.00
No	36	51.00
Total	70	100.00
Usted cree que las TIC como factor relevante de la Gestión de Calidad ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados por la organización		
Si	16	23.00
A veces	13	19.00
No	41	59.00
Total	70	100.00
Usted emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa		
Si	41	59.00
A veces	17	24.00
No	12	17.00
Total	70	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de la tecnología de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019

Cuenta con una computadora en su empresa		
Si	27	39.00
No	43	61.00
Total	70	100.00
Le gustaría a usted participar en charlas, conferencias o llevar cursos referente a las Tic		
Si	60	86
Tal ves	7	10
No	3	4
Total	70	100.00

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE del Distrito de Huaraz

Tabla 4

Plan de Mejora a los Resultados de la investigación de las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019: el plan se visualiza en la p 49 al 56

Problema	Causa	Solución – Aplicación de mejora	Responsable
No Utiliza las TIC. El 57% no utilizan las TIC	No aplica	Asistir a cursos, talleres referente a las TIC para lograr conocimientos en elaborar base de datos, codificación de los productos en el sistema	Administradores/ Propietarios
Por qué no implementa las TIC. El 64% tiene otros motivos por las cuales no implementa.	Falta de Interés en asesoramiento	Llevar a cabo capacitaciones y levantar el interés del personal fijando metas y planteando objetivos a corto plazo	Administradores/ Propietarios
Las TIC contribuyen a mejorar la rentabilidad de la empresa. El 51% no cree que las TIC contribuya a mejorar la rentabilidad.	No utilizan las herramientas de las TIC	Realizar estrategias para codificar, crear base de datos para un adecuado almacenamiento de productos	Administradores/ Propietarios
Las TIC ayuda alcanzar metas y objetivos trazados. El 59% no cree en ello	Desconocimiento	Planear, organizar, dirigir y controlar su negocio utilizando las herramientas TIC para la satisfacción del cliente una atención eficiente, para un desarrollo sostenible y crecimiento de la empresa	Administradores/ Propietarios
No cuenta con una Computadora en su empresa. El 61% no utiliza la computadora en su empresa.	Desconocimiento del uso de los programas	Capacitación para los programas básicos de informática	Administradores/ Propietarios

5.2. Análisis de resultados.

Tabla 1

Datos generales de los representantes de las Micro y pequeñas empresas

Del 100% de los encuestados podemos observar lo siguiente: El 45% de los representantes de las MYPE son mayores de 31 – 50 años, esto contrasta con Romaní (2019) el nos dice que el 57% tienen 18 a 30 años de edad, teniendo coincidencia con los obtenidos por Chávez (2019) con un 57% entre 31 a 50, a si mismo concordamos con Salazar (2019) quien manifiesta que el 53% tienen entre 31 a 50 años de edad, de la misma manera con Robles (2017) en su reporte nos dice que 55% tienen entre 31 a 50 años de edad, del mismo modo con Huamán (2019) y Gamarra (2017) quienes nos manifiestan que el 53% y 55% tienen entre 31 a 50 años de edad. Con el estudio se puede afirmar que la mayoría de los representantes de las MYPE son dirigidos por personas mayores entre 31 y 50 años en promedio, con miras en alcanzar metas y lograr objetivos canalizando el éxito y así evitar quiebras y fracasos en el rubro en la cual se desempeñan.

Género

Del 100% de los encuestados podemos interpretar lo siguiente: el 57% de los representantes de las MYPE son de sexo masculino. Estos resultados coinciden con los encontrados por Gamarra (2017) quien nos indica que el 67% son de género masculino, de la misma manera Huamán (2019) con un 80% son de género masculino, del mismo modo Chávez (2019) con un 64%, Robles (2017) un 67%, Romaní (2019) un 79%, Salazar (2019) con un 62% .De todo esto podemos deducir que las MYPE son dirigidos en su mayoría por el sexo masculino.

Grado de instrucción

Del 100% de los encuestados se puede observar lo siguiente: El 39% de los representantes de las micro y pequeñas empresas alcanzan el grado de instrucción secundaria, estos resultados remarcan una semejanza con Salazar (2019) quien expresa que el 46% tienen estudios secundarios, de la misma manera Robles (2017) nos dice que un 61% cuentan con grado de instrucción secundario, del mismo modo Gamarra (2017) indica que el 61% tienen grado de instrucción secundaria, se contrasta con Romaní (2019) quien manifiesta que el 50% tienen estudios superiores no universitarios, asimismo se contrasta con Huamán (2019) quien nos dice que el 40% tienen estudios superiores universitarios, del mismo modo Chávez (2019) quien nos manifiesta que el 43% cuentan con un grado de instrucción superior universitaria. Con todo esto podemos deducir que los representantes de las MYPE cuentan con porcentajes compartidos entre la educación secundaria, superior no universitaria y superior universitaria para poder liderar la empresa.

Cargo que desempeña

Del 100% de los encuestados podemos observar lo siguiente: EL 60% de los representantes de las MYPE son los dueños, de tal manera que hay una coincidencia con Salazar (2019) quien nos dice que el 62% de los representantes de las MYPE son los dueños, del mismo modo con Romaní (2019) quien indica también que 85% de los representantes son dueños, asimismo Chávez (2019) manifiesta que el 51% son dueños. De tal manera que podemos decir que mayormente los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños.

Tiempo que desempeñan en el cargo

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 40% de los representantes de las ferreterías en la ciudad de Huaraz tienen más de 7 años desempeñándose en el cargo esto se asemeja a Romaní (2019) quien nos dice que un

64% de los representantes llevan más de 7 años en el cargo, asimismo Salazar (2019) nos indica que un 46% llevan más de 7 años en el cargo. Esto nos demuestra que las personas tienen la experiencia del negocio en el mercado y son personas mayores quienes van a contribuir en tener una mejora continua para así lograr éxitos.

Tabla 2

Características de las MYPES.

Del 100% de los encuestados podemos observar lo siguiente: El 54% de las MYPE, están 7 a más años en el mercado rubro ferreterías, lo cual tienen una coincidencia con Salazar (2019) quien manifiesta que el 46% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, a simismo Romaní (2019) nos dice que el 64% de las micro y pequeñas empresas tienen más de años en el mercado, del mismo modo que Chávez (2019) manifiesta que un 62% tienen más de 7 años en el rubro, de tal manera que contrasta con Robles (2017) quien manifiesta que el 50% de las MYPE tienen de 8 a más años en el rubro, de la misma manera que Gamarra (2017) quien nos dice que un 50% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 8 años en el mercado. En su mayoría las MYPE tienen más de 7 años a más de permanencia en el mercado rubro ferreterías. Estos resultados nos demuestran que las micro y pequeñas empresas son estables lo cual lograron mantenerse en el sector comercial, rubro ferreterías, de tal manera que adquirieron experiencia sus representantes de estas MYPE en la administración del negocio por el tiempo que llevan en el rubro.

Cuantos trabajadores laboran

Del 100% de los encuestados se puede observar lo siguiente: El 97% de las MYPES cuentan con 1 – 5 colaboradores, estos resultados coinciden con los obtenidos por Chávez (2019) quien nos dice que un 86% de las MYPE encuestados tienen de 1 a 5 asalariados, así mismo se coincide parcialmente con Robles (2017) y Gamarra (2017) quienes manifiestan que un 83%, 83% tienen de 0 a 4 asalariados, se contrasta Huamán (2019) quien manifiesta que un 53% cuenta de 5 a 9 asalariados, de la misma

manera que Romaní (2019) quien dice que el 79% cuenta con 6 a 10 asalariados. De tal manera que llegamos a la conclusion que la mayoría cuentas con varios trabajadores, porque existen diversas tareas y actividades que requiere de personal.

Las personas que trabajan

El 60% de las micro y pequeñas empresas tienen como colaboradores a familiares, a estos resultados se encontró una similitud con Chávez (2019) quien nos dice que un 57% de los trabajadores son familiares, lo cual se contrasta con Romaní (2019), Salazar (2019) quienes afirman que un 79%, 69% de las MYPE tienen asalariados no familiares. De tal manera que podemos deducir que en su mayoría los asalariados son familiares de los representantes de la empresa.

Objetivo de creación

El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas, el 87% señalaron que el objetivo de creación fue con la finalidad de generar ganancias, podemos decir que hay una similitud con Chávez (2019) quien afirma que el 100% de las MYPE fueron creado con el fin de generar ganancias, . De tal manera que los empresarios al crear las MYPE buscan adquirir ganancias, mientras en otros casos solo con miras de subsistencia por la competencia con las demás MYPE.

Tabla 3

la tecnología de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad

El 57% de los representantes de las MYPE no utilizan las TIC, de tal manera que coincidimos con Gamarra (2017) y Robles (2017) nos refieren que un 72%, 72% de las micro y pequeñas empresas afirman que no utilizan las TIC. Estos resultados nos demuestran que aun con el pasar del tiempo los representantes no se adaptan a los cambios tecnológicos de hoy en día.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar que: El 64% de las MYPES no implementan las herramientas de las TIC, porque existen otros motivos por las cuales no implementan las TIC, estos resultados coinciden con los estudios realizados por Chávez (2019) quien nos indica que un 43% de los encuestados afirman que no implementan las herramientas de la tecnología de la información y comunicación. Los resultados nos muestran que los representantes de las micro y pequeñas empresas no desean invertir en las herramientas TIC, debido a la falta de financiamiento, el temor de invertir y no tener resultados favorables.

Del 100% de los encuestados podemos observar lo siguiente: El 51% de las MYPES nos refieren que las TIC no contribuyen a mejorar la rentabilidad del negocio, Estos resultados contrastan con la investigación realizada por Chávez (2019) quien determino que el 86% manifestaron que las TIC si contribuyen a mejorar la rentabilidad de la empresa. De tal manera que podemos decir que la mayoría de los representantes consideran que las TIC no contribuyen a mejorar la rentabilidad del negocio.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar lo siguiente: El 59% de las MYPES consideran que las TIC como factor relevante de la gestión de calidad no a cubierto las expectativas iniciales de los representantes; un 23% refieren que las TIC si ha cubierto las expectativas esperadas para su negocio y un 19% cree que a veces si cubre sus expectativas de los representantes de las micro y pequeñas empresas, no se encontraron coincidencias de antecedentes o contraste de resultados. La gran mayoría considera que las TIC como factor relevante de la gestión de calidad no ha cubierto sus expectativas.

El 59% de los representantes si usan su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, estos resultados coinciden con la investigación realizada por Romaní (2019) quien nos manifiesta que el 57% de los representantes si hacen uso de sus teléfonos para realizar diversas coordinaciones referentes a su empresa. De esta manera estos

resultados nos demuestran que la mayoría de los representantes hacen uso de su teléfono para saber en qué parte se encuentra sus mercaderías, lo cual les permite tener un control adecuado en el abastecimiento.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar que: El 61% de los representantes de las MYPE no cuentan con una computadora en sus locales, estos resultados contrasta con la investigación realizada por Romaní (2019) quien afirma que el 86% de los representantes cuentan con una computadora en la empresa. De estos resultados podemos decir que los representantes no cuentan con una computadora en su empresa lo cual se resisten al cambio a pesar de contar con una amplia experiencia.

Del 100% de los encuestados podemos visualizar los siguientes: El 83% de los representantes de las MYPE si les gustaría repotenciar sus conocimientos asistiendo a charlas y cursos, 10% le gustaría asistir eventualmente y un 4% no les gusta la idea de aprender y repotenciar sus conocimientos en las TIC para mejorar el rendimiento de sus negocios, no se encontraron coincidencias de antecedentes o contraste de resultados. Esto nos demuestra que los representantes de las MYPE están prestos a repotenciar sus conocimientos y a aprender de ello para el beneficio de la empresa.

PLAN DE MEJORA

Plan de mejora a los resultados de la investigación en las micro y pequeñas empresas en el sector comercio, rubro ferreterías del Distrito de Huaraz, 2019

Matriz de la estrategia FODA	Oportunidades	Amenazas
Fortaleza <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación estratégica del local. 2. Personal suficiente. 3. Calidad de la mercadería 4. Servicio al cliente 5. Experiencia y conocimiento. 6. Buena reputación. 	F – O <ol style="list-style-type: none"> 1. Hacernos reconocer como una ferretería de credibilidad trabajadora, responsable y sociable (F6, O1, O2, O3, O4, O5, O6). 2. Trabajar para lograr ser una ferretería de alto desempeño (F4, O5, O6). 3. Desarrollar acciones para proveer productos a las municipalidades (F3, O4, O2). 	F – A <ol style="list-style-type: none"> 1. Adquirir gran variedad de productos para satisfacer a los clientes (F1, A2, A3, A6). 2. Mejorar el desempeño de funciones (F4, A1, A4, A6). 3. Desarrollar campañas de mercadeo (F6, A2, A3, A5, A6). 4. Adquirir conocimientos para mejorar el trato con los clientes (F6, A6).

Debilidades	D – O	D –A
<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de control de inventarios. 2. No hay una delegación de funciones y responsabilidades delimitadas de cada miembro. 3. Administración deficiente en general 4. Falta de publicidad 5. No se cuenta con sistema computarizado para el manejo de inventarios ni un software para el registro de códigos. 6. Falta de capacitación a los asalariados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistematizar la ferretería para ser reconocidos vía web (O1, D6). 2. Crear estrategias para fortalecer la ferretería económicamente (O6, D9). 3. Mejorar en el desempeño de los asalariados (O1, D6). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mejorar el desempeño ante sus mercados objetivos (D2, A2, A6). 2. Capacitación (D3,A6). 3. Aprender a manejar situaciones de bajo desempeño (D10, A1, A5)

2. Indicadores.

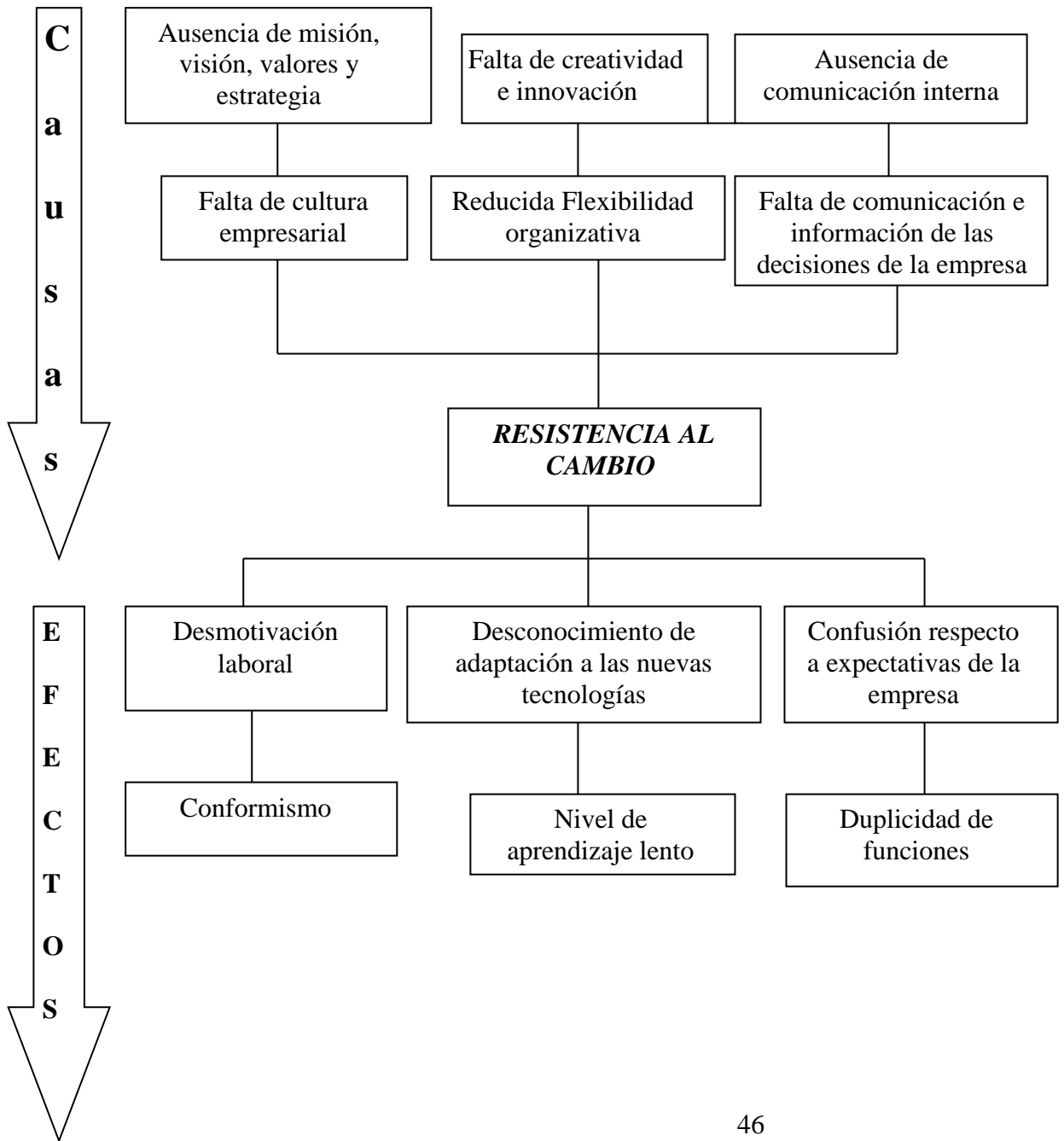
Indicadores	Evaluación de los indicadores dentro de las MYPE
Nivel de ventas	Nivel de ventas bajas
Satisfacción del cliente relacionado con los pedidos	La satisfacción del cliente es media
Desconocimiento de los productos	Desconocimiento de la variedad de productos y su función por la falta de base de datos
Cumplimiento del programa de entrega	Cumplimiento del programa de entregas es lenta
Logística desordenada	Logística desordenada y sin base de datos

3. Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento del problema
Nivel de ventas	Nivel de ventas bajas	Por la falta de publicidad y variedad de productos
Satisfacción de los clientes en relación de los pedidos	Media satisfacción del cliente	la falta de base de datos y conocimiento de los productos
Desconocimiento de los productos	Falta de conocimiento de los productos por falta de base de datos	No se maneja base de datos para la logística
Cumplimiento del programa de entrega	El cumplimiento de entrega es lenta por que no manejan una logística adecuada	La falta de base de datos para el correcto funcionamiento de la logística y registro de productos en ello

4. causas (Utilizando el diagrama de espina causa- efecto, tormenta de ideas, etc)

Árbol de causa – efecto



1. Establecer soluciones

1.1. Establecer acciones

Indicadores	Problemas	Acción de mejora
Nivel de ventas	Nivel de ventas bajas	Mejorar el precio del producto acorde al mercado y la buena atención al cliente y fidelizar a los mismos.
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	La satisfacción de los clientes es media	Variedad de productos, calidad y cantidades necesarias en stok aplicando las técnicas de las TICS
Desconocimiento de los productos	Falta de conocimiento de los productos por falta de base de datos y una logística adecuada	Capacitación permanente tanto los dueños como ellos mismos para el manejo y codificación de los productos para una información y atención rápida
El cumplimiento del programa	En este caso la entrega es lenta	Crear una base de datos para identificar el stok en cuanto a medidas y cantidades para que la entrega sea inmediato

1.2. Estrategias

N°	Acción de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Mejorar la promoción del producto	Poca inversión	6 meses	Mayor afluencia de clientes	Planificar la mejora en cuanto a la promoción y atención del cliente
2	Aplicar las técnicas de las TICS	Desconocimiento de las TICS	9 meses	Mejorar en la venta de los productos, competir en cuanto a precios y la rapidez en la atención al cliente	Identificar los mejores precios y las necesidades, exclusividad de los clientes y Planificar las estrategias donde se maneje precios y ubicación del local
3	Variedad de productos de la ferreterías	No cuentan con productos y cantidades que requieran algunos clientes	1 año	Mayor ingreso económico en la empresa. Mayor afluencia por la variedad	Priorizar en cuanto a los gustos, exclusividad de los clientes. Captar más clientes por la variedad y precios
4	Curso de taller sobre herramientas de gestión empresarial	Poca	Mediano	Bastante	Priorizar cada charla , taller y cursos sobre las TICS para una buena gestión empresarial
5	Crear una base de datos para identificar el stok y la codificación de los productos	No utilizan un control del stock de los productos	1 mes	Mayor control de los productos en stock	Contar con una base de datos que ayuden a identificar los productos que se tiene en stock

1.3. Recursos para la implementación de las estrategias y técnicas de las TICS

N	Estrategia	Recursos humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Mejorar la promoción de los productos	Contratar un publicista	s/ 450 mensuales	Radio y televisión	7 meses
2	Aplicar las técnicas de las TICS	un especialista en informática	s/ 800 mensuales	Páginas web	9 meses
3	Variedad de los productos en la ferretería	Mayores proveedores	s/ 15000 mensuales (varía de acuerdo a la cantidad)	Industrial	1 año
4	Curso taller sobre herramientas de gestión empresarial	Contratar un ingeniero informático	s/ 500 mensuales	Compra de codificador	1 año
5	Crear una base de datos para identificar el stock y la codificación de los productos	Ingeniero sistemas	s/ 1000 mensuales	Software	6 meses

VI. CONCLUSIONES

6.1. Conclusiones

La mayoría de los representantes son personas adultas ya que sus edades oscilan entre los 31 a 50 años, son del género masculino, cuentan con un grado de instrucción secundaria y el tiempo que desempeñan en el cargo están entre los 7 a más años.

Respecto a las micro y pequeñas empresa son formales, tienen 1 a 5 asalariados laborando en su empresa, el tiempo de permanencia en el mercado es de 7 a más años en el rubro.

Referente a la Tecnología de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas no aplican las TIC, de tal manera que tienen otros motivos por las cuales no implementan las TIC, por tanto piensan que las TIC no contribuye en la rentabilidad del negocio debido al desconocimiento, en todos los años que tienen de experiencia las TIC no ha cubierto sus expectativas, manejan las computadoras solo con fines personales, Están dispuestos a capacitarse, llevar cursos de las TIC para poder plasmarlos en sus negocios y así generar beneficios para sus empresas.

Implementar el plan de mejora propuesta, para una atención eficiente, el orden adecuado del almacén, tener una base de datos e implementar con la variedad de productos.

RECOMENDACIONES

Implementar capacitaciones, cursos de taller para su personal, de manera que puedan manejar distintas técnicas administrativas para poder así satisfacer al cliente, ser eficaces y eficientes en la atención al cliente, implementar con la variedad de productos sus establecimientos ya que el mercado cada día es más cambiante y más exigente.

Innovar la tecnología de la información y comunicación ya que con la experiencia que cuentan deberían de ser más flexibles al cambio para una buena atención al cliente y su crecimiento como empresa, así poder viabilizar la fluidez del negocio y fidelizar clientes para así poder ser recomendados por los mismos.

Considerar a las herramientas de la tecnología de la información y comunicación, con el cliente, se encuentra en una estrecha relación o interacción que permiten las redes sociales e internet, lo cual facilita la labor comercial de las empresas ya que pueden conocer de manera casi instantánea las necesidades de sus clientes para poderlas satisfacer lo más antes posible, la cual ayuda que la productividad de la empresa sea más rápida y más eficiente.

Implementar el plan de mejora propuesta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Banco Mundial. (2013).

Barragan Morfin, L. R. y Barragan (2002). *Estructura de la micro empresa*. Mexico.

<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9933/9238>

Chavez, p. s. (2019). *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de casma, 2018*. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10187>

Ferdinand Drucker, P. (1966: 143). *La tecnología de la comunicación e información*.

Gonzales Sanchez, S. (2015). *la tecnología de la información y la comunicación*.

<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1189>

Garcia, J. (1993). *el valor del compañerismo*.

Gonzales Sanchez, S. (2015). *la tecnología de la información y la comunicación*.

<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/1189>

Garcia, J. (1993). *el valor del compañerismo*. recuperado de <https://www.monografias.com/trabajos41/formalizacion-pymes/formalizacion-pymes2.shtml>

Gamarra chilet, l. e. (2017). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreteria, ciudad de Huarney, 2016*.

Huamán Chávez, e. (2019). *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas rubro ferreterías en la urbanización oquendo callao, 2018*. chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9537>

Moses Juran, J. (1904-2008). *Gestión de Calidad*. Recuperado <https://www.pablogiugni.com.ar/joseph-m-juran/>

Mendivil Jimenez, J. (2006). *Análisis y propuesta para la formalización de las Micro y Pequeñas Empresas*. Peru.

- Philip Kotler. (2005). *Satisfacción al cliente*. Recuperado de http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html
- Porter, M. (1996, p. 181). *Tecnología Aplicable*.
- Reboloso Pacheco, E. (2000,p.66). *La tecnología de información*. Colombia.
- Richard Nelson. (1991,p.350). *Innovación tecnológicos*. Estados Unidos.
- Robles, C. L. (2017). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de pucallpa, año 2017*. pucallpa. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4778>
- Romani, C. P. (2019). *Gestión de la calidad con uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías*. chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10700>
- Slywotzky y Morrizon. (2001,p.126). *Implementación de las tecnologías de la información TIC para la mejora de la gestión contable y financiera en la empresa*. Colombia: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Sánchez, V. (7 de noviembre de 2012). *Tecnologías de la Información y la Comunicación* Victor EST. Recuperado el 26 de mayo de 2015, de concepto y características de las tecnologías de la información y comunicación: Recuperado de <http://ticsvickest.blogspot.com/2012/11/concepto-y-caracteristicas-de-las-tic.html>
- Salazar Castro, V. (2019). *Gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación y propuesta de mejora en la micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro ferreterías, ciudad de juanjuí 2019*. chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11119>
- 28015, L. (2003). *Ley de Promoción y Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas*. . Lima, Lima, Perú. Obtenido Recuperado http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf (22.11.16)
- 30056, L. (2013). *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial*. Perú. Obtenido de http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_L EY_30056/Ley%20N%2030056.pdf (22.11.16)

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019								Año 2019							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto													X	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	X	
11	Redacción del informe preliminar															X	
13	Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación															X	
14	Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación																X
15	Presentación de ponencia en jornadas de investigación																X
16	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros (*)			
- Impresiones	100.00	1	100.00
- Archivadores	5.00	5	25.00
- Papel bond A4 80 gramos	20.00	3	60.00
- Cuaderno de campo	5.00	3	15.00
- Lapicero	1.00	6	6.00
- Corrector	5.00	3	15.00
- USB	30.00	1	30.00
- Folder	40.00	1	40.00
- Empastado	25.00	3	75.00
Servicios			
- Uso del turnitin	50.00	2	100.00
- Costo del taller	3,000.00	1	3,000.00
Sub Total			3100.00
Gastos de viaje			
- Pasajes para recolectar información	5.00	10	50.00
- Pasajes a Chimbote y viceversa	120.00	8	960.00
- Movilidad local	10.00	8	80.00
Sub Total			1090.00
Total de presupuesto desembolsable			4,566.00
Presupuesto no desembolsable (universidad)			
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Servicios			
- Uso de internet (laboratorio de aprendizaje – 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
Sub Total			400.00
Recurso Humano			
- Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub Total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
TOTAL			5,218

Anexo 3. Relación de las micro y pequeñas empresas

N°	NOMBRES Y APELLIDOS	RAZÓN SOCIAL	ACTIVIDAD	DIRECCIÓN
1	Camones Chávez Luis armando		ferretería	Jr. Mariscal Cáceres
2	Henostroza Torres Isaquiel Raúl		Ferretería	Avenida Raimondi N° 318
3	Barreto Rosales Isidro Gregorio		Ferretería	Avenida Raimondi N° 220
4	Macedo Gonzales de León Olga Cecilia		Ferretería	Jr. Francisco Bolognesi N° 262
5	Peña Ramírez Dora Karina		Ferretería	Av. Confraternidad Internacional Oeste N° 205
6	Sánchez Cochachin Roger Hernán		Ferretería	Av. Agustín Gamarra N° 424
7	Sánchez Prado Fanny Evelin		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 314
9	Cipriano Romero Francisco		Ferretería	Jr. Huascarán N° 133
10	Lázaro Moreno Fidel Benigno		Ferretería	Jr. José de San Martín N° 788 Huarupampa
11	Chávez Campo blanco Leonardo Honorato		Ferretería	Jr. Comercio N° 327 – Cono aluvionico
12	Alberto De paz Nicolás Diego	HUASCARAN FERRETEROS S.A.C	Ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 334 Huarupampa
13	Molina Aguilar Juana Maritza	INVERSIONES NOVAGLASS E.I.R.L	Ferretería	Jr. Cajamarca N° 120 – cono aluvionico

14	García Chávez Mirian Dalina	INVERSIONES LEO R.R.L	Ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 320 - Huarupampa
15	Villanira Espinoza Narcizo		Ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 346 - Huarupampa
16	León Pacheco Greta Reyna		Ferretería	Jr. Francisco Bolognesi N° 230 - huarupampa
17	Silva Tamara Luciano Aquilino		Ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 324 - Huarupampa
18	Sáenz Henostroza Vilma Alicia		Ferretería	Jr. Francisco Bolognesi N° 201 - Huarupampa
19	Celmi Mautino Roberto Fortunato	FERRETERÍA COMERCIAL METRO S.R.L	Ferretería	Jr. Francisco Bolognesi N° 201 - Huarupampa
20	Carranza Cochachin Carmen Silvia		Ferretería	Av. Confraternidad Internacional Oeste N° 487
21	Norabuena cacha Hernán	FERRETERÍA E INVERSIONES ATUSARÍA S.R.L	Ferretería	Jr. Jose de San Martin N° 435- zona comercial
22	Salazar Cacha Mario Ernesto	EMPRESA FERRETERA SALAZAR E.I.R.L	Ferretería	Av. Agustín Gamarra N° 303
23	Villanera Figueroa Percyn	CORPORACIÓN INVEFE S.A.C	Ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 268
24	Oropeza Yauri Justina Margarita	INVERSIONES ME & F E.I.R.L	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 909
25	Galarza Crisologo Carlos Rosario		ferretería	Av. Fitzcarrald N° 242- cono aluvionico
26	Cacha Maguiña Marilyn Irene		Venta de artículos de	Av. Antonio Raimondi N° 310

			ferretería	
27	Carranza Manrique Mirta Yanet		ferretería	Jr. 28 de Julio N° 514- zona comercial
28	Méndez Minaya Gladys Zoraida		ferretería	Jr. Francisco Bolognesi N° 249- zona comercial
29	Araucano Quezada Julio Braulio		ferretería	Jr. Huascarán N° 357
30	Oncoy Tolentino Lissel Gissela		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 131- cono aluvionico
31	Julca Vásquez Hernando	COMERCIAL WINNER E.I.R.L.	ferretería	Jr. Julián de Morales N° 823- zona comercial
32	Vilca Giraldo Diego Alonso		ferretería	Av. Agustín Gamarra N° 766- zona comercial
33	Díaz Pallaca Marco Antonio	INFECORDILLERA NEGRA	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 220- zona aluvionica
34	Hurtado Depaz Tania Mariela		ferretería	Av. Confraternidad Internacional Este N° 211
35	Gonzales Jara Juan Carlos		ferretería	Jr. José de San Martín N° 1165
36	Rascón Chávez Claudio		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 413- zona comercial
37	Sánchez Carpio Jorge		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 386- zona comercial
38	Obregón Castillo Albino Isidro		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 112
38	Briceño Julca Santos Celestino		ferretería	Jr. Huascarán N° 123

40	Barreto Milla Néstor	SERVICIOS FERRETEROS LA UNIÓN S.R.L.	ferretería	Jr. Simón Bolívar N° 583
41	Rosario Guerrero Claudia Antonia		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 318
42	Morales Guerrero Eufemia Erasma		ferretería	Jr. José de San Martín N° 439
43	Víctor Alfredo Santillán Julca		ferretería	Av. Agustín Gamarra N° 789
44	Lázaro Moreno Fidel Benigno		ferretería	Jr. José de San Martín N° 794
45	Mejía Jamanca Margarita	FERRETERÍA ALPAMAYO	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 119
46	Silvia Yauris Ronald Rolando	INVERSIONES Y FERRETERÍA A & R S.A.C	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 460
47	Henosroza cigüeñas Raúl Gin		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 318
48	Rascón Domínguez Flor Nancy		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 619
49	Paucar Mautino Antonieta Gloria		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 393
50	Flores Moreno Adrián Gilvo	SERVICIOS COMERCIOS MÚLTIPLES A & F S.R.L	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 318
51	Giralmado Catire Maximiliano	ANDINA G & M E.I.R.L.	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 315
52	Guzmán Rosario Noemí Margarita		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 601

53	Hercila Vicenta Patricio	GRUPO FERMECO S.A.C.	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 621
54	Minaya Montalvo Cristian Yuri	SERVICIOS GENERALES D´ CRIS E.I.R.L.	ferretería	Av. Confraternidad Internacional Oeste N° 231
55	Camones Chávez Juan Edwin	CONSORCIO MARAVILLA S.A.C.	ferretería	Jr. Simón Bolívar N° 1196
56	Jesús Chinchay Elvira Natalia		ferretería	Jr. Comercio N° 220
57	Toledo Chinchay Jessica Gabriela	INVERSIONES Y MULTISERVICIOS PIONERO E.I.R.L.	ferretería	Jr. Comercio N° 702
58	Caururu Chinchay Zonia Cirila		ferretería	Jr. Cajamarca N° 256
59	Vásquez Castillo Domiciana Teófila		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 117
60	Albornoz Maldonado Gianina yurico		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 387
61	Pinchi Navarro Alis Darse	ARENALES FERRETEROS FUERTES S.A.C.	ferretería	Jr. José de San Martín N° 419
62	Osorio Minaya Cristian Moises		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 105
63	Evaristo Alberto Franz Matheus		ferretería	Jr. Juan de la Cruz Romero N° 415
64	Huayta Bendizu de Caushi Blanca Nelly		ferretería	Jr. Cajamarca N° 220
65	Sánchez Carpio Jorge	KKOSAN IMPORT S.R.L.	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 266

66	Barreto Moreno Sergio Rafael		ferretería	Jr. Simón Bolívar N° 583
67	Rosales Cacha Benjamín Félix	R & R FERRETEROS S.A.C.	ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 266
68	Roque Rodríguez Verónica Julissa		ferretería	Av. Antonio Raimondi N° 314
69	Camones Espinoza Evelin Cinthia	JJMC CONSTRUYENDO E.I.R.L.	ferretería	Jr. Simón Bolívar N° 1130
70	Soriano Celestino Rebeca Nora		ferretería	Jr. 13 de Diciembre N°643

Anexo 4 Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

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

LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO- RUBRO FERRETERÍAS DEL DISTRITO DE HUARAZ 2019. Para obtener el título Profesional de licenciada 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
- 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.

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 ganancias
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD.

10. ¿Usted Utiliza Las TIC?

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

11. ¿Por qué no implementa las TIC como factor relevante de la gestión de calidad?

- a) No las conoce
- b) No tiene un personal experto
- c) Costo de la inversión
- d) Otros
- e) Ninguno

12. Las TIC como factor relevante de la gestión de calidad contribuye a mejorar la rentabilidad de la empresa

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

13. ¿Usted cree que las TIC como factor relevante de la gestión de calidad ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados por la organización?

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

14. ¿usted emplea su teléfono para coordinar asuntos de la empresa?

- d) Si
- e) A veces
- f) No

15. ¿usted cuenta con una computadora en su empresa?

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

16. ¿a usted le gustaría participar en charlas, conferencias o llevar algún curso de las TIC para que le brindes una atención eficiente a tus clientes.

- a) Si
- b) Tal ves
- c) No

Anexo 05: Hoja de tabulación

Tabla 1

Características de los representantes de las Mypes del Distrito de Huaraz 2019

Edad (años)	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia relativa Acumulada
18 – 30	26	37.14%	37.14%
31 – 50	32	45.71%	82.86%
51 a mas	12	17.14%	100.00%
Total	70	100.00%	
Género			
Masculino	40	57.14%	57.14%
Femenino	30	42.86%	100.00%
Total	70	100.00%	
Grado de instrucción			
Sin instrucción	0	0.00%	0.00%
Primaria	12	17.14%	17.14%
Secundaria	27	38.57%	55.71%
Superior no Universitario	16	22.86%	78.57%
Superior universitario	15	21.43%	100.00%
Total	70	100.00%	
Cargo			
Dueño	42	60.00%	60.00%
Administrador	28	40.00%	100.00%
Total	70	100.00%	
Tiempo que desempeña en el cargo			
0 a 3	27	38.57%	38.57%
4 a 6	15	21.43%	60.00%
7 a mas	28	40.00%	100.00%
Total	70	100.00%	

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE del distrito Huaraz.

Tabla 2*Características de las Mypes del Distrito de Huaraz 2019.*

Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
0 a 3	17	24.29%	24%
4 a 6	15	21.43%	46%
7 a mas	38	54.29%	100%
Total	70	100.00%	
Número de trabajadores:			
1 a 5	68	97.14%	97.14%
6 a 10	2	2.86%	100.00%
11 a mas	0	0.00%	100.00%
Total	70	100.00%	
las personas que trabajan en su empresa son:			
Familiares	42	60.00%	60.00%
Personas no familiares	28	40.00%	100.00%
Total	70	100.00%	
Su empresa se creó para:			
Generar ganancias	61	87.14%	87.14%
Subsistencia	9	12.86%	100.00%
Total	70	100.00%	

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE del distrito Huaraz

Tabla 3

La tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las MYPE del Distrito de Huaraz, 2019

Usted Utiliza las TIC	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Si	16	22.86%	22.86%
A veces	14	20.00%	42.86%
No	40	57.14%	100.00%
Total	70	100.00%	
Por qué no implementa las TIC como factor relevante de la gestión de calidad			
No las conoce	8	11.43%	11.43%
No tiene un personal experto	7	10.00%	21.43%
Costo de la inversión	6	8.57%	30.00%
Otros	45	64.29%	94.29%
Ninguno	4	5.71%	100.00%
Total	70	100.00%	
Las TIC como factor relevante de la Gestión de calidad contribuye a mejorar la rentabilidad del negocio			
Si	20	28.57%	28.57%
A veces	14	20.00%	48.57%
No	36	51.43%	100.00%
Total	70	100.00%	
Usted cree que las TIC como factor relevante de la Gestión de Calidad ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados por la organización			
Si	16	22.86%	22.86%
A veces	13	18.57%	41.43%
No	41	58.57%	100.00%
Total	70	100.00%	
Usted emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa			
Si	41	58.57%	58.57%
A veces	17	24.29%	82.86%
No	12	17.14%	100.00%
Total	70	100.00%	

Continuara...

Tabla 3

La tecnología de la información y la comunicación como factor relevante de la gestión de calidad de las MYPE del Distrito de Huaraz 2019

Cuenta con una computadora en su empresa			
Si	27	38.57%	38.57%
No	43	61.43%	100.00%
Total	70	100.00%	
Le gustaría a usted participar en charlas, conferencias o llevar cursos referente a las Tic			
Si	60	85.71%	85.71%
Tal ves	7	10.00%	95.71%
No	3	4.29%	100.00%
Total	70	100.00%	

Fuente. Cuestionario aplicado a los representantes de las MYPE del Distrito de Huaraz

Anexo 06: Figuras.

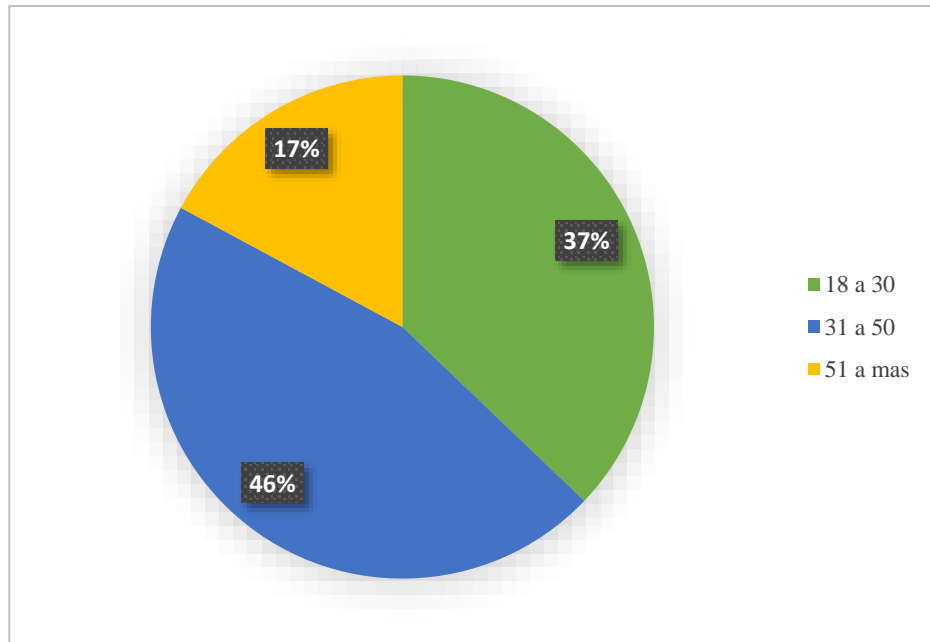


Figura 1. Edad del Representantes de la empresa

Fuente. Tabla 1

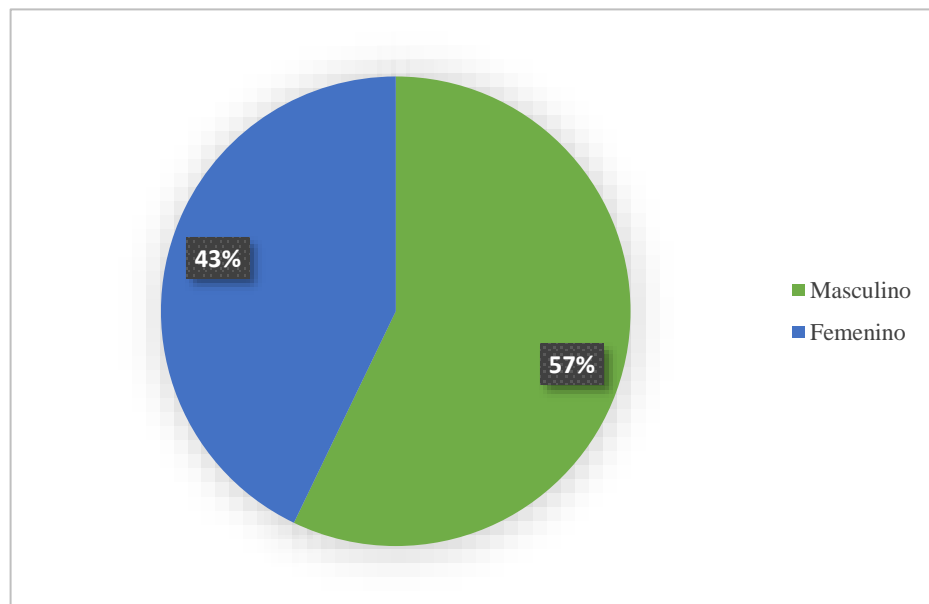


Figura 2. Género de los representantes de la empresa

Fuente. Tabla 1

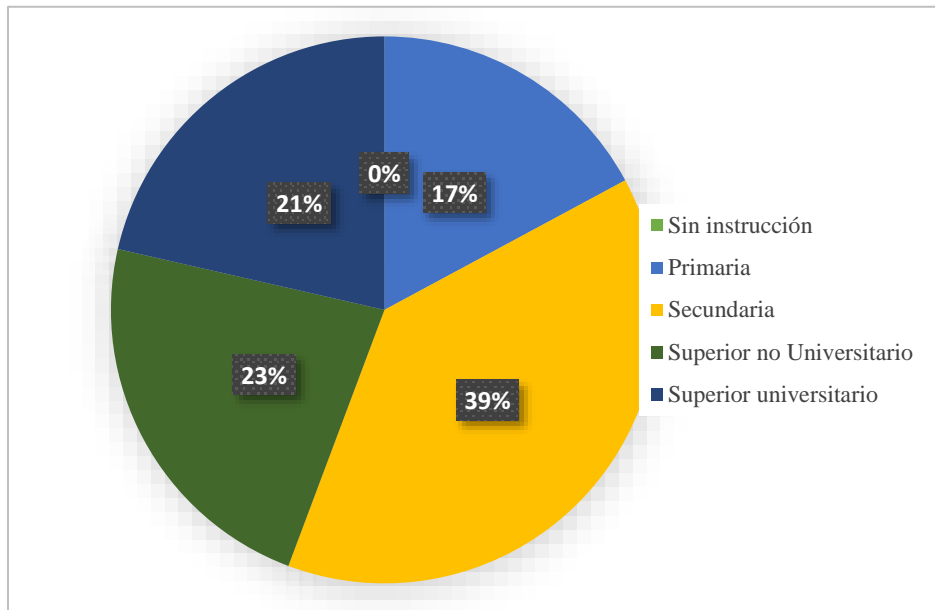


Figura 3. Grado de instrucción de los representantes

Fuente. Tabla 1

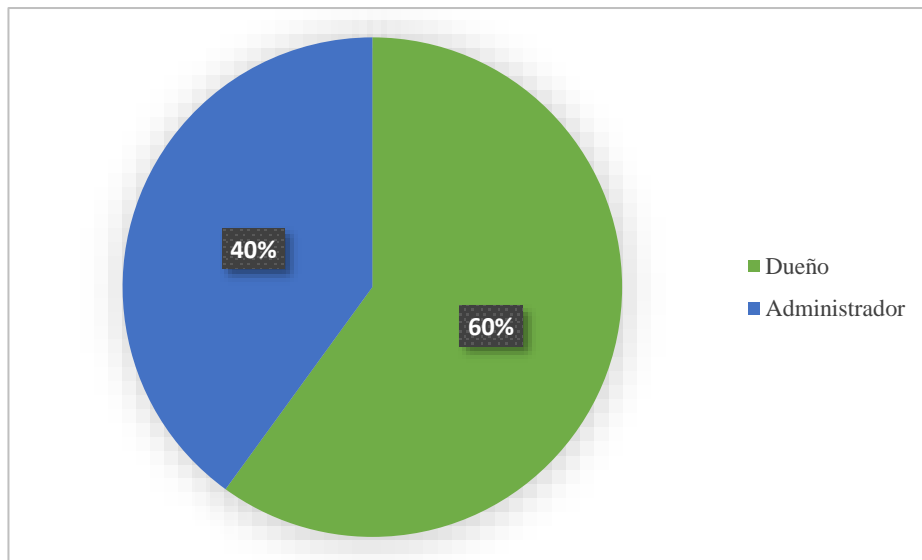


Figura 4. Cargo que desempeñan los representantes

Fuente. Tabla 1

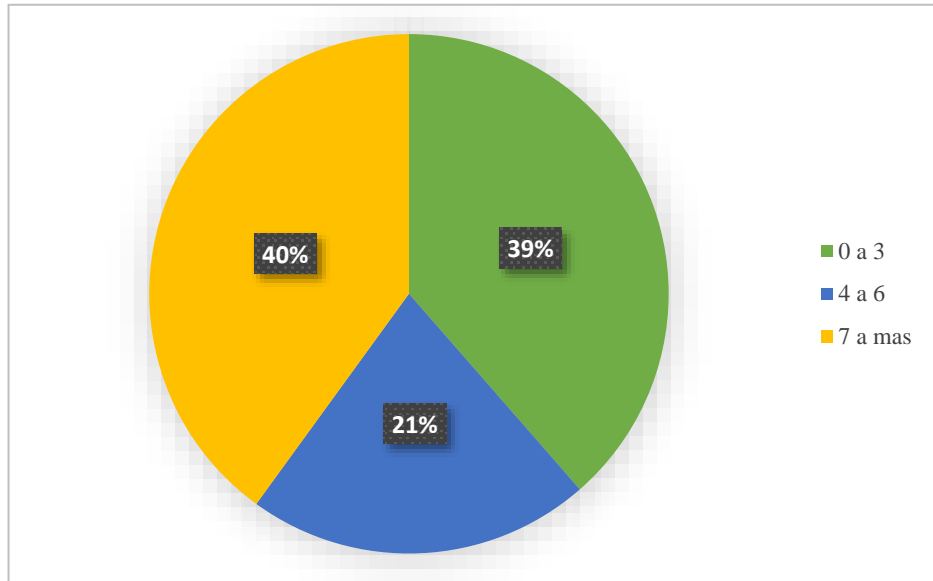


Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo el representante
Fuente. Tabla 1

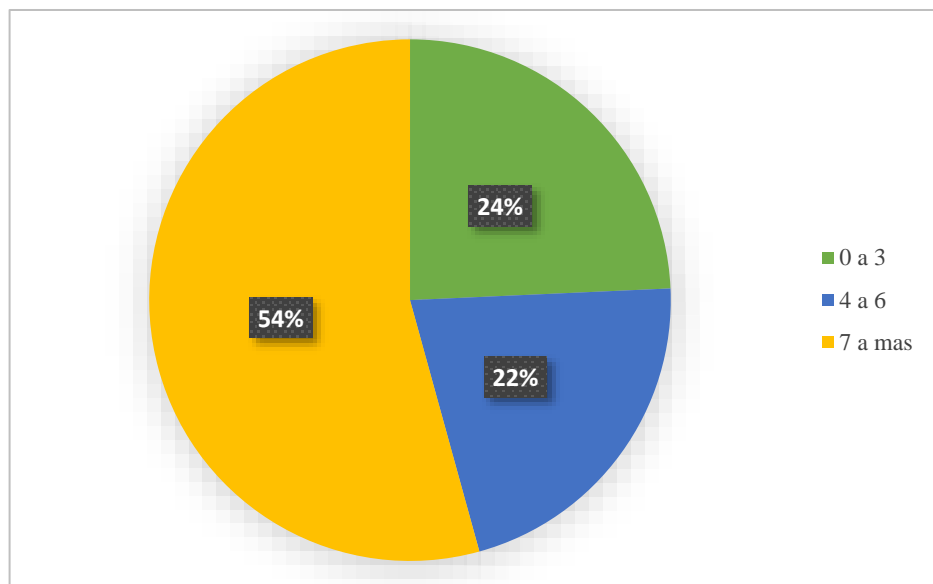


Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro
Fuente. Tabla 2

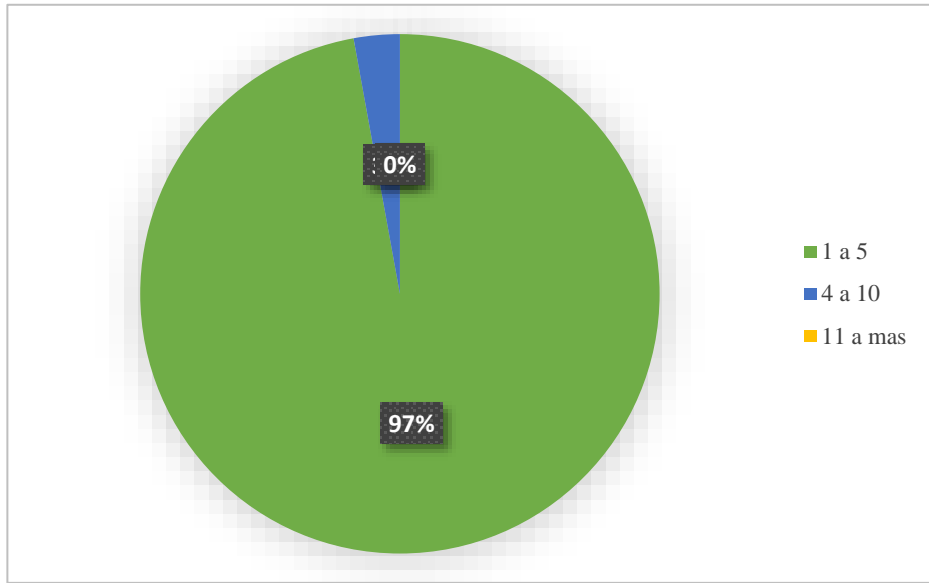


Figura 7. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

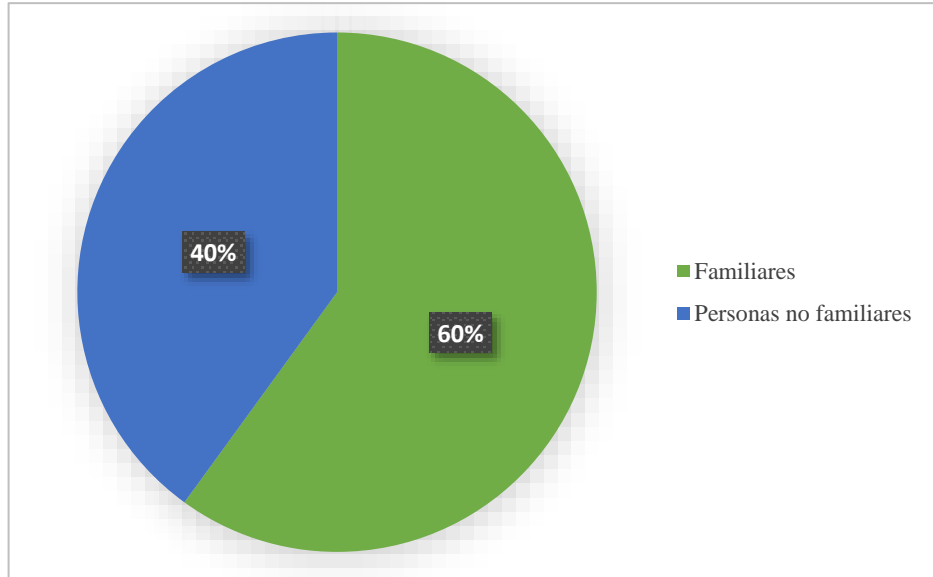


Figura 8. Las personas que Trabajan en su empresa son.
Fuente. Tabla 2

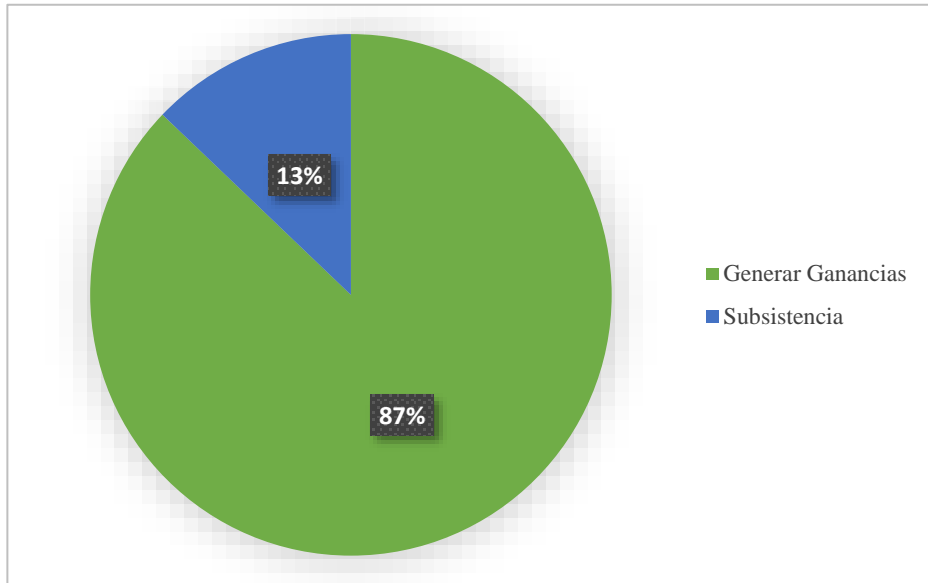


Figura 9. Objetivo de creación.
Fuente. Tabla 2

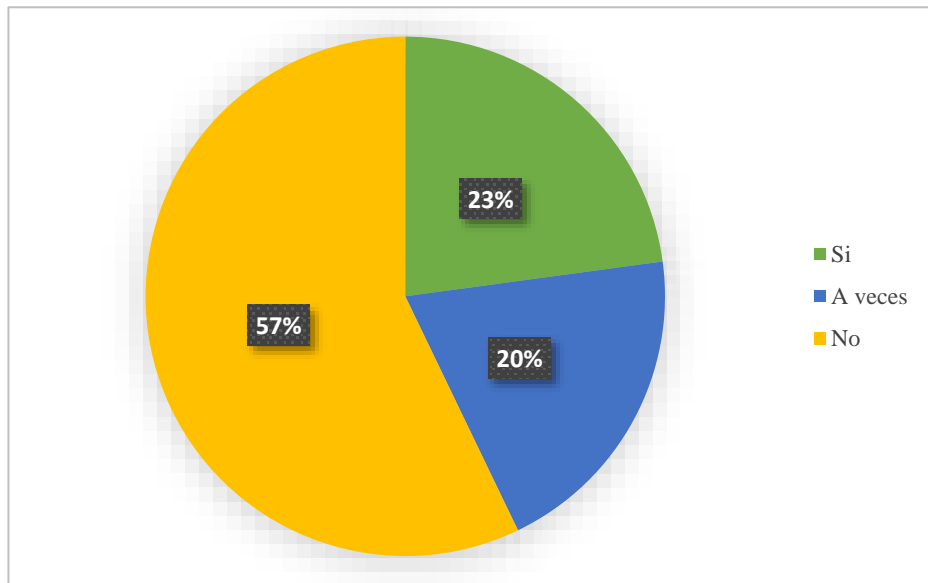


Figura 10. Se aplica las TIC como factor relevante de la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

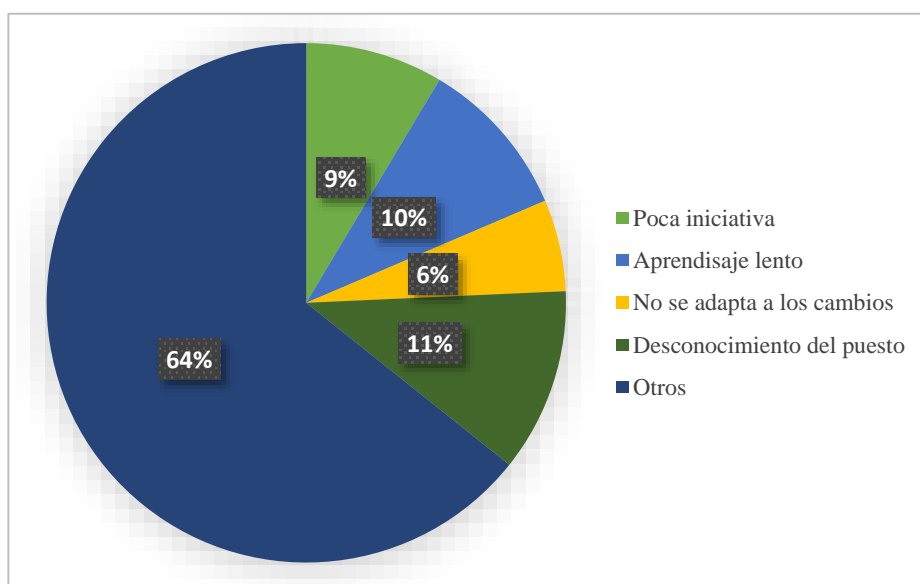


Figura 11. Razón por la cual no implementa las TIC como factor relevante de la gestión de calidad

Fuente. Tabla 3

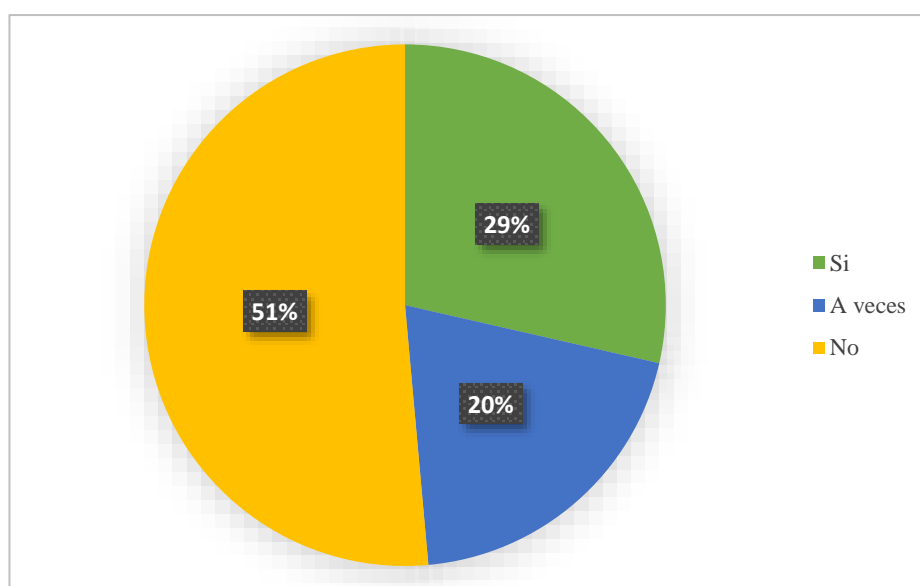


Figura 12. Las TIC como factor relevante de la Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

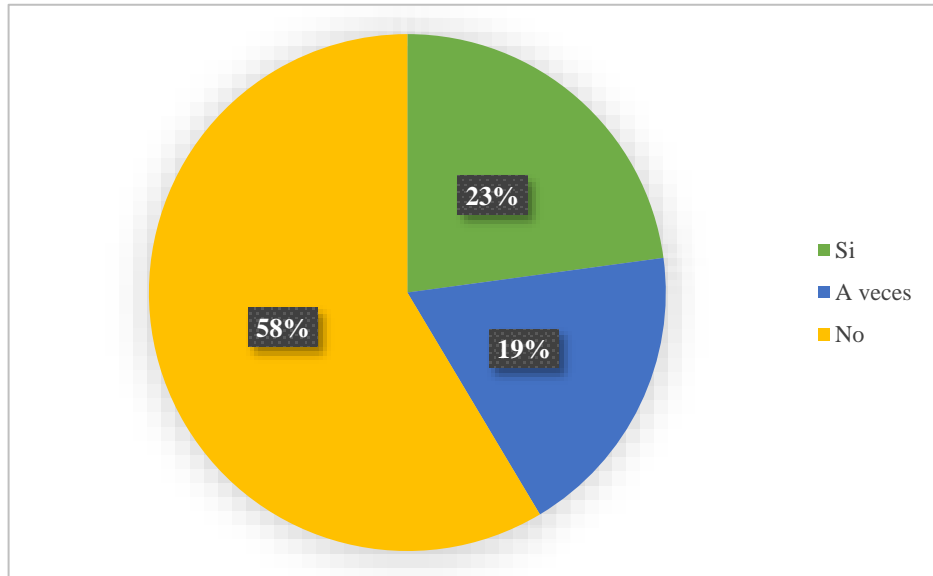


Figura 13 las TIC como factor relevante de la Gestión de Calidad ayuda a alcanzar las metas y objetivos trazados por la organización

Fuente. Tabla 3

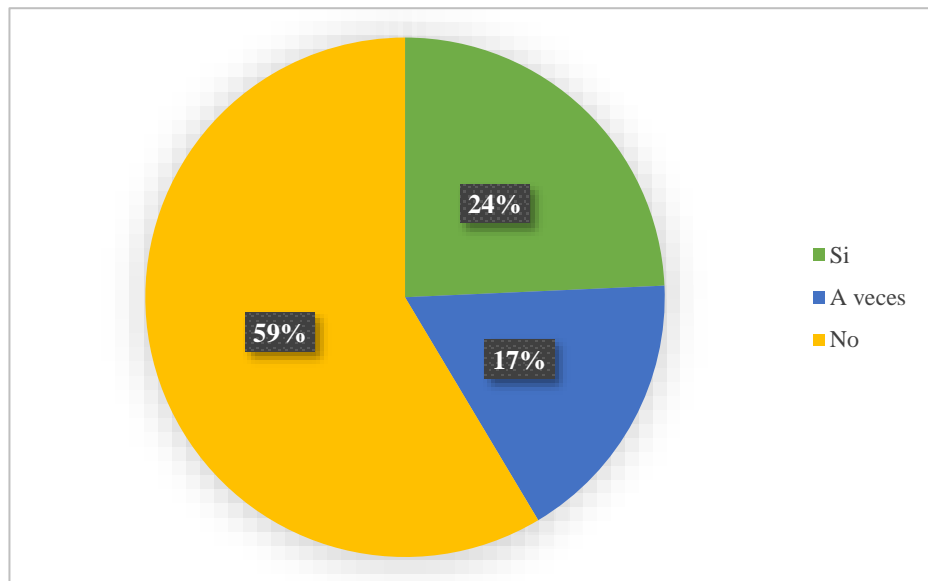


Figura 14. Emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa

Fuente. Tabla 3

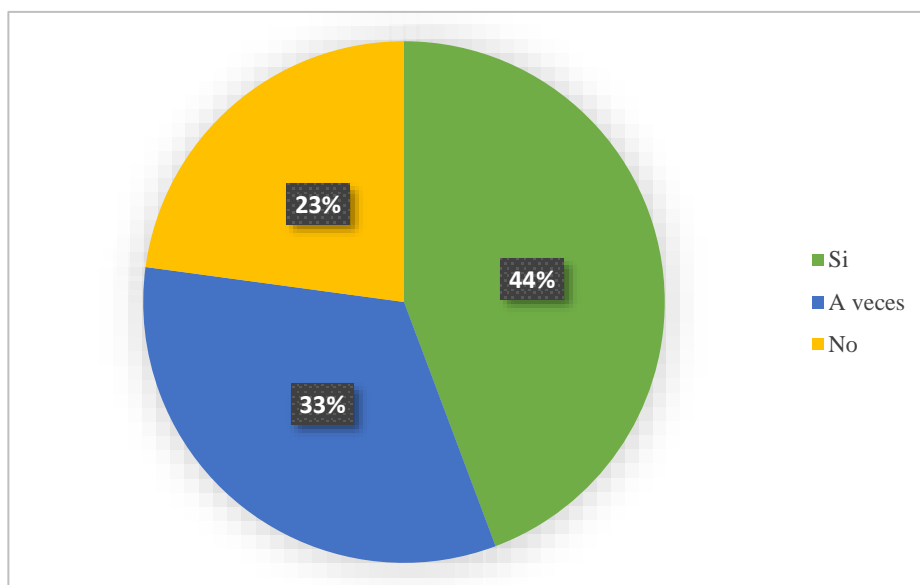


Figura 15. Usted sabe manejar la computadora y sus programas
Fuente. Tabla 3

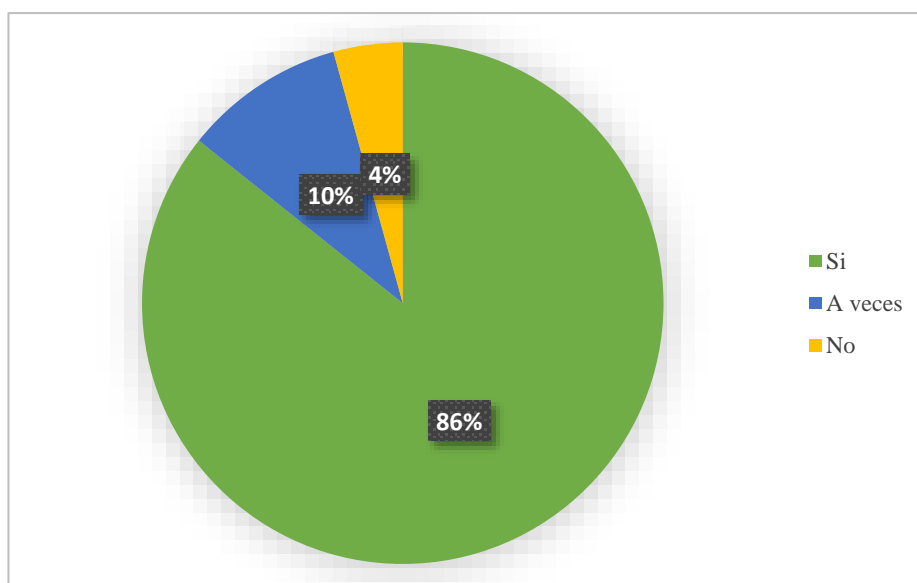


Figura 16. Participaría en charlas, conferencias o llevar cursos referentes a las TIC
Fuente. Tabla 3