



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS
DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO FARMACIAS Y BOTICAS
DEL CASCO URBANO DE LA CIUDAD DE HUACHO, 2019.

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

AUTOR

GUEVARA ORMEÑO, MYSUSARYN ALIEXANDRA
Orcid: 0000-0001-6184-1186

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
Orcid: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERU

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Guevara Ormeño, Mysusaryn Aliexandra

ORCID: 0000-0001-6184-1186

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Chimbote, Perú.

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

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

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

HOJA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradecer a Dios por darme la fortaleza y haberme guiado en el transcurso de mi carrera profesional, como también a la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Mi especial agradecimiento al Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina por su invaluable apoyo en el desarrollo de mi investigación y cumplir con mis metas trazadas.

DEDICATORIA

A mis abuelos paternos, quienes en el corto tiempo que estuvieron en mi vida, llevo en mi corazón los mejores recuerdos de mi infancia, quienes a través de sus enseñanzas y ejemplos de lucha y trabajo me guiaron por el buen camino, Dios los tenga en su santa gloria, espero algún día volverlos a ver.

Dedico este trabajo de investigación, a mi hijo Diego Alberto Hernández Guevara por ser una fuente de inspiración, y por traer a mi vida, las fuerzas y entereza de seguir luchando y esforzándome para conseguir con mis metas y objetivos.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal. Determinar 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 del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019. Fue de diseño no experimental-transversal y descriptivo se tuvo que aplicar la encuesta al 50.00% de la población, es decir a 15 farmacias y boticas, a quienes se les aplico un cuestionario de 17 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: el 50.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con una edad promedio de entre 31 a 50 años, así mismo también el 63.00% de los encuestados son del género masculino, el 40.00% cuenta con estudios universitarios concluidos, el 47.00% cuentan con el cargo de administrador y el 47.00% tiene en el cargo de 4 a 6 años. La mayoría de los negocios encuestados cuentan con una cantidad de hasta 5 trabajadores, también manifiestan que el negocio fue creado con el fin de generar ganancias y que están en el rubro de farmacias ya hace 3 años. El 53.00% no tienen conocimiento sobre la gestión de calidad, el 46.00% tampoco aplican la gestión de calidad por desconocimiento, también el 47.00% manifiesta que planificación es de vital importancia para su negocio, el 54.00% la calidad en el servicio. El 53.00% si utilizan las tics en sus negocios, en el ámbito administrativo o interno lo utilizan pocamente ya que no cuentan con inversión por parte de los dueños o representantes de las mypes y externamente lo utilizan para promocionar sus productos. Se concluye que las empresas en estudios aplican de una forma minoritaria la gestión de calidad por su mismo desconocimiento, pero más del 50.00% de las empresas si utilizan las tics como parte de sus negocios para darle una mejor rentabilidad.

Palabras clave: Tecnología de la Información y Comunicación, Gestión de Calidad y Capacitación.

ABSTRACT

The present investigation had as main objective. Determine the main characteristics of Information and Communication Technology as a relevant factor of quality management in micro and small companies in the commerce sector, pharmacies and drugstores in the urban area of the city of Huacho, 2019. It was of non-experimental design - Cross-sectional and descriptive, the survey had to be applied to 50.00% of the population, that is, to 15 pharmacies and apothecaries, to whom a questionnaire of 17 questions was applied, obtaining the following results: 53.00% of the representatives of the micro and small companies have an average age between 31 to 50 years, likewise also 63.00% of the respondents are male, 40.00% have completed university studies, 47.00% have the position of administrator and 47.00% he is in office for 4 to 6 years. Most of the businesses surveyed have a number of up to 5 workers, they also state that the business was created in order to generate profits and that they have been in the pharmacy business for 3 years. 53.00% do not have knowledge about quality management, 46.00% do not apply quality management due to ignorance, also 47.00% state that planning is of vital importance to their business, 54.00% the quality of service. 53.00% if they use the tics in their businesses, in the administrative or internal scope they use it little since they do not have investment on the part of the owners or representatives of the mypes and externally they use it to promote their products. It is concluded that the companies in studies apply quality management in a minority way due to their lack of knowledge but more than 50.00% of the companies do use the tics as part of their business to give them better profitability.

Key words: Information and Communication Technology, Quality Management and Training.

CONTENIDO

| | |
|---|------|
| TITULO | i |
| EQUIPO DE TRABAJO..... | ii |
| HOJA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR..... | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| RESUMEN | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| CONTENIDO | viii |
| INDICE DE TABLAS | ix |
| INDICE DE FIGURAS..... | x |
| I. Introducción | 1 |
| II. Revisión de Literatura..... | 6 |
| III. Hipótesis | 38 |
| IV. Metodología | 39 |
| 4.1. Diseño de investigación | 39 |
| 4.2. Población y muestra..... | 39 |
| 4.3. Definición y operacionalización de variables | 40 |
| 4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos | 42 |
| 4.5. Plan de análisis..... | 42 |
| 4.6. Matriz de consistencia..... | 44 |
| 4.7. Principios éticos | 46 |
| V. Resultados..... | 47 |
| 5.1. Resultados | 47 |
| 5.2. Análisis de Resultados | 52 |
| VI. CONCLUSIONES | 64 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 66 |
| Anexos | 69 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----------|
| <i>Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.....</i> | <i>47</i> |
| <i>Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019</i> | <i>48</i> |
| <i>Tabla 3. Características de la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas y farmacias del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.</i> | <i>49</i> |
| <i>Tabla 4. Plan de mejora a los resultados para la aplicación en 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 farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.</i> | <i>51</i> |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figuras 1. Edad de los representantes | 75 |
| Figuras 2. Genero de los representantes..... | 75 |
| Figuras 3. Grado de instruccion | 76 |
| Figuras 4. Cargo que desempeña | 76 |
| Figuras 5. Tiempo desempeñandose en el cargo..... | 77 |
| Figuras 6. Número de trabajadores | 77 |
| Figuras 7. Objetivo de creacion de la empresa..... | 78 |
| Figuras 8. Tiempo que tiene trabajando en el rubro..... | 78 |
| Figuras 9. Conocimiento del termino de gestión de calidad. | 79 |
| Figuras 10. Aplicación de la gestión de calidad..... | 79 |
| Figuras 11. Funciones administrativas con mayor importancia. | 80 |
| Figuras 12. Servicio con mayor atencion a su negocio | 80 |
| Figuras 13. Contribución de la gestión de calidad en su negocio | 81 |
| Figuras 14. Utiliza usted las tics | 81 |
| Figuras 15. En el ambito administrativo, para que hace usted el uso de las tics..... | 82 |
| Figuras 16. Uso de las Tics internamente | 82 |
| Figuras 17. Uso externamente de las Tics..... | 83 |

I. Introducción

Las Micro y pequeñas empresas (MYPES) en la actualidad se han convertido en el motor fundamental para el desarrollo de la economía de los países. La MYPE en la actualidad son un eje principal para el desarrollo de la economía del país, puesto que impulsa a que las personas emprendedoras puedan emprender un negocio propio ya sea produciendo, comprando, vendiendo productos o prestando servicios, lo cual constituye el eje principal para el crecimiento de la economía y la generación de puestos de trabajo. Sin embargo son pocos los negocios que logran establecerse en el mercado.

En este contexto Okpara y Wynn, afirman que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. Okpara y Wynn, (2007). En este sentido podemos señalar que cuando las mypes crecen y se desarrollan, generan más puestos de trabajo, y se reduce el desempleo y la pobreza. Además, las empresas incrementan sus ventas y por consiguiente se logra mayores beneficios para las empresas, los trabajadores y el estado, lo cual contribuye al incremento del producto bruto interno.

Las micro y pequeñas empresas (MYPE) en América Latina y el Caribe, son la principal fuente de trabajo que participan en las economías locales, buscando generar puestos de trabajo y reduciendo la pobreza. Las 10 millones de micro y pequeñas empresas (mypes) que existen en América Latina y el Caribe generan la mayor parte del empleo en esta región, donde también hay menos de un millón de medianas y grandes empresas, según un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Las mypes generan alrededor del 47% del empleo, es decir, ofrecen puestos de trabajo a unos 127 millones de personas en América Latina y el Caribe, mientras que solo un 19% del empleo se genera en las empresas medianas y grandes, de acuerdo al estudio de la OIT.

Hoy en día la actividad farmacéutica en nuestro país es uno de los sectores que más ha facturado y ha crecido exponencialmente, en el último año obtuvieron un ingreso de más US\$ 2.600 millones y se estima que esto ira creciendo en la medida que el factor social en cuanto a sus necesidades de salud se vea afectada por la población, de igual modo a través de esta actividad se va impulsando el desarrollo económico, nacional y local. El mercado del rubro farmacias va teniendo una mayor capacidad adquisitiva por parte de las personas, quienes cada vez invierten más en salud. Actualmente existen cadenas de farmacias y boticas bien definidas como en el caso de Inca Farma, Mi farma, BTL. Boticas Arcángel entre otros, también hay que considerar algunas farmacias locales que son gerenciadas por grupos pequeños de inversionistas.

Las empresas consorciadas farmacéuticas han incrementado sus ventas ostensiblemente porque se han basado en aplicar estrategias y técnicas de ventas, como también una adecuada atención al cliente, teniendo en cuenta que estos son los principales consumidores de los diferentes productos farmacéuticos, haciendo un pronóstico del futuro de esta actividad, son las boticas que entraran en un proceso de extinción y aquellas farmacias independientes, manejando principalmente este mercado las farmacias que desarrollan su actividad en cadenas dentro de las principales ciudades del país y especialmente de la ciudad de Huacho.

Es por ello que la preocupación de algunas farmacias independientes de nuestra ciudad como lo es la farmacia Central, que se mantiene en el mercado competitivo porque tiene una tradición en el pueblo de la ciudad de Huacho y además aplica una adecuada atención al cliente, como son vender al menudeo, brindar atención médica gratuita, hacer campañas medicas a un precio modico y brindar una atención al público durante las 24 horas del día.

En la ciudad de Huacho encontramos micro y pequeñas empresas que desarrollan su actividad en el rubro farmacéutico pero su mayor deficiencia son no aplicar

adecuadamente estrategias que se vean reflejadas en aumentar sus ventas y hacer de esta un factor importante para su crecimiento empresarial. Dentro de este rubro algunas de estas micro y pequeñas empresas no hacen el uso de las tecnologías de la información y comunicación a pesar que si cuentan con recursos para poder implementarlo, dichas empresas están más centradas en obtener ganancias dejando de lado el uso de dichas tecnologías que es de vital importancia en estos tiempos. Por todo lo expresado se planteo el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las principales características de la tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019?. Para resolver el enunciado se planteo el objetivo general: Determinar 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 del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019, y como objetivos específicos: Identificar las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019, Describir las principales características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019, Establecer las principales características de la Tecnología de la Información y comunicación como factor relevante de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019 y Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Tecnología de la información y Comunicación como factor relevante de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

La presente investigación se justifica por la obtención que se tendrá con respecto a los conocimientos teóricos sobre lo referido a la gestión de calidad y a las tecnologías de la información y comunicación por parte de los conductores de las micro y pequeñas empresas del rubro farmacias y boticas de la ciudad de Huacho. Es necesario indicar que con este estudio trataremos de entender y comprender como una empresa debe manejar adecuadamente el tema de la tecnología de la información y comunicación y así poder tener mayores ingresos a través de las ventas diarias que se realiza en las empresas, también es necesario indicar que se estudiara algunos indicadores que tendrán que ver con la gestión de calidad de los emprendedores para tener éxito en el mercado competitivo que hoy en día se da en este rubro.

Por otro lado la investigación fue de diseño no experimental- transversal descriptivo, utilizando como población muestral a 15 micro y pequeñas empresas ha quienes se le aplico un cuestionario de 17 preguntas obteniendo los siguientes resultados: el 50.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con una edad promedio de entre 31 a 50 años, así mismo también el 63.00% de los encuestados son del género masculino, el 40.00% cuenta con estudios universitarios concluidos, el 47.00% cuentan con el cargo de administrador y el 47.00% tiene en el cargo de 4 a 6 años. La mayoría de los negocios encuestados cuentan con una cantidad de hasta 5 trabajadores, también manifiestan que el negocio fue creado con el fin de generar ganancias y que están en el rubro de farmacias ya hace 3 años. El 53.00% no tienen conocimiento sobre la gestión de calidad, el 46.00% tampoco aplican la gestión de calidad por desconocimiento, también el 47.00% manifiesta que planificación es de vital importancia para su negocio, el 54.00% la calidad en el servicio. El 53.00% si utilizan las tics en sus negocios, en el ámbito administrativo o interno lo utilizan pocamente ya que no cuentan con inversión por parte de los dueños o representantes de las mypes y externamente lo utilizan para promocionar

sus productos.

Es por ello que esta investigación dará a conocer a los empresarios la forma como se mejorara su manera y forma de enfrentar a la competencia, proponiendo un plan de mejora que les permita tener mayor información y análisis con respecto a su negocio y así tomar decisiones que sean las más acertadas.

Esta investigación ayudara como fuente de modelo y/o antecedentes de investigación que permita a los estudiantes y futuros administradores de nuestra universidad a que realicen competitivamente una gestión de calidad e implementen dentro de su estructura orgánica de su negocio.

II. Revisión de Literatura

2.1. Antecedentes

Hernández, Rodríguez y Valenzo (2018) en su tesis *La relación entre el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación TICs y la gestión de la cadena de suministro en la pyme manufacturera de Florencia, Caquetá, Colombia; realizado en la Universidad de Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México*. La presente investigación tuvo como objetivo principal cuantificar el impacto que tiene el uso de las TICs en la gestión de la cadena de suministro en las pymes manufactureras de Florencia, Caquetá, Colombia. El enfoque de estudio fue cuantitativo, el alcance de estudio fue descriptivo - correlacional y el diseño de estudio fue no experimental. Esta investigación estuvo constituida por una población de 8,000 empresas Pyme del sector manufactura de Florencia, Caquetá, Colombia; la muestra fue probabilístico estratificado conformado por 375 pymes. El recojo de información se realizó mediante la técnica de encuesta y el instrumento fue el cuestionario, que estuvo dividido en dos bloques en relación a cada variable de estudio. Respecto a los resultados obtenidos del trabajo de campo realizado con las 375 empresas Pyme de Florencia en la región del Caquetá, se muestra un panorama general en base a análisis descriptivos del comportamiento que presentan estas empresas dentro de su operatividad económica, y para ello, en la tabla 1 se muestran las tendencias respecto a la dirección familiar de estas empresas, lanzando los siguientes resultados: de 219 empresas (58.4%), tienen como gerente a un familiar del dueño de la organización con ello, las decisiones que se tomen en las directrices empresariales tienen una influencia significativa de decisión con el dueño de la empresa; para el caso de los hombres, un 49.5% (aproximadamente 98 gerentes) tienen estudios de bachillerato) y para el caso de las mujeres gerentes la mayoría de

ellas también tiene estudios de bachillerato (93 gerentes con un 52.5%), siendo las mujeres quienes, con mayor Porcentaje, aventajan en cantidad la cantidad de gerentes con estudios de bachillerato; de 375 gerentes, solo 22 tienen como habilidad el manejo de un Segundo idioma predominando el Inglés en gentes con formación de Doctorado y bachillerato con 12 y 6 personas respectivamente, el resto de los gerentes no tienen como habilidad manejar un Segundo idioma. La validez del instrumento se obtuvo a través del estadístico Alfa de Cronbach, con una fiabilidad de 0.893 para la variable TICs y 0.936 para la variable cadena de suministro. Finalmente, el autor concluyó que el uso y aprovechamiento de las TICs tiene efectos positivos en la buena gestión de la cadena de suministro en los procesos de las Pymes en Florencia, Caquetá, Colombia. Los resultados obtenidos con la prueba estadística de correlación de Pearson ratifican la información (coeficiente de correlación= 0.364**, Sig.: 0.024, β 0.707, $p \leq 0.05$) indicando que existe una correlación directa y baja entre las variables de estudio. Esta investigación aportó información sobre los diversos escenarios organizacionales en los que se utiliza las TICs, se enfoca en el trabajo con los proveedores. En este sentido, los resultados obtenidos en el presente estudio muestran que si bien los empresarios tienen la percepción de que al integrar en los sistemas de suministro las tecnologías de comunicación y comunicación el flujo de los requerimientos influye de manera significativa en la pyme manufacturera para que la actividad operativa en el manejo de los requerimientos materiales sea eficiente, los mismos empresarios no son flexibles para con los actores involucrados en el suministro en el tema de compartir información que sea útil para que las entregas no demoren y que sean garantía para que los sistemas productivos no presenten problemas de paro o posibilidades de fallas que afecten posteriormente a los clientes. Finalmente, se puede concluir que el

modelo teórico propuesto permite garantizar en las empresas Pyme manufactureras que el uso de las TIC's en una actividad relevante como lo es el suministro de los recursos materiales facilitara que los objetivos internos de cada empresa sobre el cumplimiento en las entregas para con sus clientes podrán cumplirse sin problemas siempre y cuando la comunicación, colaboración ya cuerdos con los proveedores sea confiable, así como cercana. Como en todo estudio, la problemática suele ser multifactorial por lo que es importante considerar algunos otros factores que refuercen la hipótesis de que el integrar las TIC's en el proceso de suministro permitirá un mayor desempeño y desarrollo de las pymes manufactureras en el estado de Aguascalientes.

Uriol (2014) en su tesis *Caracterización de las Tic y la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas (Mypes) de la asociación de pequeños industriales y artesanos de Trujillo – Apiat, Año -2013*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de las Tics y la Gestion de Calidad en las micro y pequeñas empresas de la asociación de pequeños industriales y aretesanos de Trujillo. Para la elaboración de este trabajo se utilizó un nivel de investigación cuantitativo de tipo cualitativo, el diseño fue no experimental transversal. Para el recojo de la información se aplico un cuestionario de 21 preguntas cerradasde la cual se obtuvo los siguientes resultados: El 61.92% de los representantes encuestados califican su nivel de conocimiento de computación como regular. El 66.95% de los representantes califica el uso de tic en el negocio como regular. El 62.76% de las Mypes encuestadas califican el uso de internet en el negocio como bueno. El 50.21% de las Mypes encuestadas califican el uso de página web SUNAT para negocio como bueno. El 57.32% de los empresarios encuestados califican el

uso de página google para su negocio como bueno. El 50.21% de los empresarios encuestados califican el uso de la computadora para su negocio como regular. El 59.00% de los empresarios califican el uso de teléfono para el negocio como bueno. El 59.41% de los empresarios califican el tener una página web para el negocio como regular. El 60.25% de los representantes respondieron sobre la calificación de política y objetivos de calidad como bueno. El 51.05% de los representantes señalan como bueno a las revisiones de calidad por la dirección. Finalmente se concluye incluye que el 61.92% de los representantes de las Mypes califican su nivel de conocimiento en computación como regular y califican el uso de internet como regular. La mayoría de las Mypes tienen calificado como bueno la calificación de política y objetivos de calidad, pero la mayoría califica como regular el tener una página web para el negocio

Gallegos (2016) en su tesis *Aplicación de las tecnologías de información y comunicación y la secuencia de eventos de la cadena de suministros de plaza vea*. Tesis elaborada para optar el grado de magister, en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la aplicación de las tecnologías de información y comunicación en la secuencia de eventos de la cadena de suministro. Se utilizó para alcanzar dicho objetivo el método deductivo, inductivo y descriptivo y un diseño no experimental, asimismo se aplicó la encuesta a una población constituida por 262 proveedores de Plaza Veá de Huancayo. Al calcular el tamaño de la muestra se trabajó finalmente con 156 personas. En cuanto al instrumento de recolección de datos tenemos al cuestionario que constó de 16 ítems de tipo cerrado, los mismos que se vaciaron en cuadros en donde se calcularon las frecuencias y porcentajes, complementándose con el análisis e interpretación de

los resultados, lo cual nos permitió contrastar las hipótesis y se llegó a los siguientes resultados. Si es útil la aplicación de las tecnologías de información y comunicación en la Gestión de la cadena de suministros en Plaza Veá, el 63% respondió estar totalmente de acuerdo, el 20% respondió estar de acuerdo, el 10% respondió estar en desacuerdo y el 8% respondió estar totalmente en desacuerdo. De qué beneficios se lograrían con el uso de las Tecnologías de la información en la Gestión de la Cadena de Suministros en Plaza Veá, el 8% indicó que el aprovechamiento de la tecnología, el 9% respondió que el mayor nivel de búsqueda de información, el 16% respondió que el mayor nivel de conexión con la banca electrónica, el 8% respondió que la mejora de aportes al valor estratégico, el 9% respondió que la mejora de aportes al valor económico, el 10% respondió que es el menor costo de la información y el 40% respondió que son útiles para el mejor conocimiento del entorno. Si es que para la mejora de la Gestión de la Cadena de Suministros en Plaza Veá se hace necesario una mayor inversión en el uso de las tecnologías de la información, el 62% respondió estar totalmente de acuerdo, el 15% respondió estar de acuerdo, el 13% respondió estar en desacuerdo y el 9% respondió estar totalmente en desacuerdo. A la interrogante si es que el uso de las Tecnologías de la información permite la mejora y la eficacia en la toma de decisiones, el 67% respondió estar totalmente de acuerdo, el 13% respondió estar de acuerdo, el 12% respondió estar en desacuerdo y el 8% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si es que las Tecnologías de la información permiten la repartición sistemática y práctica de la información dentro de una Empresa, el 65% respondió estar totalmente de acuerdo, el 15% respondió estar de acuerdo, el 13% respondió estar en desacuerdo y el 6% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si es que el uso de las tecnologías de la información mejora la gestión de los recursos humanos en una Empresa, el 58% respondió estar

totalmente de acuerdo, el 22% respondió estar de acuerdo, el 9% respondió estar en desacuerdo y el 11% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si es que el uso de las tecnologías de la información permite mejorar el nivel de extensión del mercado potencial de las Empresas, el 16% respondió estar totalmente de acuerdo, el 66% respondió estar de acuerdo, el 10% respondió estar en desacuerdo y el 8% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si es que el uso de las tecnologías de la información permite la disminución de los costes logísticos en una Empresa, el 54% respondió estar totalmente de acuerdo, el 31% respondió estar de acuerdo, el 8% respondió estar en desacuerdo y el 7% respondió estar totalmente en desacuerdo. De qué logros se alcanzan en la Gestión de la Cadena de Suministros con el uso de las Tecnologías de la Información, el 15% respondió que alcanzan mejorar el nivel de desarrollo de las innovaciones en servicios, el 8% respondió que alcanzan dar respuestas rápidas a las necesidades de los consumidores, el 32% respondió que ayudan a mejorar la imagen de la marca de la empresa (empresa innovadora), el 9% respondió que mejora la secuencia de eventos y de la cadena de suministros, el 6% respondió que mejora la selección y evaluación de proveedores, el 22% respondió que mejora el nivel de negociación de los contratos y el 8% respondió que mejora el volumen de compras. Si es que las tecnologías de la información ofrecen herramientas que ayudan y colaboran en el diseño de las estrategias en la Gestión de la Cadena de Suministros, el 15% respondió estar totalmente de acuerdo, el 63% respondió estar de acuerdo, el 10% respondió estar en desacuerdo y el 12% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si es que el uso de las Tecnologías de la información permite una mejor planeación de la cadena de suministros en una Empresa, el 33% respondió estar totalmente de acuerdo, el 48% respondió estar de acuerdo, el 8% respondió estar en desacuerdo y el 11% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si

es que las tecnologías de la información hacen más efectivo el procesamiento de los datos relacionados con la gestión de la cadena de suministros, el 71% respondió estar totalmente de acuerdo, el 13% respondió estar de acuerdo, el 8% respondió estar en desacuerdo y el 8% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si es que las tecnologías de la información garantizan un efectivo control de la gestión de la cadena de suministros, el 51% respondió estar totalmente de acuerdo, el 32% respondió estar de acuerdo, el 8% respondió estar en desacuerdo y el 10% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si es que las tecnologías de la información ayudan a mejorar las campañas de Marketing dentro de una Empresa, el 10% respondió estar totalmente de acuerdo, el 33% respondió estar de acuerdo, el 43% respondió estar en desacuerdo y el 13% respondió estar totalmente en desacuerdo. Si es que las tecnologías de la información ofrecen herramientas efectivas para la evaluación de la Gestión de la cadena de suministros en las Empresas, el 33% respondió estar totalmente de acuerdo, el 46% respondió estar de acuerdo, el 7% respondió estar en desacuerdo y el 14% respondió estar totalmente en desacuerdo. En qué aspectos las tecnologías de la información ayudan a mejorar dentro de la Empresa, el 65% respondió que ayudan a mejorar el volumen de ventas, el 27% respondió que ayudan a mejorar la atención al cliente y el 8% respondió que ayudan a mejorar la administración de órdenes. Finalmente, el autor concluyó que existe una correlación moderada entre la aplicación de las tecnologías de información y comunicación con la planeación de la cadena de suministro (p. 93). Los resultados obtenidos con la prueba estadística de correlación de Spearman ratifican la información ($Rho = 0.5^{**}$, $Sig.: 0.01$, $p \leq 0.05$), indicando que existe una relación directa y moderada entre las variables de estudio. La tesis mencionada permitió definir ciertos indicadores en relación a la cadena de suministro, que fueron usadas en esta investigación.

Finalmente se concluyó y recomendó en estrecha relación con los problemas, objetivos e hipótesis planteadas.

Bautista (2018) en su tesis *Utilización de las tecnologías de información y comunicación y su influencia en la competitividad en las mypes del sector farmacias en el distrito de Paucarpata en la región Arequipa*. Tesis elaborada para optar el título de ingeniero industrial, en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Tuvo como objetivo principal fue determinar la influencia de la utilización de las tecnologías de información y comunicación en la competitiva en las Mypes (micro y pequeña empresa) del sector farmacias del distrito de Paucarpata, Arequipa. El enfoque de estudio fue cuantitativo, el alcance de estudio fue descriptivo – correlacional y el diseño de estudio fue no experimental transaccional. Esta investigación estuvo constituida por una población de 189 Mypes del sector metalmecánica del distrito de Paucarpata, Arequipa; la muestra fue de 50 empresas (p. 54). El recojo de información se realizó mediante la técnica de encuesta y el instrumento fue el cuestionario, que estuvo dirigido a los responsables de las Mypes, compuesto por 30 preguntas, 10 en relación a la utilización de las TIC y 20 en relación a la competitividad. La validez del instrumento se obtuvo del estadístico Alfa de Cronbach alcanzando una fiabilidad de 0.7. Finalmente, el autor concluyó que existe una correlación alta entre el nivel de utilización de las TIC y el nivel de competitividad de las Mypes del sector metalmecánica del distrito de Paucarpata, Arequipa. Los resultados obtenidos con la prueba estadística de correlación de Spearman ratifican la información ($Rho= 0.884^{**}$, Sig.: 0.000, $p \leq 0.05$), indicando que se acepta la hipótesis planteada, y por tanto existe una relación alta entre las variables de estudio. La tesis amplía el panorama sobre la variable utilización de las

tecnologías de la información y comunicación, señalando diversos indicadores con los que se puede medir el uso de las TIC en las organizaciones.

Morales (2016) en su tesis *Gestión de calidad con uso de tecnologías de información y comunicación (tic) en los almacenes en las micro y pequeñas empresas del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la gestión de calidad con el uso de tecnologías de información y comunicaciones (TIC) en los almacenes en Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. Objetivos específicos: Describir las características de cómo los representantes y/o personal administrativo pueden contribuir a una gestión de calidad en las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. Determinar si las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016 aplican las TIC en los almacenes. Describir las características de Tecnología de Información y Comunicación (TIC) para lograr una gestión de calidad en el área de almacén, aplicable a Las MYPES del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016. La investigación fue no experimental - transversal – descriptivo. Para el recojo de información la muestra utilizada fueron 25 MYPE de una población de 99, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario con 20 preguntas a los representantes. Obteniéndose los siguientes resultados: El 84% tienen la edad promedio mayor a 30 años. El 64% de los representantes son de sexo masculino. Un 92% cuentan con estudios superiores. El 72% tiene una estructura orgánica definida. El 80% se encuentran formalizadas. Un 48% tiene más de 10 años de permanencia en el rubro de construcción. El 56% de las MYPES tiene como objetivo principal dar empleo a la familia. El 88% de 9 los encargados del almacén tienen alguna

capacitación. El 92% tienen política que los guíen. El 92% tienen procesos para la gestión de sus almacenes. El 48% utilizan el almacenamiento en bloque o arrume. El 64% llevan el kardex como medida de control de entradas y salidas de los productos almacenados. El 56% ha tenido pérdidas. El 60% tiene materiales vencidos en sus almacenes. El 44% verifican sus inventarios físicos anualmente. El 44% de las MYPES del sector construcción de Chimbote conoce el correo electrónico. El 48% tiene 2 computadores. El 40% utiliza la hoja de cálculo electrónica (Excel). Un 52% tienen a la falta de control. Conclusiones: Con respecto a la gestión de calidad con el uso de TIC, la gran mayoría de los responsables que tienen a cargo el almacén de las MYPES del sector construcción del distrito de Chimbote tienen alguna capacitación en los procesos de almacén. Una mayoría relativa tienen políticas que guían sus actividades en el área de almacén, También una mayoría relativa realiza como proceso de gestión en los almacenes la “Recepción, control e inspección”, pero es necesario complementarlo con los otros procesos que completan el ciclo de gestión. Asimismo, una mayoría relativa utiliza almacenamiento; no obstante, es necesario que se utilice otros tipos. La mayoría llevan kardex con registro de entradas y salidas de los productos. La mayoría tiene pérdidas por falta de inventario y no tienen materiales vencidos en sus almacenes en una revisión. Una minoría relativa verifica los inventarios físicos anualmente. Por otro lado, una mayoría relativa conoce y usa la TIC como correo electrónico para sus operaciones. El uso de internet y el computador van asociados por lo que se puede deducir que conocen y los usan de forma integrada ya que la gran mayoría tienen dos computadores dentro de sus activos como empresa. Asimismo, una minoría controla sus inventarios con hoja de cálculo electrónica (Excel), pero es necesario de acompañarlas con procedimientos en todo el proceso de gestión de almacén para sacarle un mayor provecho. Es a

razón de ello que parte de las MYPES del sector construcción lo utiliza para controlar sus inventarios, ya que la mayoría coincide que la falta de control es una causa que genera problemas en los inventarios de almacenes. Si bien las MYPES conocen y tienen infraestructura, tecnológica, no las están usando o explotando para poder minimizar sus posibles problemas potenciales en los inventarios de almacenes.

Villanueva (2018) en su tesis *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas de la ciudad de Tingo María, año 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo general describir las características de la gestión de calidad en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio – rubro boticas de la ciudad de Tingo María 2017. La investigación fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo de diseño no experimental-transversal. Se utilizó una muestra de 12 micro y pequeñas empresas boticas de una población de 15, a la cual se le aplicó un cuestionario estructurado de 22 preguntas cerradas a través de la técnica de encuestas. Obteniéndose los siguientes resultados: Referente al Representante Legal: El 58.3% de los encargados de las MYPES tienen 18 a 30 años, el 66.7% son de sexo femenino, el 91.7 % tienen grado de instrucción superior, el 100% de los encargados tienen diferente de profesión, el 50% trabajan de 0 a 2 años. El 100% son formales, el 58.3% cuenta de 0 a 2 trabajadores, el 66.7% de las micro y pequeñas empresas afirman que su objetivo es maximizar ganancia. Así mismo 83.3% afirma que una característica de la gestión de calidad es satisfacer las necesidades de los clientes, 91.7% tiene como política de precio a los costos + ganancia. El 58.3% indica q una de las estrategias de la competitividad es mejorar el precio, 75.0% señala que las MYPES rubro botica si son competitivas, 83.3% tiene un nivel alto de factores. Y por último el 58.3% tienen ventajas competitivas de

calidad. Se concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro botica están siendo dirigida por representantes jóvenes de 30 años de sexo femenino con grado superior, todas las MYPES son formales y su objetivo es maximizar ganancia, así mismo satisfacer las necesidades de los clientes, indica que estas micro y pequeñas empresas tiene un nivel alto de competitividad.

Colina (2017) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de tecnología de la información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas de la ciudad de Oxapampa, 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de Tecnología de la Información y Comunicación en los almacenes de las Micro y Pequeñas Empresas, rubro boticas de la Ciudad de Oxapampa, 2016. La investigación fue no experimental- Transversal-Descriptivo, para la recolección de información se utilizó una muestra dirigida de 10 MYPES, se utilizó como técnica la encuesta, y como instrumento un cuestionario estructurado. Obteniendo los siguientes resultados. El 100,0% de los representantes son de género femenino. El 80,0% de tiene grado de instrucción superior no universitario. El 60,0% tiene entre 7 a más años de permanencia en el mercado. El 80,0% son creadas con la finalidad de generar ganancias. El 90,0% de los encuestados afirma que si hacen uso de la Gestión de Calidad. El 50,0% de los empresarios, afirman que el objetivo de la implementación de la Gestión de Calidad es obtener la permanencia en el mercado. El 80% de los encuestados conoce las siglas "TIC". El 80,0% no utiliza ningún tipo de sistemas. Se concluye que las representantes, son mujeres con carrera técnica, en cuanto a la empresa en su mayoría tienen más de 7 años en el mercado, fueron creadas para generar ganancias y lograr la permanencia en el mercado. Los

representantes conocen la Gestión de Calidad, sin embargo no hacen uso de la Tecnología de la Información y Comunicación.

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

permitido incrementar sus ingresos e identificar las necesidades de los clientes. (P, 6).

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. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una muestra de 14 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: 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 7 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% está 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 del 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 en 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 termino 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 sí, 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 sí y un 14% a 8 veces; utiliza las redes sociales

para impulsar las venta el 100% refiere que utiliza el Facebook; utiliza el teléfono 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; obtuvo beneficios utilizando las TIC el 86% refiere que sí y un 14% solo para hacer conocido la empresa. Se concluye que La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, si conocen la gestión de calidad, y aplican la lluvia de ideas como herramienta, del mismo modo aseguran que el personal no se adaptada a los cambios, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, así también miden el rendimiento a través de la evaluación, por lo cual consideran que la gestión mejorar el rendimiento de la empresa. Por otra parte, conocen el termino TICS, cuentan con computadoras en la empresa, consideran tener un muy buen nivel de conocimientos en computación, así mismo usan el internet para la compra de mercaderías, del mismo modo utilizan el Facebook para sus ventas, aseguran que siempre emplean su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, y por ultimo han incrementado sus ventas con el uso de las herramientas TIC.

2.2. Bases teóricas de la Investigación

Micro y Pequeñas Empresas

Dicha ley N° 30056 (2013), “menciona que las micro y pequeñas empresas como ente principal de la economía activa la cual es manipulada por una persona natural o jurídica, con el fin de realizar diversas actividades de extracción, manipulación, producción, comercialización de bienes o prestar servicios al público” (p.1).

Características de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE)

Lo que establece la Ley N°30056 las Micro y Pequeñas Empresas se encuentran renqueadas en varios niveles: cantidad total de colaboradores: a) En el caso de las micro empresas cuenta con un rango de (1) hasta 10 trabajadores, b) La pequeña empresa se enfoca de (1) hasta 50 trabajadores.

“Ventas anuales de acuerdo a su nivel: a) La Micro empresa: logra ventas anuales a un máximo de hasta 150 (UIT), b) La Pequeña empresa: logra anualmente superar desde 150 (UIT) hasta un monto máximo de 1700 (UIT), c) La Mediana empresa: logra ventas anuales superiores desde 1700 (UIT) hasta un monto máximo de 2300 (UIT)” (Sumaran, 2013, p.1).

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE)

Sánchez (2013) “manifiesta que las micro y pequeñas empresas son componentes muy importantes, lo cual ve como un motor de la economía peruana, donde observa que a nivel nacional brindan un empleo de 80% de la PEA, generan cerca del 40% del (PBI)”. Es importante analizar todos estos aspectos que abarca a la economía de la sociedad, lo más importante lo que queremos es que haya más

empleo para que así disminuir el alto desempleo en nuestro país (p.2).

Crecimiento de las MYPES

“Hoy en día en nuestro país las micro y pequeñas empresas aportan un monto de 40% del (PBI), son las que tienen mayor potencial del crecimiento económico, en conjunto de MYPE generan el 47% de empleos a toda América Latina, conforme van creciendo y otras nuevas empresas van apareciendo puesto de que se van desapareciendo menos de un año por diferentes motivos o circunstancias que puedan tener. Las empresas que van a sobrevivir tienen que ampliar la capacidad de producción para que así puedan aportar con el tributo al estado”

Según el Ministerio de Producción, en el presente, el número de MYPES en el Perú va a ascender a un total de 5.5 millones al cierre del 2015. La gran mayoría son informales (83%), ya que no están registradas en la SUNARP como personas jurídicas y a su vez, no cumplen con las formalidades. El otro 17% está conformado por MYPES formales. Se estima que para el cierre del 2015 habrá un total de 0.9 millones de MYPES formales. (MP, 2015).

El sector farmacéutico en el Perú

Se ha observado un sin número de conceptos, pero en la Web Definición ABC (2015), hace mención sobre el significado de farmacia la cual quiere decir que “viene hacer un lugar que desarrolla actividades de especialización en las ventas diversificadas relacionado a los medicamentos para la salud integral de las personas” (p.1).

Gonzales, Ayde y Ramírez, Valeria (2010), “Es establecimiento farmacéutico es el lugar donde se expenden productos medicinales, de perfumería, medicinas

tradicionales o naturales, etc. En México estos establecimientos ofrecen medicamentos y también optan por vender productos de belleza en sus diferentes presentaciones; además productos de ortopedia como son muletas, sillas de rueda, etc” (p.30).

Características de las farmacias

Las farmacias son pequeños establecimientos que cuentan con una administración de forma independiente, lo cual quiere decir que la persona que dirige o se encarga de tomar decisiones no depende de otras áreas o de otros diversos lugares, esto quiere decir que el que está pendiente de todo el movimiento del negocio y quien lo administra es el mismo dueño del negocio (Gonzales, Ayde y Ramírez, Valeria, 2010, p. 30).

“Las farmacias vienen hacer establecimientos donde se puede encontrar un sin número de medicamentos para la salud para los seres humanos. La comunidad en su totalidad prefieren visitar las farmacias y consultar por algún medicamento que el personal que se encuentra atendiendo le recomiende que ir a un consultorio médico” (Izquierdo, 2012, p. 24).

Gestión de Calidad

Universidad Cooperativa de Colombia (s.f.), quien manifiesta en un comunicado que “Un Sistema de la gestión de calidad como herramienta va a permitir a cualquier organización desarrollar y ejecutar todas las actividades que sean necesarias para el cumplimiento de la misión, a través de la prestación de servicios con los estándares que requiere la calidad, las cuales son los medios que a través de los indicadores van a satisfacer a los usuarios” (párr. 1).

Beneficios de la calidad

En la Universidad Cooperativa de Colombia (s.f.), menciona una relación que beneficia y en la cual pueden adquirir las empresas cuando se acogen a un sistema de gestión de calidad. Dicho esto se le puede clasificar en tres grupos: 1. beneficios para el cliente. 2. beneficios para el personal y 3. beneficios para la organización.

Beneficios para el cliente. El más beneficiado en todo son los clientes ya que ellos reciben oportunamente los servicios de forma eficiente y de muy buena calidad, también emplean de una forma muy adecuada los recursos los cuales se encuentran a la medida y llegan a satisfacer a los clientes. Es así que el cliente puede ahorrar tiempo y dinero porque no está a la expectativa de poder repetir las pautas, no realizará devoluciones y los productos y servicios se entregaran sin ningún daño o perjuicio.

Beneficios para el personal. Los que forman parte de las instituciones vienen hacer los clientes internos, el cual tiene toda la obligación de recibir beneficios de dicho componente de gestión de calidad. De esta manera los colaboradores internos disminuyen esfuerzo físico y mental, al contar con procedimientos automatizados, estudiados y analizados, lo cual les permitirá hacer actividades de acuerdo a sus estándares. Uno de los intereses viene hacer también, el nivel de satisfacción de acuerdo a las actividades que realiza en su centro de trabajo, esto también mejorara el ambiente de la misma, al hacer que el personal adopte una mejor adecuada manera de ver el trabajo, esto quiere decir que puede hacer que trabaje en un lugar muy agradable. Esto evitara la sobrecarga laboral ya que dichos niveles se organizan de una mejor manera.

Beneficios para la organización. Dichos beneficios se adquieren acoplándose a la gestión de calidad las cuales haremos mención: 1. Mejorar de forma continua la imagen de la institución hacia los diversos clientes tanto de forma interna como externa. 2. El servicio brindado será de forma cordial, realizando las actividades con tolerancia y sobre todo con responsabilidad en cada actividad que se realiza. 3. Los tramites que se realicen se deben realizar sin mucha burocracia, 4. Usar los recursos de forma eficiente sin desperdiciarlos teniendo en consideración el cuidado del medio ambiente, 5. Contar con una buena relación entre los trabajadores lo cual será reflejado también hacia los clientes, 6. Los procesos se deben de realizar en un menor tiempo, 7. Contar con un manual de procesos y procedimientos estandarizados.

Joseph Juran (1992), manifiesta que la calidad viene hacer la “aptitud para el uso”, la cual tiene su efecto en 5 aspectos importantes: a) calidad en el diseño, b) calidad en la conformidad, c) disponibilidad, d) seguridad y e) uso práctico. Como es de esperar, se tiene que tomar en cuenta que dicho producto sea apropiado y conveniente para poder usarlo, así como lo menciona Juran líneas antes mencionadas, es importante que vigile dichos ciclos de vida, dicha observación se inicia partiendo desde la elección de los diversos proveedores, diseño, inspección, procesos y culmina con la entrega del producto final al cliente. Todo lo mencionado se llevara a cabo utilizando herramientas de calidad, estos métodos establecidos analizaran frecuencias, diversos estándares, causa, efectos o cualquier dispersión que tengan los procesos.

Así mismo en su trilogía manifiesta que “para poder implementar de una forma más adecuada el sistema de calidad, es necesario e importante su desarrollo a realizar en diferentes etapas, la cual llamaremos la trilogía de la calidad las cuales se mencionara a continuación: la planificación de la calidad, el control de la calidad y la mejora continua de la calidad”

Planificación de la calidad. La planificación se basa de forma importante en poder desarrollar lo que el cliente quiere, ya sea mediante un producto o servicio, para que de esta manera se le pueda satisfacer.

El control de la calidad. En este nivel se pueden identificar los estándares y objetivos de calidad que se utilizaran para su inspección.

La mejora de la calidad. Esto nace generalmente cuando se detectan errores y se buscan alternativas de mejora en cuanto a los procesos o productos promoviendo nuevas ideas o productos al mercado, es por ello que se diseñan estrategias que puedan mejorarlas en todo los aspectos.

El ciclo de Deming

“Deming aplica catorce puntos o principios, donde el ciclo se encuentra conformado por cuatro partes: Planificar, hacer, verificar y actuar. Proceso por el cual cada paso se ejecuta a lo largo de una producción o de un servicio”

- a) **Planificar.** Establece los objetivos de la calidad para poder desarrollar todo el proceso, se plantean estrategias que se llevaran a cristalizar, se van a calcular tiempos que se requerirá para ser ejecutados, se cuantificara todo los recursos a emplear y finalmente cada responsable se identificara en cada proceso.
- b) **Hacer.** Viene hacer el proceso para desarrollar el plan, tomando en

consideración cada punto realizado en dicha etapa, todo esto con la finalidad de lograr las metas y objetivos trazados.

- c) **Verificar.** En este nivel observamos lo que se ejecuta y se va a cotejar con los planes preestablecidos, para ver si de esta manera si los planes alcanzados no son satisfactorios, se evalúa la razón del porque no se alcanzaron dichos planes y si en el caso suceda lo contrario se analizaran los pasos y se estandarizaran para contar con las mismas secuencias en los sucesivos procesos.
- d) **Actuar.** Se puede decir que es la última etapa. Esto viene hacer el comienzo de algo muy importante ya que acá se van alcanzar las mejoras, de esta manera se plantearán metas originales para poder lograrlas. Todo esto con la buena intención de mejorar continuamente en todo los procesos que desarrolla la organización.

Técnicas o herramientas de la calidad

“Para poder lograr una adecuada gestión de calidad en sus mejores condiciones, es imprescindible tener el apoyo de técnicas que coadyuven a su desarrollo y cumplimiento”.

Dichas técnicas se les conoce como técnicas básicas ya que pueden de una u otra manera puedan ser empleadas por las personas que laboran, sin la necesidad de tener una capacitación o entrenamiento de especialización.

El gráfico de Pareto. Dicha técnica capta de forma más eficiente las circunstancias de un problema o evento, esto quiere decir que según su creador sostiene que el 20% de las causas generan más del 80% de problemas. Es necesario tomar esos datos para poder hacer uso de dichas herramientas, clasificarlos y

colocarlos de tal manera que puedan ser estudiados, analizados y poder identificarlo de acuerdo a una categoría para poder identificar cuáles son las causas que van a generar la mayor parte del problema en dichos procesos.

Diagrama de causa y efecto. “Este nivel clasifica de una u otra manera identificando sus causas y efectos, identificando un problema. Dicha herramienta radica en encontrar el “hallazgo”, su valoración y presentar documentación de sus causas en la variación de calidad con relación mutua entre la producción y organización”.

Estratificación. Dicha técnica obtiene información de diferentes fuentes para que de esta manera puedan calificarse y diferenciadas utilizando criterios de búsqueda establecida. Es importante ya que servirá de instrumento en la cual se puedan tomar decisiones utilizando de forma adecuada diversas herramientas que nos brinda la gestión.

Hojas de verificación. Esto significa que se va a recabar datos de cualquier eventualidad y proceso establecido la cual se encuentra dentro de una cadena de producción. La información recaudada se encuentra establecida bajo un criterio de lo que se quiere obtener para que más adelante pueda servir para distintos procedimientos que se requiera realizar, tomando de las diversas herramientas que brinda la gestión.

Diagrama de flujo. Viene hacer la manifestación gráfica de como un proceso se quiere analizar, es vital en la determinación y mejoramiento de los procesos ya que ayudara a analizar de forma gráfica cada uno de los pasos que se debe tomar en un proceso para que de esta manera realizar simulaciones de agregar o quitar paso con la intención de transformarlos y mejorarlos.

Histogramas. Dicha herramienta tiene sus inicios en 1833 gracias al francés A.

M. Guerry quien puso en funcionamiento dicha herramienta para poder observar si un proceso continua con una tendencia requerida y para monitorear si se presentan separaciones a lo largo de todo el proceso. Para poder utilizar esta herramienta es necesario recaudar datos que hayan sido recogidos previamente y con ello se procederá a representarlos en graficas de frecuencia.

Diagrama o gráficos de control. En este nivel se proporcionará información que tienen que ver con los procesos y si esta se conserva en un periodo de tiempo. Todo ello nos permitirá conocer si estos procesos se encuentran controlados o se encuentran fuera de los estándares de control para que se pueda tomar diversas decisiones.

Diagramas de dispersión. Estos diagramas son empleados para encontrar si existe un lazo entre dos variantes que se quieren manipular. En dicho grafico que se crea el punto de inicio se encuentra establecidos por la información de los datos de las variables en estudio que se desea establecer. “la información se utilizara para mejorar el proceso, o bien y descartar o tratar de detectar posibles causas de los defectos que, a inicio se podrían no tener claras”.

Tecnologías de la Información y Comunicación

Teoría sobre las TIC, según Armijos, Costa y Paladines (2017)

Según Armijos, Costa y Paladines (2017) la relevancia de las TIC en la gestión, radica en:

En los procesos de comunicación se tendrá presente dos condiciones que sean claras y precisas, además de apoyarse en las tecnologías de información y comunicación, de manera que su aplicativo les permita definir modelos de gestión en que sean nuevos en su manejo, garantizando a la organización poder adquirir

ventajas competitivas, que vayan alineadas hacia la innovación y gestión en la calidad del servicio (p. 2376).

Se puede señalar que las TICs vienen hacer un medio por el cual se puede desarrollar la comunicación usando de forma adecuada herramientas que nos permita de una forma óptima la administración de flujos de información. De esta manera se puede establecer de forma eficiente planes estratégicos adecuados para poder tomar de una forma más adecuada una buena decisión que pueda atender a los diversos usuarios tanto internos como externos.

Dimensiones

Comunicación Organizacional

Armijos et al. (2017) manifiesta que:

Las comunicaciones internamente en las organizaciones enrumban en el desarrollo de sus actividades donde van a determinar una gestión que sea efectiva para lograr sus metas y objetivos, donde tienen que garantizar a través de un trabajo de colaboración mutua, la mejor manera de desempeñar es hacerlo que todas las áreas logren lo establecido (p. 237).

Comunicación interna

Según Armijos et al. (2017) manifiesta que dicha comunicación es:

Puntualmente una variable de carácter estratégica permitirá la articulación de los objetivos organizacionales, contando con los recursos que se disponen, de tal manera en lo posible cumplir la planificación y consolidar a la empresa dentro de un entorno que sea competitivo y que no sean meramente sus prácticas respuestas al azar para justificar algunas eventualidades.

Se puede manifestar que la comunicación interna viene hacer el flujo de información que se viene gestionando internamente en la organización entre las partes que lo conforman. Esto quiere decir que un mejor intercambio de la información en tiempo real y sobre todo una interconexión entre las distintas áreas que la conforman representa entre si una estrategia competitiva (Armijo, 2017, p. 47).

Uso de las tecnologías en la gestión organizacional

Armijos et al. (2017) manifiesta que usar las tics en la gestión empresarial:

La inclusión de las tecnologías en la administración de las organizaciones, además del impacto que van a generar estas, debe ser la base para enfrentar desafíos dentro de las comunicaciones, teniendo en cuenta procesos que sean innovadores porque sin ellos sería complicado el logro de un adecuado funcionamiento de las organizaciones y la gestión oportuna de los flujos de las informaciones.

Gestión de la comunicación

Armijo (2017) manifiesta en cuanto a la gestión de la comunicación que:

La efectiva gestión de las comunicaciones se logra, cuando las organizaciones van a requerir adoptar una diversidad de tipo de tecnología y que estas incluyan a sus actividades laborales, en gran medida esta dependerá de los niveles de trabajo y con la frecuencia del uso de datos que empleen sus empleados” (p. 278).

En base a lo mencionado, se puede manifestar que la gestión de comunicaciones de una u otra manera hace hincapié al dicho proceso para poder acceder al núcleo de datos organizacional en sistemas tecnológicos, teniendo en consideración los sistemas tecnológicos que mejor se adecuen a los procesos de la organización. De tal

manera se dará paso a que los representantes o dueños de las organizaciones tomen decisiones adecuadas, reduciendo costos operacionales, tiempo y así puedan lograr desarrollar un mejor producto o servicio, para que de esta manera pueda generar mayor satisfacción hacia los clientes.

Infraestructura Informática

Teniendo en cuenta que las organizaciones puedan aprovechar de una forma más adecuada y eficiente las tecnologías de la información que en estos tiempos son de vital importancia paralelamente contando con una infraestructura adecuada que favorezca y promueva su ejecución. Los factores que se tomaran en cuenta para su rendición son los siguientes: el uso de computadoras inteligentes (ordenadores), full telefonía, internet, redes sociales y comercio electrónico. Todos estos indicadores permitirán evidenciar el nivel de uso que tienen las tecnologías de la información y comunicación en sus organizaciones.

“En la Encuesta Económica Anual 2016, realizada por el INEI a 76886000 empresas de diferentes rubros y tamaños, se evidencia que estas organizaciones usan diversos aparatos y medio tecnológicos para desarrollar una gestión en sus procesos” (INEI, 2018, p. 15).

Comercio electrónico

El comercio electrónico como componentes de las Tics han aportado un medio virtual en las cual puedan acoplarse las organizaciones y así también puedan obtener un nuevo y moderno mercado tecnológico, esta herramienta les sirve para que puedan promocionar sus productos y puedan realizar transacciones de compra y venta con los distintos proveedores y clientes. Con esta herramienta se puede

también registrar información de requerimientos de pedidos de tiempo real, también se puede suministrar de forma oportuna materias primas e insumos para su fabricación.

Redes sociales

En la actualidad las redes sociales son de vital importancia no solo en lo personal sino también para el uso de cualquier tipo de comercio, esto se ha convertido en un valor agregado muy importante y en una estrategia de marketing empresarial para las organizaciones y de esta manera puedan promocionar sus productos y servicios. “Teniendo en cuenta que estas herramientas son de uso gratuito permitirá tener mayor acogida a las personas tanto jóvenes como adultas. Ahora contando con toda esta información podemos decir que una de las redes sociales más utilizada es el Facebook en la cual te permite poder crear páginas empresariales y comerciales y a un costo accesible. Otra de las redes sociales es el Instagram que también permite promocionar productos a través de artistas, los cuales comparten sus experiencias de los productos que adquieren por otros medios, también pueden realizar sorteos y publican fotos y videos” (INEI, 2018, p. 53).

Teoría sobre las TIC, según el INEI (2018)

Según el INEI (2018).

Los últimos años, en su documento sobre las Tecnologías de Información (Tics), estas se han convertido en importantes herramientas para ir midiendo el desarrollo de las empresas de nuestro país. Su implementación se observa con mayor frecuencia en grandes empresas por tener una mayor capacidad de su inversión y recursos, luego, una vez ajustadas al mercado y ser corroboradas sus beneficios, empiezan a

introducirse de forma gradual en las medianas y pequeñas empresas (p. 3).

Las tics se han convertido hoy en día en un factor muy importante para el desarrollo de las organizaciones. Normalmente las tics son implementadas por grandes empresas, sin embargo, estudios recientes manifiestan el gran aporte de estas herramientas para las pequeñas y medianas empresas, es por ello que le permite de una forma poder agilizar sus procesos, reducir tiempo y costos para que de esta manera puedan brindar una mejor atención a los clientes y así poder incrementar su rentabilidad.

Las TIC y la función de aprovisionamiento

Alfalla (2016) “usar las Tics, está en función de su aprovisionamiento teniendo como objetivo el promover las mejoras en relación de empresa-proveedor, haciendo una reestructuración en el proceso de compra. Entre las herramientas tecnológicas más importantes tenemos: EDI (Electronic Data Interchange), E-procurement, VMI (Vendor Management Inventory), CRP (Continuous Replenishment Program), web site, internet y mails” (p. 79).

Las TIC y los procesos de almacenaje y producción

Alfalla (2016) “en los procesos de almacenaje y producción, usar las tics su objetivo principal es promover la integración en los procesos internos, que se dará a través de una gestión de información y comunicación establecida internamente en la empresa, del mismo modo brindarle una óptima integración interior que se pueda lograr la integración externa” (p. 81).

Las TIC y la función de distribución

El objetivo primordial es poder motivar a una mejor interacción externa entre los clientes utilizando la gestión integrada de la cadena de suministros con los usuarios.

“Las herramientas tecnológicas que se usan para favorecer la integración externa se cuenta con: CRM (Consumer Relationship Management), ECR (Efficient Consumer Response), TMS (Transportation Management System) y GPS (Global Positioning System)” (Alfalla, 2016, p. 84).

2.3. Marco conceptual

Gestión de calidad. “Es un enfoque sistemático para poder establecer, planificar y cumplir la calidad, los objetivos de calidad propuestos y la mejora de calidad por cada establecimiento” (Juran, 1990, p. 169).

Farmacias. “Viene hacer aquel establecimiento en la cual está dirigido o es dueño un profesional químico farmacéutico, quien a la vez se encarga de su funcionalidad. El profesional tiene toda la autonomía en desarrollar una administración, atención al cliente, dispensación y brindar consejería al paciente o usuario” (dePerú.com. párr. 6).

Boticas. “Viene a ser el lugar donde un farmacéutico debe ejercer una función comunitaria o la de proporcionar servicios sanitarios a un paciente ofreciéndoles asesorías de forma oportuna y entregándoles medicamentos, etc.; consecuencia de esta asesoría o por la receta del médico y de otros productos como la cosmetología, productos de higiene, ortopedia”.

Proceso. “Viene a ser la modificación de los instrumentos y/o materiales con el objetivo de aumentar su valor” (Alonso, 1998. p.27).

Ciente. “Viene hacer el usuario que decide que comprar o no. Es la persona o elemento con la cual usted está intercambiando comunicación y la cual intenta ayudarlo”.

MYPE. La Ley N° 30056 (2013), conceptualiza a las micro y pequeñas empresas como una fuente económica y que es dirigida por una persona natural o jurídica, con el objetivo de hacer actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestar servicios al público (p.1).

Tecnologías de la Información y Comunicación. También conocidas como TICs, viene hacer un conglomerado de tecnologías desarrolladas para gestionar el acceso de información, producción, tratamiento y comunicación de la información a través de diferentes aplicativos.

III. Hipótesis

En esta investigación sobre la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019; no se plantea hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva.

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

En el presente trabajo de investigación se aplicó un diseño no experimental-transversal y descriptivo.

Fue no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular las variables de estudio, y se observó el fenómeno de cómo funciona dentro de las empresas investigadas, que son del rubro farmacias y boticas, sin tener que ser modificadas en ninguno de sus extremos.

Fue transversal, ya que se realizó en un tiempo y espacio determinado, teniendo un inicio y un final nuestra investigación, específicamente se realizó durante el año 2019.

Fue descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes y/o dueños de las micro y pequeñas empresas y de las variables Tecnologías de la Información y Comunicación y Gestión de Calidad.

4.2. Población y muestra

- **Población.** - La población en estudio estuvo conformada por las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho. El universo que se considero fue de 30 farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho.
- **Muestra.** – Teniendo en consideración las circunstancias en la cual por hoy vivimos sobre la pandemia del Covid-19, nuestra investigación se vio limitada y se tuvo que aplicar la encuesta al 50% de la población, es decir a 15 farmacias y boticas.

4.3. Definición y operacionalización de variables

| Variable | Definición conceptual | Dimensión | Indicadores | Medición |
|---------------------------|--|--|---|----------|
| Representantes | Persona natural o jurídica que asume responsabilidad de dirigir una empresa para brindar bienes o servicios. | Edad | <ul style="list-style-type: none"> • De 18 - 30 años • De 31 - 50 años • De 51 - a mas | Razón |
| | | Genero | <ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino | Nominal |
| | | Grado de Instrucción | <ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Técnico • Superior universitario | Ordinal |
| | | Cargo que desempeña | <ul style="list-style-type: none"> • Propietario • Administrador • Otros | Nominal |
| | | Tiempo desempeñándose en el cargo | <ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 3 años • De 4 a 6 años • De 7 a más años | Razón |
| Variable | Definición | Dimensión | Indicadores | Medición |
| Micro y pequeñas empresas | La Ley N° 30056 menciona que las micro y pequeñas empresas como una fuente principal de la economía activa, que está desarrollada por una persona natural o jurídica con el objetivo de realizar diversas actividades de extracción, manipulación, producción y comercialización de bienes y servicios públicos. | Trabajadores con los que cuenta la empresa | <ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 5 • De 6 a 10 • De 11 a mas | Razón |
| | | Objetivo de creación de la empresa | <ul style="list-style-type: none"> • Generar ganancias • Estabilidad • Posicionamiento en el mercado | Nominal |
| | | Tiempo que tiene trabajando en el rubro | <ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 3 años • De 4 a 6 años • De 7 a más años | Razón |

| Variable | Definición | Dimensión | Indicadores | Medición |
|---|---|--|--|----------|
| Gestión de Calidad y las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). | Gestión de Calidad: Conjunto de características que posee un producto o servicio, así como su capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. | Conocimiento del término de gestión de calidad | <ul style="list-style-type: none"> • Si • No | Nominal |
| | | Aplicación de la gestión de calidad | <ul style="list-style-type: none"> • Para tener conocimiento • Para tener oportunidad de crecimiento • Ninguna | Nominal |
| | | Funciones administrativas con mayor importancia | <ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Organización • Dirección • Control • Ninguno | Nominal |
| | | Servicio con mayor atención a su negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Calidad en su infraestructura • Calidad en el servicio • Prontitud en la atención • Ninguna | Nominal |
| | | Contribución de la gestión de calidad en su negocio | <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de ventas • Permanencia en el mercado • Aumenta la satisfacción de los clientes • Ninguna | Nominal |
| | Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación: Instrumentos de gestión que permite desarrollar formas adecuadas para el mejoramiento virtual y atender los requerimientos del usuario y para mejorar el control interno de los productos de la | Utiliza las tics | <ul style="list-style-type: none"> • Si • No | Nominal |
| | En el ámbito administrativo para qué hace usted el uso de las Tics | <ul style="list-style-type: none"> • Para automatizar la gestión del negocio • Para digitalizar • Para hacer transacciones comerciales más rápidas • Ninguna • Para controlar sus | Nominal | |

| | | | | |
|--|----------|------------------------------|--|---------|
| | empresa. | Uso de las Tics internamente | ventas <ul style="list-style-type: none"> • Para tomar decisiones sobre sus compras • Para hacer las evaluaciones a su stock • Ninguna | Nominal |
| | | Uso de las Tics externamente | <ul style="list-style-type: none"> • Para promocionar sus productos • Para conocer sus inventarios • Para determinar a sus proveedores • Ninguno | Nominal |

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Para la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario.

Dicha encuesta se realizó a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho. Dicha técnica nos ayudó a obtener toda la información necesaria para luego se pueda realizar las gráficas correspondientes.

El instrumento aplicado fue el cuestionario para poder obtener datos de la Micro y Pequeña Empresas del sector comercio rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, dicho cuestionario estuvo conformado por 17 preguntas, se aplicó a cada uno de los representantes de los negocios, con la finalidad de obtener mayor información acerca de dichas empresas.

4.5. Plan de análisis

El plan de análisis se utilizó para de una u otra forma poder llevar a cabo esta investigación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias

y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, en la cual se aplicará un cuestionario a cada uno de los representantes. Una vez obtenido la información de los datos recolectados de la investigación, se utilizó el análisis descriptivo de las variables, de la cual se elaboró tablas y/o figuras estadísticas. Los datos recolectados en la investigación serán tratados bajo el análisis descriptivo.

Para el presente trabajo de investigación se necesitó los programas de: Microsoft Word es un procesador de textos office 2013, la enésima versión de la popular suite ofimática de Microsoft, la cual se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones. Acrobat Reader XI: es una versión gratuita del programa que te permite visualizar correctamente los archivos de PDF, como son los casos de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual y Microsoft Excel es una hoja de cálculo desarrollada por Microsoft para Windows, que se utilizó para la tabulación y el diseño de figuras correspondientes a los resultados que se obtuvieron en las encuestas.

4.6. Matriz de consistencia

| Problemas | Objetivos | Variables | Metodología | | |
|---|--|---|--|--|--|
| | | | Población y muestra | Método | Técnica e instrumentos |
| <p>¿Cuáles son las principales características de la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019?</p> | <p>Objetivo General Determinar 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 del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.</p> <p>Objetivos Específicos Identificar las principales características de los representantes de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.</p> <p>Describir las principales</p> | <p>Tecnología de la Información y Comunicación y Gestión de Calidad</p> | <p>Universo La población en estudio estuvo conformada por las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho. El universo que se considero fue de 30 farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho.</p> <p>Muestra Teniendo en consideración las circunstancias en la cual por hoy vivimos sobre la pandemia del Covid-19, nuestra investigación se vio limitada y se tuvo que aplicar la encuesta</p> | <p>Para la siguiente investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo.</p> <p>No experimental, ya que la investigación se realizó sin manipular las variables propuestas, y se observó el fenómeno de cómo funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro farmacias y boticas.</p> <p>Fue Transversal, porque se realizó en un determinado tiempo, donde tuvo un inicio y un final, específicamente dentro</p> | <p>Para la recolección de la información se utilizó la Técnica de la encuesta y el instrumento será el cuestionario.</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| | <p>características de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.</p> <p>Establecer las principales características de la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.</p> <p>Elaborar un plan de mejora a los resultados para la aplicación de la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.</p> | | <p>al 50% de la población, es decir a 15 farmacias y boticas.</p> | <p>del año 2019. Descriptivo porque solamente se describió las características de los representantes o dueños, de las micros y pequeñas empresas y de las variables Tecnología de la Información y Comunicación y Gestión de Calidad</p> | |
|--|--|--|---|---|--|

4.7. Principios éticos

En la presente investigación se ha utilizado principios éticos los cuales son:

- **Protección a las personas:** Porque se debe respetar la integridad, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad debido a que en este ámbito de investigación la persona es el fin mas no el medio.
- **La beneficencia y no maleficencia:** Porque se debe garantizar la integridad del investigador y este a su vez debe respetar las reglas como: no causar daño, aminorar los efectos adversos e incrementar los beneficios.
- **Justicia:** Porque el direccionamiento, las limitaciones de capacidades y conocimientos no propicien un desorden o propicien practicas injustas.
- **Integridad científica:** La integridad no solo debe aplicarse en la investigación, sino que también debe practicarse tanto en el quehacer diario como en las aplicaciones laborales y profesionales.
- **Consentimiento informado y expreso:** En las investigaciones en general se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica con los que las personas involucradas dan su consentimiento para que los datos se puedan usar para los fines establecidos en el proyecto.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

| Datos Generales | n | % |
|--|-----------|---------------|
| Edad (años) | | |
| 18-30 | 4 | 27.00 |
| 31-50 | 8 | 53.00 |
| 51 a más | 3 | 20.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Genero | | |
| Masculino | 10 | 67.00 |
| Femenino | 5 | 33.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Grado de Instrucción | | |
| Primaria | 0 | 0.00 |
| Secundaria | 4 | 27.00 |
| Técnico | 5 | 33.00 |
| Superior universitario | 6 | 40.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Cargo que desempeña | | |
| Propietario | 6 | 40.00 |
| Administrador | 7 | 47.00 |
| Otros | 2 | 13.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Tiempo desempeñándose en el cargo | | |
| 0 a 3 años | 3 | 20.00 |
| 4 a 6 años | 7 | 47.00 |
| De 7 a más años | 5 | 33.00 |
| Total | 15 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

| De la Empresa | n | % |
|---|-----------|---------------|
| Trabajadores con los que cuenta la empresa | | |
| 1 a 5 | 10 | 67.00 |
| 6 a 10 | 3 | 20.00 |
| 11 a mas | 2 | 13.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Objetivo de creación de la empresa | | |
| Generar ganancia | 10 | 67.00 |
| Estabilidad | 4 | 27.00 |
| Posicionamiento en el mercado | 1 | 6.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Tiempo que tiene trabajando en el rubro | | |
| 0 a 3 años | 7 | 47.00 |
| 4 a 6 años | 5 | 33.00 |
| 7 a más años | 3 | 20.00 |
| Total | 15 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

Tabla 3

Características de la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

| Gestión de Calidad | n | % |
|--|----------|----------|
| Conocimiento del término de gestión de calidad | | |
| Si | 7 | 47.00 |
| No | 8 | 53.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Aplicación de la gestión de calidad | | |
| Para tener conocimiento | 4 | 27.00 |
| Para tener oportunidad de crecimiento | 4 | 27.00 |
| Ninguna | 7 | 46.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Funciones administrativas con mayor importancia | | |
| Planificación | 7 | 47.00 |
| Organización | 4 | 27.00 |
| Dirección | 3 | 20.00 |
| Control | 1 | 6.00 |
| Ninguno | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Servicio con mayor atención a su negocio | | |
| Calidad en su infraestructura | 2 | 13.00 |
| Calidad en el servicio | 8 | 54.00 |
| Prontitud en la atención | 5 | 33.00 |
| Ninguna | 0 | 0.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Contribución de la gestión de calidad en su negocio | | |
| Aumento de ventas | 3 | 20.00 |
| Permanencia en el mercado | 2 | 13.00 |
| Aumenta la satisfacción de los clientes | 2 | 13.00 |
| Ninguna | 8 | 54.00 |
| Total | 15 | 100.00 |

Continúa...

Características de la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

Concluye

| Tics | n | % |
|--|-----------|---------------|
| Utiliza usted las Tics | | |
| Si | 8 | 53.00 |
| No | 7 | 47.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| En el ámbito administrativo, para qué hace usted el uso de las tics | | |
| Para automatizar la gestión del negocio | 4 | 27.00 |
| Para digitalizar | 4 | 27.00 |
| Para hacer transacciones comerciales más rápidas | 2 | 13.00 |
| Ninguna | 5 | 33.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Uso de las Tics internamente | | |
| Para controlar sus ventas | 3 | 20.00 |
| Para tomar decisiones sobre sus compras | 3 | 20.00 |
| Para hacer las evaluaciones a su stock | 3 | 20.00 |
| Ninguna | 6 | 40.00 |
| Total | 15 | 100.00 |
| Uso externamente de las tics | | |
| Para promocionar sus productos | 5 | 33.00 |
| Para conocer sus inventarios | 3 | 20.00 |
| Para determinar a sus proveedores | 3 | 20.00 |
| Ninguno | 4 | 27.00 |
| Total | 15 | 100.00 |

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

Tabla 4: Plan de mejora a los resultados para la aplicación en 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 farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

| Problema | Causa | Solución-Aplicación de mejora | Responsable |
|---|---|--|--------------------------|
| Desconocimiento parcial de las Tics como herramienta de gestión. | Implementación inadecuada de las Tics con relación a las ventajas que tiene dentro de los negocios. | Realizar su implementación y su posterior capacitación de las tics para mejorar la productividad dentro de los negocios. | Gerente y/o propietarios |
| No aplica de forma adecuada una gestión de calidad. | Desconocimiento de los indicadores de la gestión de calidad en los negocios. | Implementar un sistema de gestión de calidad con el propósito de mejorar la rentabilidad y atención al cliente. | Gerente y/o propietarios |
| Insatisfacción por parte del cliente por la poca actitud e identificación, del personal farmacéutico con relación a los clientes. | Falta de motivación e inducción por parte de los propietarios hacia los trabajadores. | Establecer un programa de motivación e inducción a los trabajadores para mejorar su actitud. | Gerente y/o propietarios |
| Posicionamiento estratégico del negocio con relación a la competencia. | Desconocimiento de la aplicación del marketing estratégico por parte de los gerentes y/o propietarios. | Aplicar en forma adecuada las herramientas de marketing mix para mejorar las ventajas competitivas del negocio. | Gerente y/o propietarios |
| Regular el cumplimiento del programa de entregas de los productos y/o servicios. | Falta de conocimiento de un entrenamiento del flujo de distribución interna de los productos y/o servicios en los negocios. | Establecer capacitaciones y entrenamientos al personal para mejorar el flujo de entrega de los productos y/servicios a los clientes. | Gerente y/o propietarios |

5.2. Análisis de Resultados

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

El 53.00% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, estos resultados coinciden con Colina (2017) quien manifiesta que el 90% de los encuestados tienen una edad entre 31 a 50 años, pero contrastan con Villanueva (2018) quien establece que el 58.30% de la población tienen entre 18 a 30 años de edad, así mismo Bayona (2019) menciona que el 81.82% tienen entre 18 a 30 años de edad, del mismo modo Romaní (2019) quien establece que el 57% tienen entre 18 a 30 años de edad. Se puede concluir que la mayoría de los representantes son jóvenes emprendedores.

El 67.00% de los representantes, son de género masculino, este resultado coinciden con Morales (2016) quien manifiesta que el 64.00% son del género masculino, del mismo modo Romaní (2019) el 79.00% son del género masculino. Pero se contrasta con Villanueva (2018), quien muestra que el 66.7% son de sexo femenino, así como Colina (2017) según la encuesta el 100.00% son de género femenino, también Bayona (2019) menciona que 68.80% son de género femenino, podemos apreciar que los representantes de las micro y pequeñas empresas la mayoría son de género femenino.

El 40.00% de los representantes, tienen grado de instrucción superior universitaria estos datos contrastan con Romaní (2019), quien muestra que el 50.00% tienen educación superior no universitaria, al igual que Colina (2017) ya que en la encuesta arrojó un 80.00% tienen instrucción técnica, así como Bayona (2019) menciona que 72.73% tiene grado de instrucción superior no universitaria, se puede decir que los representantes de las micro y pequeñas, no siempre tienen grado de instrucción superior, también ejercen el cargo personas con estudios técnicos no

universitarios.

El 47.00% de los representantes tienen el cargo de administrador, estos datos coincide con Bayona (2019) que según encuesta el 68.18% son administradores, pero se contrasta con Colina (2017) quien menciona que el 70.00% son dueños y así mismo con Romaní (2019) quien manifiesta que el 86.00% son dueños de su propio negocio.

El 47.00% de los representantes, tienen desempeñándose en el cargo de 4 a 6 años, estos resultados contrastan con Romaní (2019) quien manifiesta que el 64.00% de sus representantes vienen desempeñándose en su cargo más de 7 años.

Características de las micro y pequeñas empresas

El 67.00% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, estos datos coinciden con Villanueva (2018) quien muestra que el 58.30% tienen entre 1 a 3 trabajadores, así también con Colina (2017) quien especifica que el 100.00% tienen entre 1 a 5 trabajadores en su empresa, así como Bayona (2019) quien menciona que el 77.27% tienen entre 1 a 5 trabajadores, pero contrastan con Romaní (2019) quien manifiesta que el 79.00% cuenta entre 6 a 10 trabajadores. Se puede concluir que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no tienen capacidad para contratar a más personal.

Del 100.00% de los encuestados referente al objetivo de creación de la empresa el 67.00% señalaron que fueron creadas para generar ganancias, estos resultados coinciden con Romaní (2019) quien manifiesta que el 93.00% de los encuestados manifestaron que se creó su negocio para generar ganancias.

El 47.00% de las micro y pequeñas empresas tienen 0 a 3 años trabajando en el rubro de farmacias y boticas, este dato contrasta con Morales (2016) quien

manifiesta que el 48.00% tiene más de 10 años de permanencia en el mercado, así mismo Colina (2017) establece que el 60.00% de las boticas tienen más de 7 años, de la misma manera Bayona (2019) manifiesta que el 68.18% tienen entre 4 a 6 años en el rubro y Romaní (2019) manifiesta que el 64.00% tienen más de 7 años en el mercado. Así mismo podemos notar que según la encuesta realizada a las 15 farmacias y boticas en la ciudad de Huacho en su mayoría tienen poco tiempo en el mercado.

Características de la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la gestión decalidad

El 53.00% manifiesta que no tienen conocimiento del termino de gestión de calidad, estos resultados coinciden con Bayona (2019) quien manifiesta según los datos arrojados de su encuesta realizada que el 72.73% tienen poco conocimiento sobre el termino de gestión de calidad, estos resultados contrastan con Romaní (2019) quien manifiesta que el 57.00% si conoce el término de gestión de calidad. Podemos notar que las empresas farmacéuticas no priorizan en capacitar en temas relacionados a la gestión de calidad.

De los 100.00% de las micro y pequeñas empresas encuestadas el 46.00% tienen un desconocimiento del por qué deberían aplicar la gestión de la calidad, este dato contrasta con Colina (2017) que establece que el 90.00% aplica la gestión de la calidad, estos datos demuestran que las empresas tienen varias percepciones sobre la importancia de la gestión de calidad.

El 47.00% de los encuestados manifestaron que dentro de las principales funciones administrativas le presta mayor importancia a la planificación. Los resultados de esta investigación no coinciden ni contrastan con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

El 54.00% de las micro y pequeñas empresas encuestadas le prestan mayor atención en su negocio a la calidad en el servicio. Los resultados de esta investigación no coinciden ni contrastan con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

El 53.00% manifiesta que la gestión de calidad de ninguna manera contribuye en el negocio, estos resultados contrastan con Villanueva (2018) quien manifiesta que el 83.30% emplea la gestión de calidad para darle mayor prioridad a mejorar la satisfacción de los clientes.

El 53.00% manifestó que si utilizan las tics en sus negocios, estos datos coinciden con Colina (2017) quien manifiesta que el 80.00% de las boticas utilizan las Tics. Esto quiere decir que más de la mitad de los negocios aplican las tecnologías de la información y comunicación en sus negocios.

El 33.00% de los representantes manifestaron que en el ámbito administrativo en su negocio no hacen uso de las Tics, este dato contrasta con Colina (2017), quien establece que el 80.00% de las boticas utiliza las Tics para realizar las operaciones comerciales, por conclusión se puede deducir que los empresarios, por falta de conocimiento no llegan a implementar el uso de las Tics, en su negocio.

En cuanto a que si en su negocio utiliza internamente las tics, se obtuvo los siguientes resultados: el 20.00% manifestó que lo utiliza para controlar sus ventas, el 20.00% para tomar decisiones sobre sus compras, el 20.00% para hacer las evaluaciones a sus stocks y el 40.00% no utiliza las tics internamente. Los resultados de esta investigación no coinciden ni contrastan con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

Con respecto a que si en su negocio utilizan externamente las tics, se obtuvo los siguientes resultados: el 33.00% lo utiliza para promocionar sus productos, el

20.00% para conocer sus inventarios, el 20.00% para determinar a sus proveedores y el 27.00% no utiliza las tics de forma externa. Los resultados de esta investigación no coinciden ni contrastan con los resultados obtenidos en los antecedentes de esta investigación.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

Hoy en día las micro y pequeñas empresas en mucha de ellas desconocen y a veces si los tienen no saben utilizar como herramienta de gestión, las tecnologías de la información y comunicación, por lo tanto al no contar con esta herramienta importante para gestionar, tanto el colaborador como el cliente no se encuentran satisfechos en sus actividades que van desarrollando en el transcurso del tiempo.

En la ciudad de Huacho las micro y pequeñas empresas del rubro farmacias y boticas muchas de ellas adolecen de su aplicación tecnológica para poder tener una interrelacion y mejorar el servicio externo. Los administradores y/o propietarios de estas pequeñas empresas mucho de ellos no cuentan con experiencia o conocimiento del que hacer farmaceutico.

En cuanto a la gestion de calidad, viene hacer toda las actividades que una empresa aplica internamente un proceso con la finalidad de que se brinde un servicio adecuado al cliente y de esta manera hacerle más competitiva en su relacion empresa - cliente.

2. Misión

Contribuir al bienestar de los ciudadanos ofreciendo el mejor servicio con la mas alta calidad en el cuidado de la salud de nuestros clientes. Siendo una organización altamente comprometida con la sociedad.

3. Visión

Ser una empresa líder en el rubro, ofreciendo el mejor servicio farmacéutico de todo el norte chico. Ser reconocida por brindar una adecuada atención en calidad y distinción además desarrollar nuestras actividades con profesionalismo y atender a nuestros clientes para su satisfacción plena.

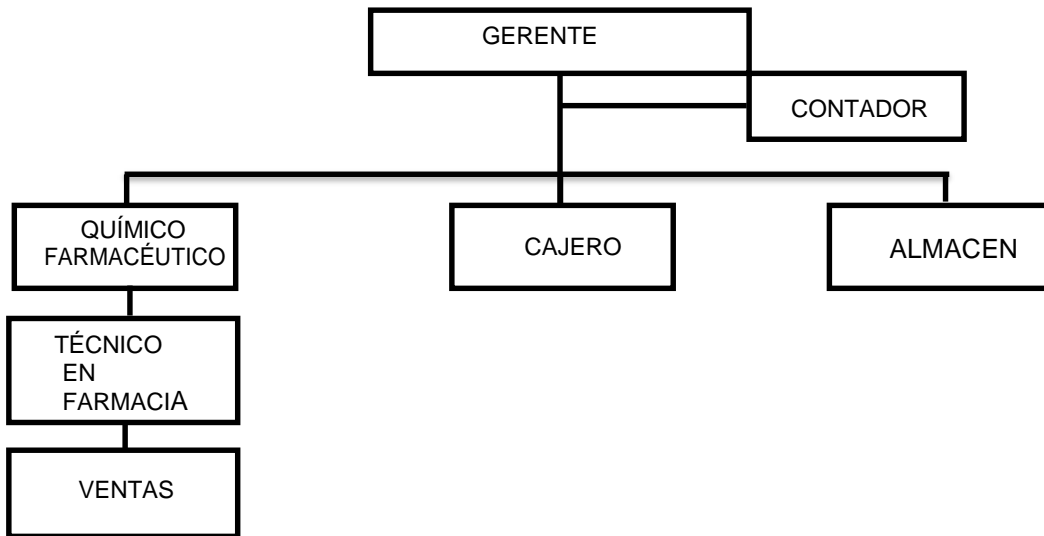
4. Objetivos

- Implementar un sistema de gestión de calidad con el apoyo de la tecnología de la información y comunicación, para brindar un servicio eficiente, con la finalidad de aumentar en un 20% anualmente la lista clientes satisfechos.
- Seguir creciendo en un 20% trimestralmente, desarrollando y diversificando nuestros productos que satisfagan a nuestros clientes.
- Aumentar en un 10% anualmente la demanda de clientes, aplicando las técnicas de marketing, para el posicionamiento de la empresa.
- Incrementar las ventas en un 5% anualmente, brindando el servicio oportuno a los clientes, usando un sistema de flujo interno, para la entrega de los productos más eficientemente.

5. Productos y/o servicios

- Venta de productos farmacéuticos.
- Servicios de atención médica gratuita.
- Aplicación de medicamentos inyectables.
- Toma de presión arterial.
- Venta de productos de belleza.
- Calidez en la atención al cliente.

6. Organigrama de la empresa



7. Diagnóstico General

| Matriz de estrategia FODA | Oportunidades | Amenazas |
|--|--|--|
| | <p>Captacion de clientes del mercado farmaceutico.</p> <p>Competencia, que no se adecuan a los cambios tecnologicos y asi aprovechar sus estrategias en relacion a la implementacion de un sistema de gestion de calidad.</p> <p>Clientes que toman en cuenta de manera valorativa la inmediata y oportuna atencion.</p> | <p>Incremento conciderable de empresas farmaceuticas en la zona.</p> <p>Continua alza de productos farmaceuticos y de belleza.</p> <p>Desconocimiento de tecnicas de tecnologias de la informacion y comunicacion.</p> |
| <p>Fortalezas</p> <p>Idoneidad para tener una vision global de los pacientes (clientes).</p> <p>Productos de calidad y a costos accesibles en el mercado.</p> | <p>F-O</p> <p>Teniendo como empresa una vision global de los clientes y productos accesibles, debemos aprovechar el mercado potencial y aquellas herramientas tecnologicas que nos permitan tener un sistema de gestion de calidad adecuadamente.</p> | <p>F – A</p> <p>Teniendo en consideracion la calidad de los productos es imprescindible implementar estrategias de publicidad, de ventas, etc que nos conlleven a captar clientes de la competencia.</p> |

| | | |
|--|---|---|
| Debilidades Resistencia al cambio tecnologico. Insuficiente capacitacion del personal que labora. | D-O Teniendo en consideracion el aprovechamiento de las tecnologias es importante cambiar la mentalidad de los colaboradores y establecer programas de capacitacion, en relacion a la motivacion, TICs y atencion al cliente. | D - A Mejorar la atencion al cliente implementando las tecnologias de la informacion y comunicacion, para hacer frente a la competencia farmaceutica y ademas implementar sistemas de gestion de calidad. |
|--|---|---|

8. Indicadores de Gestión

| Indicadores | Evaluación de los indicadores dentro de las Mypes |
|---|---|
| Nivel de uso de las Tics. | El uso permanente de las Tics en las empresas farmaceuticas. |
| Implementacion adecuada de un sistema de gestion de calidad. | Reestructurar el sistema de gestion de calidad de acuerdo a las exigencias de los clientes y de la propia competencia. |
| Satisfaccion de parte de los clientes en la obtencion de los productos y/o servicios. | Implementar estrategias de atencion al cliente, considerando que el cliente es lo mas importante que tiene una organizacion. |
| Posicionamiento estrategico dentro de un mercado competitivo. | Hacer de la organizacion un negocio que este dentro de una zona de influencia que congrege clientes y competidores. |
| Cumplimiento oportuno en la entrega de los productos farmaceuticos a los clientes. | Establecer formas de aprovechamiento con el cliente para hacerlo mas fluido la entrega de los productos farmaceuticos y de belleza. |

9. Problemas

| Indicadores | Problemas | Surgimiento del problema |
|---------------------------|---------------------------------------|--|
| Nivel de uso de las Tics. | Nivel inadecuado del uso de las Tics. | Falta de conocimiento e implementacion del uso adecuado de las herramientas de las Tics. |

| | | |
|---|--|--|
| Implementacion adecuada de un sistema de gestion de calidad. | Poca inversion en un sistema tecnologico de calidad. | Poco interes de los propietarios en invertir en sistemas de gestion que le ayude a optimizar los recursos. |
| Satisfaccion de parte de los clientes en la obtencion de los productos y/o servicios. | Falta de un servicio adecuado de atención al cliente. | Falta de capacitacion y entrenamiento al personal en atencion al cliente. |
| Posicionamiento estrategico dentro de un mercado competitivo. | Marca poca fidelizada por parte de los clientes. | No se aplico adecuadamente las estrategias de marketing mix (producto, promocion, precio y mercado). |
| Cumplimiento oportuno en la entrega de los productos farmaceuticos a los clientes. | Demora sustancial en atender al cliente oportunamente. | Falta de identificacion y actitud con la institucion. |

10. Establecer soluciones

10.1. Establecer acciones

| Indicadores | Problemas | Acción de mejora |
|--|---|--|
| Nivel de uso de las Tics. | Nivel inadecuado del uso de las Tics. | Capacitación en el uso de las Tics, e implementarla con programas y servicios que ayuden a mejorar la calidad del servicio para sus clientes. |
| Adecuado uso de un sistema de gestion de calidad. | Poco uso de un sistema de gestion calidad. | Capacitación en sistema de gestión de la calidad para todos los trabajadores inclusive los representantes de la empresa, para su posterior implementación. |
| Productos y/o servicios al alcance de los clientes | Falta de un servicio adecuado de atencion al cliente. | Implementar un plan de capacitación, basado en aplicar la comunicación asertiva y empática, en temas relacionados a brindar un servicio de calidad. |

| | | |
|--|--|--|
| Posicionamiento dentro de un mercado competitivo. | Marca poca fidelizada por parte de los clientes. | Implementación de las herramientas de Marketing mix, para mejor la percepción de los clientes hacia la empresa para ser más competitivos. |
| Cumplimiento oportuno en la entrega de los productos farmaceuticos a los clientes. | Demora sustancial en atender al cliente oportunamente. | Contar con un sistema de flujo interno para realizar la entrega de los productos en forma rápida y sin demoras, con la finalidad de satisfacer a los clientes. |

10.2. Estrategias

| Accion de mejora a lograr | Dificultades | Plazo | Impacto | Priorización |
|--|---|--------------|---|--|
| Capacitación en el uso de las Tics, e implementarla con programas y servicios que ayuden a mejorar la calidad del servicio para sus clientes. | Poca inversión | 6 meses | Satisfacción del cliente | Identificar, las herramientas y programas que favorezcan a la empresa. |
| Capacitación en sistema de gestión de la calidad para todos los trabajadores inclusive los representantes de la empresa, para su posterior implementación. | Escasa inversión para preparar al personal en un sistema de gestión de calidad. | 4 meses | Mejora la calidad de atención al cliente. | Priorizar la implementación a corto plazo el sistema de gestión de calidad, para mejor la atención al cliente. |
| Implementar un plan de capacitación, basado en aplicar la comunicación asertiva y empática, en temas relacionados a brindar un servicio de calidad. | No existe un plan de capacitación basado en mejorar el buen trato al cliente. | 6 meses | Mejora la intercomunicación de empresa-cliente. | Llegar a conseguir que el cliente se sienta conforme y satisfecho por el servicio brindado. |

| | | | | |
|--|--|---------|--|---|
| Implementación de las herramientas de Marketing mix, para mejorar la percepción de los clientes hacia la empresa para ser más competitivos. | Poco interés para su implementación. | 6 meses | Mejora la imagen de la empresa | Planificar la contratación de un personal especializado. |
| Contar con un sistema de flujo interno para realizar la entrega de los productos en forma rápida y sin demoras, con la finalidad de satisfacer a los clientes. | Desconocimiento por parte de los trabajadores. | 1 mes | Mayor rapidez de la entrega de los productos | Elaborar el sistema de flujo para el buen funcionamiento de la empresa (desde pedidos de los clientes hasta la entrega de los productos y el reconocimiento de los mismos). |

10.3. Recursos para la implementación de las estrategias

| Estrategias | Recursos Humanos | Economicos | Tecnologicos | Tiempo |
|---|-------------------------|-----------------------------|--|---------------|
| Capacitación en el uso de las Tics, e implementarla con programas y servicios que ayuden a mejorar la calidad del servicio para sus clientes. | Gerente y/o propietario | S/. 1000.00 soles mensuales | Adquisición de equipos computacionales | 6 meses |

| | | | | |
|--|-------------------------|----------------------------------|--|---------|
| Capacitación en sistema de gestión de la calidad para todos los trabajadores inclusive los representantes de la empresa, para su posterior implementación. | Gerente y/o propietario | S/.800.00 soles mensuales | Formatos estandarizados | 4 meses |
| Implementar un plan de capacitación, basado en aplicar la comunicación asertiva y empática, en temas relacionados a brindar un servicio de calidad. | Gerente y/o propietario | S/.600.00 soles mensuales | Plan de capacitación | 6 meses |
| Implementación de las herramientas de Marketing mix, para mejorar la percepción de los clientes hacia la empresa para ser más competitivos. | Gerente y/o propietario | S/.1000.00 soles mensuales | Uso de las Tics (redes sociales, televisión, radio, Instagram, etc). | 6 meses |
| Contar con un sistema de flujo interno para realizar la entrega de los productos en forma rápida y sin demoras, con la finalidad de satisfacer a los clientes. | Gerente y/o propietario | S/. 500.00 soles | Formato de flujo interno | 1 mes |

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con una edad promedio de entre 31 a 50 años, son de género masculino, tienen estudios universitarios concluidos, tienen el cargo de administrador y se mantienen en el cargo de 4 a 6 años.

La mayoría de los negocios encuestados cuentan con una cantidad de hasta 5 trabajadores, también manifiestan que el negocio fue creado con el fin de generar ganancias y que están en el rubro de farmacias ya hace 3 años.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen poco conocimiento al término de gestión de calidad, tampoco aplican la gestión de calidad por desconocimiento, también manifestaron que la planificación es de vital importancia para su negocio, que la calidad de servicio es donde más le prestan atención y que la gestión de calidad no contribuye en sus negocios, manifestaron que si utilizan las tics en sus negocios, en el ámbito administrativo no utilizan las tecnologías de la información, así mismo para el uso interno lo utilizan pocamente ya que no cuentan con inversión por parte de los dueños o representantes de las mypes y externamente lo utilizan para promocionar sus productos.

Se elaboró el plan de mejora en base a los resultados de la investigación, con la finalidad de proponer las estrategias que permitan aplicar adecuadamente las Tics como factor importante que influye en la gestión de calidad.

RECOMENDACIONES

Utilizar de manera adecuada y repotenciar a la vez la adquisición de tecnologías, para tener una mejor información dentro de las empresas y así poder desarrollar una mejor comunicación (interacción) con los clientes.

Implementar, un programa de capacitación y entrenamiento para los colaboradores, de manera permanente. Con el propósito de mejorar la atención al cliente, basados en aplicar la comunicación asertiva y empática, consiguiendo que el flujo de las ventas de los productos farmacéuticos en su empresa, sea cada vez mayor.

Aplicar un nuevo diseño de gestión de calidad, que permita desarrollar nuevos mecanismos de gestión y que sea compartido con los miembros de la organización, para no volver a cometer errores del pasado. Así poder reducir costos y además que permita obtener los resultados y se logre los objetivos institucionales y lograr también un mejor posicionamiento en el mercado, una fidelización de los clientes hacia nuestra marca (Institución).

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

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bayona, F. (2019). *Las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro peluquería y otros tratamientos de belleza, casco urbano Distrito Chimbote, 2019.*
- Bautista (2018). *Utilización de las tecnologías de información y comunicación y su influencia en la competitividad en las mypes del sector farmacias en el distrito de Paucarpata en la región Arequipa.*
- Colina (2017). *Gestión de calidad con el uso de tecnología de la información y comunicación en los almacenes de las micro y pequeñas empresas, rubro boticas de la ciudad de Oxapampa, 2016.*
- Gallegos (2016). *Aplicación de las tecnologías de información y comunicación y la secuencia de eventos de la cadena de suministros de plaza vea.*
- Hernández, Rodríguez y Valenzo (2018). *La relación entre el uso de las Tecnologías de la información y Comunicación TICs y la gestión de la cadena de suministro en la pyme manufacturera de Florencia, Caquetá, Colombia.*
- Morales (2016). *Gestión de calidad con uso de tecnologías de información y comunicación (tic) en los almacenes en las micro y pequeñas empresas del sector construcción de la ciudad de Chimbote año 2016.*
- Romaní (2019). *Gestión de calidad con el uso de la tecnologías de la Información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías Av. Manuel Ruiz, Chimbote, 2017.*

Uriol (2014). *Caracterización de las Tic y la Gestión de Calidad en las micro y pequeñas empresas (Mypes) de la asociación de pequeños industriales y artesanos de Trujillo – Apiat, Año -2013.*

Villanueva (2018). *Gestión de calidad en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas de la ciudad de Tingo María, año 2017.*

Ley N° 28015, (2003). *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. Título I. Definición de la Micro y Pequeña Empresa. (pag.1).*
Recuperado de http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf (22.11.16).

Ley N° 30056, (2013). *Ley que modifica diversas Leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Título II. Capítulo I. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas.*
http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSION_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf (22.11.16).

De la paz, L. (2011). *TICs en las MYPES.* Recuperado de <https://sites.google.com/site/microgiova/tics-en-pequenas-y-medianas-empresas> (08.11.16).

Diario Gestión. (2014). *Mypes podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación. El Diario de economía y negocios del Perú.*
Recuperado de <http://gestion.pe/mercados/mypes-podrian-reducir-sus-costos-siusaran-mas-tecnologias-informacion-y-comunicacion-2093444> (07.11.16).

- El Financiero. (2014). *En México sólo 5.9% de las Pymes usan tecnologías de la información*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/en-mexicosolo-de-las-pymes-usan-tecnologias-de-la-informacion.html> (01.12.16).
- Mela, M. (2011). *Las TIC en el trabajo: empleo y empresas cada vez más tecnológicas*. Recuperado de <http://noticias.iberestudios.com/las-tic-en-el-trabajoempleo-y-empresas-cada-vez-mas-tecnologicas/> (05.12.16).
- Mota, C. (2013). *Aplicaciones de las Tic en el ámbito laboral*. Recuperado de <http://ingenieriagestionemp.blogspot.pe/> (04.12.16).
- FVQ.ES (2016). *La Importancia de la Gestión de Calidad en las Empresas*. Recuperado de <http://www.fvq.es/> (10.11.16).

Anexos

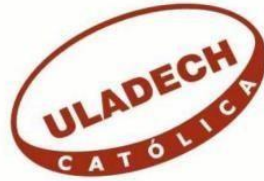
Anexo N° 01: Cronograma de actividades

| CRONOGRAMA DE AVANCE | SEMANAS | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| Asesoramiento del docente para la realización del proyecto de investigación. | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Identificación de las variables. | X | X | X | | | | | | | | | | | | | |
| Determinación del sector y rubro a estudiar. | | | X | X | | | | | | | | | | | | |
| Título del proyecto de investigación. | | | | X | X | | | | | | | | | | | |
| Elaboración de Planteamiento de la investigación. | | | | | X | X | | | | | | | | | | |
| Elaboración del Marco Teórico y conceptual. | | | | | | X | X | X | | | | | | | | |
| Elaboración de Metodología de la investigación. | | | | | | | | X | X | X | | | | | | |
| Presentación de Proyectos de Investigación. | | | | | | | | | | | X | | | | | |
| Elaboración de Encuestas, tabulación, gráficos. | | | | | | | | | | | X | X | | | | |
| Discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones. | | | | | | | | | | | | X | | | | |
| Revisión de referencias bibliográficas, APA. | | | | | | | | | | | | X | X | | | |
| Presentar informe final de investigación. | | | | | | | | | | | | | X | X | | |
| Revisión del turnitin. | | | | | | | | | | | | | | X | | |
| Elaboración de Artículo científico y diapositivas. | | | | | | | | | | | | | | | X | |
| Sustentación del informe final de investigación | | | | | | | | | | | | | | | | X |

Anexo N° 02: Presupuesto

| | | | TOTAL | |
|--------------|---------------|--|-----------------|--------------------|
| | | | S/. | 3622.00 |
| Cant. | Unidad | Descripción | Costo | Costo |
| | Medida | | Unitario | Total (S/.) |
| | | Pasajes y costo del curso | | 3400.00 |
| 1 | Pasajes | Pasajes ida y vuelta Huacho-Chimbote | 300.00 | 300.00 |
| 2 | Unidad | Costo del taller de titulación | 3100.00 | 3100.00 |
| | | Materiales de Escritorio | | 222.00 |
| 3 | Millares | Papel bond A-4 | 20.00 | 20.00 |
| 4 | Caja | Fastener | 7.00 | 14.00 |
| 5 | Unidad | Perforador | 10.00 | 10.00 |
| 6 | Unidad | Engrapador | 15.00 | 45.00 |
| 7 | Ciento | Sobre tamaño A4 | 12.00 | 24.00 |
| 8 | Ciento | Folder tamaño A4 | 15.00 | 15.00 |
| 9 | Unidad | Archivador de palanca | 10.00 | 20.00 |
| 10 | Unidad | Tablero | 8.00 | 8.00 |
| 11 | Caja | Lapiceros color azul tinta seca pilot | 22.00 | 22.00 |
| 12 | Caja | Lapiceros color negra tinta seca pilot | 22.00 | 22.00 |
| 13 | Caja | Lápiz | 2.00 | 2.00 |
| 14 | Unidad | Borrador de papa | 3.00 | 3.00 |
| 15 | Unidad | Corrector Liquido tipo lapicero | 4.00 | 8.00 |
| 16 | Unidad | Tajador de mesa | 3.00 | 9.00 |

Anexo N° 03: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: “La Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la Gestión de Calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Farmacias y Boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019”. Para obtener el título profesional de licenciada en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

Marca con una (x) la respuesta que corresponde:

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

1. ¿Cuál es su edad?

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

2. ¿Cuál es su género?

- a) Masculino
- b) Femenino

- 3. ¿Cuál es su grado de instrucción de los representantes de las Mypes?**
- a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Superior no universitaria
 - d) Superior universitaria
- 4. ¿Cuál es el cargo que Desempeña?**
- a) Propietario
 - b) Administrador
 - c) Otros
- 5. ¿Qué tiempo tiene desempeñándose 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. ¿Cuántos trabajadores son los que laboran en su empresa?**
- a) 1 a 5 trabajadores
 - b) 6 a 10 trabajadores
 - c) 11 a más trabajadores
- 7. ¿La Micro y Pequeña Empresa se creó con el objetivo?**
- a) Generar ganancia
 - b) Estabilidad
 - c) Posicionamiento en el Mercado
- 8. ¿Tiempo que tiene trabajando en el rubro?**
- a) 0 a 3 años
 - b) 4 a 6 años
 - c) 7 a más años

1.3.REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

9. ¿Entiende usted el termino Gestión de Calidad?

- a) Si
- b) No

10. ¿De qué manera aplica usted la gestión de calidad?

- a) Para tener conocimiento
- b) Para tener oportunidad de crecimiento
- c) Ninguno

11. ¿A qué funciones administrativas le da usted mayor importancia?

- a) Planificación
- b) Organización
- c) Dirección
- d) Control
- e) Ninguno

12. ¿Cuál es el nivel de servicio que más le presta atención en su negocio?

- a) Calidad en la infraestructura
- b) Calidad en el servicio
- c) Prontitud en la atención
- d) Ninguno

13. ¿Cómo contribuye en el negocio la Gestión de Calidad?

- a) Aumento de ventas
- b) Permanencia en el mercado
- c) Aumenta la satisfacción de los clientes
- d) Ninguno

14. ¿Utiliza usted las TIC?

- a) Si
- b) No

15. ¿En el ámbito administrativo para qué hace usted el uso de las TIC?

- a) Para automatizar la gestión del negocio.
- b) Para digitalizar
- c) Para hacer transacciones comerciales más rápidas
- d) Ninguno

16. ¿Para qué usted usa internamente las TIC?

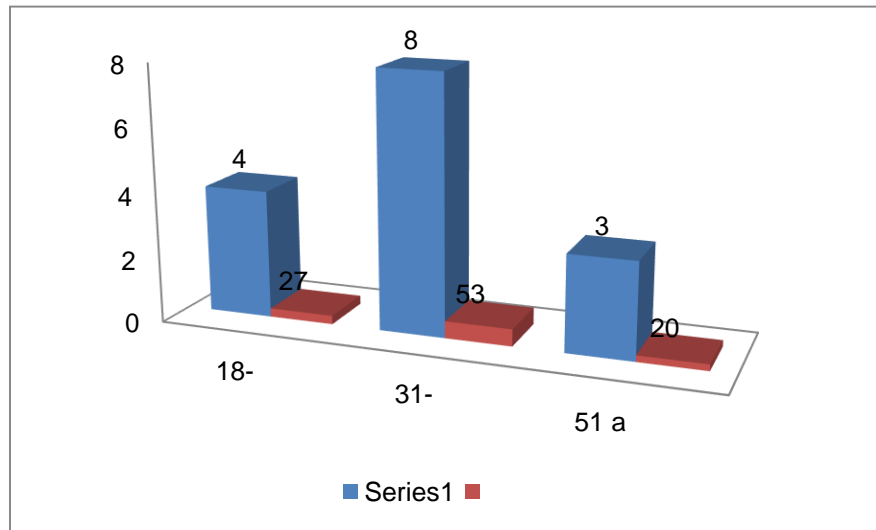
- a) Para controlar las ventas
- b) Para tomar decisiones sobre compras
- c) Para hacer las evaluaciones del stock
- d) Ninguno

17. ¿Para qué usted usa externamente las TIC?

- a) Para promocionar nuestros productos
- b) Para conocer sus inventarios
- c) Para determinar sus proveedores
- d) Ninguno

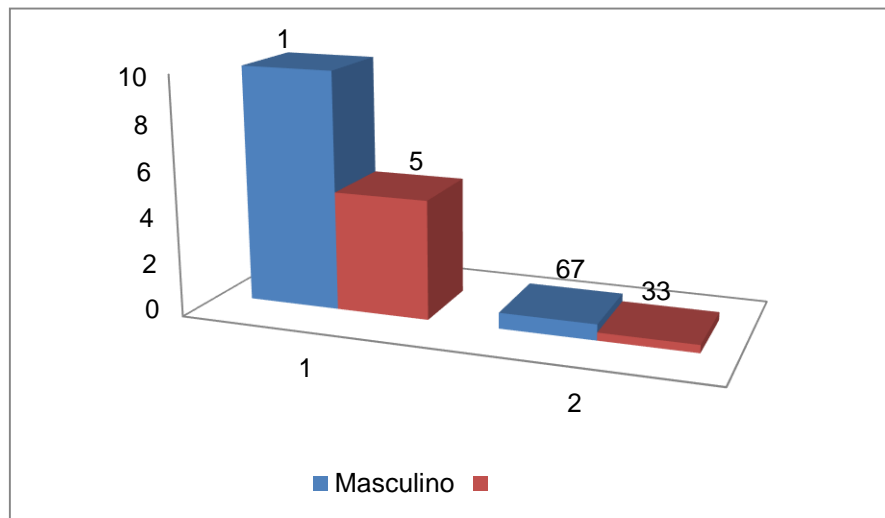
Anexo N° 04: Figuras

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.



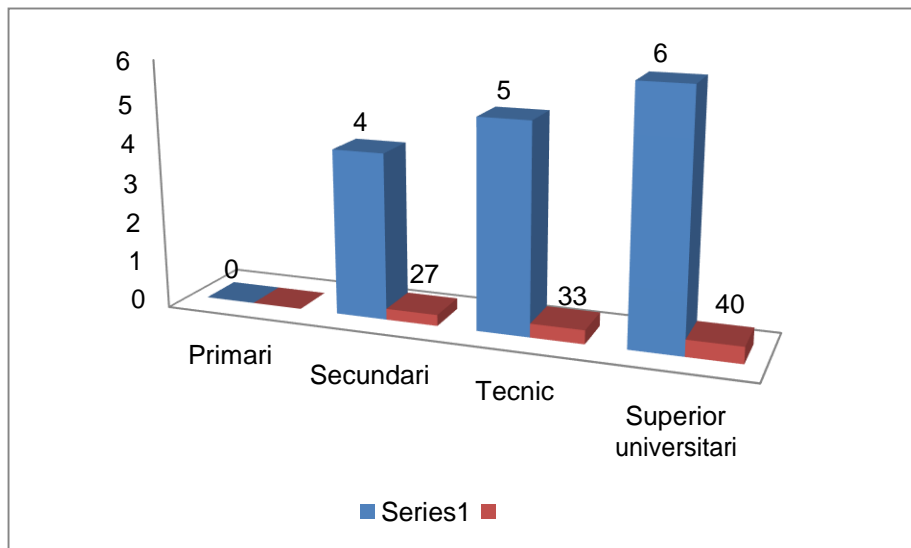
Figuras 1. Edad de los representantes

Fuente: Tabla 1



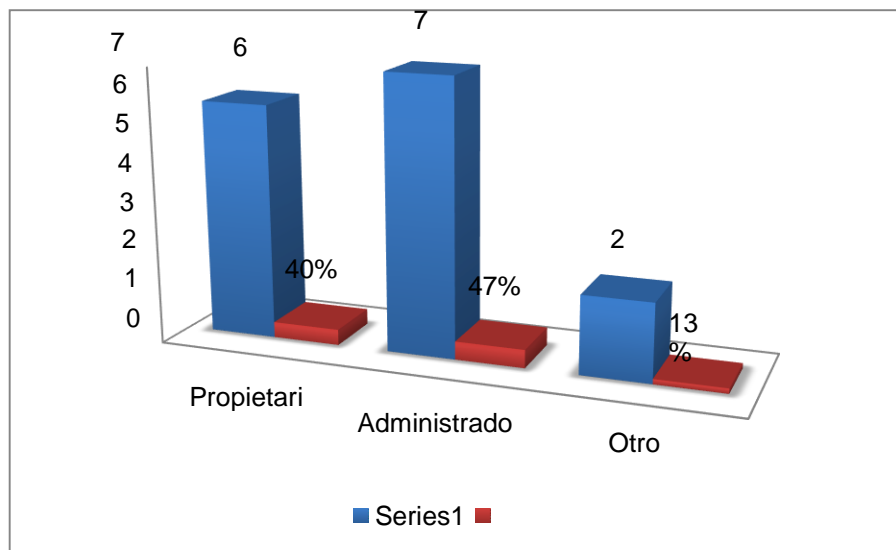
Figuras 2. Genero de los representantes

Fuente: Tabla 1



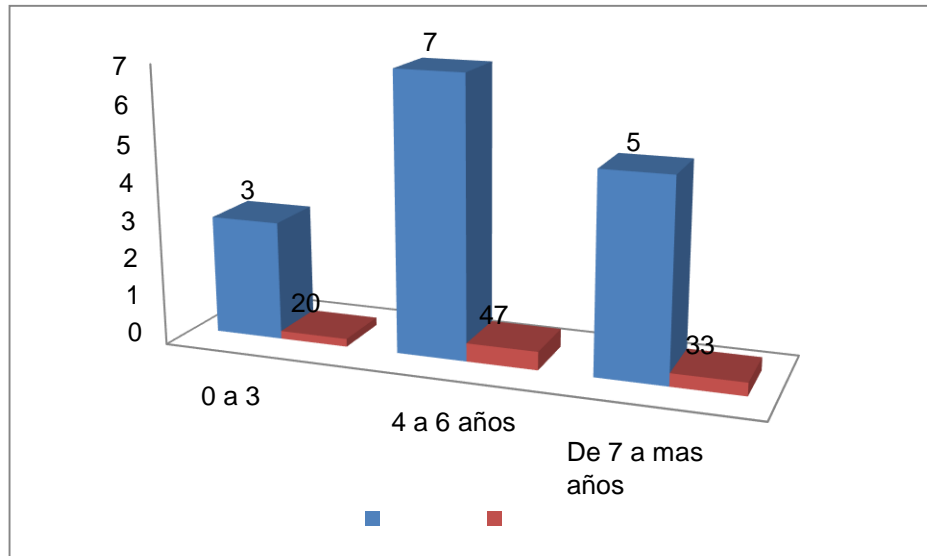
Figuras 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1



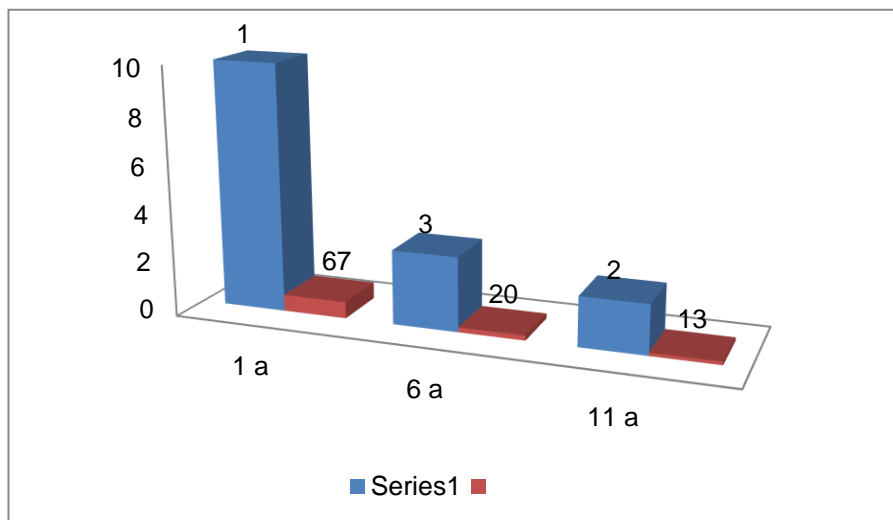
Figuras 4. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

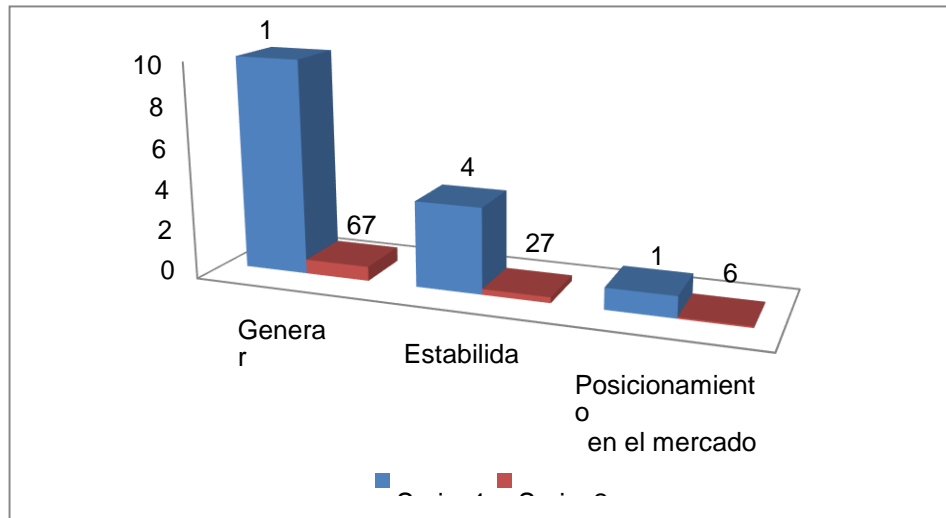


Figuras 5. Tiempo desempeñándose en el cargo.
Fuente: Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro farmacias y boticas del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.

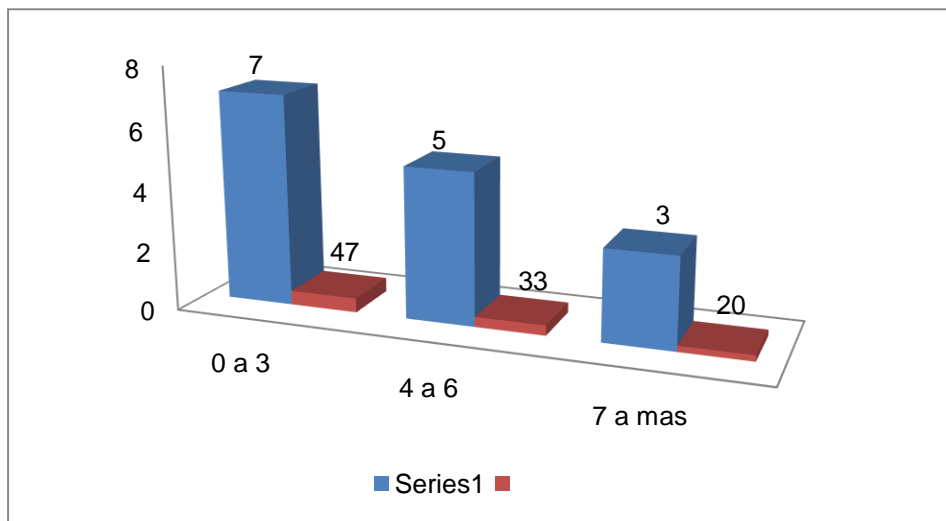


Figuras 6. Número de trabajadores.
Fuente: Tabla 2



Figuras 7. Objetivo de creación de la empresa

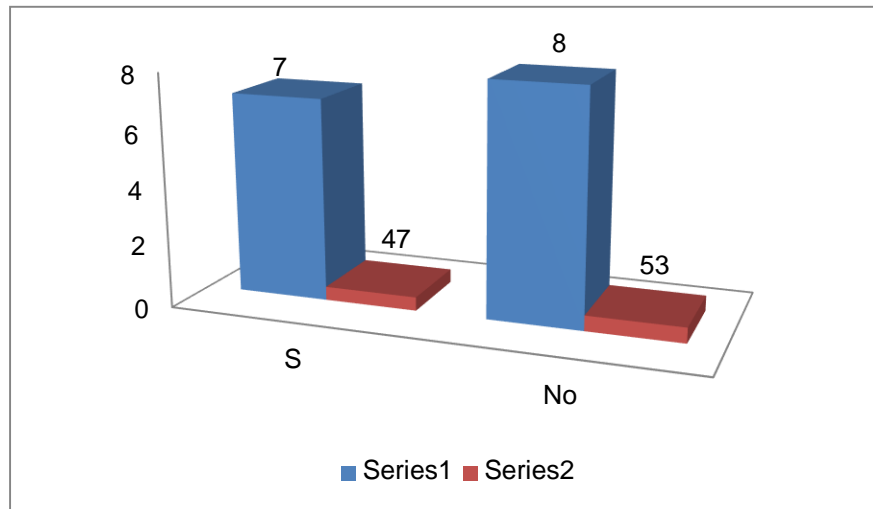
Fuente: Tabla 2



Figuras 8. Tiempo que tiene trabajando en el rubro.

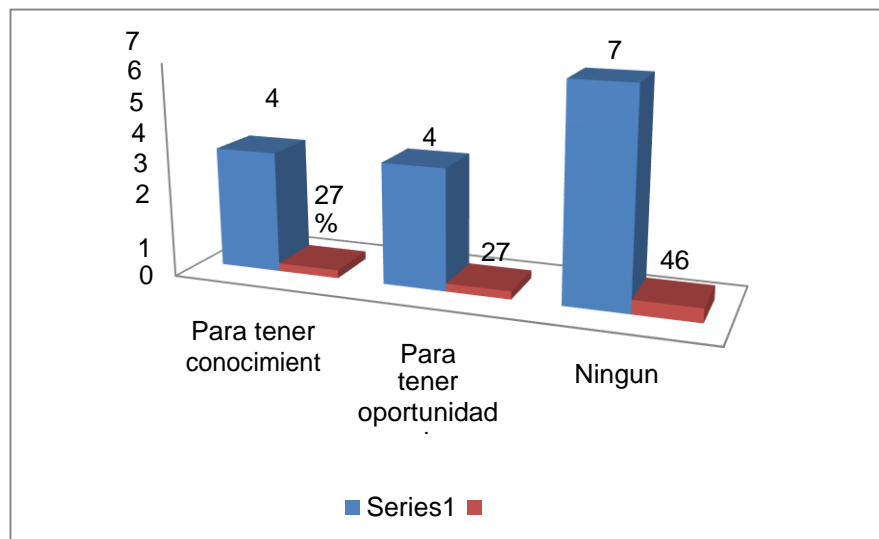
Fuente: Tabla 2

Características de la Tecnología de la Información y Comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boticas y farmacias del casco urbano de la ciudad de Huacho, 2019.



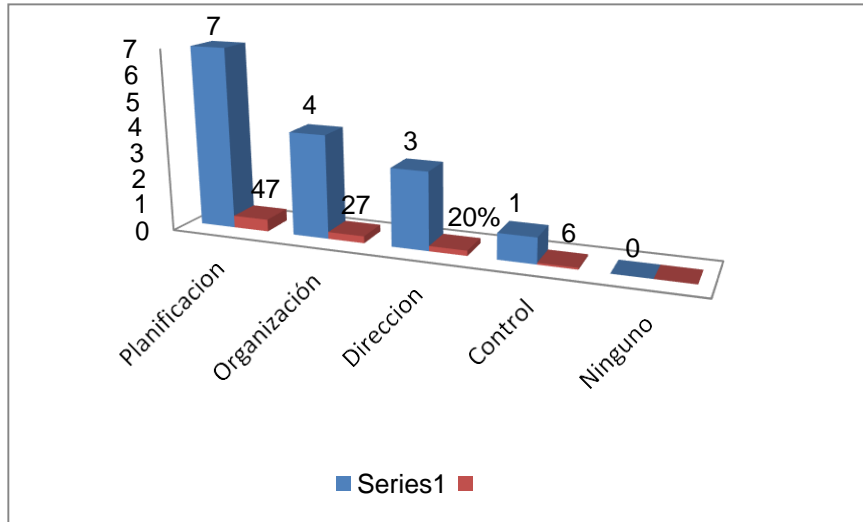
Figuras 9 . Conocimiento del termino de gestión de calidad.

Fuente: Tabla 3



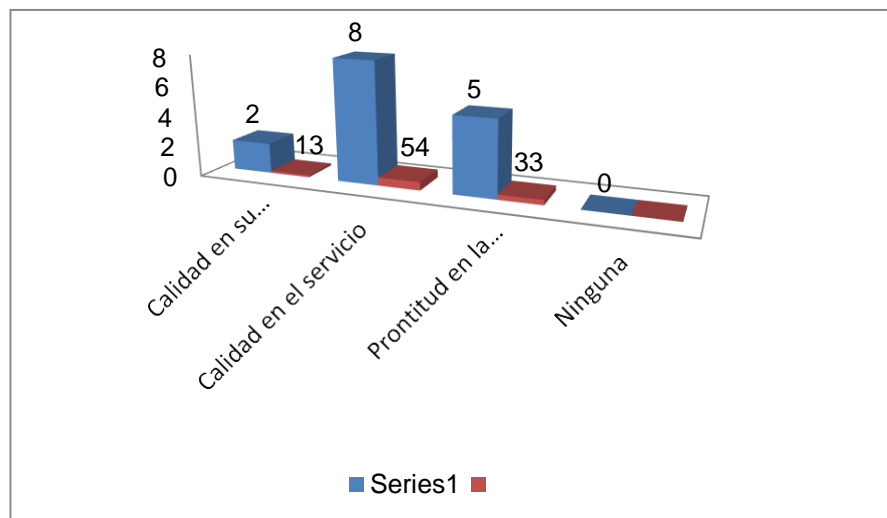
Figuras 10. Aplicación de la gestión de calidad.

Fuente: Tabla 3



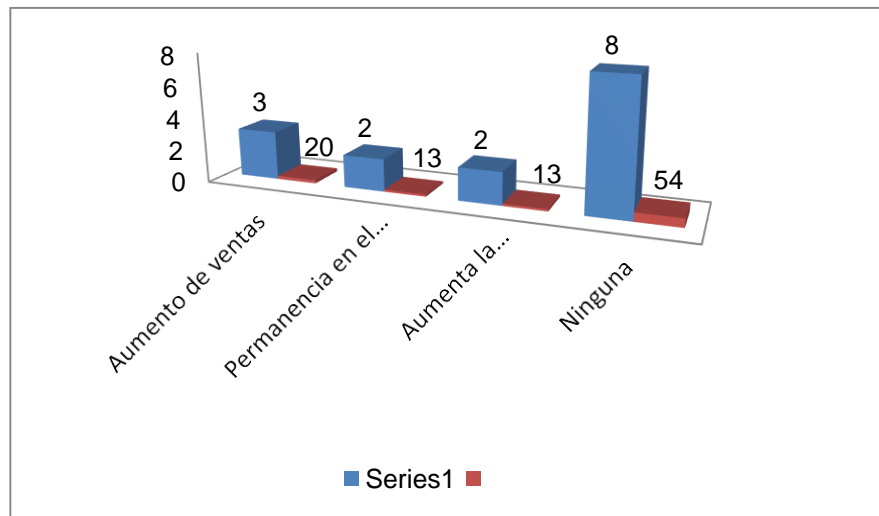
Figuras 11. Funciones administrativas con mayor importancia.

Fuente: Tabla 3



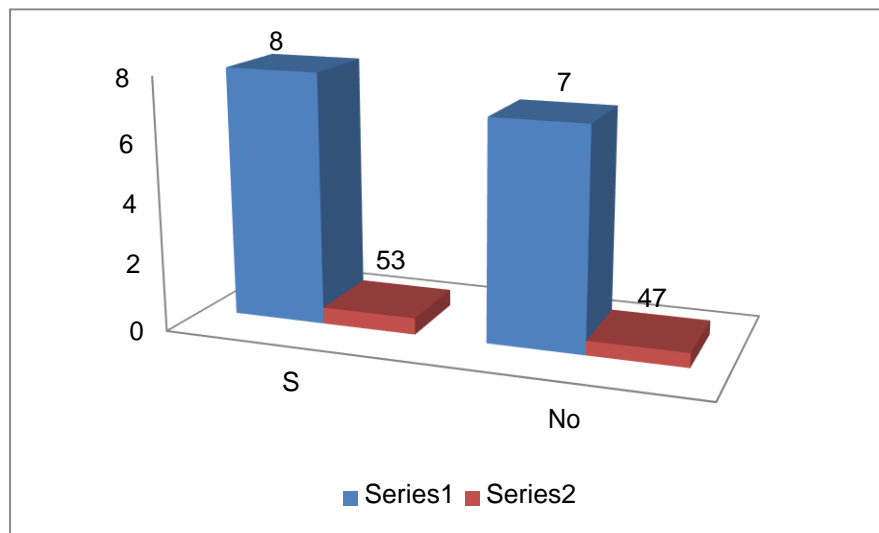
Figuras 12. Servicio con mayor atención a su negocio

Fuente: Tabla 3



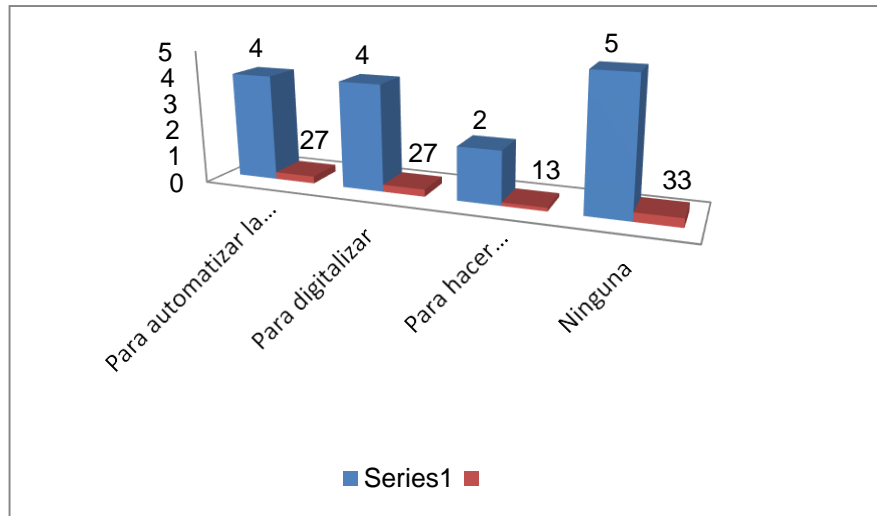
Figuras 13. Contribución de la gestión de calidad en su negocio.

Fuente: Tabla 3



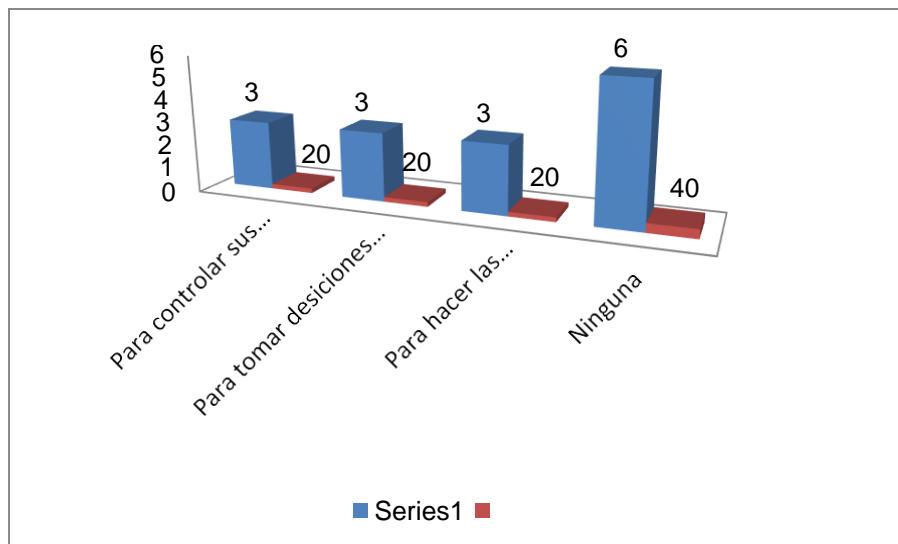
Figuras 14. Utiliza usted las tics.

Fuente: Tabla 3



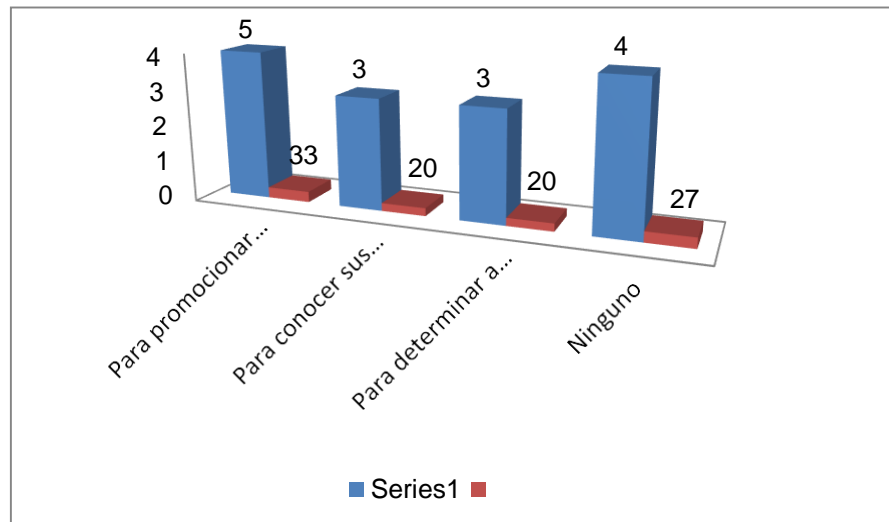
Figuras 15. En el ámbito administrativo, para qué hace usted el uso de las tics.

Fuente: Tabla 3



Figuras 16. Uso de las Tics internamente.

Fuente: Tabla 3



Figuras 17. Uso externamente de las Tics

Fuente: Tabla 3