



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS
HERRAMIENTAS DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN
y COMUNICACIÓN Y PROPUESTA DE MEJORA EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO, RUBRO IMPRENTAS DEL CASCO URBANO
DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, PROVINCIA DEL SANTA,
AÑO 2018

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

AUTOR

GONZALES GAMARRA, JHONATAN FIDEL
ORCID: 0000-0002-9762-6098

ASESOR

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

**CHIMBOTE-PERÚ
2020**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Gonzales Gamarra, Jhonatan Fidel
ORCID: 0000-0002-9762-6098

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 Cesar
ORCID: 0000-0002-5471-4549

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

A Dios, por darme la paciencia y la perseverancia para poder concluir mi tesis, permitiendo tener confianza en mí, en lograr los objetivos que me propuse, y poder decir que el éxito de lograr lo que tú te propones tiene una sola fórmula que es dar lo mejor de ti, sumando pequeños esfuerzos repetidos día tras día.

A mi madre, que es mi principal soporte para poder derrotar mis adversidades, por educarme con principios y valores; a mi abuela y tíos (as) que si no fuera por cada uno de ellos no hubiera tenido las posibilidades de estudiar y prepararme para ser una profesional.

Quiero agradecer a cada uno de mis docentes por sus enseñanzas que hoy me sirven para afrontar desafíos en el transcurso de mi carrera profesional, estoy segura que el éxito que pueda conseguir será a la gran ayuda de cada uno que me formo como profesional.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo, Determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las herramientas de las tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental/transversal, se utilizó la población conformada por 64 imprentas, con una muestra de 27 a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 interrogantes utilizando la técnica de la encuesta; obteniéndose los siguientes resultados: el 66.66% de los representantes oscilan entre 31 a 50 años de edad, el 48.15% tiene estudios superior universitario, el 74.07% de las Mype permanece por más de 6 años en el mercado, el 77.78% de las micro y pequeñas se crearon con el motivo de generar ganancias, el 44.44% conoce la gestión de calidad, el 59.26% no usa adecuadamente las TIC, el 51.81% no usa las TIC para automatizar el equipo, digitalizar y realizar transacciones comerciales concluyendo así que la mayoría (66.66%) tienen de entre 31 a 50 años de edad, la mayoría relativa (48.15%) tienen educación superior universitaria, la mayoría (74.07%) tienen de 6 a más años en el mercado, la mayoría (77.78%) se creó con la finalidad de generar ganancias, la mayoría relativa (44.44%) conoce la gestión de calidad, la mayoría (59.26%) no usa adecuadamente las TIC, la mayoría (51.81%) no usa las TIC para automatizar el equipo, digitalizar y realizar transacciones comerciales.

Palabras Clave: calidad, comunicación, gestión, información, Micro y pequeñas empresas, representantes, Tecnología.

ABSTRAC

The purpose of this research was to determine the characteristics of quality management with the use of information and communications technology tools in micro and small companies in the service sector of the printing sector of the urban area of Chimbote district, 2018. The research was of a non-experimental / crosssectional design, the population consisting of 64 printers was used, with a sample of 27 to whom a questionnaire of 20 questions was applied using the survey technique; obtaining the following results: 66.66% of the representatives range from 31 to 50 years of age, 48.15% have a university degree, 74.07% of the Mypes remain in the market for more than 6 years, 77.78% of the micro and small ones were created with the purpose of generating profits, 44.44% know quality management, 59.26% do not use ICT properly, 51.81% do not use ICT to automate the equipment, digitize and carry out commercial transactions concluding that the The majority (66.66%) are between 31 and 50 years of age, the relative majority (48.15%) have a higher university education, the majority (74.07%) have 6 or more years in the market, the majority (77.78%) are created with the purpose of generating profits, the relative majority (44.44%) knows quality management, the majority (59.26%) do not use ICT properly, the majority (51.81%) do not use ICT to automate the equipment, digitize and carry out commercial transactions .

Keywords: quality, communication, management, information, Micro and small businesses, representatives, Technology

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja del firma del jurado y asesor	iii
4. Agradecimientos	iv
5. Resumen y abstract	v
6. Contenido	vii
7. Índice de gráficos, tablas y cuadros	viii
I. Introducción	1
II. Revisión de la literatura	6
III. Hipótesis	35
IV. Metodología	36
4.1. Diseño de la investigación	36
4.2. Población y muestra	36
4.3. Definición y operacionalización de las variables	37
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	39
4.5. Plan de análisis	40
4.6. Matriz de consistencia	41
4.7. Principios éticos	42
V. Resultados	44
5.1. Resultados	44
5.2. Análisis de resultados	50
VI. Conclusiones	64
Aspectos complementarios	66
Referencias bibliográficas	67
Anexos	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro Imprentas ubicadas en el Casco Urbano del distrito de Chimbote, Provincia de Santa, año 2018.....	44
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas sector servicio - rubro Imprentas ubicadas en el Casco Urbano del distrito de Chimbote, Provincia de Santa, año 2018.....	45
Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso de las herramientas de tecnología, información y comunicación en las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro imprentas ubicadas en el Casco Urbano del distrito de Chimbote, Provincia de Santa, año 2018.....	46
Tabla 4. Propuesta de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas ubicadas en el casco urbano del Distrito de Chimbote, Provincia de Santa, año 2018.....	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Edad del representante	85
Figura 2.	Género del representante	85
Figura 3.	Grado de instrucción	85
Figura 4.	Cargo en la empresa	86
Figura 5.	Tiempo en el cargo	86
Figura 6.	Tiempo de permanencia en el mercado	86
Figura 7.	Misión y visión	87
Figura 8.	Número de trabajadores	87
Figura 9.	Motivo de creación	87
Figura 10.	Conocimiento de la gestión de calidad	88
Figura 11.	Si la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	88
Figura 12.	Técnica moderna que conoce	88
Figura 13.	Uso adecuado de la técnica moderna	89
Figura 14.	Capacita a sus trabajadores	89
Figura 15.	Conocimiento de las TICS	89
Figura 16	Propósito del uso de las TIC	90
Figura 17	Para que usted usa internamente las TIC	90
Figura 18	Para que usa internamente las TIC	90
Figura 19	Para que usa externamente las TIC	91
Figura 20	Redes sociales para impulsar las ventas	91

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, las micro y pequeñas empresas tiene un función de vital importancia para la economía de un país, no solo por el hecho de que ayudan a reducir el índice de desempleo, sino también por su contribución en el desarrollo socioeconómico de las zonas donde se encuentran ubicadas; es decir que si en una zona existen muchas micro y pequeñas se mejora la calidad de vida de la población.

Según el análisis fundamentado por los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Empresas que se realizó el año 2015; al culminar el años 2014 se obtuvo que existían en el Perú 1,592,232 empresas debidamente formales; asimismo se pudo evidenciar la gran participación de las micro y pequeñas empresas en el territorio nacional. Se obtuvo que en todas las regiones del Perú más del 99% son MYPE lo que demuestra que estas empresas desempeñan un rol esencial en el sistema empresarial al ser las principales proveedoras de empleo con un 86.0% en el sector privado y un 58.6% de la PEA ocupada en el año 2015. Sin embargo está demostrado que este segmento aporta solo un 23.5% del valor generado por todas las empresas formales y esto se debe a los bajos niveles productividad causados por la rigurosidad formativa, la falta de innovación, al dificultades de financiamiento y la difícil adaptación a las herramientas de tecnologías de información y comunicación; por lo que es fundamental implementar políticas de desarrollo productivo para hacer que las micro y pequeñas empres mejores su productividad y así puedan aumentas los niveles de ingresos en favor al estado con lo cual se pueda mejorar la inversión pública en temas de infraestructura, salud, educación, etc. (Ministerio de la producción, 2017)

Podemos decir entonces que si bien es cierto las MYPE son las principales proveedoras de fuentes de trabajo y forman la mayor parte de empresas en el país, hay que tener en cuenta que no son lo suficientemente productivas para el desarrollo del

país por causas como la falta de invocación que es un plus muy importante para la productividad, hay empresas que aparecen y desaparecen en un periodo muy corto sin trascender en el mercado y esto se debe a la falta de innovación porque el cliente siempre quiera ver nuevas cosas nuevas novedades o se generara el ellas una nueva necesidad por tanto siempre hay que estar buscando la calidad y la innovación. Asimismo de menciona la rigurosidad formativa para fomentar la formalización y por último el difícil acceso a un financiamiento adecuado para que puedan expandir el negocio buscar nuevo nichos e implementar nuevas formas de producción con mejor tecnología para una mejor calidad del servicio o producto ofertado.

En Colombia, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) realizan sus funciones en medio de una incongruencia esto quiere decir que por una parte es indiscutible su contribución a la economía y por otra parte existe una serie de condiciones que disminuyen su capacidad para ser más competitivos y por ende no logran desarrollar un papel primordial en épocas de crisis. Se sabe que están empresas son más del 90% del sector productivo que generan oportunidad laboral al 80% de la población y es causa del 35% del PBI. El presidente de Acopi (asociación colombiana de las Micro, Pequeñas y medianas empresas) manifestó que las Mipymes existe una debilidad en cuento a su innovación en el sistema productivo, predomina una falta de cultura que tiene que ver con la exportación y por ultimo expreso la informalidad laboral existente (Dinero, 2017).

En cuanto al sector de las artes gráficas en Colombia se plantea grandes retos y posibilidades para mejorar su situación en el mercado por lo mismo que los empresarios aplican las herramientas de las TIC para que puedan ser más competitivos y expandir su negocio ya que al implementar las TIC podrán abrir nuevos mercados

disminuyendo los intermediarios y así lograr un mercadeo más directo con el cliente final (Higuera, A., Avila, A., y Cruz J., 2010).

En España las microempresas representaban en el año 2016 el 90.4% de empresas en conjunto, por otro lado las pequeñas empresas representa un 8%. Si tenemos en cuenta la penetración tecnológica de estas empresas se registra una gran diferencia teniendo en cuenta en cuanto a la adopción de los equipos tecnológicos básicos y la afiliación de equipos o herramientas tecnológicas más avanzadas. Según estudios realizados en cuanto a adquisición de equipos básicos como por ejemplo ordenadores existe una disparidad dependiendo del sector que se tenga en cuenta ya que en el sector de actividades profesionales, científicas y técnicas es un 99.3% y en sectores como transporte y almacenamiento solo el 55.4% cuenta con ordenadores. En el caso de las empresas de telefonía móvil que cuentan con 10 o más trabajadores se estima un 96% mientras que en las micro y pequeñas empresas es de un 76.5% (KPMG y CEOE, 2017) En el caso de las micro y pequeñas empresas del sector de las artes gráficas en España podemos afirmar que esta industria aporta significativamente a la economía con una facturación de 4 mil millones de euros, asimismo proporciona empleo a gran número de trabajadores. En un estudio realizado el 2017 refleja que las artes gráficas esta en crecimientos por lo que se ha desatado el lanzamiento de nuevos equipos digitales con muchas más prestaciones y diversidad de funciones capaces de cubrir nuevas exigencias del mercado. El creciente posicionamiento de los medios escritos electrónicos hace disminuir la demanda de los servicios de impresión pero el número de imprentas sigue en aumento ofreciendo nuevos productos como la impresión digital, las copias digitales etc. (López, 2017).

En el Perú 8 de cada 10 micro y pequeñas empresas no utilizan las tecnologías de información y comunicación y no le dan la importancia porque desconocen de sus

ventajas, la mayoría de representantes o propietarios piensa en los costos, porque aplicar las tic es invertir; pero estas herramientas presentan muchas ventajas al brindarnos información para poder tomar buenas decisiones y mejorar los procesos (La Republica, 18 de junio del 2015)

Actualmente según el estudio realizado por el programa Mi empresa. RegiónAncash, en el distrito de Chimbote la mayoría de mypes no cuentan o no usan adecuadamente las tecnologías de información y comunicación por lo que están estancadas y no aumentan su competitividad (Plasencia, 2007)

Esto quiere decir que la mayoría de imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote no realizan un uso adecuado de las herramientas de tecnologías de información y comunicación es por esta razón que se observa un estancamiento y no un crecimiento es por ello que se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad con el uso de las herramientas de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas ubicadas en el casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018? Para dar respuesta a la problemática planteada el objetivo general de la investigación fue determinar las características de las gestión de calidad con el uso de las TIC en las micro y pequeña empresas del sector servicios del rubro imprentas del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, año 2018 y para cumplir con este objetivo se planteó como primer objetivo específico describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018, como segundo objetivo se dio a conocer las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, año 2018 y como tercer objetivo se detalló las características de la gestión de calidad con

el uso de las herramientas de las tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Por último, se elaboró una propuesta de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

El trabajo de investigación permite conocer las características de los representantes y de las micro y pequeñas empresas del rubro imprentas del Casco Urbano del distrito de Chimbote

Asimismo la investigación contribuye para poder describir si las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas ubicadas en el casco urbano del distrito de Chimbote aplican una gestión de calidad con el uso de las herramientas de tecnología, información y comunicación, con la finalidad de ser más competitivos y más productivos.

La metodología que se utilizó en la investigación fue de diseño experimental transversal-descriptivo, la población estuvo conformada por 64 micro y pequeñas empresas del rubro imprentas ubicadas en el casco urbano del distrito de Chimbote de las cuales se tomó como muestra 27 empresas a las cuales se les aplicó una encuesta utilizando el cuestionario como herramienta y se obtuvo como principales resultados que el 66.66% de los representantes oscilan entre 31 a 50 años de edad, el 48.15% tiene estudios superior universitario, el 74.07% de las Mype permanece por más de 6 años en el mercado, el 77.78% de las micro y pequeñas se crearon con el motivo de generar ganancias, el 44.44% conoce la gestión de calidad, el 59.26% no usa adecuadamente las TIC, el 51.81% no usa las TIC para automatizar el equipo, digitalizar y realizar transacciones comerciales (ver p. 44) concluyendo así que la mayoría (66.66%) tienen de entre 31 a 50 años de edad, la mayoría relativa

(48.15%) tienen educación superior universitaria, la mayoría (74.07%) tienen de 6 a más años en el mercado, la mayoría (77.78%) se creó con la finalidad de generar ganancias, la mayoría relativa (44.44%) conoce la gestión de calidad, la mayoría (59.26%) no usa adecuadamente las TIC, la mayoría (51.81%) no usa las TIC para automatizar el equipo, digitalizar y realizar transacciones comerciales (ver p. 54).

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Cardona (2013) en su investigación titulada *Productividad, innovación y uso de tecnologías de información y las comunicaciones (TIC) como factores de desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) en Bogotá*; tuvo como objetivo general determinar el Estado del arte de la relación de las variables TIC, innovación y productividad en el desarrollo de la MiPyme. El trabajo tuvo un enfoque cualitativo que permitió analizar e interpretar las herramientas, los documentos e información relacionada con las MiPyme y el beneficio que pueden obtener apoyándose en las TIC y en la innovación; la población fueron las organizaciones MiPyme que representan el 96% de las organizaciones colombianas; para la muestra se seleccionó el sector objeto de estudio revisando la información de la Cámara de Comercio de Bogotá, que a través de la Dirección de Estudios e Investigaciones elabora y publica informes, estudios e investigaciones acerca de las condiciones económicas, sociales, empresariales y de calidad de vida de Bogotá y la región que integra con el departamento de Cundinamarca, con el propósito de contribuir a mejorar la información y el conocimiento de los empresarios, las autoridades y la comunidad en general, estas publicaciones fueron consultadas a través de la biblioteca virtual (Cámara de Comercio de Bogotá, 2011- 2010 - 2009). Los resultados fueron los siguientes: El primer paso para la elaboración del proyecto fue realizar una revisión

bibliográfica, de allí se identifican elementos, criterios y dimensiones que influyen en la relación de la innovación y las TIC como factores de desarrollo en la productividad de las MiPyme. Como uno de los elementos se identifica los resultados financieros, el autor (Águila & Padilla 2010) indica que existe una relación empírica entre innovación y resultados financieros superiores y que existe una relación directa entre innovación y mejora de la productividad en las organizaciones; Un elemento identificado en la revisión bibliográfica son los recursos, el autor (Blenko, Mankins, & Rogers, 2010) sugiere que el director de una organización debe crear la mejor estructura posible para canalizar los recursos hacia la innovación; La estructura de la organización se puede clasificar como un elemento, el uso de las TIC han provocado una importante transformación como lo describe el autor (Prasad, Ramamurthy, & Naidu, 2001), hasta el punto de considerar que las TIC constituyen una verdadera fuente de ventajas productivas y competitivas para la organización capaces de fomentar el desarrollo de procesos de innovación en bienes y servicios y mejorar los resultados que de ellos se derivan, Teniendo en cuenta este entorno, las organizaciones deben ser conscientes de las circunstancias ambientales y desarrollar capacidades tecnológicas que permitirán ser innovadoras y así los directivos enfoquen estrategias que contemplen el uso de herramientas TIC, y factores de desarrollo como la innovación al momento de tomar decisiones, al realizar políticas y desplegar estrategias (Maldonado, Mojica, & Molina, 2013); Los sistemas de información pueden ayudar a las organizaciones a ampliar su alcance hasta lugares muy retirados, ofrecer bienes y servicios nuevos, reformar empleos y flujos de trabajo y quizá cambiar profundamente la manera de conducir sus organizaciones (Laudon, 2004) la inclusión de conocimiento, herramientas, tecnología y procesos cambian el carácter fundamental de las necesidades del cliente al cambiar las fronteras de lo que es posible. De hecho, el conocimiento nuevo continuamente

crea nuevas realidades (Miller, 1999); Las TIC constituyen un grupo de tecnologías que han tenido un importante impacto estratégico sobre las organizaciones en las últimas décadas como lo planteaba (Perez, Martinez, De Luis, & Vela, 2006) también indica el autor que las inversiones en TIC influyen positivamente en la productividad y la competitividad de las organizaciones. Se destaca la importancia de las TIC para el logro de ventajas comparativas y el incremento del rendimiento del capital que en realidad se muestran como índices para medir la productividad de la gerencia. El programa base de la organización es incrementar la productividad, y las TIC contribuyen positiva y eficazmente en el logro de este objetivo, tal como lo expresa el autor (Prieto & Martínez, 2004); Las TIC juegan un papel decisivo en el proceso de selección de MiPyme que permanecerán en el mercado, frente a aquellas que saldrán de la realidad económica por no poder competir y ser productivas en igualdad de condiciones como lo dicen los autores (Medina, Ballina, Barquero, Molina, & Guerrero, 2011), las TIC no solo se usan como medio para obtener mejoras incrementales en la productividad organizacional, permitiendo hacer las cosas cada vez mejor, sino como medio para hacer las cosas distintas abriendo la posibilidad de reinventar, transformar, innovar como lo manifiesta el autor (Moraleda, 2004). Se concluyó que se realiza una revisión bibliográfica que permite identificar elementos como los resultados financieros, estructura de la organización, necesidades de los clientes, sistemas de información. Criterios como: inversión, estrategias, crecimiento, y dimensiones como: la economía, el mercado, las circunstancias ambientales, que permiten aprovechar el uso de las TIC y la innovación incidiendo en la productividad de las MiPyme en Bogotá, como se evidencia en el apartado de Resultados. En los resultados de este proyecto, se encuentran las razones por las cuales se seleccionan los factores de innovación y uso de TIC ya que estos factores han permitido realizar de

manera más eficiente los procesos de las organizaciones, tanto en la estructura organizacional como para los clientes y el por qué se destaca el factor de innovación sobre el uso de TIC además de ser una ventaja productiva la innovación es enmarcada como un factor crítico para la perdurabilidad y el éxito de las organizaciones, permitiendo una mejora continua ya sea en los procesos o productos de las organizaciones, promoviendo el crecimiento, e incrementando sus recursos financieros. Finalmente se interpretaron bajo un contexto teórico que los factores de innovación y uso de las TIC promueven la productividad de las organizaciones, por tanto se espera que sean incorporados en el diseño e implementación de las estrategias organizacionales.

Iman y Prado (2016) en su trabajo de investigación titulada *las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la gestión de las PYME del gremio gráfico de Lima Metropolitana, 2016*, el objetivo general fue determinar que las Tecnologías de la información y Comunicación, facilita optimizar la eficiencia y eficacia en las gestiones en las Pyme del Gremio Gráfico de Lima Metropolitana. Fue una investigación no experimental, descriptiva correlacional, la población estuvo constituida por las Pymes del Gremio Grafico de Lima Metropolitana donde hay al menos, 9,904 imprentas, según datos recopilados por el INEI: La muestra fue tomada mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia del investigador que consta de un grupo de 15 empresas tomadas de la base de datos registradas con la CIIU 22214 Actividades de Impresión. Realizaron un análisis transversal de la situación de las empresas del gremio gráfico de Lima Metropolitana, sus clientes, proveedores y procesos internos. Se identificó que las pymes son un sector importante en la economía nacional, ya que alrededor del 75% de la población económicamente activa

labora en una pyme, además representan cerca del 50% del Producto Bruto Interno; sin embargo han sido las más resistentes a la aplicación de las TIC. Sus principales resultados son: El 48% de empresas reconocen de manera aceptable la importancia de la aplicación de los sistemas de integración de información, lo que contrasta con la aplicación de los sistemas ERP, CRM, SCM con un 90% entre muy poco y regular. Sólo un 10% de los encuestados hace uso de alguno de estos sistemas; en base a los datos recolectados en la investigación, la razón por la cual no se utilizan es por la falta de información en cuanto a costo-beneficio en implementación de estos sistemas tecnológicos, ya que bien aplicados podrían tener impactos significativos en la rentabilidad; Se observa que un 62.5% de los encuestados considera en un nivel aceptable su necesidad de tener acceso en Línea y a tiempo real a la información de la empresa. Sin embargo el 97.5% no cuentan con los beneficios de la computación en la nube, en otras palabras existe muy poco interés en los beneficios que esta herramienta puede ofrecer para administrar la información y poder tener acceso a ella desde cualquier espacio físico y en cualquier momento que esta se requiera sólo con tener acceso a Internet. Encontramos una relación positiva media con un grado de correlación de Gamma de 0.33, siendo el éxito de la implementación tecnología sólo para aquellas empresas que estén abiertas a incorporarlas; Se observa que el mayor porcentaje 53% la utiliza las TIC para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, ya que incumplirlas acarrearía una sanción económica o multa tipificada en el código tributario por el incumplimiento de las obligaciones tributarias; las principales conclusiones fueron: el reconocimiento de los recursos tecnológicos como herramienta de gestión tiene un nivel aceptable, sin embargo existe un déficit en su implantación en las Pymes debido a diversos factores entre los que podemos contar

con el poco conocimiento de los sistemas de gestión así como la de creer que son una pequeña empresa que no necesita implementarla; los resultados mostraron un sector de las empresas utilizan las redes sociales para la comunicación y resaltan su importancia de negocio, otro sector no las aprovecha adecuadamente y carecen de una estrategia comercial relacionada a las redes sociales así como un posicionamiento de la marca; se reconoce la importancia de la plataformas TIC y su relación con las gestiones internas, pero su aplicación aún es a nivel medio, se carece de un plan de capacitación constante en TIC, que permita aprovechar todos los beneficios y ayudas a todas las áreas de la empresa.

Gamarra (2017). En su estudio de investigación titulada *gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información de Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, 2016*. Cuyo objetivo general fue determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información de Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, 2016, llegó a los siguientes resultados: El 55% de los empresarios encuestados, respondieron que tienen entre 31 a 50 años. El 67% de los empresarios de las Mypes encuestados son de género masculino. Las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarmey, los empresarios encuestados el 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores y el 17 tiene de 5 a 9 trabajadores. Con respecto a la variable gestión de calidad el 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. Se concluye que los empresarios tienden a tener 31 a 50 años, la mayoría de los empresarios son de género masculino, que tienen de 0 a 4 trabajadores lo cual indica que se requiere de mucho personal, si conocen el término gestión de calidad, pero no aplican

herramientas estratégicas que permita consolidarse como empresa en el mercado competitivo.

Caycho (2015) en su investigación *caracterización de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas-mypes de sector servicio-rubro imprenta de la Urbanización Chamaya, del Distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima-periodo 2013-2014*, tuvo como objetivo general ; determinar las principales características de la Capacitación y la Competitividad de las MYPES del Sector Servicio-Rubro Imprenta de la Urbanización Chamaya, Distrito de Breña, Departamento de Lima, período 2014-2015. El diseño de la investigación fue no experimental, transversal y descriptivo a una población muestral de 7 micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas de la Urbanización Chamaya, Distrito de Breña, Departamento de Lima, Período 2013-2014. Los resultados fueron que el 85,71 % tiene de 31 a 50 años y el 14,29% tiene de 51 a más años de edad. El 71,43% son del género masculino y el 28,57% son del sexo femenino. El 57,14% tienen estudios Superior no universitario, el 28,57% tienen estudios Superior universitario frente a un 14,29 % tienen estudios básicos. En cuanto a las mypes El 71,43 % tiene de 05 a 08 años de permanencia en el mercado, el 14,29% tiene de 03 a 04 años y el 14,29% tiene de 09 a más años. El 57,14% tiene de 03 a 04 trabajadores y el 42,76% tiene de 01 a 02 trabajadores. El 71.4% de las empresas son familiar, el 28,57% respondió que no es Familiar. El 57,14% ofrecen servicios Generales de Imprenta, el 14,29% brindan servicios de Diseño gráfico (Arte/Modelo) e Impresiones. El 14,29% brindan servicios de Impresiones y Numeración y El 14,29% brindan servicios de Impresiones, Numeración y Acabados (Pegados, Cortes). Se aprecia que en su totalidad (100 %) de los encuestados, afirmaron haber

recibido algún tipo de capacitación antes de iniciar el funcionamiento de su MYPEs. Con un 71,43% el área en que el representante de la MYPEs ha recibido capacitación ha sido el de Especializaciones en el rubro y/o giro, con un 28,57% en cambio han recibido capacitación referente al tema de finanzas. Un 42,86% de los encuestados respondieron que las capacitaciones que recibieron fueron de Instituciones de Artes Gráficas, el 42,86% recibió de ambas maneras tanto de forma empírica y de Instituciones de Artes Gráficas y el 14,29% recibió capacitación empírica. Se aprecia que el 85,71% capacita a su personal y el 14,29% no capacita a su personal. Un 71,43% son capacitados empíricamente, el 14,29% capacitador externo y el 14,29% recibió de ambas maneras. Se aprecia que el 85,71% ha capacitado de 01 a 02 veces a su personal y el 14,29% capacita de 03 a más veces a su personal. El 85,71% le gustaría capacitar en la especialización del rubro y giro, y el 14,29% respondieron ninguno. El 71,43% considera que la capacitación es un gasto y el 28,57% que la capacitación es una inversión. Se muestra que un 71,43% señalan que su empresa se caracteriza ser competitiva por el precio, el 14,29% señala Calidad y el otro 14,29% señala Garantía. Se observa que el 57,14% de las MYPES realiza su propio presupuesto, seguido con un 42,86% que lo realiza en función al precio de la competencia. El 85,71% señala que entregan los pedidos dentro del tiempo acordado, seguido con un 14,29% que afirman entregarlo en uno o dos días más del tiempo pactado. Un 71,43%, señala que la razón por la que se ubica su empresa en la jurisdicción de Breña (Urbanización Chamaya) es porque está ubicada cerca a las empresas de sus competidores. Otras razones que brindan con un 28,57% son que se ubican en una zona comercial. Un 71,43% considera dar obsequios a los clientes. El 71,43% de los encuestados consideran que la capacitación mejora la competitividad. Las conclusiones de la investigación fueron que la mayoría de las MYPES del sector

Servicio-Rubro Imprenta, de la Urbanización Chamaya, del Distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima-Periodo 2013-2014, son dirigidas por empresarios adultos de 31 a 50 años del sexo masculino con estudios no universitarios. La mayoría de las MYPEs del sector Servicio-Rubro Imprenta, de la Urbanización Chamaya, del Distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima-Periodo 2013-2014, un 71,43% tienen en el Rubro y/o Giro que comprende de 05 a 08 años, tienen de 03 a 04 trabajadores permanentes, el 71,43% son empresas familiares y podemos concluir que el 57,14% de las MYPEs ofrecen Servicios Generales de Imprenta. La mayoría de las MYPEs del sector Servicio-Rubro Imprenta, de la Urbanización Chamaya, del Distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima-Periodo 2013-2014, el 100% de los empresarios recibieron cursos de capacitación antes de crear su MYPEs, y para mejorar el manejo de su MYPEs se capacitaron con Especializaciones de su Rubro y/o Giro teniendo el 71,43% y el otro 28,57% se capacitó en Finanzas. El 42,86% se capacitó por Instituciones de Artes Gráficas y el otro 42,86% se capacitó ambas tanto empíricamente y por Instituciones de Artes Gráficas. El 85,71% los representantes de las MYPEs capacita a su personal y el otro 14,29% refleja que no, El 71,43% son capacitaciones son empíricas y estas fueron de 01 a 02 veces. Quieren capacitar en las Áreas del Rubro y/o Giro el 85,71% pero consideran que la capacitación es costosa por ello lo consideran que es un gasto el 71,43%.

Díaz (2016) en su investigación titulada *caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2013* se planeó como objetivo general; determinar las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2013. Para la elaboración del

trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal – descriptivo – cuantitativa; la población fue de un total de 64 micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro imprentas del distrito de Chimbote, 2013 De las cuales se determinó una muestra dirigida de 16 micro y pequeñas empresas. Los resultados fueron que el 75% de los representantes tiene de 31 a 50 años de edad, El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene grado de instrucción secundaria. El 44% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños, y otro 44% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son administradores. El 56% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen 5 a 10 años de permanencia en el rubro. El 63% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 -5 trabajadores. El 75% no se capacitaron antes de crear su empresa, y el 25% si realizaron capacitación antes de crear su empresa. El 75% no realizaron cursos de capacitación para mejorar el manejo de su empresa. El 100% de los encuestados consideran que la capacitación es una inversión. El 100% de los encuestados dijeron que si implementarían cursos de capacitación. El 81% le gustaría capacitarse en el área de Marketing. El 50% dijeron le gustaría capacitar a su personal en el área Producción. El 75% dijeron ninguna vez ha capacitado a su personal y el otro 25% dijeron que ha capacitado de 2 a 3 veces a su personal. El 100% de los encuestados consideran que la capacitación mejora la rentabilidad, El 100% de los encuestados consideran que la capacitación eleva la eficiencia de la empresa. El 100% de los encuestados consideran que la capacitación mejora la calidad del producto. Con los resultados obtenidos se llegó a la conclusión de que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector servicio - rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2013, están representadas por personas adultas de una edad 31 a 50 años, cuenta con grado de instrucción secundaria y son dueños y administradores de su propia empresa. La

mayoría relativa de los representantes de las MYPES del Sector servicio - rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2013, tienen 1 a 5 años de permanencia en el rubro y tienen de 1 a 5 trabajadores en su empresa y finalmente se concluye que la totalidad de las MYPES del Sector servicio - rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2013, mencionaron que no realizaron capacitación para crear su MYPE, por lo tanto no realizaron cursos de capacitación para mejorar el manejo de su empresa, pero mencionaron que les gustaría capacitarse en el área de Marketing y a sus trabajadores en el área de proceso productivo y dijeron ninguna vez a capacitado a su personal, consideran que la capacitación es una inversión y mejora la rentabilidad, eleva la eficiencia de la empresa y mejora la calidad del producto, los cuales a su vez dijeron que si implementarían cursos de capacitación.

Pucutay (2016) en su investigación titulada *gestión de calidad con el uso del Empowerment en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016* tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad con uso del Empowerment en las micro y pequeñas empresas del sector Servicio, rubro actividades de impresión en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un diseño No Experimental –Transversal porque se estudió tal y cual se presenta dentro de las mypes y en un espacio de tiempo determinado. Para el recojo de información se identificó 8 mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas cerradas, obteniendo los siguientes resultados: El 62,5 % de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen una edad entre 31 a 50 años. Con respecto al género del representante: El 87,5 de los representantes son del sexo Masculino. Con respecto al grado de instrucción del

representante: El 50% de los representantes solo cuentan con estudios superiores no universitarios. Con respecto al cargo que desempeña en la empresa: El 87,5% está desempeñando el cargo actualmente por los administradores. El 62,5% de los representantes tienen entre 0 a 3 años desempeñando en el cargo. Referente a las Micro y pequeñas empresas: Con respecto a los años de permanencia en el rubro: El 62,5% tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro. Con respecto al número de trabajadores: El 100% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 87,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas su objetivo de su creación es por rentabilidad. Referente a la Gestión de Calidad Con respecto al término de gestión de calidad: El 62,5% Si conoce el término de gestión de calidad, El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan el empowerment como técnicas modernas. El 37,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016; tienen poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad. El 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016; conoce la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal y el 37,5% % de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016; no conoce la técnica de evaluación para medir el rendimiento del personal. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra., Chimbote, 2016; Que si impiden la excesiva rotación del personal para una adecuada gestión de calidad y el 25% dice que No. Con respecto a la Gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio: El 100% de los representantes afirmaron que si mejora. Con respecto a la

gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos: El 100% de los representantes manifestó que sí. Con respecto conoce el significado de Empowerment: El 75% de los representantes si conoce. El 75% de los representantes cree que la herramienta administrativa impulsa la autoestima y la confianza en los trabajadores. Con respecto a las ideas y esfuerzos de los trabajadores: El 100% de los representantes reconoce las ideas y los esfuerzos de los trabajadores. El 62,5% de los representantes manifestaron que los trabajadores si cumplen con sus expectativas El 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016; dan un buen Servicio. Las conclusiones de la investigación fueron: La mayoría Absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión en el Jr. 5ta cdra. Chimbote, 2016. Están dirigidos por personas del sexo masculino, con grado del representante superior no universitario, la mayoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años, son administradores de la empresa y desempeñan en el cargo de 0 a 3 años. La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión en el Jr. 5ta cdra. Chimbote, 2016, cuentas entre 1 a 5 trabajadores, la mayoría absoluta del objetivo de la creación es por la rentabilidad y la mayoría de micro y pequeñas empresas cuentan entre 0 a 3 trabajadores. La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión en el Jr. 5ta cdra. Chimbote, 2016. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa; así mismo ayuda a alcanzar objetivos y metas trazadas por la empresa, en su mayoría absoluta usan como técnicas modernas el Empowerment, a su vez impide una adecuada gestión de calidad por la excesiva rotación del personal, en su mayoría los representantes si conocen el termino de gestión de calidad, así mismo conocen la técnica de observación

para medir el desempeño personal, en su minoría tienen poca iniciativa por parte del personal. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016, conocen el significado del empowerment por otro lado los gerentes impulsan la autoestima y confianza con sus colaboradores y sí mismo la totalidad de los trabajadores son reconocidos por sus ideas y esfuerzos y la mayoría del personal cumple con sus labores de acuerdo a las expectativas de los dueños y la totalidad de los representantes brindan un buen servicio con sus clientes.

2.2. Bases teóricas

Definición de la micro y pequeña empresa

Según la Ley 28015 promulgada el 3 de Julio del 2003, “la micro y pequeña empresa es la unidad económica conformada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier modalidad de estructura u organización empresarial, que tiene como propósito desarrollar actividades de extracción transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.”

Las micro y pequeñas empresas conforman la mayor parte del sistema empresarial en el Perú y cumplen un rol fundamental al aliviar la tasa de desempleo, aunque no es la más representativa al momento de aportar con el PBI por falta de mecanismos o herramientas que mejoren su gestión, Bernilla (2018) afirma:

Una empresa puede ser denominada como una organización que, al unir esfuerzos de forma organizada, lograra una combinación de los recursos que posee y la capacidad técnica para obtener un resultado o un producto final que luego es lanzado al mercado con el objetivo de obtener ganancias. Esto es lo que

generalmente define todo tipo de organización pero como podemos diferenciar las micro y pequeñas empresas de una mediana o grande o que características hace diferente una de otra. Generalmente las mype se han definido de muchas formas, así tenemos:

- a. **Por su dimensión:** aquí se toma en cuenta la inversión, el volumen de la producción y el valor de ventas
- b. **Por la tecnología:** la micro y pequeñas empresas casi siempre no requieren una tecnología muy sofisticada y solo cuentan con la tecnología necesaria para cumplir con el proceso de producción.
- c. **Por su organización:** nivel de organización poco organizada y mayormente empírica, negocian de manera directa y no necesitan o no utilizan intermediarios. (p. 13)

Características de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas se pueden identificar según sus ventas anuales, según Bernilla (2018) afirma que:

De acuerdo con la Ley Mype D.S.N° 007-2008-TR modificado por la Ley N° 30056, existen criterios para que permiten categorizar y así poder diferenciar a las empresas según el monto de UIT.

Micro empresa: sus ventas anuales no deben superar los 150 UIT.

Pequeña empresa: sus ventas anuales superiores a 150 UIT y como máximo deben tener ventas hasta por 1700 UIT. (pp. 13, 14)

Aspectos característicos de la micro y pequeña empresa

Las micro y pequeñas empresas generalmente poseen algunos elementos característicos como son:

- a) **Administración independiente:** gran mayoría de las mypes son dirigidas por sus propios dueños.
- b) **Incidencia no significativa en el mercado:** esto se refiere al área de operaciones de la mype que generalmente son pequeños locales.
- c) **Escasa especialización del trabajo:** muchas mypes no están departamentalizadas y no tienen un organigrama muy complejo es por ello que los dirigentes optan por administrar de manera individual sus negocios y cumplen con las funciones de otras áreas como marketing, finanzas, compras, personal, ventas, etc.
- d) **Limitados recursos financieros:** el capital para realizar las operaciones es aportado por el propio dueño.
- e) **Tecnología:** se conceptualiza dos puntos de vista:
 - 1. Aquellos que consideran que las mypes se abastecen de tecnología necesaria para atender el mercado.
 - 2. Aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala (Bernilla, 2018, p. 14).

Gestión de calidad

Calidad

La calidad es lo que diferencia una cosa de las demás dándole un valor agregado en busca de la excelencia y la superioridad, según Gonzales, Chamorro Y Rubio (2016) afirman que

La calidad como excelencia supone que todos los integrantes de una organización se comprometan con la misión y visión de la institución para lograr ofrecer un producto lo mejor posible, utilizando los mejores suministros, realizando una buena gestión y optando por los mejores procesos posibles. (p. 8)

Otros autores definen a la calidad como todas las formas y maneras que realiza la empresa para satisfacer a las necesidades y expectativas de los clientes pero también teniendo en cuenta el clima organizacional en la cual laboran los empleados, así mismo siendo responsable sus compromisos con entidades financieras y finalmente buscando el bienestar de la sociedad actuando con responsabilidad (Alzuela y Villanueva, 2012).

Etapas de la evolución de la calidad

Generalmente, se pueden establecer cuatro etapas en lo que concierne a la calidad para comprobar que se está ejecutando de manera eficaz y eficiente, según Cuatrecasas y Gonzales (2017) definen 4 etapas.

- 1. Inspección:** se realiza una verificación de los productos una vez terminado el proceso de fabricación y antes de empezar con la logística de salida y empezar con el proceso de distribución para asegurarse de que los productos ofrecidos a los clientes se encuentre en perfectas condiciones esto quiere decir que todos aquellos productos defectuosos o que no cumplan con los estándares de calidad necesarios deben ser rechazados.
- 2. Control del producto:** este tipo de control se basa en estadísticas, tomando una muestra de los productos para ser verificados antes que ser puestas al mercado, pero esto no asegura que no existan defectos ya que solo es un control estadístico que reduce el trabajo de inspección.

3. Control del proceso: en esta etapa no solo se toma en cuenta la logística de salida, sino trata de verificar la calidad del producto durante toda la cadena de valor para asegurar la idoneidad de la misma y que se hayan cumplido con todas las especificaciones durante el proceso de fabricación. Para lograr no solo se requiere la participación del departamento de calidad sino también la participación de las demás áreas como producción, marketing, compras, etc. Con esto se logra reducir considerablemente la inspección porque existe una planificación antes de diseñar el producto con lo cual se reduce las fallas y los defectos.

4. Gestión de calidad total: la calidad no solo forma parte de una de las características del producto sino que abarca toda la empresa y se considera calidad total con lo cual se considera a todos los departamentos de una organización empezando del recurso humano, a los procesos, las técnicas y los métodos de producción, asimismo se incluye la alta dirección quien se encarga de motivar a personal y crear una filosofía de gestión de calidad total. (s. p.)

Objetivo de la calidad

Los objetivos de la calidad pueden ser observados desde diferentes puntos de vista. Por una parte se busca la plena satisfacción del cliente para diferentes propósitos, por otra parte puede ser el obtener la máxima productividad que genere mayores utilidades y rentabilidad, también se puede ver como un grado de excelencia, o bien puede ser parte de un requerimiento para permanecer en el mercado aunque no se esté plenamente convencido de los alcances de la calidad. Sin embargo, el objetivo primordial y la razón por la cual la calidad existe, es la satisfacción de las expectativas y necesidades de los consumidores/clientes (Cuatrecasas y Gonzales, 2017).

Beneficios de la Calidad

Podemos afirmar que una organización que gestiona calidad es más aceptada en el mercado porque no solo toma en cuenta la organización sino al cliente como punto de partida esto hace que las empresas que buscan la calidad obtengan beneficios como mayor eficiencia en los procesos, empleados más motivados, reconocimiento a nivel internacional y se mejoran los procesos de la cadena de valor según Alzueta y Villanueva (2012) conceptualizan algunos beneficios como son:

Calidad como ahorro: muchas personas piensan que calidad trae consigo un aumento en el precio de los productos, se dice que si una organización gestiona calidad esta está ligada a un aumento de costes, sin embargo este pensamiento no es de todo cierto pues la relación entre la calidad y coste no es como se piensa si se definen bien las variables; existen dos puntos de vista respecto a este tema.

1. Si la calidad está basada en mejorar algún atributo, característica o ingrediente de un producto es obvio que existirá una relación directa entre la calidad y el costo por lo mismo que si queremos un producto con mejor aspecto con mayor tiempo de duración o mejor de desempeño se requiere de mejor mano de obra, mejores suministros y otros recursos que aumentaran su costo. Pues bueno esta es la idea que tiene la gran mayoría de las empresas en la actualidad.
2. Si vemos a la calidad como conformidad y principal fuente que ayuda a reducir los riesgos podríamos decir que ya no existirá una relación positiva con el costo más todo lo contrario aplicando una gestión de calidad no existirán las pérdidas de tiempo, se reducen las devoluciones del producto y no sería un riesgo que la empresa pueda perder imagen en el mercado. Esto conlleva a mayores ventas al ser estas empresas más competitivas con buena

relación con los clientes. Entonces tenemos que ver la calidad como ausencia de defectos y entender que los costes se derivan de una deficiente calidad.

Calidad y productividad: generalmente se tenía la idea que si una organización ponía empeño en la calidad la productividad disminuiría y viceversa pero actualmente gracias los modernos métodos de gestión se ha creado un nuevo concepto que manifiesta que la calidad es la causante de mayor productividad si lo vemos desde una perspectiva de conformidad, es decir que la calidad reduce el porcentaje de unidades producidas defectuosas, al mismo tiempo la necesidad de suministros y recursos como consecuencia de que los desechos y retrabajos disminuyen

Calidad y rentabilidad: la calidad y rentabilidad siempre han tenido una relación positiva y puede demostrarse de dos formas: el mercado y los costos. El mercado por el hecho de que si una empresa mejora la calidad entonces mejorara la percepción de los clientes hacia ella y la reputación de la misma por ende se obtiene clientes más leales y más satisfechos lo cual que produce dos efectos:

1. Las ventas aumentan por lo tanto la participación en el mercado también.
2. Al tener la aceptación de los clientes y mayor participación el mercado se pueden incrementar los precios y obtener mayor rentabilidad.

En el caso de los costos la rentabilidad se incrementa gracias a la calidad por la conformidad de los productos y la disminución del reprocesos y los defectos de los productos asimismo disminuyen las costes por garantías e indemnizaciones que se les brinda a clientes insatisfechos. (pp. 22-23)

Gestión de calidad

La gestión de calidad tiene mucha relación con el proceso de la administración la planificación, organización, y el uso eficiente de los recursos, según Alzueta y Villanueva (2012) afirman:

La gestión de calidad es una estructura operacional donde se especifica las formas de trabajo y estas a su vez deben estar íntegramente documentadas teniendo en cuenta procedimientos técnicos y gerenciales que den fundamento a las acciones de la fuerza laboral, el uso adecuado y eficiente de la maquinaria y los equipos y también al flujo de información dentro de la organización de forma práctica, clara y transparente con el objetivo de satisfacer al cliente y brindar calidad a bajos costos. (p.7)

Esto quiere decir que la gestión de calidad es un conjunto de actividades previamente coordinadas que se realizan para hacer un uso adecuado de los recursos, tener claro los procedimientos, realizar un eficaz flujo de información y tener en claro las estrategias organizacionales para poder brindar un servicio de calidad a los clientes y obtener a cambio los resultados deseados por la organización.

Principios de la gestión de Calidad

Basándonos en la las normas ISO se puede describir ocho principios para la gestión de calidad que si bien es cierto que la mayoría de las micro y pequeñas empresas no cuentan con una certificación ISO no quiere decir que estén excluidas de estos conceptos y pueden utilizarlas para mejorar la gestión en la organización, según Lizarzaburu (2015) afirma que el comité técnico ISO/TC 176 (2008) define los 8 principios de la siguiente manera.

1. **Enfoque al cliente:** la existencia y la razón de ser de las empresas son los clientes por lo tanto, tienen como prioridad comprender sus necesidades presentes y tener una visión hacia el futuro para exceder las expectativas de las mismas para de esta forma poder satisfacerlas.
2. **Liderazgo:** los líderes con aquellos que crean una filosofía dentro de la organización encargados también de proponer una misión y visión para conseguir el éxito, por lo tanto, estos deben crear un clima organizacional agradable para los empleados y entender sus necesidades y a partir de ahí involucrarlas para el logro de los objetivos.
3. **Participación del personal:** es el recurso humano el causante del éxito o fracaso de una organización por ende lo que tiene que existir es un personal completamente comprometidos con los objetivos organizacionales que pueden aplicar sus capacidades y talento e beneficio de la empresa.
4. **Enfoque basado en procesos:** los resultados son alcanzados con eficiencia cuando existen actividades y recursos que se gestionan como un proceso de forma ordenada, controlada transparente.
5. **Enfoques del sistema para la gestión:** si vemos a las organizaciones como un sistema es más fácil entender, identificar y gestionar para lograr objetivos de forma eficiente y eficaz.
6. **Mejora continua:** la mejora continua debe ser un objetivo permanente para las organizaciones, siempre se debe innovar, identificar nuevos procesos, nuevas herramientas y técnicas para mejorar la gestión y tener clientes más satisfechos.

7. **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:** las decisiones no se toman de forma apresurada o empírica eso es un error, para tomar buenas decisiones debe existir información, análisis de datos, estadísticas y herramientas que ayuden y sustenten la toma de decisión.
8. **Relaciones beneficios con el proveedor:** el proveedor no es un abastecedor más sino que puede convertirse en un socio estratégico para aumentar la capacidad de ambos y poder crear valor. (pp. 39-40)

Tecnologías de información y comunicación (TIC)

Según Sánchez (como se citó en Gamarra 2014) afirma que “las tecnologías de información y comunicación son un conjunto de herramientas que facilitan la información de un lugar a otro de forma rápida y que también son utilizadas para la adquisición, producción, comunicación registro de información” (p. 17).

Actualmente las TIC están en todos los niveles de la sociedad sin discriminación a ninguna desde las corporaciones multinacionales hasta las micro y pequeñas empresas y la sociedad en general según Suárez (2000) afirma que:

Las TIC son ordenadores, reproductores MP3, televisores, navegadores Global Position System, (GPS), teléfonos móviles, internet, laptops, computadoras, etc. y muchas otras tecnologías que se han convertido necesarias para la sociedad y las empresas, asimismo manifiesta que el uso de las tic trajo consigo una serie de términos nuevos como el comercio electrónico, sanidad electrónica, formación a distancia, el teletrabajo, el correo electrónico, etc. Por ultimo Suárez define la tecnología de las telecomunicaciones como herramientas que permiten la comunicación a distancia. (P. 2)

Las TIC han revolucionado la forma de actuar de las empresas emprendiendo en estas nuevas formas de gestión en temas de relación y comunicación con los clientes,

nuevas formas de abastecimiento y mejores métodos para promocionar los productos y servicios ofrecidos.

Clasificación de las TIC

Las tecnologías de información y comunicación pueden clasificarse en tres grandes conceptos, según Sánchez (como se citó en Lázaro 2017) afirma:

Las TIC se clasifican en 3 grupos: las redes, los terminales y los servicios.

Las redes: esto hace referencia a las diversas redes existentes en la actualidad que son usadas en su mayoría por todos los cuidadosos para adquirir una mejor calidad de vida entre ellas tenemos la telefonía fija, telefonía móvil redes en el hogar, etc.

Los terminales: estos actúan como punto de acceso por parte de los ciudadanos a la realidad informática y tecnológica. Son herramientas que brindan información a las personas tales como los ordenadores (computadoras), software, celulares, internet, televisión, etc.

Servicios en las TIC: esto hace referencia a los diversos servicios que se pueden brindar con uso de las TIC así pues hoy en día se habla del comercio electrónico, la banca online, el teletrabajo, el acceso a la información pública, etc. Y no podemos dejar de mencionar la telefónica móvil con el cual se hace más fácil la comunicación a través de los SMS, las llamadas por voz, y son muy eficaces y eficientes, (p. 19)

Ejemplos y características de las TIC

Si nos referimos a ejemplos sobre el tic podemos mencionar a los celulares, el teléfono, la imprenta, las computadoras, etc. Lo que no podemos dejar de mencionar

es la gran impacto del internet en las organizaciones y en la sociedad. La internet es el medio por el cual se puede obtener información desde cualquier parte del mundo, asimismo hace posible la fluidez de la comunicación desde distintas partes del planeta de manera inmediata. Algunas de las características más primordiales de las TIC son:

Inmaterialidad: la información que en ella se encuentra encriptado en códigos y otras formas,

Interconexión: muchas herramientas tecnológicas se presentan de forma independiente pero cuando se unen para formar un sistema y seguir un proceso pueden ampliar su capacidad y sus conexiones.

Interactividad: permite la convivencia de las máquinas con el hombre y así poder adaptarla en distintas áreas de una organización.

Instantaneidad: se pueden obtener información de forma instantánea (Olmedo, Andoney y Heinze, 2017)

Las TIC en las Mypes

Las TIC han cambiado la forma de gestión de las empresas y las micro y pequeñas empresas también lo utilizan para mejorar los procesos y ser más eficientes aunque muchas veces no las utilizan de forma correcta y no aprovechan los beneficios que estos ofrecen, según Plasencia, como se citó en Gamarra 2017) afirma:

Las TIC se vienen desarrollando de forma rápida con nuevas innovaciones y formas de trabajo más eficaces que afecta a todo el sistema económico, social, político, educativo. El uso de las TIC también tiene un impacto positivo en el mundo empresarial ya que con el uso de estas herramientas se puede obtener

información más rápida, mayor capacidad para almacenar datos, pero también existen otros efectos como:

Disminución de las barreras geográficas: ofreciendo a las organizaciones nuevos mercados y mayores nichos pero también factores a un mundo más competitivo lo cual favorece a los clientes porque las empresas siempre buscaran la excelencia y optaran por brindar mejores productos y/o servicios.

El mercado objetivo es cada vez más exigente a causa del fácil acceso a la información por lo tanto esperan productos y servicios personalizados con más calidad.

Menor tiempo para emitir respuestas: esto genera que las empresas implementen ordenadores con mayor velocidad y procesamiento de la información para así poder tomar decisiones. (p.19)

Aplicación de las TIC en las Mypes

Existen una variedad de funciones que las tic cumplen en las micro y pequeñas empresas Según Paulise (como se citó en Gamarra 2017) afirma que:

En América latina se está utilizando cada vez las TIC y mayormente las siguientes herramientas:

Mercado de pago y Paypal: esto facilita la negociación con clientes de cualquier parte del mundo, hace que los pagos se hagan de forma inmediata a través de la internet con ayuda del correo electrónico.

Skype y Hangouts: esto facilita la comunicación por medio de videoconferencias y se puede usar para realizar negociaciones con clientes, proveedores o posibles inversionistas.

Whatsapp: esto facilita el contacto con el cliente de manera rápida y no solo eso sino que se puede usar como una herramienta para el abastecimiento y la promoción de los productos.

Youtube: permite la promoción de la organización y los productos que ofrece.

Página web, Facebook, Google: permite la interacción para estudiar sus incomodidades o para atender sus opiniones para una mejora continua de los productos y al mismo tiempo sirven para promocionar y dar a conocer el mismo.
(p. 20)

Las TIC facilitan la penetración de mercado a través de la promoción y hace mas sencillo el dar a conocer el producto a nuestro mercado objetivo al proveernos de una serie de herramientas, según Mota (como se citó en Lazaro 2017) define las siguientes herramientas:

El correo electrónico: podemos interactuar con el cliente por este medio y darle a conocer la gama de productos, las promociones, los descuentos, etc. Asimismo se puede crear una relación cliente y organización mandando mensajes por fechas festivas a cambio de nada porque esta es una herramienta que no tiene costo.

Página web: con esta herramienta las empresas pueden darse a conocer transmitir su filosofía, pero al mismo tiempo permite dar a conocer los productos a través de imágenes, textos, videos, etc.

El sistema de gestión con los clientes: es un software que permite recolectar información del cliente y su comportamiento para que con ello se pueda trabajar en campañas de marketing. (p. 21)

Beneficios de las TIC en las empresas

Según Mela (como se citó en Gamarra 2017) afirma:

Las TIC son el medio por el cual se hace más conocida una organización, el uso de las redes sociales y otras herramientas como la página web da más visibilidad de la imagen con lo cual se diferencia de los competidores y aumenta la participación en el mercado.

Las TIC facilitan la interacción entre todos los trabajadores en forma de 360° desde los niveles más inferiores hasta los niveles más altos de una organización. Asimismo facilitan nuevas formas de trabajo y la digitalización de datos con lo cual se disminuyen los costos pero a la vez ayuda a los trabajadores a estar más capacitados y preparados por medio de capacitaciones online. (pp. 21-22)

2.3. Marco conceptual

Servicio: es un grupo de actividades con el único objetivo de satisfacer una necesidad existencia en un mercado objetivo.

Mype: La micro y pequeña empresa es una organización que puede estar constituida por una persona natural o jurídica que tiene como función realizar actividades en cualquier rubro sea comercio, servicio o manufactura siempre con la intención de satisfacer al cliente final.

Gestión de calidad: es un proceso conjunto de todos los departamentos en busca de la excelencia para brindar un servicio idóneo al cliente.

Calidad: valor agregado que posee un producto y lo diferencia de los demás buscando la superioridad y la excelencia.

TIC: las tecnologías de información y comunicación son herramientas que facilitan la interacción, el acceso a la información, y la mejora de los procesos para una mejor gestión entre ellas podemos mencionar la internet como principal herramienta tecnológica.

III. HIPÓTESIS

En esta investigación no se diseña una hipótesis por el motivo de ser un estudio sencillamente descriptivo con la única intención de describir las características de los representantes y de las micro y pequeñas empresas en investigación asimismo se quiere lograr describir si las imprentas del casco urbano del Distrito de Chimbote utilizan las TIC como una herramienta para mejorar la gestión

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

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

Es no experimental: porque la investigación se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Es transversal (transeccional): porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Es descriptivo: porque busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

4.2. Población y muestra

Población: Para la presente investigación se utilizará una población de 64 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro imprentas del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, Provincia de Santa.

Muestra: De esta población se empleará una muestra de 27 micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del Casco Urbano del Distrito de Chimbote, Provincia de Santa.

4.3. Definición y Operacionalización de variables

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil de los representantes de la mypes	Persona capacitada y preparada para llevar a cabo las actividades y/o operaciones de la organización	Edad	18 a 30 años 31 a 50 años 51 años a más	Razón
		Género	Masculino. Femenino.	Nominal
		Grado de Instrucción	Sin instrucción Primaria Secundaria Superior No Universitaria Superior Universitario	Ordinal
		Cargo	Dueño Administrador Encargado Otro	nominal
		Tiempo en el cargo	0 a 3 años 3 a 6 años 6 años a más	Razón

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Micros y pequeñas empresas	Unidades económicas constituidas por personas, que se dedican a la producción de bienes y/o servicios	Años en el mercado	De cero a tres años De tres a seis años De seis a mas años	Razón
		Misión y visión	Si No	Nominal
		Número de trabajadores	1 a 2 trabajadores 3 a 4 trabajadores 5 a más trabajadores	Razón
		Motivo de creación	Generar ganancias Generar empleo Auto-empleo Satisfacer la demanda Otros	Nominal

Continúa...

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	La gestión de calidad permite mejorar los procesos de una organización empleando técnicas estratégicas que permitan el mejoramiento de nuestros procesos, haciendo el uso de la mejora continua de manera cotidiana en nuestras operaciones y/o procesos	Nivel de conocimiento de gestión de calidad	Si conoce Tiene poco conocimiento No tiene conocimiento	Ordinal
		Si la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	Si No	Nominal
		Técnicas modernas de gestión que se emplea	Benchmarking Marketing Atención al cliente Outsourcing Otro Ninguno	Nominal
		Uso adecuado de la técnica moderna	Si No	Nominal
		Capacita a los trabajadores	Si A veces No	Nominal
Tecnologías de la Información y Comunicación	Empleo de herramientas tecnológicas para obtener, procesar e intercambiar información entre usuarios, a través de la disposición de infraestructura TIC, el uso de internet, el correo electrónico, la página web, la comunicación por internet con clientes y proveedores, el hardware o infraestructura TIC, el comercio y las redes sociales.	Conocimiento de las TICS	Si No	Nominal
		Uso adecuado de las TIC	Si No	Nominal
		Usa las TIC para:	Para automatizar su equipo Para digitalizar Para hacer transacciones comerciales más rápidas Ninguno	Nominal

Continúa...

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Tecnologías de la Información y Comunicación	Empleo de herramientas tecnológicas para obtener, procesar e intercambiar información entre usuarios, a través de la disposición de infraestructura TIC, el uso de internet, el correo electrónico, la página web, la comunicación por internet con clientes y proveedores, el hardware o infraestructura TIC, el comercio y las redes sociales.	Uso interno de las TIC	Para controlar sus ventas Para tomar decisiones sobre compras Para hacer las evaluaciones de su stock Ninguno	Nominal
		Uso externo de las TIC	Para la atención a los clientes Para conocer sus inventarios Para determinar sus proveedores Ninguno	Nominal
		Tipo de redes sociales que utiliza para impulsar las ventas	Facebook whatsApp Instagram Página web Ninguna Otras	Nominal

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación la técnica que se utilizará será la encuesta, porque nos permitirá obtener información de varias personas simultáneamente, además que la información obtenida facilitará el trabajo al investigador.

El instrumento que se utilizará será el cuestionario estructurado, porque es una herramienta que cuenta con preguntas previamente diseñadas y estructuradas, con relación al tema de investigación y la que estará dirigida a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del Casco urbano del distrito de Chimbote, en el año 2018.

4.5. Plan de análisis

Para la presente investigación se realizará trabajo de campo que consistirá en recolectar toda la información acerca de los representantes de las micro y pequeñas empresas, la cual permitirá sustentar la validez del presente trabajo de investigación. La población estará conformada por 68 micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018, de las cuales se tomará como muestra a 27 de ellas, se les aplicará un cuestionario estructurado, que contiene 20 preguntas acerca de las características los representantes, de las características que éstas micro y pequeñas empresas y finalmente preguntas acerca de las variables y herramientas de estudio. El cuestionario pasó por una serie de revisiones, que permitirá demostrar la validez y aceptación por parte del docente tutor.

4.6. Matriz de Consistencia

Enunciado de Problema	Objetivos	Variable	Metodología			
			Población y Muestra	Método	Técnicas e Instrumento	Plan de análisis
¿Cuáles son las características de la gestión de calidad con el uso de las herramientas de las tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?	General	<p>Gestión de Calidad: conjunto de operaciones que permite gestionar de manera eficaz y eficiente todos los recursos de la empresa transformando nuestras actividades en bienes y servicios de calidad.</p> <p>Tecnología de la Información y Comunicaciones: conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro, también permiten la adquisición, producción, tratamiento, comunicación, registro y presentación de información, en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética</p>	<p>Para la presente investigación se utilizó una población de 64 micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote.</p> <p>Se utilizó una muestra de 27 micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, quienes estuvieron disponibles a la hora de brindar información.</p>	<p>Para la elaboración de la investigación se utilizó el diseño No Experimental – Transversal – Descriptivo.</p> <p>Es no experimental, porque se realizó sin manipular las variables, es decir solo se va a observar el fenómeno como se encuentra en su realidad, y no se realizó ninguna modificación.</p> <p>Es transversal, porque el presente estudio se realizó bajo un espacio y tiempo determinado, es decir tiene un inicio y un final.</p> <p>Es descriptivo, porque se describió las características de los representantes, de las MYPES y de las variables de estudio.</p>	<p>Técnica encuesta</p> <p>Instrumento cuestionario estructurado</p>	<p>Para la presente investigación se realizó un trabajo de campo que consistió en recolectar toda la información acerca de los representantes de las micro y pequeñas empresas, la cual permitió sustentar la validez del presente trabajo de investigación. La población estuvo conformada por 64 micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018, de las cuales se tomó como muestra a 27 de ellas, se les aplicó un cuestionario estructurado, que contiene 20 preguntas acerca de las características los representantes, de las características que éstas micro y pequeñas empresas y finalmente preguntas acerca de las variables y herramientas de estudio. El cuestionario pasó por una serie de revisiones, que permitió demostrar la validez y aceptación por parte del docente tutor.</p>
	Específicos					
	<p>Describir las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Conocer las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018</p> <p>Detallar las características de la gestión de calidad con el uso de las herramientas de las tecnologías de información y comunicaciones en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p> <p>Elaborar un plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio del rubro imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.</p>					

4.7. Principios éticos

Para la realización del proyecto se tendrán muy en cuenta la ética profesional del investigador. Así pues podemos mencionar.

- **Protección a las personas:** La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En las investigaciones en las que se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no sólo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.
- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños. Las investigaciones deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Libre participación y derecho a estar informado:** Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia. En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante

la cual las personas como sujetos investigados o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

- **Beneficencia no maleficencia:** Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.
- **Honestidad:** este principio se aplica en todo momento desde que se inició el proyecto de investigación, se realiza el proyecto con la verdad.
- **Confidencialidad:** toda información obtenida de las mypes no será divulgada.
- **Respeto:** Se respetara las ideas y costumbres de los representantes a la hora de entrevistar, en algunas ocasiones respetando la privacidad de sus identidades.

V. RESULTADOS

Tabla 1

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro imprentas, ubicadas en el Casco Urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, Año 2018

Características de los representantes	n	%
Edad del representante		
De 18 a 30 años	9	33.33
De 31 a 50 años	18	66.67
De 51 a más años	0	0.00
Total	27	100.00
Genero del representante		
Masculino	16	59.26
Femenino	11	40.74
Total	27	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	4	14.81
Superior técnico	10	37.04
Superior universitarios	13	48.15
Total	27	100.00
Cargo en la empresa		
Dueño	14	51.85
Administrador	6	22.22
Encargado	7	25.93
Otro	0	.000
Total	27	100.00
Tiempo en el cargo		
De 0 a 3 años	4	14.81
De 3 a 6 años	8	29.63
De 6 a más años	15	55.56
Total	27	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas ubicadas en el Casco Urbano del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, Año 2018.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro imprentas, ubicadas en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, Año 2018.

Características de las Mype	n	%
Años de permanencia en el mercado		
De cero a tres años	2	7.41
De tres a seis años	5	18.52
De seis a mas años	20	74.07
Total	27	100.00
Misión y visión de la empresa		
Si	8	29.63
No	19	70.37
Total	27	100.00
Número de trabajadores		
De 1 a 2 trabajadores	8	29.63
De 3 a 4 trabajadores	19 0	70.37
De 5 a más trabajadores	27	0.00
Total		100.00
Motivo de creación		
Generar ganancias	21	77.78
Generar empleo	2	7.41
Auto-empelo	4	14.81
Satisfacer la demanda	0	0.00
Otros	0	0.00
Total	27	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas ubicadas en el Casco Urbano del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, Año 2018.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de las herramientas de tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas ubicadas en el Casco Urbano del Distrito de Chimbote, Provincia de Santa Aña 2018.

Características de la gestión de calidad con el uso de las TIC	n	%
Conocimiento de la gestión de calidad		
Si conoce	12	44.44
Tiene poco conocimiento	8	29.63
No tiene conocimiento	7	25.93
Total	27	100.00
Si la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio		
Si	20	74.07
No	7	25.93
Total	27	100.00
Técnica moderna que conoce		
Benchmarking	0	0.00
Marketing	8	29.63
Atención al cliente	16	59.26
Outsourcing	0	0.00
Otro	3	11.11
Ninguno	0	0.00
Total	27	100.00
Uso adecuado de la técnica moderna		
Si	9	33.33
No	18	66.67
Total	27	100.00
Capacita a los trabajadores		
Si	7	25.93
A veces	10	37.04
No	10	37.04
Total	27	100.00
Conoce las TIC		
Si conoce	18	66.67
Tiene poco conocimiento	4	14.81
No conoce	5	18.52
Total	27	100.00
Usa adecuadamente las tic		
Si	11	40.74
No	16	59.26
Total	27	100.00

Continúa...

Características	n	%
Usa las TIC para:		
Para automatizar su equipo	5	18.52
Para digitalizar	2	7.41
Para hacer transacciones comerciales más rápidas	6	22.22
Ninguno	14	51.81
Total	27	100.00
Uso interno de las TIC		
Para controlar sus ventas	7	25.23
Para tomar decisiones sobre compras	6	22.22
Para hacer las evaluaciones de su stock	2	7.41
Ninguno	12	44.44
Total	27	100.00
Uso externo de las TIC		
Para la atención a los clientes	8	29.63
Para conocer sus inventarios	0	0.00
Para determinar sus proveedores	6	22.22
Ninguno	13	48.15
Total	27	100.00
Redes sociales para impulsas las ventas		
Facebook	5	18.52
whatsApp	0	0.00
Instagram	0	0.00
Página web	8	29.63
Ninguna	12	44.44
Otras	2	7.41
Total	27	100.00

Fuente: cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas ubicadas en el Casco Urbano del Distrito de Chimbote, Provincia del Santa, Año 2018.

Tabla 4

Propuesta de mejora para las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro imprentas ubicadas en el casco urbano del Distrito de Chimbote Provincia del Santa, Año 2018

Problema encontrado	Causas	Solución: aplicación de mejora	Responsable
Solo el 44.44% conoce la gestión de calidad	Esto se debe a causa de que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro imprentas no se capacita en temas administrativos para mejor la gestión de la organización más por lo contrario tiene una actitud negativa a hecho de capacitarse porque suponen que es un gasto	Informarse a través de la internet, llevar cursos virtuales, leer revistas, informes, etc.	Propietario
El 59.26% solo conoce la atención al cliente como técnica moderna para mejorar la gestión	Esto se debe a que muchas de los representantes son conformistas y no tiene una misión y visión como organización y no toman en cuenta las nuevas tendencias y exigencias del mercado	Informarse a través de la internet, llevar cursos virtuales, leer revistas, informes, etc.	Propietario
El 66.67% no usa adecuadamente la las técnicas modernas para mejorar la gestión	Esto se debe a la desactualización y falta de información por parte de los representantes que no se capacitan constantemente y que tienen pocas bases sobre en temas administrativos y de gestión.	Realizar un flujo de caja para ver la liquidez de la empresa y con eso empezar a trabajar en un plan estratégico con una misión y visión bien definida y acorde a la solvencia de la empresa.	Propietario

Continúa...

Problema encontrado	Causas	Solución: aplicación de mejora	Responsable
El 51.81% no usa las TIC ni para automatizar el equipo, tampoco para digitalizar ni para hacer transacciones comerciales más rápidas	Esto se debe a la desinformación sobre las ventajas y los beneficios del uso de las TIC por parte de los representantes que no innovan en sus procesos	Realizar un flujo de caja para ver la liquidez de la empresa y con eso estudiar la posibilidad de contratar una especialista en las TIC para hacer un buen uso de las mismas y aprovechar al máximo sus beneficios.	Propietario
El 44.44% de las mypes no usa las TIC para controlar las ventas, para hacer evaluaciones de stock y para tomar buenas decisiones de compras	Esto se debe a la desinformación y falta de capacitación sobre las ventajas y los beneficios del uso de las TIC por parte de los representantes de las imprentas en Chimbote	Realizar un flujo de caja para ver la liquidez de la empresa y con eso estudiar la posibilidad de contratar una especialista en las TIC para hacer un buen uso de las mismas y aprovechar al máximo sus beneficios	Propietario
El 44.44% no utiliza ninguna red social para impulsar las ventas	Esto se debe a la desinformación y falta de capacitación sobre las ventajas y los beneficios del uso de las TIC por parte de los representantes de las imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote	Realizar un flujo de caja para ver la liquidez de la empresa y con eso estudiar la posibilidad de contratar una especialista en las TIC para hacer un buen uso de las mismas y aprovechar al máximo sus beneficios	Propietario
El 44.44% de los representantes afirman que no obtienen beneficios de las TIC porque no lo usan	Esto se debe a la desinformación y falta de capacitación sobre las ventajas y los beneficios del uso de las TIC por parte de los representantes de las imprentas del casco urbano del distrito de Chimbote	Realizar un flujo de caja para ver la liquidez de la empresa y con eso estudiar la posibilidad de contratar una especialista en las TIC para hacer un buen uso de las mismas y aprovechar al máximo sus beneficios	Propietario

Fuente: elaboración propia

Análisis de los resultados

Tabla 1

Características de los representantes

El 66.66% de los representantes oscilan entre 31 a 50 años de edad, lo cual se asemeja con el estudio realizado por Días, (2016) quien obtuvo como resultado que el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro imprentas del distrito Chimbote tienen de entre 31 a 50 años; asimismo la investigación tiene similitud con los resultados obtenidos por Caycho, (2015) quien obtuvo como resultado que el 85.71% de los representantes tienen una edad de 31 a 50 años: de igual manera se asemeja con los resultados obtenidos por Pucutay, (2016) quien manifestó que el 62.50% los representantes tienen una edad de entre 31 a 50 años.

El 59.26% de los representantes son de género masculino lo cual se asemeja con la investigación de Caycho, (2015) quien obtuvo como resultados que el 71.43% de los representantes pertenecen al género masculino, pero los resultados de la investigación discrepan con las de Pucutay, (2016) quien encontró que el 87.50% de representantes son de género masculino.

El 48.15% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios superiores universitarios lo cual discrepa con los resultados obtenidos por Pucutay, (2016) quien manifestó que el 50% tienen estudios superiores no universitarios, también contrasta con la investigación de Caycho, (2015) quien obtuvo como resultado que el 57.14% tiene un grado de instrucción superior no universitario; asimismo la investigación se diferencia con los obtenidos por Días, (2016) quien obtuvo como resultado que el 50% de los representantes tenían secundaria completa.

El 51.85% de los representantes son dueños de la empresa lo cual se asemeja con la investigación de Días, (2016) quien obtuvo como resultado que el 43.75% son dueños de las micro y pequeñas empresas, pero los resultados obtenidos discrepan con los de Pucutay, (2016) quien manifestó que el 87.50% de los representantes son administradores.

El 55.56 de los representantes tiene de 6 a más años en el cargo esto principalmente porque la gran mayoría está dirigida por los propios dueños, estos resultados contrastan con los obtenidos por Pucutay, (2016) quien manifiesta que el 62.50% tienen de 0 a 3 años en el cargo.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas

El 74.07% de las micro y pequeñas empresas permanece por más de 6 años en el mercado, estos resultados contrastan con los obtenidos por Pucutay, (2016) quien afirmó que el 62.50% tienen de 4 a 6 años en el mercado; de igual manera se diferencian con los obtenidos por Caycho, (2015) quien afirmó que el 71.43% de las micro y pequeñas empresas tienen de 5 a 8 años en el mercado; asimismo discrepa con los resultados de Días, (2016) quien obtuvo que el 56.25% de las micro y pequeñas empresas tiene una permanencia en el mercado de 5 a 10 años.

El 70.37% de las micro y pequeñas empresas en estudio no cuentan con una misión y visión establecida lo que demuestra que muchas de estas empresas carecen de un plan

al corto y largo plazo y van a la deriva en este mundo globalizado con clientes cada vez más exigentes.

El 70.37% de las micro y pequeñas empresas tiene de 3 a 4 trabajadores, estos resultados se asemejan con los obtenidos por Caycho, (2015) quien manifiesta que el 57.14% de las mype tienen de 3 a 4 trabajadores asimismo se asemeja con los resultados obtenidos por Días, (2016) que manifiesta que el 63.0% de las mype tiene de 1 a 5 trabajadores, finalmente se asemejan con los resultados obtenidos por Pucutay, (2016) quien manifestó que el 100% de las mype tienen de 1 a 5 trabajadores en sus instalaciones.

El 77.78% de las micro y pequeñas se crearon con el motivo de generar ganancias, los resultados se asemejan con los obtenidos por Pucutay quien manifiesta que el 87.50% se crearon con la finalidad de ser rentables.

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de las herramientas de tecnologías de información y comunicación

El 44.44% de las micro y pequeñas empresas si conoce la gestión de calidad; los resultados obtenidos se asemejan con los resultados obtenidos por Pucutay, (2016) quien manifestó que el 62.50% de las mype tienen conocimiento de la gestión de calidad.

El 74.07% manifiesta que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio, estos resultados se asemejan con los obtenidos por Pucutay. (2016) quien encontró como resultado que el 100% de las mype afirman que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio.

El 59.26% de las micro y pequeñas empresas tiene conocimiento de la atención al cliente como técnica moderna para gestionar calidad, estos resultados se diferencian de los obtenidos por Pucutay quien obtuvo como resultado que el 75% de los representantes afirmaron tener conocimiento sobre la herramienta Empowerment para mejorar la gestión.

El 66.67% afirmó no usar adecuadamente la técnica moderna para mejorar la gestión de calidad, estos resultados se asemejan con los obtenidos por Pucutay, (2016) quien manifestó que el 37.50% afirmó tener poca iniciativa para implementar alguna herramienta para mejorar la gestión.

El 37.04% de las micro y pequeñas empresas afirmaron no capacitar al personal, estos resultados contrastan con los obtenidos por Caycho quien manifestó que el 85.74% de las mype capacitan al personal.

El 66.67% de las micro y pequeñas empresas conoce las tecnologías de información y comunicación, no se encontraron antecedentes para comparar los resultados dado que no existen investigaciones con la variable TIC en el rubro de las imprentas

El 59.26% no usa adecuadamente las TIC, no se encontraron antecedentes para comparar los resultados dado que no existen investigaciones con la variable TIC en el rubro de las imprentas

EL 51.81% de las micro y pequeñas empresas no hace uso de las TIC para automatizar el equipo, digitalizar y realizar transacciones comerciales, no se encontraron

antecedentes para comparar los resultados dado que no existen investigaciones con la variable TIC en el rubro de las imprentas

El 44.44% de las micro y pequeñas empresas no usa las TIC para controlar las ventas, para tomar decisiones de compras y hacer evaluaciones de stock, no se encontraron antecedentes para comparar los resultados dado que no existen investigaciones con la variable TIC en el rubro de las imprentas

El 48.15% de las micro y pequeñas empresas afirmaron no utilizar las TIC para determinar sus proveedores, conocer sus inventarios y para la atención al cliente, no se encontraron antecedentes para comparar los resultados dado que no existen investigaciones con la variable TIC en el rubro de las imprentas

El 44.44% afirmo no usar Facebook, WhatsApp, Instagram, Pagina Web para impulsar las ventas de sus productos, no se encontraron antecedentes para comparar los resultados dado que no existen investigaciones con la variable TIC en el rubro de las imprentas.

Respecto al objetivo 4:

Plan de mejora

1. - Datos Generales

- **Nombre o Razón Social:** Dirigido a micro y pequeñas empresas del Rubro Imprentas ubicadas en el casco urbano del distrito de Chimbote, Provincia de Santa.
- **Giro de la empresa:** Servicio de Impresión.
- **Dirección:** Casco Urbano, distrito de Chimbote, provincia del Santa.
- **Nombre del representante:** Dueños, administradores y encargados.

2. – Misión

Brindar a nuestros clientes los mayores y excelentes servicios en el rubro gráfico, a través de una atención individualizada y con un alto nivel de calidad apoyados en el capital humano y las nuevas tendencias tecnológicas.

3.- Visión

Ser empresas de referencia en la Ciudad de Chimbote y nivel Regional por la excelencia en los trabajos de impresión y la buena atención al cliente, reconocidos por nuestra buena relación con los trabajadores y el cuidado al medio ambiente.

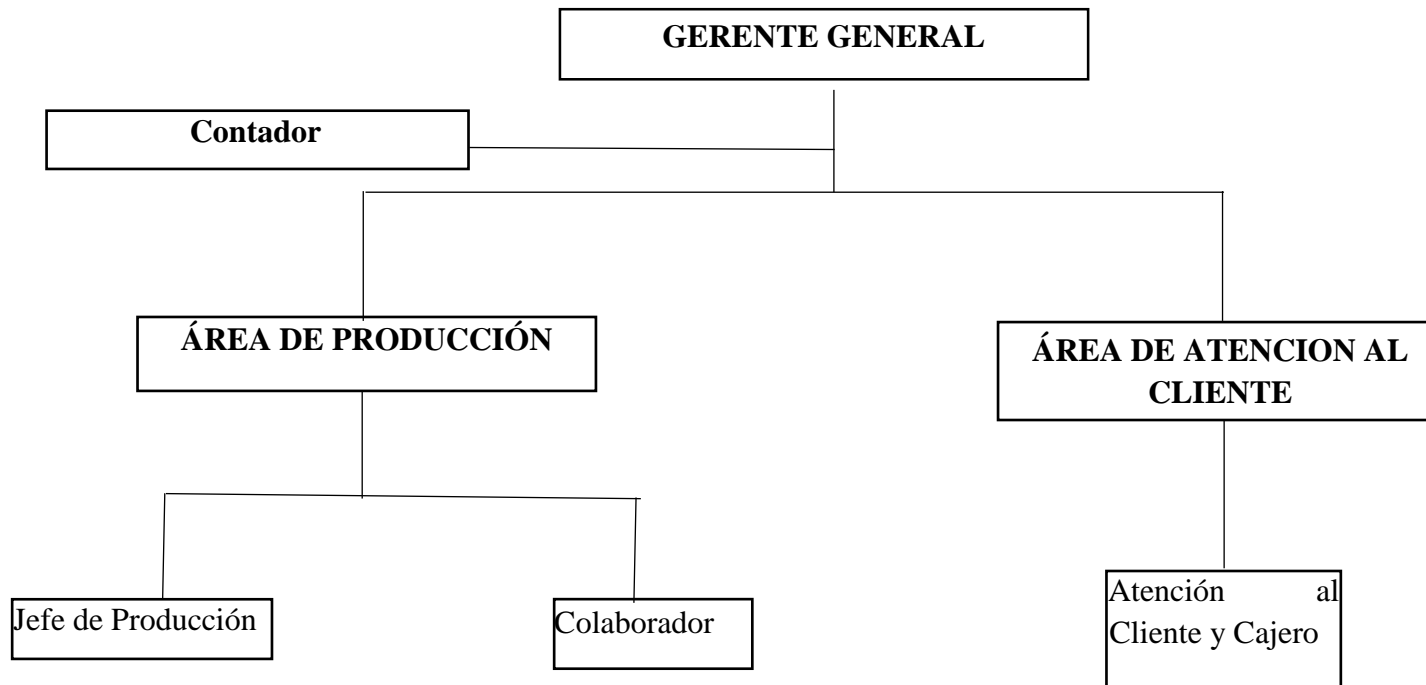
4. - Objetivos

- ✓ Ser reconocido como la mejor empresa Chimbotana en servicios de impresión ofreciendo calidad y garantía a todos los clientes
- ✓ Posicionarnos en la mente de nuestros consumidores por medio de una buena atención y el benchmarking.
- ✓ Apropiaada relación y comunicación con el talento humano, acreedores y consumidores para una adecuada retroalimentación y mejora de los productos teniendo como principal apoyo el uso de las TIC.
- ✓ Contribuir con el cuidado del medio ambiente utilizando productos ecoamigables y practicando las 3Rs.

5.- Productos y/o servicios

Las tarjetas de visita, folletos, calendarios, papel de carta, carteles, empastados, gigantografías, catalogo, etc.

6.- Organigrama de la empresa



7.- Diagnostico general

ANÁLISIS FODA	Oportunidades	Amenazas
		<ul style="list-style-type: none"> • Creación de mypes. • Aumento de la población estudiantil • Las TIC • Demanda en aumento
Fortalezas	Estrategias F-O	Estrategias F- A
<ul style="list-style-type: none"> • Buen servicio al cliente y calidad de los productos • Proximidad con el mercado • Diversidad de productos. • Capacidad productiva • Elevada maquinaria técnica. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar las redes sociales para aumentar la publicidad de manera gratuita. ✓ Ofrecer el producto a entidades públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ofrecer productos innovadores y eco amientales ✓ Asistir a conferencias sobre las nuevas tendencias en el rubro y en gestión de calidad ✓ Generar descuentos a clientes frecuentes.
Debilidades	Estrategias D –O	Estrategias D-A
<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura insuficiente • Ausencia de planificación estratégica • Personal poco capacitado • Poca inversión en publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar las redes sociales para hacer más conocida la empresa a nivel distrital. Asimismo se puede realizar anuncios por las radios. ✓ Desarrollar una hoja de cálculo en Excel para controlar las actividades financieras de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Obtención de financiamiento a entidades bancarias o nuevos socios. ✓ Creación de una área de delivery para clientes potenciales

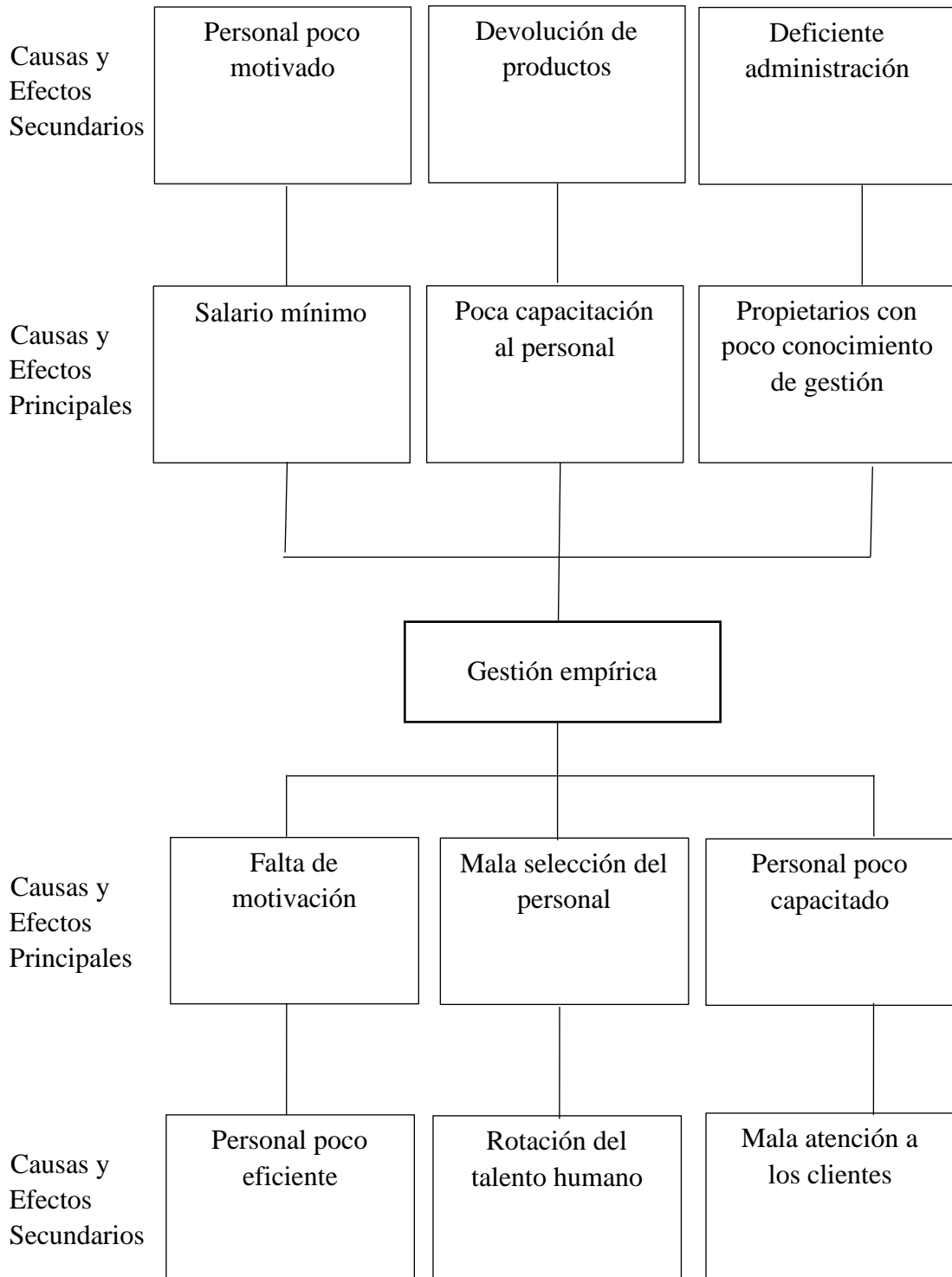
8.- Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de la MYPE
Adecuada gestión empresarial	Solo el 44.44% de los representantes en cuestión conocen la gestión de calidad
Herramientas para una buena gestión de calidad	El 59.26% solo conoce la atención al cliente como técnica moderna para mejorar la gestión
Técnicas modernas de gestión (Marketing, empowerment, TIC),	El 66.67% no usa adecuadamente las técnicas modernas para mejorar la gestión
Uso de las TIC	El 51.81% no usa las TIC ni para automatizar el equipo, tampoco para digitalizar ni para hacer transacciones comerciales más rápidas
Publicidad para generar mayores ventas	El 44.44% no utiliza ninguna red social para impulsar las ventas
Capacitación a los trabajadores	El 25.93% no capacita a su personal

9.- Problema

Indicadores	Problema	Surgimiento del Problema
Adecuada gestión empresarial	Solo el 44.44% de los representantes en cuestión conocen la gestión de calidad	Esto se debe a causa de que los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro imprentas no se capacita en temas administrativos para mejor la gestión de la organización más por lo contrario tiene una actitud negativa a hecho de capacitarse porque suponen que es un gasto
Herramientas para una buena gestión de calidad	El 59.26% solo conoce la atención al cliente como técnica moderna para mejorar la gestión	Esto se debe a que muchas de los representantes son conformistas y no tiene una misión y visión como organización y no toman en cuenta las nuevas tendencias y exigencias del mercado
Técnicas modernas de gestión (Marketing, empowerment, TIC),	El 66.67% no usa adecuadamente las técnicas modernas para mejorar la gestión	Esto se debe a la desactualización y falta de información por parte de los representantes que no se capacitan constantemente y que tienen pocas bases sobre en temas administrativos y de gestión.
Uso de las TIC	El 51.81% no usa las TIC ni para automatizar el equipo, tampoco para digitalizar ni para hacer transacciones comerciales más rápidas	Esto se debe a la desinformación sobre las ventajas y los beneficios del uso de las TIC por parte de los representantes que no innovan en sus procesos ni en la forma de gestionar la organización.
Publicidad para generar mayores ventas	El 44.44% no utiliza ninguna red social para impulsar las ventas	Esto se debe a la desinformación y falta de capacitación sobre las ventajas y los beneficios del uso de las TIC por parte de los representantes de las imprentas en Chimbote
Capacitación a los trabajadores	El 25.93% no capacita a su personal	La mayoría de representantes afirman que la capacitación es un gasto y prefieren actuar de forma empírica por experiencia.

10.- Causas



11.- Establecimiento de soluciones

Indicadores	Problema	Acción de mejora
Adecuada gestión empresarial	Solo el 44.44% de los representantes en cuestión conocen la gestión de calidad	Participar en eventos empresariales, conferencias que fortalezcan el conocimiento para una mejor gestión de la Mype
Herramientas para una buena gestión de calidad	El 59.26% solo conoce la atención al cliente como técnica moderna para mejorar la gestión	Recibir asesoría externa para la elaboración de un plan de acción para tener mayor participación en el mercado.
Técnicas modernas de gestión (Marketing, empowerment, TIC),	El 66.67% no usa adecuadamente las técnicas modernas para mejorar la gestión	Recibir asesoría externa para la elaboración de un plan de acción para tener mayor participación en el mercado mediante una buena gestión.
Uso de las TIC	El 51.81% no usa las TIC ni para automatizar el equipo, tampoco para digitalizar ni para hacer transacciones comerciales más rápidas	Recibir asesoría sobre la importancia de las TIC en las Mypes y como estas puede influir en desarrollo de la organización.
Publicidad para generar mayores ventas	El 44.44% no utiliza ninguna red social para impulsar las ventas	Aprovechar las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, etc. Para atraer nuevos clientes y encontrar nuevos mercados.
Capacitación a los trabajadores	El 25.93% no capacita a su personal	Elaborar un flujo de caja trimestralmente para ver la liquidez de la empresa y tomar decisiones de inversión en capacitaciones y mejorar la productividad de la empresa. .

12.- Recursos para la implementación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos			
		Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
1	Participar en eventos empresariales, conferencias que fortalezcan el conocimiento para una mejor gestión de la Mype	Representante Expositores	S/ 80.00	<ul style="list-style-type: none"> • Proyector • Computadora • Celular 	Una vez al mes
2	Recibir asesoría externa para la elaboración de un plan de acción para tener mayor participación en el mercado.	Representante Terceros (Especialistas en marketing y planeamiento estratégico).	S/ 1,500.00	<ul style="list-style-type: none"> • Proyector • Computadora • Celular 	Una vez al año
3	Recibir asesoría externa para la elaboración de un plan de acción para tener mayor participación en el mercado mediante una buena gestión.	Representante Terceros (especialistas en marketing))	S/ 1,500.00	<ul style="list-style-type: none"> • Proyector • Computadora • Celular 	
4	Llevar un curso sobre la importancia de las TIC en las Mypes y como estas puede influir en desarrollo de la organización.	Representante (especialistas en TIC)	S/ 150	<ul style="list-style-type: none"> • Laptop • Computadora • Celular 	Una vez al año
5	Aprovechar las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, etc, para atraer nuevos clientes.	Representante	S/50.00	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora 	1 vez al mes
6	Elaborar un flujo de caja trimestralmente para ver la liquidez de la empresa y tomar decisiones de inversión para la capacitación de los trabajadores.	Asesor y Representante	S/600.00	<ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Proyector • multimedia 	Trimestral (4 veces al año)

13.- Cronograma de Actividades

Nº	Tarea	Inicio	Final	Enero	Diciembre
1	Participar en eventos empresariales, conferencias que fortalezcan el conocimiento para una mejor gestión de la Mype	04/04/2020	31/12/2020		
2	Recibir asesoría externa para la elaboración de un plan de acción para tener mayor participación en el mercado.	04/04/2020	31/12/2020		
3	Recibir asesoría externa para la elaboración de un plan de acción para tener mayor participación en el mercado mediante una buena gestión.	04/04/2020	31/12/2020		
4	Recibir asesoría sobre la importancia de las TIC en las Mypes y como estas puede influir en desarrollo de la organización.	04/04/2020	31/12/2020		
5	Aprovechar las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram, etc. Para atraer nuevos clientes.	04/04/2020	31/12/2020		
6	Elaborar un flujo de caja trimestralmente para ver la liquidez de la empresa y tomar decisiones de inversión para la mejora de la productividad de la empresa. .	04/04/2020	31/12/2020		

Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en cuanto a la característica de los representantes podemos decir que: la mayoría (66.66%) tienen de entre 31 a 50 años de edad, la mayoría (59.26%) son de género masculino, la mayoría relativa (48.15%) tienen educación superior universitaria, la mayoría (51.85%) son dueños de las mype en estudio, la mayoría (55.56%) tienen de 6 a más años laborando en la empresa.

Como se puede observar la mayoría de representantes son de género masculino lo cual significa en el negocio de las imprentas existe mayor demanda por este género aparentemente, se puede apreciar también que la mayoría relativa tiene estudios universitarios, esto es importante porque hace más fácil la implementación de técnicas modernas de gestión como el marketing, las TIC, etc.

En cuanto a las características de las micros y pequeñas empresas podemos decir que la mayoría (74.07%) tienen de 6 a más años en el mercado, la mayoría (70.37%) no tiene una misión y visión establecida, la mayoría (70.37%) tienen de 3 a 4 trabajadores, la mayoría (77.78%) se creó con la finalidad de generar ganancias.

La mayoría de las empresas tiene más de 6 años en el mercado lo que significa que de forma utilizan algunas técnicas de gestión para no caer en un proceso de declive pero también cabe aclarar que según los resultados estas empresas están estancadas y no siguen un proceso de innovación, asimismo se puede observar que estas empresas no poseen una visión y misión definida lo cual quiere decir que los dirigentes solo piensan en el momento y no estudian las nuevas tendencias o los nuevos métodos para hacer la empresa más exitosa.

Con respecto a la Gestión de calidad con el uso de las TIC en el sector servicios, rubro imprentas del casco urbano del Distrito de Chimbote podemos decir que la mayoría relativa (44.44%) tienen conocimiento sobre la gestión de calidad, la mayoría (74.07%) afirma que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio, la mayoría (59.26%) tiene conocimiento sobre la atención al cliente como técnica moderna, la mayoría (66.67%) no usa adecuadamente la técnica de la atención al cliente para mejorar la gestión, la mayoría relativa (37.04%) no capacitan al personal, la mayoría (66.67%) tiene conocimiento sobre las TIC, la mayoría (59.26%) no usa adecuadamente las TIC, la mayoría (51.81%) no usa las TIC para automatizar el equipo, digitalizar y realizar transacciones comerciales, la mayoría relativa (44.44%) no usa las TIC para controlar las ventas, para tomar decisiones de compras y hacer evaluaciones de stock, la mayoría relativa (48.15%) no utilizan las TIC para determinar sus proveedores, conocer sus inventarios y para la atención al cliente, la mayoría relativa (44.44%) no usan Facebook, WhatsApp, Instagram, Pagina Web para impulsar las ventas de sus productos.

De estas conclusiones se puede afirmar que las empresas del rubro imprentas del casco urbano de Chimbote no están aplicando adecuadamente las herramientas TIC para mejorar la gestión; por lo tanto es importante incorporar el plan de mejora propuesto.

Aspectos complementarios

Recomendaciones

Realizar un plan estratégico plantando una misión y visión analizando el entorno interno y externo de la empresa.

Participar en conferencias, charlas, congresos, etc. para tener mayor conocimiento sobre el uso y beneficios de las TIC y al mismo tiempo adquirir conocimientos las diferentes herramientas o técnicas modernas que existen que ayudan a mejorar la gestión y así poder plantear diferentes estrategias para sobresalir en el mercado.

Capacitar a los trabajadores para que realicen mejor sus funciones

Utilizar las diferentes redes sociales para promocionar y vender los servicios ofrecidos.

Se recomienda también elaborar un flujo de caja mensual para ver las entradas y salidas de dinero y al mismo tiempo observar la liquidez de la empresa para poder implementar mejor en cuanto a tecnología, asesoramientos, etc.

Finalmente se recomienda poner en práctica el plan de mejora propuesta con la finalidad de obtener mayores beneficios aprovechando al máximo las tecnologías de información y comunicación.

Referencias bibliográficas

- Alzueta, J., y Villanueva, P., (2012). *Sistemas de gestión de calidad* (tesis de pregrado). Universidad Pública de Navarra, Pamplona, España. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/70c3/84d03576e295edbb9e6bc34ebb789c022275.pdf>
- Bernilla, M., (2017). Micro y pequeña empresa. Oportunidad de crecimiento. Lima. Perú. Editora Grafica Bernilla.
- Caycho, F., (2015). *Caracterización de la capacitación y la competitividad de las micro y pequeñas empresas-MYPES de sector servicios, rubro imprentas de la Urbanización Chamaya, del Distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima, periodo 2013-2014* (Tesis de pregrado). Universidad los Ángeles de Chimbote, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/909>
- Cuatrecasas, L., y Gonzales, J., (2017). *Gestión integral de la calidad: implantación, control y certificación*. Profit Editorial. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=k449DwAAQBAJ&oi=fn_d&pg=PT7&dq=control+total+de+calidad&ots=PutqdaA_y&sig=3EQ2nfDyDtbq0pak6MfCWaNIW_M#v=onepage&q=control%20total%20de%20calidad&f=false
- Días, M., (2016). Caracterización de la capacitación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas del Distrito de Chimbote, 2013 (Tesis de pregrado) Universidad los Ángeles de Chimbote, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1211>

Dinero (2 de febrero del 2017). Los retos que enfrentan las mipymes en Colombia.

Dinero. Recuperado de

<https://www.dinero.com/edicionimpresa/pymes/articulo/los-retos-que-enfrentan-las-mipymes-en-colombia/241586>

Gamarra, L., (2017). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Católica

los Ángeles de Chimbote, Huarney, Perú. Recuperado de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3188/GESTION_EMPRESA_YACUPOMA_INOCENTE_CLINTON_SANJENIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

González, F., Chamorro, A., y Rubio, S., (2012). *Introducción a la gestión de calidad*.

Delta Publicaciones. Recuperado de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=KYSMQQyQAbYC&oi=fnd&pg=PA1&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad&ots=Itv2iioSal&sig=q5pFchPAID_82TuPgUOJmaYgGk#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*.

México D.F. México. Mc Graw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. 6^a. Edición.

- Higuera, A., Avila, A., y Cruz J. (2010). *Las Tecnologías de Información y Comunicación aplicadas en el sector de las artes gráficas* (Tesis de pregrado). Universidad EAN, Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/495/HigueraAlexandra2010.pdf?sequence=2>
- Iman, B., Prado, H., (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la gestión de las PYME del gremio gráfico de Lima Metropolitana, 2016*, (tesis de pregrado). Universidad Nacional del Callao, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/1601>
- KPMG Impulsa y Confederación Española de Organizaciones Empresariales (2017). *Perspectiva de la pequeña empresa en España*. Recuperado de <http://www.fec.es/ficheros/descargas/170informeperspectivas-pymes-20172.pdf>
- La Republica (18 de junio del 2015). 8 de cada 10 Mypes utilizan las tecnologías de información. *La Republica*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/196694-8-de-cada-10-mypes-no-utilizan-latecnologias-de-la-informacion/>

Lázaro, C., (2017). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de pucallpa, año 2017* (tesis de pregrado). Pucallpa, Perú.

Recuperado de

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4778/GESTION DE CALIDAD MICRO Y PEQUENAS EMPRESAS LAZARO ROBLES CLAIRA LORENZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4778/GESTION_DE_CALIDAD_MICRO_Y_PEQUENAS_EMPRESAS_LAZARO_ROBLES_CLAIRA_LORENZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ley 28015, (3 de julio del 2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de

<http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>

Lizarzaburu, E., (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*, 18(30), 33-54. Doi:dx.doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.02.

Recuperado de

<https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/4604>

López, J., (2017). *Plan de empresa de una imprenta (Impresión digital)* (tesis de pregrado). Universidad Politécnica de Valencia, España. Recuperado de

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/89840/L%C3%93PEZ%20%20Plan%20de%20empresa%20para%20una%20imprenta%20%28impresi%C3%B3n%20digital%29..pdf?sequence=1>

- Martinez, M., Cardona, F., (2013). *Productividad, innovación y uso de tecnologías de información y las comunicaciones (TIC) como factores de desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) en Bogotá* (Tesis de pregrado). Universidad del Rosario, Bogota, Colombia. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/8884>
- Ministerio de la producción. (2017). *Estudio de la situación actual de las empresas peruanas, los determinantes de su productividad y orientación exportadora Análisis basado en los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Empresas 2015*. (N° 2017-06706). Recuperado de http://demi.produce.gob.pe/images/publicaciones/publi81171136fe74561a7_79.pdf
- Olmedo, V., Andoney, J. y Heinze, G., (2017). Uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en las residencias médicas en México. *Revistas Scielo*, vol (15), 50-53. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S187072032017000200150
- Plasencia, J., (2014). *Nivel de conocimiento y uso de las TIC por las Mypes*. Recuperado de [https://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2014/01/09/162855/16285520150220100740.pdf\(07.11.16\)](https://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2014/01/09/162855/16285520150220100740.pdf(07.11.16))

Pucutay, B., (2016). *Gestión de calidad con el uso del Empowerment en las micro y pequeñas empresas, sector servicio, rubro actividades de impresión, en el Jr. Elías Aguirre 5ta cdra. Chimbote, 2016.* (Tesis de pregrado). Universidad los Ángeles de Chimbote, Perú. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10503>

Sanchez. B. (2006). *Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria.* (pag. 128). Recuperado de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/quipukamayoc/2006/primera/a13.pdf>

Suares, R., (2000). *Tecnologías de Información y Comunicación (modulo).* Ideas propias Editorial S.L. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=oPRegn3QhpgC&printsec=frontcover&dq=tecnologia+de+la+informacion+y+la+comunicacion&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwi7iy7HIAhWquVkKHbHiCOAQ6AEIKTAA#v=onepage&q=tecnologia%20de%20la%20informacion%20y%20la%20comunicacion&f=false>

Anexos

Anexo 01: Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2018								AÑO 2019								AÑO 2020		
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Cocurricular		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Elaboración del proyecto	■																		
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		■																	
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			■																
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación				■															
5	Mejora del marco teórico y metodológico					■														
6	Elaboración y validación del instrumento de recolección de datos						■													
7	Elaboración del consentimiento informado							■												
8	Recolección de datos								■											
9	Presentación del resultado									■										
10	Análisis e interpretación de los resultados										■									
11	Redacción del informe preliminar											■								
12	Revisión del informe final de la tesis por el jurado de investigación												■	■						
13	Aprobación del informe final de la tesis por el jurado de investigación														■					
14	Presentación de ponencia en jornadas de investigación															■				
15	Redacción del artículo científico																■			
16	Revisión del informe de tesis y artículo científico																	■		
17	Pre banca																		■	
18	Sustentación del informe final																		■	

Anexo 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
<input type="checkbox"/> Impresiones	0.50	200	100.00
<input type="checkbox"/> Fotocopias	0.10	500	50.00
<input type="checkbox"/> Empastado	10.00	1	10.00
<input type="checkbox"/> Papel bond A-4 (500 hojas)	30.00	3	90.00
<input type="checkbox"/> Lapiceros	5.00	2	10.00
Servicios			
<input type="checkbox"/> Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			360.00
Gastos de viaje	10	4	40.00
<input type="checkbox"/> Pasajes para recolectar información			40.00
Sub total			400.00
Total de presupuesto desembolsable			400.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Servicios			
<input type="checkbox"/> Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
<input type="checkbox"/> Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
<input type="checkbox"/> Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
<input type="checkbox"/> Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
<input type="checkbox"/> Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1052.00

Anexo 03: Población y muestra

Población

Con apoyo del Sistema de Información Geográfica Para Emprendedores (SIGE), en donde se integró los datos referentes a la Ciudad y el Distrito, posterior a ello se especifica en giro del negocio para obtener los resultados.

Por lo tanto de acuerdo al sector y el rubro que es imprentas se pudo encontrar que existen 64 imprentas en toda la población de Chimbote, asimismo se realizó la investigación con una muestra de 27 empresas.



Muestra

N°	RUC	RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN	DISTRITO
1	10329097205	ALVARADO BARRUETO ANA ESTELA	Jr. alias Aguirre 529 casco urbano	Chimbote
2	10434192264	ARIAS PORTALES ROSA ELENA	Jr. Alfonso Ugarte 685 casco urbano (primer piso)	Chimbote
3	10456203189	ARROYO GINA XIOMARA	Jr. Elías Aguirre 541 8 casco urbano (frente al senati)	Chimbote
4	10329277092	BENÍTES JARA PATRICIA ELIZABETH	Jr. Alfonso Ugarte 645 2 casco urbano	Chimbote
5	10328652213	BORJA DE LA CRUZ MANOLETE REYNALDO	Jr. Elías Aguirre 367 02 cent cercado	Chimbote
6	10329656794	CALDERÓN VEGA MIGUEL ÁNGEL	Jr. Ladislao espinar 418 casco urbano (block a edificio Abigail)	Chimbote
7	10329279397	CAMPOS TAPIA CARMEN HAYDEE	Jr. Elías Aguirre 721 (al costado del instituto Bitec)	Chimbote
8	10329426527	CARBONELL DÍAZ MARÍA ISABEL	Jr. Elías Aguirre 582 105 (casco urbano)	Chimbote
9	20445374513	DISTRIBUIDORA Y SERVICIOS GENERALES EL IDEAL E.I.R.L.	av. pardo 580 centro cercado	Chimbote
10	10329246839	FLORES SEGURA VICTOR MANUEL	Jr. Elías Aguirre 553 01 casco urbano	Chimbote
11	20445603211	GRAPID IMPRESIONES S.A.C.	Jr. Elías Aguirre 564 2 centro cercado	Chimbote
12	20601461171	INVERSIONES E IMPRENTA MAXIGRAF S.A.C.	Jr. Alfonso Ugarte 718 casco urbano (a dos tiendas del restaurante pamele)	Chimbote
13	10329399236	LLANOS PAREDES MIGUEL ALFREDO	Jr. Alfonso Ugarte 643b casco urbano (frente al chifa oriental)	Chimbote
14	10329198699	LUNAREJO ROBLES EDGAR HECTOR	Jr. espinar 660 2 casco urbano	Chimbote

Continúa...

N°	RUC	RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN	DISTRITO
15	10328140484	MENDEZ PINEDA LUIS CONSTANTE	Jr. Alfonso Ugarte 645 3 centro cercado (imprensa nuevo horizonte)	Chimbote
16	10328173307	MIRANDA ACERO WILSON ALFREDO	Jr. Alfonso Ugarte 573 casco urbano (junto a la pollería cesar)	Chimbote
17	10329900474	ORBEGOZO GALLARDAY BLANCA MAGDALY	Jr. Enrique palacios 247 302 oficina 302	Chimbote
18	10329154373	PINEDO QUEZADA VIOLETA ANGELICA	Jr. Jorge Chávez 465	Chimbote
19	10727335132	RODRIGUEZ GARAY BRENDA	Jr. Alfonso Ugarte 643 casco urbano (cerca de multicopias de Alfonso Ugarte)	Chimbote
20	10328446389	ROJAS MOYA SEGUNDO LEOPOLDO	Jr. Elías Aguirre 533 casco urbano	Chimbote
21	10423711472	ROJAS QUEZADA DANTE	Av. José Gálvez 377 15 casco urbano central	Chimbote
22	10327651833	ZAVALETA DE SAAVEDRA ELENA IDELSA	Jr. Alfonso Ugarte 374 casco urbano	Chimbote
23	10765973134	ZAVALETA ZEVALLOS JEFREY KEVIN	Jr. Alfonso Ugarte 730 1 (a media cuadra de la caja municipal)	Chimbote
24	20445235661	GRAPHIC CHIMBOTE SAC	Jr. Alfonso Ugarte nro. 577 cent cercado (1 piso, al costado de pollería cesar)	Chimbote
25	27 20114221440	ALDIR E.I.R.LTDA	Jr. Leoncio prado nro. 383 casco urbano	Chimbote
26	20445570291	GRAFICA BORJA'S E.I.R.L.	Jr. Elías Aguirre nro. 576 casco urbano (al costado de pizza mi barrio)	Chimbote
27	10329200006	JIQUEN RAVELLO YMELDA MERLY	Jr. Alfonso Ugarte 716 casco urbano	Chimbote

Anexo 04: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

Encuesta aplicado a los dueños, gerentes y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro imprentas, ubicadas en el Casco Urbano del distrito de Chimbote, Provincia del Santa, año 2019

El presente cuestionario tiene por finalidad recopilar información de las micro y pequeñas empresas, relacionadas al uso de las herramientas TIC (Tecnologías de Información y comunicación) y es estrictamente confidencial.

La información que usted brindara será utilizada con fines académicos y de investigación, por lo cual se le agradece su cooperación, para realizar el presente trabajo.

ENCUESTADOR: Gonzales Gamarra Jhonathan

FECHA:

I. Acerca de los representantes de las micro y pequeñas empresas.

1.- ¿Cuál es su edad?

- a. 18 a 30 años
- b. 31 a 50 años
- c. 51 a más años

2.- ¿Cuál es su género?

- a. Masculino
- b. Femenino

3.- ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a. Sin instrucción
- b. Primaria
- c. Secundaria
- d. Superior técnico
- e. Superior universitario

4.- ¿Qué cargo desempeña dentro de la empresa?

- a. Dueño
- b. Administrador
- c. Encargado
- d. Otro

5.- ¿Qué tiempo tiene en el cargo?

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

II. Acerca de las micro y pequeñas empresas.

6.- ¿Cuántos años de permanencia tiene su empresa en el mercado?

- a. De cero a tres años
- b. De tres a seis años
- c. De seis a más años

7.- ¿Cuenta su empresa con una misión y visión?

- a. Si
- b. No

8. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

- a. De 1 a 2 trabajadores
- b. De 3 a 4 trabajadores
- c. De 5 a más trabajadores

9.- ¿Cuál es la finalidad por la que se creó su empresa?

- a. Generar Utilidades
- b. Generar empleo
- c. Auto- empleo
- c. Satisfacer la demanda
- d. Otros

III. Acerca de la Gestión de calidad con el uso de las TIC

10.- ¿Conoce la Gestión de calidad?

- a. Si conoce
- b. Tiene poco conocimiento
- c. No conoce

11. ¿La gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio?

- a. Si
- b. No

12. ¿Qué técnica moderna conoce para gestionar calidad en la empresa?

- a. Benchmarking
- b. Marketing
- c. Atención al cliente
- d. Outsourcing
- e. Otro
- f. Ninguno

13. ¿Usa adecuadamente la técnica moderna para gestionar calidad?

- a. Si
- b. No

14. ¿Capacita a los trabajadores?

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

15. ¿Conoce las TIC?

- a. Si conoce
- b. Tiene poco conocimiento
- c. No conoce

16. ¿Usa adecuadamente las TIC?

- a. Si
- b. No

17.- ¿Para que usa las TIC?

- a. Para automatizar su equipo
- b. Para digitalizar
- c. Para hacer transacciones comerciales más rápidas
- d. Ninguno

18.- ¿Para que usa las TIC internamente en la empresa?

- a. Para controlar sus ventas
- b. Para tomar decisiones sobre compras
- c. Para hacer las evaluaciones de su stock
- d. Ninguno

19.- ¿Para que usa las TIC externamente en beneficio de la empresa?

- a. Para la atención a los clientes
- b. Para conocer sus inventarios
- c. Para determinar sus proveedores
- d. Ninguno

20.- ¿Qué tipo de redes sociales utiliza para impulsar las ventas?

- a. Facebook
- b. whatsApp
- c. Instagram
- d. Página web
- e. Ninguna
- f. Otras

Chimbote.....2019

Anexo 05: Tabulación

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
1. Edad	De 18 a 30 años	IIII	9	33.33
	De 31 a 50 años	IIIIIIIIII	18	66.66
	De 51 a más años		0	0.00
	Total	27	27	100.00
2. Genero	Masculino	IIIIIIIIII	16	59.26
	Femenino	IIIIII	11	40.74
	Total	27	27	100.00
3. Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.00
	Primaria		0	0.00
	Secundaria	IIII	4	14.81
	Superior técnico	IIIIII	10	37.04
	Superior universitario	IIIIIIII	13	48.15
	Total	27	27	100.00
4. Cargo en la empresa	Dueño	IIIIIIIIII	14	51.85
	Administrador	IIII	6	22.22
	Encargado	IIII	7	31.82
	Otro		0	.00
	Total	27	27	100.00
5. Tiempo en el cargo	De 0 a 3 años	IIII	4	14.81
	De 3 a 6 años	IIIIII	8	29.63
	De 6 a más años	IIIIIIIIII	15	55.56
	Total	27	27	100.00
6. Años de permanencia en el mercado	De cero a tres años	II	2	7.41
	De tres a seis años	IIII	5	18.52
	De seis a mas años	IIIIIIIIII	20	74.07
	Total	27	27	100.00
7. Misión y visión de la empresa	Si	IIIIII	8	29.63
	No	IIIIIIIIII	19	70.37
	Total	27	27	100.00
8. Número de trabajadores	De 1 a 2 trabajadores	IIIIII	8	29.63
	De 3 a 4 trabajadores	IIIIIIIIII	19	70.37
	De 5 a más trabajadores		0	0.00
	Total	27	27	100.00
9. Motivo de creación	Generar ganancias	IIIIIIIIII	21	77.78
	Generar empleo	II	2	7.41
	Auto-empelo	IIII	4	14.81
	Satisfacer la demanda		0	0.00
	Otros		0	0.00
	Total	27	27	100.00

Continúa...

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
10. Conocimiento de la gestión de calidad	Si conoce		12	44.44
	Tiene poco conocimiento		8	29.63
	No tiene conocimiento		7	25.93
	Total	27	27	100.00
11. Si la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio	Si		20	74.07
	No		7	25.93
	Total	27	27	100.00
12. Técnica moderna que conoce para gestionar calidad	Benchmarking		0	0.00
	Marketing		8	29.63
	Atención al cliente		16	59.26
	Outsourcing		0	0.00
	Otro		3	11.11
	Ninguno		0	0.00
Total	27	27	100.00	
13. Usa adecuadamente la técnica moderna para gestionar calidad	Si		9	33.33
	No		18	66.67
	Total	27	27	100.00
14. Capacita a sus trabajadores	Si		7	25.93
	A veces		10	37.04
	No		10	37.04
	Total	27	27	100.00
15. Conoce las TIC	Si conoce		18	66.67
	Tiene poco conocimiento		4	14.81
	No conoce		5	18.52
	Total	27	27	100.00
16. Usa adecuadamente las tic	Si		11	40.74
	No		16	59.26
	Total	27	27	100.00
17. Usa las TIC para:	Para automatizar su equipo		5	18.52
	Para digitalizar		2	7.41
	Para hacer transacciones comerciales más rápidas		6	22.22
	Ninguno		14	51.81
	Total	27	27	100.00

Continúa...

Pregunta	Respuesta	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
18. Uso interno de las TIC	Para controlar sus ventas	/// II	7	25.23
	Para tomar decisiones sobre compras	/// I	6	22.22
	Para hacer las evaluaciones de su stock	II	2	7.41
	Ninguno	/// /// II	12	44.44
	Total	27	27	100.00
19. Uso externo de las TIC	Para la atención a los clientes	/// III	8	29.63
	Para conocer sus inventarios		0	0.00
	Para determinar sus proveedores	/// I	6	22.22
	Ninguno	/// /// III	13	48.15
	Total	27	27	100.00
20. Tipo de redes sociales que utiliza para impulsar las ventas	Facebook	///	5	18.52
	whatsApp		0	0.00
	Instagram		0	0.00
	Página web	/// III	8	29.63
	Ninguna	/// /// II	12	44.44
	Otras	II	2	7.41
Total	27	27	100.00	

Anexo 06: Figuras

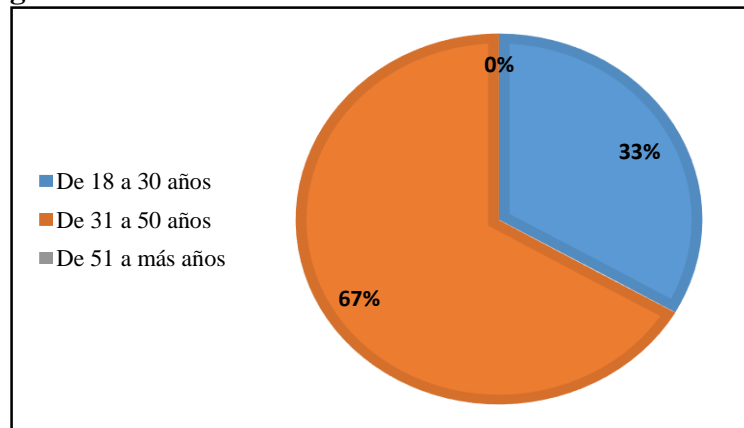


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

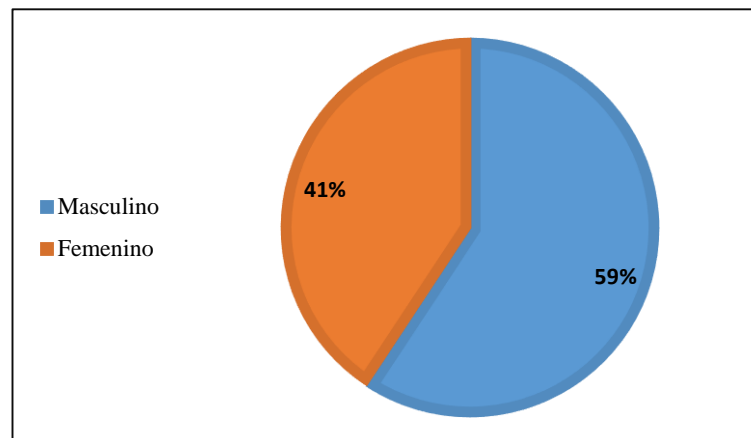


Figura 2. Género del representante

Fuente. Tabla 1

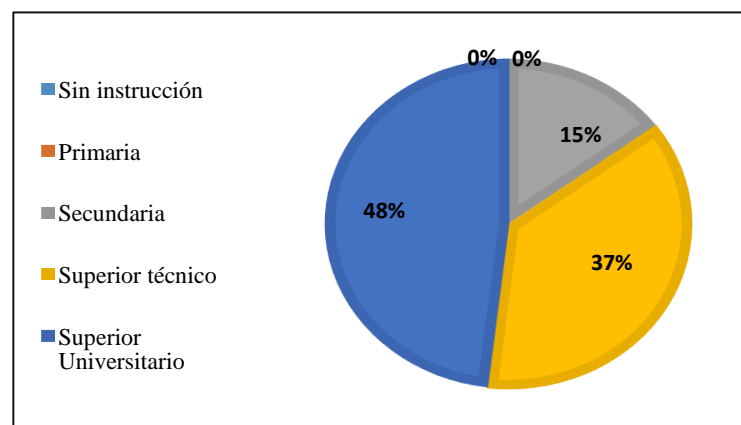


Figura 3. Grado de instrucción del representante

Fuente. Tabla 1

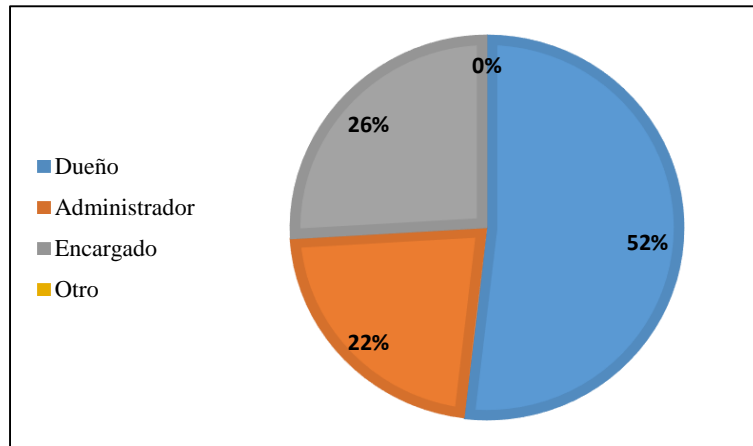


Figura 4. Cargo dentro de la empresa
Fuente. Tabla 1

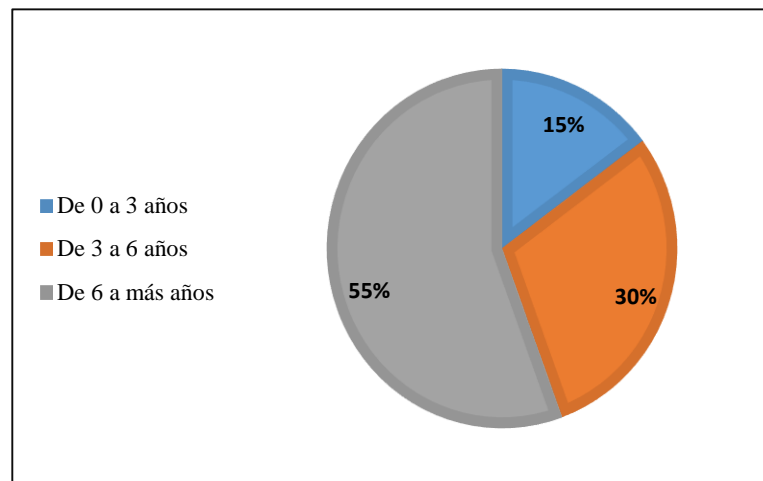


Figura 5. Tiempo en el cargo
Fuente. Tabla 1

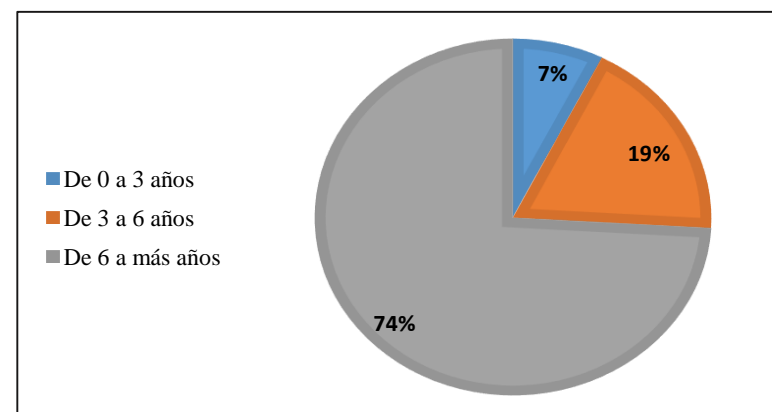


Figura 6: Años de permanencia en el mercado
Fuente: tabla 2

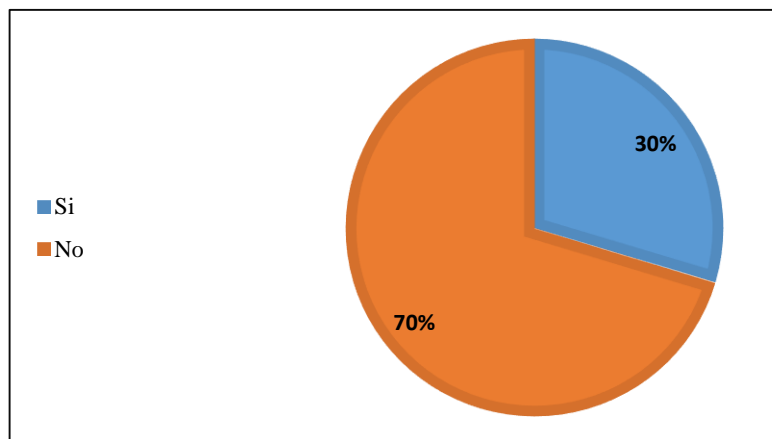


Figura 7. Misión y visión de la empresa

Fuente. Tabla 2

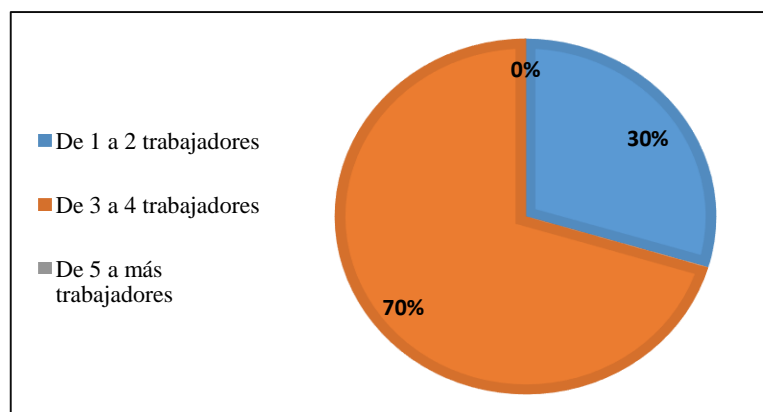


Figura 8. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

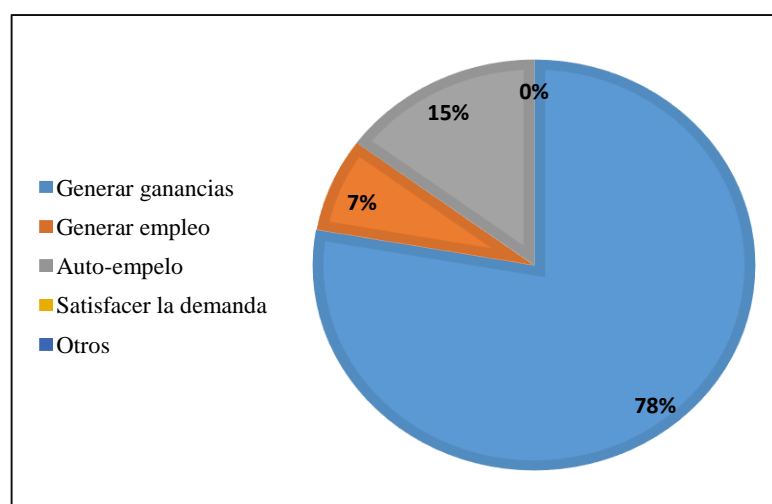


Figura 9. Motivo de creación

Fuente. Tabla 2

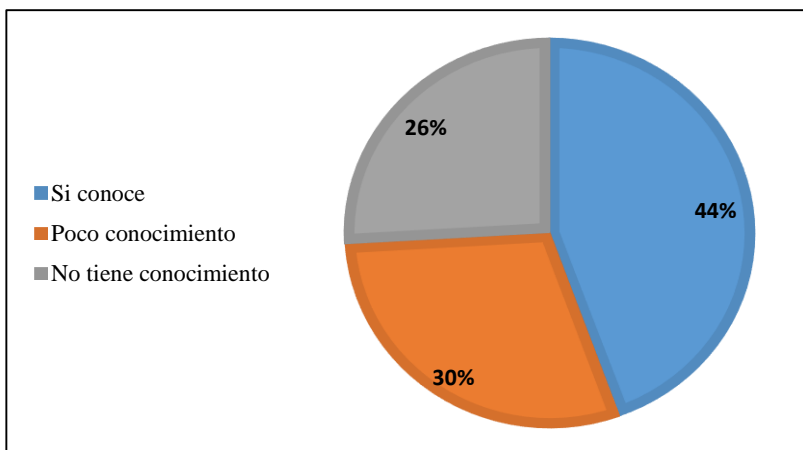


Figura 10. Conocimiento de la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

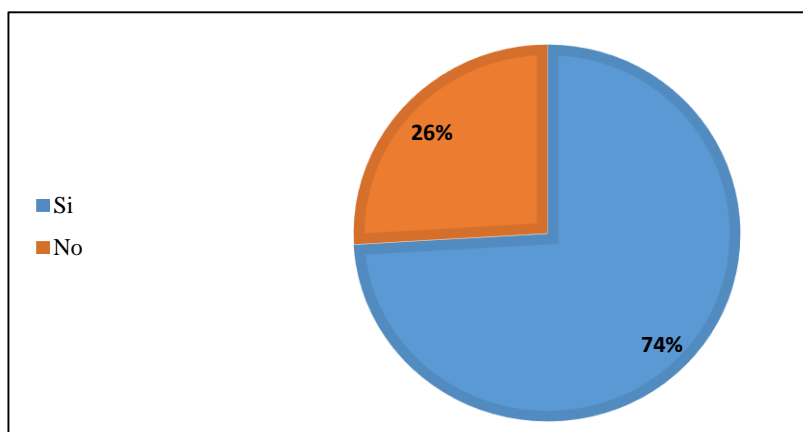


Figura 11: si la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio
Fuente: tabla 3

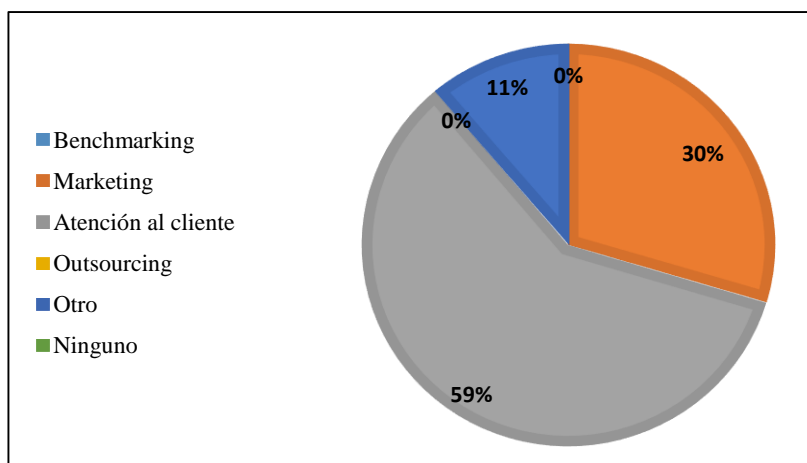


Figura 12: técnica moderna que conoce para gestionar calidad
Fuente: tabla 3

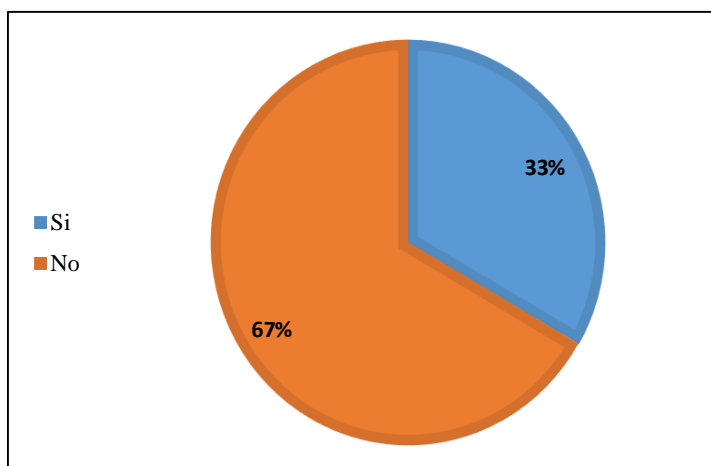


Figura 13. Uso adecuado de la técnica moderna
Fuente. Tabla 3

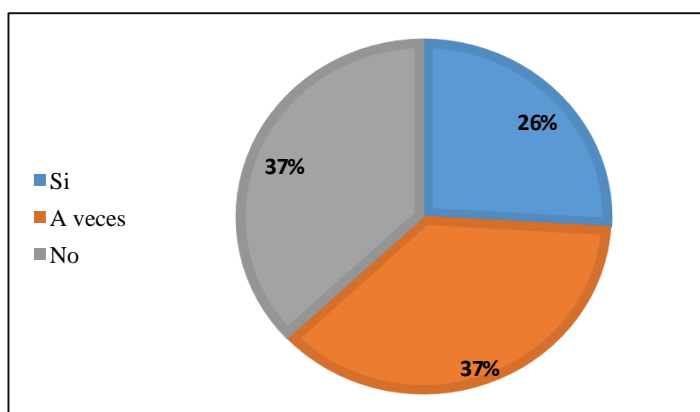


Figura 14. Capacitación a los trabajadores
Fuente. Tabla 3

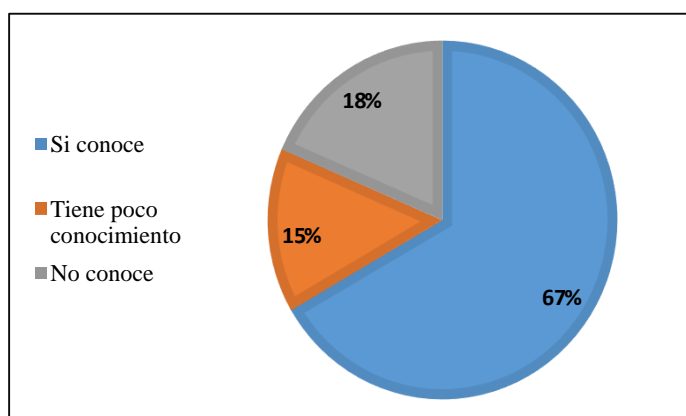


Figura 15. Conocimiento de las TIC
Fuente. Tabla 3

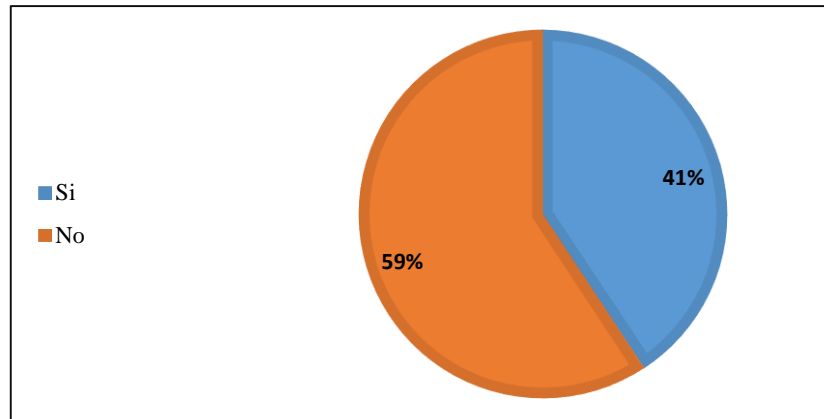


Figura 16. Uso adecuado de las TIC
Fuente. Tabla 3

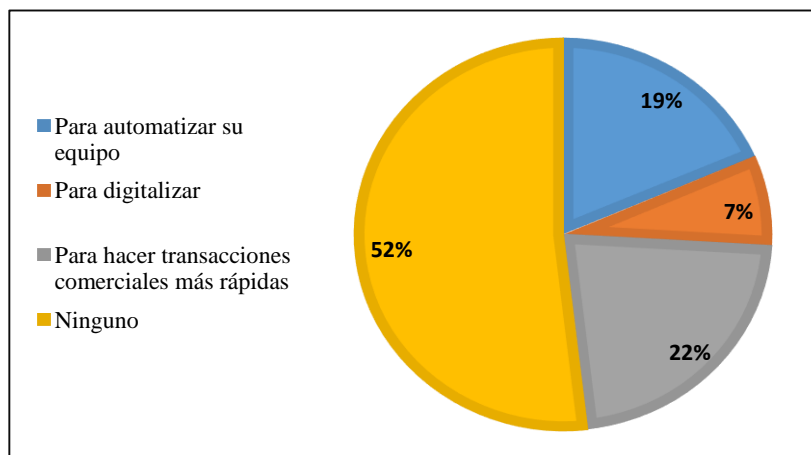


Figura 17. Usa las TIC para:
Fuente. Tabla 3

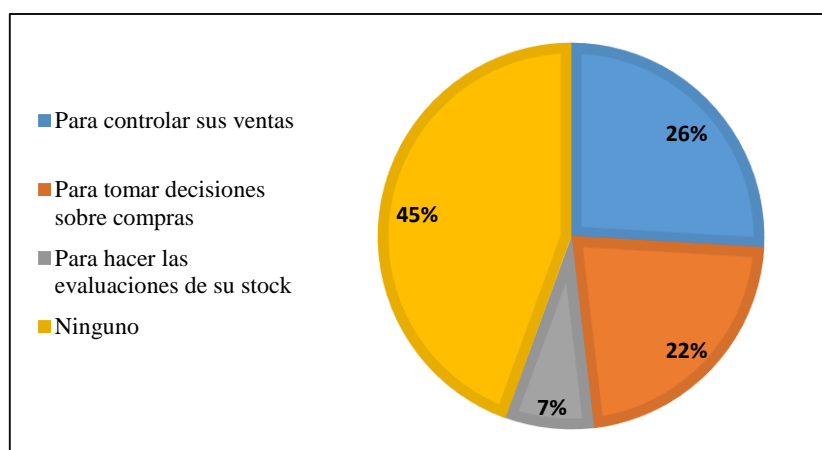


Figura 18. Uso interno de las TIC
Fuente. Tabla 3

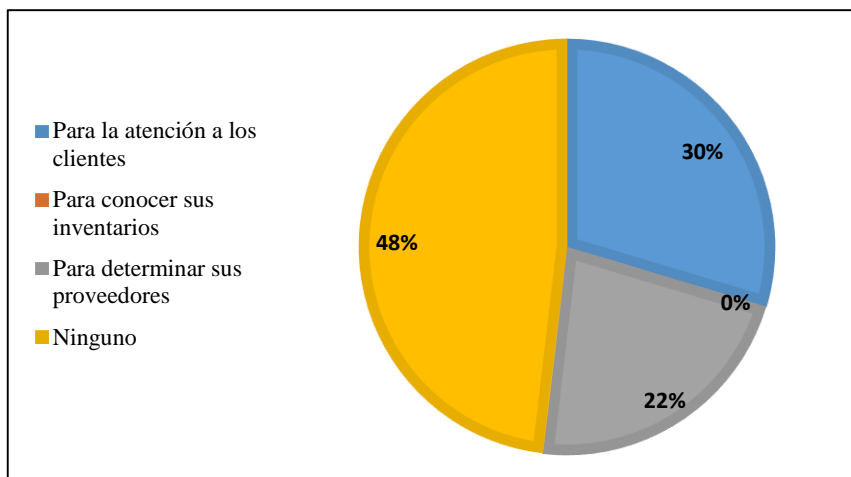


Figura 19. Uso externo de las TIC

Fuente. Tabla 3

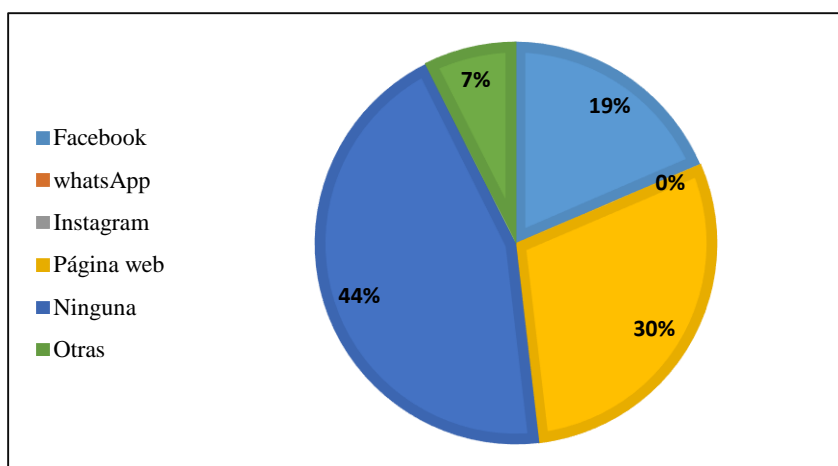


Figura 20. Tipo de redes sociales que utiliza para impulsar las ventas

Fuente. Tabla 3