



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO
RESTAURANTES EN EL CASCO URBANO DEL DISTRITO
DE CHIMBOTE, 2018

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

SALIRROSAS MORENO, PATRICIA LISBETH

ORCID: 0000-0002-3913-9304

ASESORA

Mgtr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Salirrosas Moreno, Patricia Lisbeth

ORCID: 0000-0002-3913-9304

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

ASESORA

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Presidente

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesora

AGRADECIMIENTO

A DIOS, creador del universo, por su amor y misericordia infinita que ha permitido que concluya con este informe y así poder cumplir con una meta trazada.

A mi asesora Elida Estrada Díaz por la enseñanza brindada y paciencia que me brindo durante el tiempo de elaboración de este informe y ser fuente de inspiración en mi profesión.

A la Escuela de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote por el soporte institucional dado para la realización de este trabajo de investigación y a cada uno de los docentes que aportaron en mi aprendizaje.

DEDICATORIA

A DIOS, porque todo lo que he logrado y obtendré es bajo su bendición, dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante.

A mis padres Benigna y Agustín por su inmenso amor, inculcarme buenos valores y enseñarme a seguir luchando por mis sueños.

A mis segundos padres Flor y Carlos García que me apoyaron y comprendieron durante mi tiempo de aprendizaje en la universidad.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La investigación fue de diseño no experimental – transversal - descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 23 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 21 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 52% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre 31 y 50 años, el 43% tiene grado superior, el 69% son dueños, el 60% de las micro y pequeñas tienen un tiempo de permanencia de 4 a 6 años, el 52% de los representantes conoce el termino gestión de calidad, el 52% conoce el termino TIC y el 47% no utiliza las tecnologías de la información y comunicación en su negocio. La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas en su mayoría desconocen la utilidad de las tecnologías de investigación y comunicación para su negocio y que aun teniendo un grado de estudio superior no consideran a la misma como una herramienta y como parte importante de una buena gestión de calidad.

Palabras Clave: Gestión, Microempresa, Tecnologías de Información

ABSTRACT

The present investigation had as a general objective: Determine the characteristics of Quality Management with the use of information and communication technologies in the micro and small businesses in the services sector, restaurants in the urban area of Chimbote district, 2018. The investigation was design no-experimental - transversal - descriptive, for the collection of information a sample population of 23 micro and small businesses was used, to which a structured questionnaire with 21 questions was applied through the survey technique obtaining the following results: The 52% of the representatives of micro and small businesses are between 31 and 50 years old, 43% have a higher degree, 69% are owners, 60% of micro and small businesses have a residence time of 4 to 6 years , 52% of the representatives know the term quality management, 52% know the term TIC and 47% do not use the information and communication technologies in their businesses. The investigation concludes that the representatives of micro and small companies mostly do not know the usefulness of information and communication technologies for their business and that even having a higher degree of study they do not consider it as a tool and as an important part of good management of quality.

Keywords: Information Technologies, Management, Microenterprise

CONTENIDO

1. Título de Tesis.....	i
2. Equipo de trabajo.....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria.....	iv
5. Resumen y abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción.....	1
II. Revisión de literatura.....	9
III. Hipótesis.....	42
IV. Metodología.....	43
4.1. Diseño de la investigación.....	43
4.2. Población y muestra.....	44
4.3. Definición y operacionalización de la variable e indicadores.....	45
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	48
4.5. Plan de análisis.....	48
4.6. Matriz de consistencia.....	49
4.7. Principios éticos.....	50
V. Resultados.....	51
5.1 Resultados.....	51
5.2 Análisis de resultados.....	56
VI. Conclusiones.....	65
Aspectos Complementarios.....	66
Referencias bibliografía.....	67
Anexos.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018	51
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	52
Tabla 3. Características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.....	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras (Anexos)

Figura 1. Edad del representante.....	83
Figura 2. Género del representante	83
Figura 3. Grado de instrucción	84
Figura 4. Cargo que desempeña.....	84
Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo	85
Figura 6. Tiempo de permanencia de la microempresa	85
Figura 7. Número de trabajadores.....	86
Figura 8. Relación con los trabajadores	86
Figura 9. Objetivo de creación.....	87
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad.....	87
Figura 11. Técnicas modernas de la gestion de calidad.....	88
Figura 12. Dificultades para la implementación de gestion de calidad	88
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal.....	89
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimienmo del negocio .	89
Figura 15. Conocimiento de las TIC.....	90
Figura 16. Computadora en la empresa	90
Figura 17. Nivel de computación.....	91
Figura 18. Uso del internet para ejecutar las compras de mercaderia	91
Figura 19. Tipo de redes sociales para impusar la venta de los productos	92
Figura 20. Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa	92
Figura 21. Beneficio obtenidos utilizando las TIC en la empresa	93

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial las micro y pequeñas empresas forman un componente muy importante para el desarrollo de la economía de los países, debido a que promueven la creación, crecimiento y desarrollo de diferentes campos como por ejemplo el empleo, el emprendimiento, la búsqueda de implementación de nueva tecnología entre otros; las micro y pequeñas empresas han logrado tener un papel significativo al emprender e iniciar importantes desafíos para el desarrollo, especialmente aquellos relacionados con la sostenibilidad y la prestación de servicios. En Kenia se realizó Global Entrepreneurship Summit que en español significa “Cumbre Mundial del Emprendimiento” en donde el ex presidente de los Estados Unidos Barack Obama mencionó que “el espíritu emprendedor crea nuevos empleos y nuevos negocios, crea nuevas maneras de prestar servicios básicos, crea nuevas maneras de ver el mundo; es el factor que impulsa la prosperidad”.

En el país de España las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99% de la sociedad económica así nos muestra en unos de sus informes el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (2018) donde nos refiere lo siguiente:

Respecto a la evolución reciente, en España, entre 2015 y 2016, se produce un incremento neto de 46.414 de empresas, la mayoría producidas en el estrato PYME (0 a 249 asalariados), y dentro de este, el mayor crecimiento se produce en las empresas sin asalariados con 31.654 unidades más, seguido de los estratos de 1 a 9 y de 10 a 50 asalariados, con 8.692 y 4.756 empresas más respectivamente. El estrato de empresas de 250 o más empleados, alcanza un crecimiento de 237 empresas (p.12).

Cada año en España después de la crisis sufrida en el año 2008 surgen pequeñas empresas de las cuales la mayoría son empresas sin asalariados que hasta la fecha de enero del 2017 representan el 55.6% y pequeñas empresas con hasta nueve asalariados son un 40% pero, así como surgen estas pequeñas empresas al poco tiempo de ser creadas tienen que cerrar. Uno de sus principales problemas es no diseñar estrategias TIC donde solo a la infraestructura tecnológica se tiene en cuenta como una necesidad y no como una inversión a futuro o valor agregado.

Las micro y pequeñas empresas también denominadas con las siglas MYPE, han ayudado de forma muy significativa al progreso de varios países debido a que forja más del 40% del empleo, estas cifras sustituidas a puestos de trabajo equivalen aproximadamente a unos 127 millones tan solo en países de Latinoamérica y el Caribe esta investigación fue realizada por la Organización Internacional del Trabajo en el año 2015. Este contexto no significa que refleje una realidad positiva y que todo este correcto, así como aparecen cada día nuevos negocios estas mismas pequeñas empresas no saben llevar una buena gestión de sus procesos ocasionando muchos problemas, los cuales se busca mejorar.

En Latinoamérica gran parte de las micro y pequeñas empresas no tienen una permanencia en el mercado por diversas razones dentro de ellas está la poca experiencia de los representantes de los mismos, porque tienen que desarrollarse en ámbitos que no se han preparado así nos menciona Ladagga (2016) “La mayoría de las personas que emprende un negocio son técnicos que dominan cierta área u oficio y que creen que por saber cómo hacer las cosas pueden desarrollar un negocio relacionado” una muestra donde se refleja esta cita es cuando una persona se prepara para ser chef tanto empírica o académicamente y como meta logra poner su propio negocio, un

restaurante, del cual debe analizar muchos temas como el manejo de personal, preparar estrategias de marketing, conocimiento de herramientas tecnológicas, manejo de la parte administrativa y financiera del negocio de los cuales tiene poco o ningún conocimiento.

En el ámbito peruano las micro y pequeñas empresas cada día van surgiendo y desarrollándose lo que conlleva a que estos negocios sean un sector de mucha importancia en el sector económico, las mypes representan un 97.9% del total de establecimientos nacionales, pero como se mencionó anteriormente las mypes presentan una serie de problemas de gestión.

Las tecnologías de información y comunicación intervienen de alguna manera en las mypes sobre todo en la agilización de sus procesos o sirven para dar a conocer el producto o servicio que brindan, pero que tan interesados están los representantes de las mypes en saber sobre el tema de tecnología, según una encuesta elaborada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática con sus siglas INEI dio un panorama al respecto sobre la diferencia que hay entre los segmentos empresariales, INEI (2016) se obtuvo los siguientes datos:

El 39.6% de las grandes empresas invirtieron en ciencia y tecnología, de las medianas empresas lo hicieron el 35.8 % y de las pequeñas empresas el 18.9%, observándose una relación directa entre la inversión en ciencia y tecnología y el segmento empresarial (p.7).

Una de las principales razones para que la economía del país continúe desarrollándose es el avance progresivo de estas unidades económicas llamadas mypes y no obstante aunque sea contradictorio las micro y pequeñas empresas surgen en su

mayoría por diferentes problemas como por ejemplo el despido, debido a que las grandes empresas cuando tienen dificultades económicas les resulta más conveniente el despido del personal, a raíz de esta situación de crisis las personas desempleadas emprenden una pequeña empresa; otro factor para el surgimiento de las micro y pequeñas empresas es el traslado de los pobladores de la sierra a la costa. Ante esta coyuntura surgen nuevas y pequeñas empresas de las cuales la mayoría tiene diversos problemas.

En tanto como a las familias se le define como la unidad fundamental de la sociedad a las micro y pequeñas empresas se le define como una unidad económica, la cual es significativo para el desarrollo de la economía del país, esta unidad está constituida por una persona natural o jurídica desarrollando diferentes actividades las cuales pueden brindar bienes o servicios. Y como es toda familia hay una serie de problemas las micro y pequeñas empresas también las tienen.

Las micro y pequeñas empresas presentan una serie de problemáticas dentro de las cuales esta una mala gestión de calidad que con el pasar del tiempo generan la extinción de la misma, el no buen aprovechamiento de la tecnología que se ofrece es otro problema porque genera no estar a la vanguardia de la actualidad y no obtener los beneficios que ofrece la tecnología.

El conocimiento sobre calidad e inclusive gestión no es un argumento nuevo ha ido progresando con el pasar del tiempo, no bajo la descripción que se conoce ahora, pero este concepto existía en la mente de las personas de las antiguas culturas que buscaban la perfección en lo que ejecutaban. Un ejemplo para esta anotación es que la calidad existe o es tomado en cuenta desde tiempos antiguos, las culturas incas son una evidencia clara de que buscaban una buena calidad en la realización de sus

monumentos y se ve reflejado en una de las 7 maravillas mundiales “Machu Picchu”, para la realización de esta majestuosa obra se realizó todo un sistema de calidad y para con ello lograr una majestuosa obra de arte; con el pasar del tiempo en la época de la revolución industrial cambian los detalles en el manejo y control de los procesos ya no son manuales sino se mecanizaron dando mayor prioridad a la cantidad de producción no teniendo cuidado en la calidad que podría ofrecer el producto, la inspección del producto se realizaba al final del proceso de su elaboración. Con esto se dio un inicio de vinculación entre la tecnología y la calidad, conforme pasaron los años los clientes exigen un mejor producto que se adapte a sus nuevas necesidades entonces la dirección del concepto de gestión de calidad va cambiando, no solo es inspeccionar o verificar el producto al final del proceso se tiene que plasmar lineamientos de calidad durante el desarrollo de la producción del producto o servicio a brindar, este cumplimiento de estándares también se debe exigir en las distintas áreas de la organización.

El no dar solución a esta problemática de no llevar una buena gestión de calidad dentro de estas unidades económicas o no aprovechar la tecnología para el desarrollo de sus diferentes procesos puede generar una serie de consecuencias como por ejemplo insatisfacción de sus clientes, pérdida de dinero, no aprovechamiento de sus recursos y hasta la extinción de la micro y pequeña empresa.

Existe una relación entre la gestión de calidad y la tecnología de la información y comunicación porque la gestión de calidad busca la mejora continua en todos los niveles de la organización y para ello necesita de las herramientas de la tecnología como soporte y dinamizador las cuales se realizará en tiempo real. La tecnología de la información y comunicación también llamada por las siglas TIC, tiene una relación con la calidad en la forma de que conforme pasan los años va evolucionando también

y empleando una excelente tecnología es casi seguro que se ofrecerá un producto o servicio de calidad en cualquier tipo de empresa. Tanto para una micro empresa o una gran empresa dentro de sus objetivos deben estar un manejo adecuado de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación.

En las diferentes ciudades del país se forman mypes que ofrecen diferentes productos o servicios y para ello se implementan tecnológicamente con herramientas acordes a sus necesidades, en la ciudad de Chimbote existen mypes que utilizan estas herramientas tecnológicas según a sus requerimientos.

El presente trabajo de investigación se enfocó en el rubro de restaurantes, es un negocio que cada día va creciendo más, no obstante con el pasar del tiempo desaparecen y solo quedan unos cuantos, estos negocios en su mayoría tienen poco o nada de conocimiento sobre la gestión de calidad, como también no tienen un conocimiento claro sobre las tecnologías de la información y comunicación es por ello que se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?

Para poder dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el casco urbano del

distrito de Chimbote, 2018. Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. Describir las características de gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

Este trabajo de investigación se justificó porque brinda conocimiento referente a la gestión de calidad y la relación que tiene con las TIC y como ambos benefician a la empresa en mejorar sus procesos tanto internos como externos, mejora la calidad y brindar un buen servicio, dando a la empresa y representantes un valor agregado que permitirá sobresalir en el mercado y obtener más ganancias.

La investigación fue de diseño no experimental – transversal - descriptivo, para el recojo de información se utilizó una población muestral de 23 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 21 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: el 52% de los representantes de las micro y pequeñas empresas están entre los 31 y 50 años, el 56% son de sexo femenino, el 43% tiene grado de instrucción superior de estudio, el 69% son los dueños, el 43% tiene entre 4 a 6 años en el cargo, como también el 60% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años de permanecía en el mercado, el 69% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 56% no contrata a familiares, el 86% creo la micro empresa para generar ganancia, el 52% de los representantes conocen el termino de gestión de calidad, el 39% conoce la técnica moderna del marketing, el 43% menciona que sus trabajadores tiene un aprendizaje lento para la implementación de la gestión de calidad, el 47% utiliza la observación como técnica de para medir el rendimiento, el 100% menciona que la gestión de calidad contribuye a mejorar el negocio, el 52%

conoce el termino TIC, el 56% tiene una computadora en su empresa, el 47% tiene un nivel bueno de computación, el 39% usa el internet para compras de mercadería, el 60% utiliza las redes sociales para impulsar las ventas, el 52% utiliza algunas veces el teléfono para coordinaciones de la microempresa y el 47% no obtiene un beneficio de las TIC en el negocio porque no lo utiliza.

La investigación concluye que los representantes de las micro y pequeñas empresas en su mayoría dicen conocer sobre gestión de calidad y que contribuye a mejorar el negocio, pero la mayoría desconocen la utilidad de las tecnologías de investigación y comunicación para su negocio y que aun teniendo un grado de estudio superior no consideran a la misma como una herramienta y como parte importante de una buena gestión de calidad.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Escoto, Flores y Morales (2017) en su tesis *Incidencia de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la promoción turística del restaurante Vuela Vuela ubicado en la ciudad de Estelí*. Tuvo como objetivo general: evaluar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la promoción turística del restaurante Vuela Vuela. Y planteo los siguientes objetivos específicos: describir la situación actual del restaurante Vuela Vuela con respecto a la promoción turística. Diagnosticar que tipo de tecnologías de información y comunicación son implementadas dentro del restaurante Vuela Vuela. Proponer estrategias de marketing digital que contribuyan al uso de las TIC en la promoción turística del restaurante Vuela Vuela. La metodología utilizada fue la siguiente: utilizó el método inductivo, poniendo en práctica la investigación exploratoria y descriptiva; realizada en el tiempo comprendido de septiembre, octubre y noviembre del año 2016. Como instrumentos utilizados para la recolección de datos, se realizó una entrevista estructurada, dirigida a los responsables del restaurante, así mismo se aplicaron encuestas a los clientes para conocer la percepción externa del uso de la tecnología en promoción turística, de igual manera se hizo grupo focal con colaboradores del local. Después de realizar la entrevista a los responsables del restaurante se obtuvo que el negocio carece de equipos tecnológicos para la promoción turística, facturación manual, cuentan con ordenador que no es utilizado todo el tiempo, los pedidos son escritos en comandas, el establecimiento facilita la opción de geolocalización a los usuarios, tienen poca presencia y afluencia de visitas a internet y tienen una página Web. La investigación

concluye que: las tecnologías de la información y la comunicación, hoy en día, son la base para brindar un servicio de calidad en las empresas turísticas.

Jijena (2015) en su tesis *TIC, co-innovación y productividad de las pequeñas y medianas empresas en Chile: evidencia empírica y comparación internacional de resultados*. Tuvo como objetivo general: verificar las relaciones de complementariedad entre las fuentes de co-innovación (uso de las tecnologías de la información y comunicación, cualificación del capital humano, formas de gestión organizacional) y su impacto en la productividad de las pequeñas y medianas empresas chilenas. Y planteó los siguientes objetivos específicos: efectuar un análisis empírico de las principales variables que constituyen las fuentes de co-innovación en las pequeñas y medianas empresas chilenas. Establecer relaciones de complementariedad entre las fuentes de co-innovación y verificar cómo ésta impacta en la productividad. Comparar los resultados observados para la economía chilena con los de la economía catalana, destacando fortalezas y debilidades. Establecer un análisis comparativo de la experiencia chilena con la de otros países. Proponer recomendaciones para la pequeña y mediana empresa chilena, en base a los resultados de la investigación. La metodología utilizada correspondió a una muestra probabilística de 3,202 empresas chilenas con ventas anuales superiores a 2,400 UF (US\$ 82.348, al 31-12-2006), representativa de 12 sectores de la economía y de 4 estratos de tamaño de empresas, definidos en función del valor de sus ventas anuales de acuerdo al criterio del servicio de impuestos internos. La investigación concluye que los resultados confirman lo adelantado. Como resultado del análisis de los datos entregados en la muestra de las PYME chilenas, se constata una baja productividad del trabajo, la cual visibiliza

elementos para una explicación en las relaciones de complementariedad que se establecen entre el uso de las TIC, las nuevas las formas de organización del trabajo y la cualificación de los trabajadores. Fuertes indicadores de complementariedad indicarían fuertes relaciones laborales basadas en la seguridad del trabajo, la presencia de flexibilidad laboral y una cultura de innovación. Las empresas –independientes del tamaño– valoran las TIC, reconociendo en éstas un medio para mejorar su eficiencia y competitividad. Aun así, la inversión en ellas como porcentaje respecto de las ventas totales, se encuentran bajo la tendencia en relación a países de mayor desarrollo.

Peña (2014) en su tesis *Propuesta de diseño de un modelo de gestión basado en la integración de herramientas de tecnología de información (IT) a partir del análisis del estado de madurez de procesos (CMM) para micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en Bogotá, caso de estudio*. Tuvo como objetivo general: diseñar un modelo de gestión basado en la integración de herramientas de tecnología de la información para las MiPymes, a partir del análisis del estado de madurez de sus procesos (CMM), empleando como caso de estudio una MiPyme de un sector productivo de Bogotá. Y planteo los siguientes objetivos específicos: Realizar un diagnóstico general de las MiPymes en Bogotá a partir de información sectorial y gubernamental, con el fin de caracterizar los modelos de gestión que en ellas son aplicables. Caracterizar los procesos sobre los que se sustenta la administración y gestión de las MiPymes, con el fin de formular estrategias para la adopción e implementación de herramientas basadas en tecnologías de la información a partir del análisis de madurez de los procesos (CMM). Diseñar el modelo de gestión que permita a las MiPymes adoptar herramientas de tecnología de información que contribuyan al

logro de su objeto social de manera efectiva. Documentar un caso de estudio que permita validar el modelo de gestión y proveer las recomendaciones correspondientes para la MiPyme seleccionada. La metodología utilizada fue la siguiente: La metodología sobre la cual se basa la dinámica del modelo de gestión propuesto se denomina IDEAL. El modelo IDEAL fue inicialmente creado como un modelo de ciclo de vida para la mejora de procesos basado en el CMM pero su aplicación es mucho más amplia. La investigación concluye que: El diagnóstico arroja que existen 7 factores que juegan en contra para las MiPymes: la informalidad, la baja calidad de los empleos que ofrece, no obtienen ventajas de programas de apoyo del gobierno y sectores productivos, el desconocimiento del entorno, falta de definición y segmentación de mercados meta, la baja inversión en investigación y desarrollo y la baja capacidad de asociatividad. Desde la implantación y operación las variables que afectan la implantación y operación de tecnologías de la información para el mejoramiento de los procesos corresponden a 7 factores: la baja capacidad de absorción tecnológica, no tienen soportes tecnológicos, informáticos y programas de apoyo, niveles muy bajos de madurez de sus procesos, escasa infraestructura, procesos inflexibles y poco ágiles y gestión subjetiva y no basada en indicadores, desconocimiento de las herramientas de mejoramiento y tecnologías de la información. Desde las tecnologías de la información, las MiPymes que adopten el modelo propuesto, adquieren una visión integradora de la gerencia de procesos de negocio, el modelo de madurez de procesos BPMM y las dimensiones de la tecnología de la información y los tipos de sistemas de información. Este modelo propuesto, otorga a la MiPymes un escenario de adopción de metodologías de mejoramiento tecnológico e iniciativas en el uso de las TIC con base en la propuesta de la sociedad para la

promoción y reconversión industrial – SPRI, en la medida que integra las dimensiones de los procesos de negocio, la madurez de los procesos y los sistemas de información.

Antecedentes Nacionales

Aguirre (2017) en su tesis *Influencias de las TICS en el beneficio de las MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María, 2016* tuvo como objetivo general: analizar la manera en que el uso de las tics influye en mejorar la satisfacción de servicio de las MYPES en el sector culinario de la ciudad de Tingo María, 2016 y planteo los siguientes objetivos específicos: identificar las tecnologías que se podrán aplicar para mejorar la satisfacción de servicio de las MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María. Identificar el grado de utilización de las TIC para mejorar la satisfacción de servicio de las MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María. Analizar la seguridad que brinda las TIC para mejorar la satisfacción de servicio de las MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María. La metodología estuvo basada en un enfoque cuantitativo de tipo aplicado de nivel descriptivo - explicativo. La muestra fue 15 restaurantes a quienes se les aplico un cuestionario obteniendo los siguientes resultados: el 35% de los restaurantes usan conexión a internet, el 30% utiliza las redes sociales, el 37% utiliza el catálogo de productos y servicios como herramienta de transacción comercial, el 42% utiliza herramientas web y por último se encuestó a 30 clientes de cada restaurante de la muestra y se obtuvo que el 60% de clientes opinan que el servicio de tecnología es malo – muy malo, La investigación concluye que se demuestra que la interacción entre las formas de instrumentos tics y satisfacción si influye para la modernización de los restaurantes en Tingo María con la

implementación de tics, de esta manera genera más clientes, más ingresos económico y más prestigio para la empresa.

Fabián (2017) en su tesis *Uso de las redes sociales en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016*. Tuvo como objetivo general: conocer la influencia del uso de las redes sociales en promoción digital de ventas de los restaurantes de Huánuco, 2016 y planteo los siguientes objetivos específicos: describir cómo las gestiones comerciales de redes sociales influyen en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016. Analizar cuáles son los anuncios publicitarios en las redes sociales que más impactan en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016. Describir como las comunicaciones interactivas a través de las redes sociales causan mejor impacto en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016. La metodología estuvo basada en un diseño no experimental de tipo cuantitativo, descriptivo y correlacional, para lo cual se diseñó un cuestionario estructurado de 17 preguntas para la recolección de los datos. Los resultados más relevantes sobre la hipótesis general arrojaron como resultado la significancia y una relación directa moderada entre las variables, pero para las dimensiones correspondientes no se encontró significancia alguna, siendo sus resultados los siguientes: el 82% considera que las redes sociales son el medio más eficaz para difusión publicitaria, el 82% considero que Facebook es la red social más utilizada por los restaurantes, el 53% viene utilizando las redes sociales hace un año, el 94% de los dueños administra las cuentas de redes sociales, el 84% publica fotografías como contenido para anuncios publicitarios, el 66% utilizan las cámaras de sus dispositivos móviles para las fotografías, el 46% siempre realiza retoques con

fotoshop, el 66% el tiempo de permanencia de los contenidos publicitarios en la red permanecen más de un día, el 35% mantiene una comunicación unidimensional con sus clientes, el 33% realiza el seguimiento continuamente a comentarios o quejas de sus clientes, el 35% publican en su portal sobre los ambientes del negocio, el 46% dan descuento por reservaciones anticipadas, el 59% no obsequian artículos para fidelización. La investigación concluye que se puede mencionar que los restaurantes están tratando de implementarse y adaptándose muy lentamente hacia las nuevas tendencias de las redes sociales, medios digitales y virtuales, de cuyas causas y características fundamentales se desconoce.

Picoy (2017) en su tesis *Influencia de las TICS en el beneficio del sector culinario de la ciudad de Huánuco, 2016* que tuvo como objetivo general: Determinar el grado de influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el desempeño laboral de las PYMES del sector culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017 y planteo los siguientes objetivos específicos: Identificar las tecnologías de Información y comunicación que se utilizan en las PYMES del sector culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017. Identificar de qué manera las tecnologías de información y comunicación influyen en las PYMES del sector culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017. Formular las acciones que se deben realizar dependiendo de la influencia de las tecnologías de información y comunicación en las PYMES del sector culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017. La metodología estuvo basada en profundizar el análisis e interpretación de los resultados en donde utilizó el diseño no experimental, de nivel descriptivo correlacional explicativo, se trabajó con una muestra de 50 trabajadores de

las PYMES del sector culinario, seleccionados mediante el tipo de muestreo por selección intencionada a quienes se les practico un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados fueron los siguientes: el 28% está totalmente de acuerdo que un software le ayuda en las ventas, el 28% está totalmente de acuerdo que la forma de pago virtual les ayuda, el 28% está totalmente de acuerdo que los equipos tecnológicos les ayudan, el 28% está totalmente de acuerdo que los recursos tecnológicos están a su alcance, el 26% está totalmente de acuerdo en que las cámaras de seguridad les ayuda, el 36% están totalmente de acuerdo que acceden a la web en necesidad de la empresa, el 32% están totalmente de acuerdo que la tecnología GPS ayuda a la empresa, el 100% no poseen una página web, el 32% están totalmente de acuerdo que el uso de redes sociales ayuda a la empresa, el 26% están totalmente de acuerdo que su nivel de producción es acorde a las políticas de la entidad, el 26% están totalmente de acuerdo que cumplen con eficiencia su trabajo, el 28% están totalmente de acuerdo que tienen un nivel de capacitación alto, el 28% están totalmente de acuerdo que tienen un nivel de habilidad alto, el 26% están totalmente de acuerdo que llegan a cumplir con las metas, el 28% están totalmente de acuerdo que llegan a cumplir con las metas de los cronogramas establecidos, el 26% están totalmente de acuerdo que cumple con las tareas establecidas, el 28% están totalmente de acuerdo que logra desarrollar su trabajo con calidad, el 28% están totalmente de acuerdo que su grado de responsabilidad está acorde a su capacidad profesional, el 28% están totalmente de acuerdo que tienen un nivel alto de conocimiento técnico, el 32% están totalmente de acuerdo que las actividades se realizan en un tiempo óptimo. Para estimar los estadígrafos se usó la estadística descriptiva e inferencial y para la contrastación de la hipótesis se aplicó la prueba de correlaciones. La investigación concluye que la correlación es moderada, el

cual se confirma que “La influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación afecta al desempeño laboral de las PYMES del sector Culinario más reconocidas de la ciudad de Huánuco, 2017”

Antecedentes Locales

Abanto (2017) en su tesis *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017*. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017. Y planteo los siguientes objetivos específicos describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017, así mismo, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017, y determinar las principales características de Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017. La metodología utilizada fue la siguiente: el tipo de investigación fue descriptivo y correlacional. El nivel de investigación fue aplicado. El diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental – transversal. La población muestral del estudio está conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017. La cual se obtuvo mediante un sondeo. Llegó a los siguientes resultados: el 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene una edad entre 31 a 50 años, el 85,7% de los representantes de las micro y pequeñas

empresas son de género masculino, el 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen estudios secundarios, el 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, el 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo más de 7 años, el 62,5 % de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años, el 100,0% de las micro y pequeñas empresas tienen entre tiene entre 1 a 5 colaboradores, el 75,0% de las micro y pequeñas empresas tienen como trabajadores a personas no familiares, el 75,0% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancias, el 100,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad, el 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican en su gestión el liderazgo empresarial, el 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, el 75,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación, el 62,5% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa, el 75,0% de los representantes de las micros y pequeñas empresas si se capacitan, el 62,5% de los trabajadores de las micros y pequeñas empresas si han recibido el curso de capacitación este último año, el 50,0% de los trabajadores de las micros y pequeñas empresas han recibido el capacitación en el tema de dirección empresarial, el 75,0% de los representantes encuestados de las micros y pequeñas empresas, considera que la capacitación es relevante, el 100,0% de los representantes encuestados de las micros y pequeñas empresas consideran que la capacitación es una inversión. La investigación concluye que el 75% de los representantes tienen entre 31 a 50 años, el 87,5% son de género femenino, el 100%

tienen estudios secundarios, así también son los dueños y el 62,5% tienen en el cargo más de 7 años. El 62,5% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, el 100% cuentan entre 1 a 5 colaboradores, el 75% tienen a personas no familiares trabajando para sus negocios y el 75% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. El 100% de los representantes no conocen el término de gestión de calidad, el 75% aplican la técnica de liderazgo empresarial, el 62% tienen poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, el 75% miden el rendimiento de su personal a través de la observación, aseguran que el personal tiene poca iniciativa en la aplicación de la gestión de calidad, el 62,5% consideran que la gestión de calidad mejora el rendimiento. Por otra parte, los microempresarios el 75% de los representantes no se capacitan, el 75% del personal no ha recibido capacitación, el 75% no han recibido un curso de capacitación en estos últimos años, el 75% no han recibido ningún tema de capacitación, el 75% consideran que la capacitación es relevante y 100% consideran es una inversión.

Flores (2017) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo general determinar la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016 y planteo los siguientes objetivos específicos: determinar las principales características de los empresarios y las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016. Identificar las características de la gestión de calidad bajo el

enfoque del marketing de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016. Identificar las características de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016. Establecer la influencia de la gestión de calidad bajo el enfoque del marketing en la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016. La metodología utilizada fue la siguiente: el tipo de investigación fue descriptivo y correlacional. El nivel de investigación fue aplicado. El diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental – transversal. Se utilizó una población muestral de 4 micro y pequeñas empresas. Llegó a los siguientes resultados: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene de 48 a 62 años, el 50% son de género masculino, el 75% tienen grado de instrucción superior técnico, el 100% de los encuestados aseguran que la Mype tiene de 5 a 10 años de funcionamiento, el 75% tienen de 0 a 3 trabajadores, el 100% de los encuestados no cuenta con un plan de marketing, el 75% casi siempre se traza una visión para la empresa, el 75% casi siempre se traza objetivos de corto y mediano plazo, el 75% a veces si a veces no analiza el mercado permanentemente, el 50% casi siempre utiliza estrategias de ventas, el 75% utiliza las ofertas como estrategias, el 75% asegura que sus colaboradores a veces si a veces no están comprometidos con las estrategias que se implementa, el 75% asegura que nunca capacita y motiva a sus colaboradores, el 100% de los encuestados no cuenta con una base de datos de los clientes, el 50% asegura que a veces si a veces no se comunica con el cliente, el 50% casi siempre se preocupan por diferenciarse de la competencia, El 75% asegura que el servicio siempre cumple con los estándares de calidad, el 100%

de encuestados asegura que si tiene una marca, el 100% de encuestados asegura que si tiene una marca, el 75% se diferencia de la competencia por el producto, el 75% no ha implementado el servicio de delivery, el 100% de encuestados definen el precio agregando un margen de ganancias después de sacar el costo, el 50% utiliza los medios físicos como gigantografías y volantes, el 50% asegura que a veces si a veces no disminuyen sus ventas cuando ingresan nuevas empresas del rubro al mercado, el 75% indica que un poco de los clientes de la competencia han sido sus clientes, El 50% asegura que los proveedores siempre definen los costes de los productos, El 75% asegura que nunca varía el precio por influencia de los compradores, el 50% indica que si conoce a sus principales competidores, el 75% aseguran que uno de los factores más importantes que le permiten desarrollar competitividad es la marca de la empresa, el 75% aseguran que la gestión de Calidad bajo el enfoque del marketing está en un nivel regular, el 75% aseguran que la Competitividad está en un nivel regular. La investigación concluye que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016, están siendo dirigidas por personas adultas de 48 a 62 años, del género femenino, tienen grado de instrucción superior técnico. Los representantes de las microempresas en estudio mencionan que no han diseñado un plan de marketing en un documento formal eso no quiere decir que no realizan marketing porque si lo hacen dado que utilizan estrategias para vender y realizan publicidad a través de gigantografías para dar a conocer los productos, ubicación y horarios de atención de sus establecimientos. La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio aseguran que a veces baja sus ventas por la aparición de una nueva empresa del mismo rubro porque algunos de los clientes acuden a estos nuevos establecimientos por simple

curiosidad, pero siempre regresan porque en ningún lugar se sienten a gusto como en sus empresas además menciona que poco de los clientes de la competencia han sido sus clientes esto debido a que algunos eligen los precios bajos antes que la calidad si bien es cierto se les entiende porque la situación económica de la ciudad de Chimbote no es muy buena por la escases de trabajo por lo cual tienen que optar por lo barato dejando de lado la calidad y menciona que uno los factores más importantes que genera competitividad su empresa es la marca porque el nombre de sus empresas es sinónimo de calidad, buena atención, buen ambiente y sobre todo porque ofrece el mejor pollo a la brasa. Las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016 mencionan que no han diseñado un plan de marketing en un documento formal eso no quiere decir que no realizan marketing porque si lo hacen dado que utilizan estrategias para vender y realizan publicidad a través de gigantografías para dar a conocer los productos, ubicación y horarios de atención de sus establecimientos, además ofrecen una buena atención a los clientes y el ambiente es buen, esto hace que el nombre de sus empresas sea considerado como un sinónimo de calidad, diferenciándose de las demás empresas siendo competitivas en el mercado en el que se encuentran ubicadas.

Jáuregui (2017) en su tesis *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014*. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de gestión de calidad en el micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Y planteó los siguientes objetivos específicos: describir las principales características de

gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, servicio rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014. La metodología estuvo basada en una investigación de tipo descriptiva. El nivel de investigación fue cuantitativo. El diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental – transversal. La población muestral está conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, 2014. Es decir, la población muestral se utilizó el 100% de las micro y pequeñas empresas que estuvieron disponibles al momento del estudio. Esta población se encontró mediante un sondeo en la zona de influencia del estudio y el criterio de selección está dado en función de la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes y/o gerentes de dicho rubro. Llegó a los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes de la urbanización Los Héroes del distrito de Nuevo Chimbote, tienen una edad promedio de 18 a 30 años, el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, el 53.33 % tienen grado de instrucción secundaria, el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, el 37,5% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 3 trabajadores, el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo

maximizar ganancias, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desconocen el término gestión de calidad, el 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas utilizan la técnica del liderazgo, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas aplican el liderazgo democrático, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas no siguen un plan de negocios estratégico, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas perciben que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos, el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han logrado con la gestión de calidad, ofertar productos de mayor y mejor calidad. La investigación concluye que la totalidad de las micro y pequeñas empresas no conocen técnicas de gestión, los que conocen en su mayoría aplican el liderazgo democrático, por otra parte, en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos. Finalmente, la mayoría que aplicó gestión de calidad, obtuvo buenos resultados ofertado productos de mejor calidad. Por lo tanto, se puede decir que la mayoría de las micro y pequeñas empresas si aplican gestión de calidad, pero desconocen el término. Se concluyó que la totalidad tiene como finalidad maximizar ganancias, para poder apoyar a sus familias, la mayoría tiene una permanencia en el rubro de 7 años, esto les ha permitido posicionarse mejor, así mismo en su mayoría cuentan entre 1 a 3 trabajadores, personal suficiente, ya que no cuentan con mayores recursos para reclutar más personal. Se concluyó que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son jóvenes, ya que tienen una edad que oscila entre 18 a 30 años, cuentan con experiencia significativa en el rubro, la mayoría son de género masculino, son ellos los emprendedores de sus negocios y cuentan con estudios superiores no universitarios, que les ha facilitado de alguna

manera tener mayor conocimiento, creatividad y visión por el emprendimiento, finalmente son dueños propios.

2.2 Bases Teóricas de la Investigación

Micro y Pequeñas Empresas

Para iniciar con la investigación debemos conocer ciertas definiciones y lo primero que debemos saber es cómo está definida la micro y pequeña empresa en nuestra sociedad como también las características e importancia de las misma. En nuestra sociedad las micro y pequeñas empresas son analizadas como elementos económicos así lo manifiesta el Estado con su decreto Ley N° 28015 (2003) en el cual se dice:

La micro y pequeña empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (p.1).

Las micro y pequeñas empresas pueden crearse por personas natural con negocio (RUC iniciado con 10) o persona jurídica (RUC iniciado con 20) para ambos casos la función de una micro y pequeña es generar un movimiento económico en nuestro país por ende el desarrollo de nuestra sociedad.

Características

En el decreto legislativo N° 30056 realiza una modificación en las características que tiene una micro y pequeña empresa, debido a que en el Decreto Legislativo N° 1086 se exponía lo siguiente:

El número total de trabajadores: La microempresa abarca de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive. La pequeña empresa abarca de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive. Niveles de ventas anuales: La microempresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT. La pequeña empresa a partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 1700 Unidades Impositivas Tributarias – UIT (p.1).

Pero en el año 2013 con el decreto legislativo N° 30056 realiza una modificación donde no se considera el número máximo de trabajadores solo se tiene en cuenta el volumen de ventas, para las micro empresas su volumen de ventas es hasta 150 UIT y para las pequeñas empresas su volumen de venta es más de los 150 UIT hasta 1700 UIT.

Se tiene que tener en cuenta que las micro y pequeñas empresas deben estar inscritas en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) la cual se puede realizar en la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, esto se realizara para acogerse al beneficio de reducción del pago de renta.

Como parte del desarrollo económico del país toda empresa, sea pequeña o grande, tiene que realizar una serie de pagos, las cuales se van a regir según el ingreso que tengan, tal como nos muestra el decreto legislativo N° 1269 (2016) en la cual se tiene las siguientes consideraciones:

Si los ingresos anuales del ejercicio no superan los 300 UIT declaran y pagan el 1% de sus ingresos netos mensuales. Si los ingresos superan en cualquier mes las 300 UIT declaran y pagan el 1.5% de sus ingresos.

La tasa es similar a los que corresponde a los contribuyentes acogidos al RER y al Régimen General 18%. Para el pago de Impuesto a la Renta Anual en el RMT si la renta neta anual es hasta 15 UIT se paga el 10% y por el exceso de 15 UIT el pago es 29.5% (p. 1).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

Las micro y pequeñas empresas no solo en el Perú resultaron como una alternativa de solución ante el desempleo, las personas desempleadas o como también los emigrantes de zonas de la sierra a la costa buscaron una solución ante esta coyuntura la cual es iniciar una pequeña empresa ya sean formales o no genera un ingreso importante a la economía del país porque se promueve el empleo así también lo manifiesta Tello (2014) que nos dice:

La importancia de la MYPE se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa. (p. 6)

Se consideran distintos ángulos para indicar la importancia que tienen las micro y pequeñas empresas en nuestra sociedad siendo la principal la promoción del empleo,

ahora se debe buscar cómo mantener estas nuevas y pequeñas empresas en el tiempo con el fin también de buscar la formalidad de las mismas.

El impacto de las micro y pequeñas empresas en el Perú

En el artículo Fortaleciendo las MYPE nos hace referencia de la aportación que tienen las micro y pequeña empresa al PBI en la cual nos muestra la influencia que tienen a nuestra economía, volviéndola cada día más importante, los resultados que se muestran son los siguientes:

El número de Mype que existe en el país ascendió a 5.5 millones en 2016, lo que significó un crecimiento del 3.4%. Las Mype también crecieron en ventas, alcanzaron un total de S/ 136,000 millones en 2016 (+3% respecto a 2015), equivalentes a un 20.6% del PBI (ComexPerú, 2017, p.6).

Para el año 2016 los datos que nos muestran con respecto a las micro y pequeñas empresas. INEI (2017) son: “El 94.7% de las unidades económicas del país fueron microempresas, cuyas ventas anuales no superan los 577 mil 500 soles o 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). El 4.4% se encuentran en el segmento de la pequeña empresa” (p.7).

A nivel de actividad económica. INEI (2017) nos dice: “El 45.3% corresponde a las actividades comerciales, le siguen otros servicios (14.8%), servicios profesionales, técnicos y de apoyo profesional (10.5%), industrias manufactureras (8,2%) y actividades de servicio de comidas y bebidas (7,6%)” (p.7).

GESTIÓN DE CALIDAD

Gestión

La gestión es básicamente la acción de administrar los procesos que se realizan en las micro y pequeñas empresas buscando que estos procesos se realicen en el menor tiempo y de la mejor manera, esta gestión es llevada o dirigida a cabo por los representantes de la micro y pequeñas empresas. Para Cuatrecasas y González (2017) sobre la gestión nos dice que “El concepto de gestión incluirá diferentes aspectos, como el aseguramiento, control, previsión, mejora, planificación y optimización de la calidad.” esta definición está dada para empresas grandes donde hay una gran cantidad de personal y se puede ascender a un cargo mayor si se realiza una buena gestión de los procesos a cargo, para el caso de las micro y pequeñas empresas quienes se hacen cargo de la gestión de los procesos son los mismos representantes lo cuales buscan que su empresa mejore cada día más.

Calidad

Diversos autores a lo largo de la historia han dado su contribución para poder definir lo que es CALIDAD entre ellos tenemos a W. Edwards Deming, Philip Crosby entre otros. W. Edwards Deming nos dice “Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará.” Kaoru Ishikawa define la calidad como: “De manera somera calidad significa calidad del producto. Más específico, calidad es calidad de trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.” Philip Crosby define la calidad como “Cumplir y exceder las expectativas del cliente para preservar el futuro del negocio. La estrategia

consiste en contar con una mejora continua en todos los procesos, todos los productos y todos los servicios de la empresa”

La calidad está asociada en que tan bueno es el producto o servicio que ofrecen los dueños de las micro y pequeñas empresas, la calidad se debe verificar desde el inicio del proceso de montaje del producto de esta forma se puede obtener un buen resultado con la finalidad que el cliente este satisfecho al recibir el producto o servicio.

Gestión de Calidad

Teniendo en cuenta las definiciones anteriores sobre gestión “acto de administrar” y calidad “lograr la confianza de nuestros clientes” se puede dar una definición sobre gestión de calidad la cual sería que las micro y pequeñas empresas gestionaran de la mejor manera posible cada uno de los procesos para la obtención de un producto o servicio de calidad, para alcanzar esa meta los procesos tienen que estar bien realizados para ellos existen diferentes herramientas para lograrlo como por ejemplo la utilización de la tecnología de la información y comunicación. Una definición más concreta es la que nos muestra ISO 9001 (2013) que nos dice “La Gestión de la Calidad es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad.”

De ESAN (2018) nos refiere “Se trata de un proceso formal utilizado para revisar operaciones, productos y servicios de una empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad.” La gestión de calidad no solo ve por el resultado final busca que cada uno de los procesos que se realizan para obtener ese producto o servicio estén acorde con los estándares dados.

Así también SUCAMEC (2018) nos dice “El Sistema de Gestión de Calidad (SGC) es un conjunto de elementos mutuamente relacionados, que interactúan entre sí, con la finalidad de dirigir y controlar diferentes mecanismos para el cumplimiento de los objetivos y la política de calidad institucional.”.

Principios de la Gestión de Calidad

La norma ISO 9001 son un conjunto de normas donde se hace referencia a la calidad y la gestión de calidad, estas normas pueden ser aplicadas en cualquier organización que esté orientada a la producción de bienes o servicios. Para ISO 9001 (2013) nos dice: “Un sistema de gestión de calidad (certificado o no), debe estar documentado con un manual de calidad y con procedimientos e instrucciones técnicas y debe revisarse su cumplimiento a través de auditorías.”

Las normas ISO 9001 se basa en una serie de principios las cuales generan un cambio para positivo en la organización, aplicando estos principios y las normas del ISO 9001 puede iniciar el proceso de certificación de la gestión de calidad, los 8 principios en cual se basa las normas ISO 9001 son:

El principio del enfoque al cliente hace referencia que toda organización depende de sus clientes teniendo en cuenta las necesidades de los mismos porque con el pasar del tiempo estas necesidades van cambiando y la organización debe analizar y actuar referente a estas necesidades, teniendo en cuenta lo dicho se va a generar una serie de beneficios como menciona Cuatrecasas y González (2017) en su libro Gestión Integral de la Calidad.

Respuesta rápida y dotada de la flexibilidad necesaria ante las oportunidades del mercado a fin de aumentar los beneficios y la cuota de mercado; orientar la utilización

de los recursos de la organización hacia el logro de la satisfacción del cliente; mejora en la fidelidad del cliente.

El principio de liderazgo es muy importante porque los directivos los que llevan el rumbo o manejo de la organización, tienen que saber administrar tanto los recursos materiales como los recursos humanos, debido que cada integrante de la organización es una pieza fundamental para ello se necesita un buen manejo del liderazgo, los beneficios que se obtiene según Cuatrecasas y González (2017) ante este principio son: “Comprensión de los objetivos de la empresa y motivación para alcanzarlos por parte del personal, evaluación e implantación integradas de las actividades y educación de la falta de comunicación entre los niveles de la organización.”

El principio de participación del personal hace referencia que la esencia de toda organización son todas las personas que lo conforman porque cada una de ellas cumple una función en el desarrollo y progreso de la empresa y para ello deben estar motivados, el cual se logra también con el cumplimiento del principio del liderazgo.

Los beneficios obtenidos del cumplimiento de este principio son:

Recursos humanos con la necesaria motivación e involucrados y comprometidos con la organización; innovación y creatividad en el personal para alcanzar los objetivos de la organización; el personal se sentirá realmente valorado por su trabajo; el personal estará deseando participar en los programas de mejora continua (Cuatrecasas y González, 2017).

Principio del enfoque de sistema para la gestión se refiere ver a la organización como un sistema y que todo está relacionado entre sí, la gestión que se realiza es en base a

todo el sistema y no en si a los procesos por separado, tener este enfoque nos permite alcanzar lo siguiente:

Sistema estructurado para alcanzar los objetivos de la organización de la forma más efectiva posible; integración armonizada de los procesos del sistema y sus interdependencias; interpretación clara de las responsabilidades exigibles para alcanzar los objetivos comunes; reducción de barreras interfuncionales; asumir las capacidades y limitaciones de la organización y los recursos de que se vale; definir claramente cómo han de desarrollarse las actividades del sistema; evaluar de forma continua el sistema a fin de mejorarlo (Cuatrecasas y González, 2017).

Principio del enfoque basado en procesos se refiere que una organización o empresa es todo un sistema que está dividido en departamentos las cuales realizan una serie de actividades que se relacionan entre sí, estas actividades se pueden agrupar y formar los procesos, dando mayor relevancia aquellas actividades importantes para el desarrollo de la organización. El manejar la organización mediante procesos genera los siguientes beneficios:

Posibilidad de reducción de los costes y tiempo necesario, por medio de una utilización efectiva de los recursos de la organización; mejora de los resultados y de su consistencia y predictibilidad; posibilidad de que las oportunidades de mejora estén centradas y priorizadas (Cuatrecasas y González, 2017).

Principio de mejora continua se refiere que, así como nuestros clientes cambian en sus gustos y preferencias, la organización o empresa también debe cambiar con el tiempo

mejorando sus procesos y adecuándose a los cambios, permitiéndose así ser una organización triunfante. El ir mejorando cada día nos permite:

Emprender una orientación sistemática hacia la mejora continua, para toda la organización; disponer de lo necesario para la formación y capacitación del personal, hacia la mejora continua; mentalizar a cada persona para que la mejora continua sea un objetivo prioritario; establecer objetivos que orienten hacia la mejora continua y sistemas de evaluación de su aplicación real; distinguir las mejoras y evaluarlas (Cuatrecasas y González, 2017).

Principio basado en hechos para la toma de decisiones se refiere que para tomar cualquier decisión que implique en la organización previamente debe realizarse un análisis de datos y tener toda la información necesaria, permitiéndonos tomar decisiones acertadas y así lograr los objetivos planteados.

Principio de la relación - beneficio con el proveedor: se refiere que debe realizarse alianzas estratégicas con nuestros proveedores, entablándose una mejor comunicación y obteniendo mejores costes para lo cual ambas partes se beneficien pudiendo lograr una mejor productividad y rentabilidad.

Al aplicar el Sistema de Gestión de Calidad en una organización donde no importa si es micro, pequeña o gran empresa se logra una serie de aspectos positivos para la organización como por ejemplo el mejoramiento de procesos, personal motivado, una mayor eficiencia y el beneficio principal es lograr la satisfacción de nuestro cliente.

Generar mayor eficiencia. Las empresas con un SGC tienen el objetivo de maximizar la eficiencia y la calidad de sus procesos. Establecen pautas para ser seguidas por todos los empleados con el fin de llevar a cabo procesos

comerciales y capacitaciones más sencillas y menos agotadoras en términos de tiempo o gasto financiero. Mejora la gestión de procesos. Los directivos pueden aprender qué mejoras son necesarias en un negocio a través de un sistema de documentación y análisis. Este es un procedimiento cuidadosamente planificado e implementado, que garantizará la toma de decisiones correctas para el negocio y la eliminación de los riesgos de cualquier error costoso (ESAN, 2018).

Tecnología de la Información y Comunicación (TIC)

Las TIC son las siglas que corresponde a Tecnologías de la Información y Comunicación, en estos últimos años la tecnología ha evolucionado significativamente logrando entre sus beneficios la globalización y con ello el beneficio de muchos sectores como en la comercialización, comunicación, educación entre otros; la definición para tecnología de información y comunicación según Roblizo y Cózar (2015) citado en Cantón, Cañón y Grande (2016) “fenómeno revolucionario, impactante y cambiante, que abarca tanto lo técnico como lo social y que impregna todas las actividades humanas, laborales, formativas, académicas, de ocio y consumo” esto quiere decir que son un medio para la obtención de algo como por ejemplo una red social la cual ayuda a promocionar un producto o un servicio evitando hacer gastos de publicidad en otros medios de comunicación.

Las tecnologías de información y comunicación nos ayudan como por ejemplo a procesar los datos que se requieran para la toma de decisiones en la empresa así se explica el siguiente enunciado:

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es un término que contempla toda forma de tecnología usada para: crear, almacenar, intercambiar y procesar información en sus varias formas, tales como: datos, conversaciones de voz, imágenes fijas o en movimiento, presentaciones multimedia y otras formas, incluyendo aquellas aún no concebidas. Su objetivo principal es la mejora y el soporte a los procesos de operación y negocios para incrementar la competitividad y productividad de las personas y organizaciones en el tratamiento de cualquier tipo de información (Ayala & Gonzales, 2015).

Características de las Tecnología de Información y Comunicación

Las tecnologías de la información y comunicación no solo se refieren al hardware que conocemos como celulares y laptop, son también sistemas (software) que nos van a permitir acceder a la información necesaria, analizarla y poder tomar las decisiones correctas en nuestra empresa.

Las características de las tecnologías de la información y comunicación van evolucionando con el pasar del tiempo antes para llevar un control de clientes se registraba en tablas Excel, pero ahora hay sistemas más avanzados para tener un control de nuestra base de datos de nuestros clientes como por ejemplo PostgreSQL o MySQL que son software para administrar una base de datos, las TIC cada día son más accesibles, antes acceder a una computadora o tener internet era muy complicado. Una de sus principales características es el beneficio que se obtiene de ellas al emplearlas y no solo en una empresa también en la educación o en nuestra vida diaria. En el libro tecnologías de la información y la comunicación se refiere de la siguiente forma:

La evolución de las TIC en el ámbito tecnológico, de acuerdo con Pérez y Dressler (2007), destaca que los avances producidos en este campo han sido espectaculares y radicales, como en los soportes físicos, con una mayor velocidad y capacidad de procesamiento y almacenamiento de la información que posibilitan la digitalización de cualquier tipo de información, tales como: sonidos, imágenes, así como las posibilidades que ofrecen las redes, fijas y móviles, con la integración de aplicaciones que posibilita conectar programas de distinto tipo, permitiendo al usuario transferir información entre ellos, y de sistemas, facilitando que distintos equipos y plataformas se conecten y trabajen de forma coordinada. (Ayala y Gonzales, 2015, p.36)

Herramientas informáticas de gestión

Hay herramientas informáticas que van a permitir al emprendedor llevar un manejo más fácil de la información logrando así un buen manejo de los procesos y una buena toma de decisiones, entre las herramientas informática que tenemos están:

Intranet: es una red privada que se va a desarrollar dentro de la empresa siguiendo una serie de protocolos, esta red privada va a comunicar a todas las computadoras de las distintas áreas logrando así una comunicación mucho más rápida es así como nos explica Ayala & Gonzales (2015) que dice:

Intranet: Red privada de una organización diseñada y desarrollada siguiendo los protocolos propios y el funcionamiento de Internet, protocolo TCP/IP, navegador web. Su utilización es interna, pero puede estar conectada a Internet y a otras redes externas. Para los usuarios, se resume en una serie de páginas Web quedan acceso a la distinta documentación de la empresa, informaciones corporativas, aplicaciones informáticas, incluso permiten la

publicación de información y conocimientos personales de cada empleado. Además, dentro de Intranet se pueden organizar y tener acceso a comunidades de prácticas virtuales, foros y listas de distribución.(p. 37)

Software de simulación: son aplicaciones donde se va a realizar una prueba virtual de un proceso del cual no queremos arriesgarnos a tener pérdidas si es que se realiza físicamente estas simulaciones pueden ayudar a tomar decisiones mucho más rápidas.

Videoconferencias: este sistema permite la comunicación en tiempo real estando en diferentes lugares geográficos como por ejemplo si quieren hacer una reunión con alguien que este fuera del país se establece una comunicación mediante video.

Datamining: la información histórica que maneja la empresa son datos que se puede analizar para sacar conclusiones para eventos futuros así nos explica Ayala & Gonzales (2015) que dice “Tecnología que permite la explotación y análisis de los datos almacenados por la organización, generalmente una gran cantidad de datos almacenados en bases de datos y datawarehouse, buscando entre ellos relaciones y patrones de comportamiento no observables directamente.”

Mensajería instantánea y correo electrónico: son aplicaciones que se utilizan para enviar y recibir información como por ejemplo documentos de manera inmediata.

Redes sociales: actualmente la mayoría de personas cuenta con red social para tener comunicación con familiares o amigos, esta red le permite tener una comunicación instantánea en cualquier hora del día, estas redes también son utilizadas para ofrecer algún producto o servicio y son de gran apoyo a las microempresas. A si lo refiere Di Biase, F y Di Biase, A (2014) “A nivel comercial las empresas están aprovechando estas facilidades, agrupando a sus clientes por factores de interés y enviándole novedades cada vez que las circunstancia así lo indique”

Oportunidades que nos brinda la Tecnología de la información y Comunicación

Las TIC si son utilizadas de la forma adecuada generara muchas oportunidades para la organización o empresa porque facilitan cada día más la realización de los procesos, el utilizar las TIC vuelve más competitiva a la empresa porque la información que se maneja se puede automatizar, se puede crear un vínculo más cercano con nuestros clientes como también con nuestros proveedores mediante las redes sociales, realizar las transacciones de pagos o cobros se pueden realizar desde la oficina sin tener la necesidad de salir y correr el riesgo.

El proceso de administrar está basado en planear, organizar, dirigir y controlar, en cada una de estas etapas, las TIC intervienen para su adecuado desarrollo. En el caso de la planeación donde se definen las metas y estrategias se pueden elaborar diferentes modelos estratégicos en un software que va a permitir una mejor toma de decisiones según al resultado de estos modelos. Para la organización etapa donde se desarrolla todo lo planificado las TIC ayudaran a distribuir adecuadamente los recursos, optimizar procesos como por ejemplo un sistema de almacén. En el caso de la dirección como nos explica Di Biase, F y Di Biase, A (2014) “hacer uso de los actuales medios de comunicación, y en especial el uso de INTERNET, que facilita la conducción y la comunicación de políticas de acción, normas y manuales de procedimientos, que contienen las formas de realizar los trabajos” refiere que las TIC son una herramienta importante para la conducción de la empresa por parte del líder. Para la etapa de control donde se verifica los resultados y se contrasta con lo planeado las TIC también ayudaran a llevar este proceso de una manera más coordinada y exacta.

2.3 Marco conceptual

Gestión: es el acto dirigido por los representantes de una empresa el cual consiste en administrar cualquier proceso para lograr sacar el mejor beneficio del mismo, buscando ser realizado en el menor tiempo y con el mínimo de recursos,

Calidad: es una característica de un producto o servicio los cuales son ofrecidos por los representantes de las empresas y que cumple los estándares requeridos por lo clientes logrando su total satisfacción.

TIC: siglas correspondientes a la tecnología de la información y comunicación son herramientas que permiten un mejor desarrollo de los procesos y mantienen una comunicación inmediata entre distintas áreas de la empresa como también fuera de la empresa como por ejemplo una comunicación más rápida con los proveedores.

MYPE: estas siglas significan micro y pequeña empresa las cuales son empresas de rango pequeño que pueden ser dirigidas por una persona natural o jurídica, son consideradas como una unidad económica.

UIT: es un monto establecido por el estado peruano que se renueva cada año, el cual sirve para establecer impuestos, infracciones o multas.

Sistema: es un conjunto de componentes que forman parte de un todo, el cual consta de una entrada y una salida, en el campo informático son un conjunto de datos ordenados bajo una estructura el cual permitirá la obtención de los mismos de una forma rápida y simple.

Software: son los programas que están instalados en un dispositivo electrónico como por ejemplo una computadora, los cuales van a permitir que el usuario obtenga o maneje la información de una forma rápida y sencilla.

Internet: es una gran red de dispositivos electrónicos que están conectados a nivel mundial y que permite la comunicación a grandes distancias y que la información llegue de un punto a otro en el menor tiempo.

Intranet: es una red de computadoras que están conectadas, pero a nivel de una empresa, donde los trabajadores ingresarán datos y podrán compartirlo con otras áreas de la misma empresa.

III. HIPÓTESIS

En el presente trabajo de investigación titulada “Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018” no se planteó hipótesis por tratarse de una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal - descriptivo.

Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a la variable gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación es decir solo se observó los fenómenos tal y como se dan en el contexto natural, conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificación.

Fue transversal, porque el trabajo de investigación “Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018” se llevó a cabo en un tiempo determinado teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2018.

Fue descriptivo, porque en el trabajo de investigación denominado “Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018” solo se describió las características de la variable, debido a que se limitó a detallar las principales características de la variable Gestión de calidad y la técnica administrativa tecnología de la información y comunicación. No hubo manipulación de variable, se observó y describió tal y como se presenta en la realidad.

4.2 Población y muestra

Población:

La población estuvo conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes, del casco urbano de Chimbote. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo. (Ver anexo 3)

Muestra:

La muestra estuvo conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

4.3 Definición y Operacionalización de la variable e indicadores

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Representantes de las micro y pequeñas empresas	Son las personas que encargadas de dirigir, administrar o gestionar los recursos tanto materiales como humanos de las micro y pequeñas empresas.	Los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una serie de características como son edad, genero, grado de instrucción, cargo y tiempo en el cargo que van a influir directa o indirectamente en la toma de decisiones.	Edad del representante	<ul style="list-style-type: none"> - 18 - 30 años. - 31 - 50 años. - 51 años a más. 	Ordinal
			Género del representante	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino. - Femenino. 	Nominal
			Grado de instrucción	<ul style="list-style-type: none"> - Primaria. - Secundaria. - Superior no universitaria. - Superior universitario. - Sin instrucción. 	Ordinal
			Cargo que desempeña	<ul style="list-style-type: none"> - Dueño - Administrador 	Nominal
			Tiempo que desempeña en el cargo	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años. - 4 a 6 años. - 7 años a más. 	Ordinal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, contemplada en la legislación vigente.	Unidades económicas que tienen por características años de permanencia en el mercado, tienen una cantidad pequeña de trabajadores, muchas veces existe una relación familiar con los trabajadores pero con un objetivo de existencia	Tiempo de permanencia de la microempresa	<ul style="list-style-type: none"> - 0 a 3 años. - 4 a 6 años. - 7 años a más. 	Razón
			Número de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores 	Razón
			Relación con los trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> - Familiares. - No familiares 	Nominal
			Objetivo de creación	<ul style="list-style-type: none"> - Generar ganancia - Subsistencia 	Nominal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad con el uso de la Tecnología de la Información y Comunicación	La Gestión de la Calidad es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad. Para eso se hace uso de las Tecnologías de la información y comunicación la cuales son herramientas teórico conceptuales, soportes y canales que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de la forma más variada.	La gestión de calidad utiliza técnicas modernas para eliminar las dificultades que puedan presentar los trabajadores en los distintos procesos, capacitándolos para luego aplicar técnicas de medición de rendimiento de los mismos. Una de estas técnicas son las tecnologías de la información y comunicación que son herramientas muy beneficiosas para la micro y pequeña empresa como por ejemplo la computadora, internet, redes sociales	Conoce el termino Gestión de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene poco conocimiento 	Nominal
			Técnicas modernas de la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Marketing Empowerment - Las 5 C - Outsourcing - Otros 	Nominal
			Dificultades para la implementación de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
			Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° - Otros 	Nominal
			La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
			Conocimiento de las TIC	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene poco conocimiento 	Nominal
			Computadora en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
			Nivel de computación	<ul style="list-style-type: none"> - Muy bueno - Bueno - Regular - Malo - Muy malo 	Nominal
			Uso del internet para compras de mercadería	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
			Tipo de redes sociales para impulsar la venta de productos	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook - WhatsApp - Instagram - Twitter - Página Web - Ninguna 	Nominal

			<p>Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Siempre - Casi siempre - Algunas veces - Muy pocas veces - Nunca 	Nominal
			<p>Beneficios obtenidos utilizando las TIC en la empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Incrementar las ventas - Hacer conocida a la empresa - Identificar las necesidades de los clientes. - Ninguna porque no lo utiliza. 	Nominal

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para la recolección de la información fue la encuesta porque es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se les realiza a las personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

El instrumento que se utilizó en la investigación fue el cuestionario el cual estuvo estructurado con 21 preguntas las cuales están distribuidas en tres partes: las 5 primeras preguntas estuvieron referidas a los datos de las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, las 4 siguientes se refirió a las características de las micro y pequeñas empresas y las 12 últimas preguntas estuvieron referidas a las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación. (Ver anexo 4)

4.5 Plan de análisis

Para el análisis y el procesamiento de los datos se utilizó la estadística descriptiva, el cual se realizó a través del programa Excel para las figuras, también se utilizó Microsoft Word para elaborar la redacción del trabajo de investigación, las tablas y realizar el análisis de los resultados, se utilizó el PDF para presentar el trabajo de investigación final, se utilizó el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio y por último el PPT para la presentación de la ponencia.

4.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos
¿Cuáles son las principales características de gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018?	<p>Objetivo General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las características de gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 - Identificar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 - Describir las características gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018 	Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación	<p>Población:</p> <p>Estuvo conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote. La información se obtuvo a través de la técnica de sondeo.</p> <p>Muestra:</p> <p>Estuvo conformada por 23 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018</p>	<p>Fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo.</p> <p>Fue no experimental porque no se manipulo a la variable gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación.</p> <p>Fue transversal porque el trabajo de investigación Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación se llevó a cabo en un tiempo determinado teniendo un inicio y un fin.</p> <p>Fue descriptivo porque en el trabajo de investigación denominado “Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y comunicación solo se describió las características de la variable.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario estructurado</p>

4.7 Principios Éticos

En el presente trabajo de investigación, se utilizó los siguientes Principios Éticos:

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, para el proceso de realización del trabajo de investigación se utilizó las encuestas y material informativo para evaluación por parte del asesor, para los cual se utilizó hojas de reciclaje.

Libre participación y derecho a estar informado, la información solicitada a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicios rubro restaurantes, fue de uso académico y se respetó si el representante autorizo o no la publicación de sus datos, previamente al encuestarlos se les comunico el fin de dicho acto y se presentó un consentimiento.

Beneficencia no maleficencia la información solicitada a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes, se realizó de forma ordenada, oportuna, considerando el tiempo y el lugar adecuado, respetando cada opinión.

Justicia, la información solicitada a los representantes de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro restaurantes se plasmó tal cual fue su aportación respetando la verdad de la información.

Integridad científica, alude al correcto procedimiento de la práctica de la ciencia, y connota honestidad, transparencia, justicia y responsabilidad el cual se refleja en el trabajo de investigación realizado.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de los representantes de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Datos generales	N	%
Edad		
18 - 30 años	4	17.39
31 - 50 años	12	52.18
51 a más	7	30.43
Total	23	100.00
Género		
Masculino	10	43.48
Femenino	13	56.52
Total	23	100.00
Grado de instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	0	0.00
Secundaria	7	30.43
Superior no universitaria	6	26.09
Superior universitaria	10	43.48
Total	23	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	16	69.57
Administrador	7	30.43
Total	23	100.00
Tiempo que desempeña en el cargo		
0 a 3 años	7	30.43
4 a 6 años	10	43.48
7 a más años	6	26.09
Total	23	100.00

Fuente: Cuestionario dirigido a los representantes de representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

De las micro y pequeñas empresas	N	%
Tiempo de permanencia de la microempresa		
0 a 3 años	1	4.35
4 a 6 años	14	60.87
7 a más años	8	34.78
Total	23	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	16	69.56
6 a 10 trabajadores	6	26.09
11 a más trabajadores	1	4.35
Total	23	100.00
Relación con los trabajadores		
Familiares	10	43.48
No Familiares	13	56.52
Total	23	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	20	86.96
Subsistencia	3	13.04
Total	20	100.00

Fuente: Cuestionario dirigido a los representantes de representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación	N	%
Conoce el termino gestión de calidad		
Si	12	52.17
No	2	8.70
Tiene poco conocimiento	9	39.13
Total	23	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad		
Benchmarking	2	8.70
Marketing	9	39.12
Empowerment	2	8.70
Las 5 C	5	21.74
Outsourcing	0	0.00
Otros	5	21.74
Total	23	100.00
Dificultades para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	2	8.70
Aprendizaje lento	10	43.48
No se adapta a los cambios	0	0.00
Desconocimiento del puesto	7	30.43
Otros	4	17.39
Total	23	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observación	11	47.83
La evaluación	8	34.78
Escala de puntuaciones	3	13.04
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	1	4.35
Total	23	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del personal		
Si	23	100.00
No	0	0.00
Total	23	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación	N	%
Conocimiento de las TIC		
Si	12	52.17
No	1	4.35
Poco conocimiento	10	43.48
Total	23	100.00
Computadora en la empresa		
Si	13	56.52
No	10	43.48
Total	23	100.00
Nivel de computación		
Muy bueno	4	17.39
Bueno	11	47.83
Regular	8	34.78
Malo	0	0.00
Muy malo	0	0.00
Total	23	100.00
Uso del internet para compras de mercadería		
Si	9	39.13
No	6	26.09
A veces	8	34.78
Total	23	100.00
Tipos de redes sociales para impulsar la venta de productos		
Facebook	14	60.87
WhatsApp	1	4.35
Instagram	0	0.00
Twitter	0	0.00
Página Web	0	0.00
Ninguna	8	34.78
Total	23	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

		Concluye
Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación	N	%
<hr/>		
Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa		
<hr/>		
Siempre	4	17.39
Casi siempre	6	26.09
Algunas veces	12	52.17
Muy pocas veces	1	4.35
Nunca	0	0.00
Total	23	100.00
<hr/>		
Beneficios obtenidos utilizando las TIC en la empresa		
<hr/>		
Incrementar las ventas	8	34.78
Hacer conocida a la empresa	0	0.00
Identificar las necesidades de los clientes.	4	17.39
Ninguna porque no lo utiliza.	11	47.83
Total	23	100.00

Fuente: Cuestionario dirigido a los representantes de representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

5.2 Análisis de Resultados

Tabla 1 Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Edad: el 52.18% de los representantes tienen de 31 a 50 años (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 75% de los representantes tienen de 31 a 50 años. Pero contrastan con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 50% de los representantes tienen de 18 a 30 años, finalmente estos resultados contrastan con lo encontrado por Flores (2017) el cual manifiesta que el 75% de los representantes tienen de 48 a 62 años. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote son en la mayoría personas adultas que tienen experiencia en el negocio, pero para algunos por la misma edad que tienen les resulta un poco más difícil adaptarse a las nuevas tecnologías.

Género: el 56.52% de los representantes de la micro y pequeñas empresas son de género femenino (Tabla 1), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 85.7% de los representantes son de género masculino, también contrastan con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 50% de los representantes son de género masculino, finalmente estos resultados contrastan con lo encontrado por Flores (2017) el cual manifiesta que el 50% de los representantes son de género masculino. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote son en la

mayoría personas de género femenino por el gran emprendimiento que tiene y gestionar múltiples tareas.

Grado de instrucción: el 43.48% de los representantes tienen grado superior universitaria (Tabla 1), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 100% de los representantes tienen grado de instrucción de secundaria, también contrastan con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 53.33% de los representantes tienen grado de instrucción de secundaria, finalmente estos resultados contrastan con lo encontrado por Flores (2017) el cual manifiesta que el 75% de los representantes tienen grado superior técnico. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote son en la minoría personas con grado superior universitaria que buscan adquirir nuevos conocimientos y poder aplicarlos en su negocio a diferencia de años anteriores.

Cargo que desempeña: el 69.57% de los representantes son los dueños (Tabla 1), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 100% de los representantes son los dueños. Asimismo, coinciden con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 75% de los representantes son los dueños. Estos resultados demuestran que la mayoría de las micro y pequeñas empresas están siendo dirigidos por los dueños esto implica que tengan mayor responsabilidad y no se den tiempo para capacitarse como en temas de tecnología de información y comunicación.

Tiempo que desempeña en el cargo: el 43.48% de los representantes tienen de 4 a 6 años (Tabla 1), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 62.5% de los representantes tienen más de 7 años en el cargo. Estos resultados demuestran que en la actualidad el tiempo que desempeñan en el cargo los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote son relativamente nuevos, implicando también que los negocios en este rubro no duran mucho tiempo.

Tabla 2 Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Tiempo de permanencia de las microempresas: el 60.87% de las micro y pequeñas empresas tienen de 4 a 6 años (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Flores (2017) el cual manifiesta que un 100% de las micro y pequeñas tienen de 5 a 10 años. Pero contrastan con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 37.5% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más, finalmente estos resultados contrastan con lo encontrado por Abanto (2017) el cual manifiesta que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen de 7 años a más. Estos resultados demuestran que en la actualidad las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría tienen de 4 a 6 años lo que demuestra que son negocios relativamente nuevos que no existe una continuidad de los antiguos negocios y puede ser debido a la no aplicación de una buena gestión de calidad.

Número de trabajadores: el 69.56% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Flores (2017) el cual manifiesta que un 75% de las micro y pequeñas tienen de 1 a 3 trabajadores, también coinciden con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 62.5% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 3 trabajadores, finalmente estos resultados coinciden con lo encontrado por Abanto (2017) el cual manifiesta que el 100% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. Estos resultados demuestran que en la actualidad las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría tienen de 1 a 5 trabajadores esto demuestra que la mayoría de este tipo de negocio son pequeños y no necesitan de más trabajadores para cumplir sus metas.

Relación con los trabajadores: el 56.52% de las micro y pequeñas empresas no tienen una relación familiar con los trabajadores (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que el 75% de las micro y pequeñas empresas no tienen una relación familiar con los trabajadores. Estos resultados demuestran que en la actualidad las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría no tienen una relación familiar entre los dueños y los trabajadores, lo cual significa que los dueños saben diferenciar lo personal de lo profesional.

Objetivo de creación de la empresa: el 86.96% de las micro y pequeñas empresas fueron creadas para generar ganancia (Tabla 2), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 100% de las micro y pequeñas fueron creadas para generar ganancias. Estos resultados demuestran que

en la actualidad las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría fueron creadas para generar ganancia.

Tabla 3 Características sobre Gestión de calidad con el uso de la tecnología de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Conoce el termino gestión de calidad: el 52.17% de los representantes tienen conocimiento del termino de gestión de calidad (Tabla 3), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 100% de los representantes desconocen el termino gestión de calidad, también contrastan con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 100% de los representantes desconocen el término de gestión de calidad. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría conocen el termino gestión de calidad a comparación de años anteriores lo que implica un deseo de mejorar y surgir en el mercado.

Técnicas modernas de la gestión de calidad: el 39.12% de los representantes tienen conocimiento sobre el marketing (Tabla 3), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 75% de los representantes conocen el liderazgo, también contrastan con los resultados encontrados por Jáuregui (2017) el cual manifiesta que el 75% de los representantes conocen el liderazgo como técnica moderna. Estos resultados demuestran que en la

actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría no conocen a las tecnologías de la información y comunicación como una técnica moderna.

Dificultades para la implementación de gestión de calidad: el 43.48% de los representantes indican que el personal tiene un aprendizaje lento para implementar la gestión de calidad (Tabla 3), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 62.5 de los representantes indican que existe poca iniciativa de parte de sus trabajadores para implementar la gestión de calidad. Estos resultados demuestran que en la actualidad los trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote tienen un aprendizaje lento para implementar la gestión de calidad debidos a múltiples razones como el miedo al cambio o ideas cerradas a nuevos paradigmas.

Técnicas para medir el rendimiento del personal: el 47.83% de los representantes indican que utilizan la observación como técnica de rendimiento del personal (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 75% indican que utilizan la observación como técnica de rendimiento del personal. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote utilizan para medir el rendimiento de su personal la técnica de observación, esto puede ser debido a que no conocen otra técnica de evaluación o no evalúan periódicamente a su personal.

La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: el 100% de los representantes indican que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Abanto (2017) el cual manifiesta que un 62.5% de los representantes indican que la gestión de calidad ayuda a mejorar el rendimiento del negocio. Estos resultados demuestran que en la actualidad los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote en su totalidad conocen del beneficio que se logra al realizar una buena gestión de calidad.

Conocimiento de las TIC: la mayoría de los representantes el 52.17% indican que conocen las tecnologías de información y comunicación (Tabla 3), el 43.48% tiene poco conocimiento y la minoría de los representantes un 4.35% no conocen sobre las TIC, estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría mencionan que saben que son las TIC, pero no implica que exista un buen conocimiento del manejo de las mismas.

Computadora en la empresa: la mayoría con un valor de 56.52% de los representantes indican que cuentan con una computadora en su negocio (Tabla 3), el 43.48% no cuenta con una computadora en su negocio, estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría tienen una computadora en su negocio, pero no en todas las micro y pequeñas empresas la utilizan como herramienta de trabajo.

Nivel de computación: el 47.83% de los representantes indican que tienen un nivel bueno en computación (Tabla 3), el 34.78% tienen un nivel regular y el 17.39% tiene un nivel muy bueno. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote en su minoría está preocupándose en implementar y conocer sobre tecnología de la información y comunicación.

Uso del internet para compras de mercadería: el 39.13% de los representantes indican que siempre utilizan el internet (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Aguirre (2017) el cual manifiesta que un 35% de los representantes utilizan el internet. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote en su minoría hacen uso del internet siempre, existe otro porcentaje de representantes que lo realiza a veces, esto implica que existe un deseo de mejorar el negocio haciendo uso de esta tecnología.

Tipo de redes sociales para impulsar la venta de los productos: el 60.87% de los representantes indican que utiliza el Facebook como impulsador de ventas (Tabla 3), estos resultados coinciden con los resultados encontrados por Fabián (2017) el cual manifiesta que un 82% de los representantes utilizan el Facebook para sus negocios, también coinciden con los resultados encontrados por Picoy (2017) el cual manifiesta que un 32% de los representantes hacen uso de esta red para su negocio y finalmente también coincide con los resultados encontrados por Aguirre (2017) el cual manifiesta que un 30% de los representantes hacen uso de esta red social. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría utilizan al

Facebook para impulsar las ventas de sus negocios, lo que implica que los representantes si hacen uso de las TIC, pero algunos no tienen el conocimiento teórico de las mismas.

Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa: la mayoría de los representantes el 52.17% utilizan el teléfono algunas veces para temas de la empresa (Tabla 3), el 26.09% utiliza casi siempre, el 17.39% utiliza siempre y el 4.35% utiliza el teléfono muy pocas veces, esto implica que no hay un buen y adecuado manejo de las tecnologías de la información y comunicación como herramienta administrativa para lograr una buena gestión de calidad.

Beneficios obtenidos utilizando las TIC en las empresas: el 47.83% de los representantes indica que no obtiene ningún beneficio porque no lo utilizan (Tabla 3), estos resultados contrastan con los resultados encontrados por Picoy (2017) el cual manifiesta que un 28% de los representantes opinan que los equipos tecnológicos ayudan al negocio. Estos resultados indican que los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote en su mayoría desconocen de los beneficios que resulta el utilizar la tecnología de la información y comunicación en los negocios.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años, son de género femenino y desempeñan el cargo de dueño. La minoría tienen grado superior no universitaria y el tiempo que desempeñan en el cargo es de 4 a 6 años.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas tienen un tiempo de permanencia en el mercado de entre 4 a 6 años, cuentan de 1 a 5 trabajadores, los trabajadores son no familiares y el objetivo de creación de la empresa es para generar ganancia.

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas dicen que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. La mayoría conoce el término gestión de calidad, como las TIC, cuentan con una computadora en el negocio, utilizan al Facebook para impulsar la venta de sus productos y usan algunas veces el teléfono para coordinar temas de la empresa. La minoría de los representantes conocen al marketing como técnica moderna de gestión de calidad, su personal tiene poca iniciativa para la implementación de gestión de calidad, utilizan la observación como técnica para medir el rendimiento, el nivel de conocimiento de computación es bueno, usan el internet para compra de mercadería y no encuentran un beneficio en las TIC porque no las utilizan.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Buscar cursos o temas relacionados a la administración de un negocio, manejo de personal y temas relacionados a herramientas tecnológicas e inscribir también en cursos de capacitaciones empresariales tecnológicas tanto para el representante como también para los colaboradores de la micro y pequeña empresa.

Aplicar un sistema de gestión de calidad y así mejorar los procesos de sus negocios poder permanecer más tiempo en el rubro y ser un negocio representativo en la ciudad.

Innovar con equipos tecnológicos que faciliten los procesos de la micro y pequeña empresa, hacer un buen uso de las redes sociales para el negocio.

Tener conocimiento del manejo de tecnología de la información y comunicación no solo para el representante sino también para los colaboradores, para los negocios que tienen una computadora se recomienda que la utilicen para temas del negocio como manejo de entrada y salida del personal, crear una pequeña base de datos de sus clientes, hacer uso de las redes sociales para estar en comunicación con sus clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto, K. (2017). *Gestión de calidad en la capacitación de los recursos humanos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías, distrito de Coishco, 2017*. Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/3330>
- Aguirre, J. (2017). *Influencias de la TICS en el beneficio de la MYPES del sector culinario de la ciudad de Tingo María, 2016*. Tesis de maestría. Universidad Nacional "Hermilio Valdizán", Huánuco. Recuperado de http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/2899/PMGP%2000015%20A32.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR2W9wQGr_-fOv7Z1RUalnut30Y1jne3IBUfy3OuzZOvqg621jP8GR0ghZo
- Ayala, E., & Gonzales, S. (2015). *Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Lima: Fondo Editorial de la UIGV. Recuperado de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1189/Libro%20TIC%20%282%29-1-76%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cantón, I., Cañón, R., & Grande, M. (2016). *Tecnologías de la información y la comunicación: evolución del concepto y características*. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1703/1559>
- ComexPerú. (2017). *Semanario Comex Perú*. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/semanario/semanario-comexperu-895.pdf>
- Cuatrecasas, L., & González, J. (2017). *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, control y certificación*. Barcelona: Recuperado de: <https://read.amazon.com/>
- De Jesus Reyes, J. (06 de Febrero de 2013). *Las TICs y la Gestión Empresarial*. Recuperado de <http://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/02/06/las-tics-y-la-gestion-empresarial/>

Decreto Legislativo N° 1086. (27 de Junio de 2008). *Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente*. Lima, Perú.

Decreto Legislativo N° 1269. (17 de Diciembre de 2016). *DECRETO LEGISLATIVO QUE CREA EL RÉGIMEN MYPE TRIBUTARIO DEL IMPUESTO A LA RENTA*. Lima, Perú.

Di Biase, F., & Di Biase, A. (2014). *TIC en la pequeña y mediana empresa* (2 ed.). (D. Biase, Ed.) Recuperado de <https://www.amazon.com>

ESAN. (30 de Enero de 2018). *¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa?* Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa/>

Escoto, M., Flores, E., & Morales, J. (2017). *Incidencia de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en la promoción turística del Restaurante Vuela Vuela ubicado la ciudad de Esteli*. Universidad Nacional de Nicaragua, Managua. Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/6540/1/17861.pdf>

Fabián, L. (2017). *Uso de las redes sociales en la promoción digital de ventas en los restaurantes de Huánuco, 2016*. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional "Hermilio Valdizan", Huánuco. Recuperado de <http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/3003/TEC%2000289%20F11.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Flores, M. (2017). *Gestión de calidad bajo el enfoque del marketing y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del jirón José Balta del distrito de Chimbote, 2016*. Tesis de Magister. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2475/MARKETING_

COMPETITIVIDAD_FLORES_CENTURION_MARIA_MAGDALENA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

INEI. (2016). *Peru: Tecnologías de Información y Comunicación en las Empresas 2015*.

Recuperado de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1482/libro.pdf

INEI. (2017). Perú: *Estructura Empresarial, 2016*. Recuperado de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1445/libro.pdf

ISO 9001. (2013). *Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000*. Recuperado de

<http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>

Jauregui, Y. (2017). *Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio,*

rubro restaurantes de la urbanización los héroes del distrito de Nuevo Chimbote,

2014. Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote,

Chimbote. Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1820>

Jijena, R. A. (Agosto de 2015). *TIC, Co-Innovación y Productividad de las Pequeñas y*

Medianas Empresas en Chile: Evidencia empírica y comparación internacional de

resultados.

Recuperado de

[https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/363913/2016%20-%20RJIJENA%20-%20TESIS%20DOCTORADO%20\(29%20ENE%202016\)%20.pdf;jsessionid=D392261EA736CCB7C9E643F24B01E0D7?sequence=1](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/363913/2016%20-%20RJIJENA%20-%20TESIS%20DOCTORADO%20(29%20ENE%202016)%20.pdf;jsessionid=D392261EA736CCB7C9E643F24B01E0D7?sequence=1)

Ladagga , R. (Abril de 2016). *¿Por qué fracasan los negocios?* Recuperado de

<https://www.entrepreneur.com/article/274610>

Ley N° 28015. (03 de Julio de 2003). *LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA*

MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA. Lima, Perú.

Ministerio de Economía, Industria y Competitividad . (Marzo de 2018). *Estadísticas PYME*.

Recuperado de <http://www.ipyme.org/publicaciones/estadisticas-pyme-2017.pdf>

- Peña, J. E. (2014). *Propuesta de diseño de un modelo de gestión basado en la integración de herramientas de tecnología de información (it) a partir del análisis del estado de madurez de procesos (cmmi) para micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en Bogotá*. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/15522/PenaForeroJohnEduardo2015.pdf;sequence=1>
- Picoy, J. (2017). *Influencia de las TICS en el beneficio del sector culinario de la ciudad de Huánuco, 2016*. Tesis de maestría. Universidad Nacional "Hermilio Valdizán", Huánuco. Recuperado de http://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/UNHEVAL/2136/TM_Picoy_Gonzales_Juan.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR0Q975-5iqC_97c3N1pO_zVVBb8CNsFezL2KAvACpcacSqAEN8iZoRQnzA
- SUCAMEC. (2018). *Sistema de Gestión de la Calidad (SGC)*. Recuperado de <https://www.sucamec.gob.pe/web/index.php/organizacion-ini/sistema-de-gestion-de-calidad>
- Tello, S. (2014). *IMPORTANCIA DE LA MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL DESARROLLO DEL PAÍS*. Recuperado de <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/623>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de Actividades

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

Anexo 02. Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros			
• Impresiones	0.2	100	20.00
• Fotocopias	0.1	200	20.00
• Papel bond A4	0.1	100	10.00
• Lapiceros	0.5	2	1.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			151.00
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	2.3	10	23.00
Sub total			23.00
Total de presupuesto desembolsable			174.00
Presupuesto desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (módulo de investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recursos humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/)			826.00

Anexo 3. Cuadro de Sondeo

Nombre de la micro y pequeña empresa	Dirección
Restaurante Eskinita	Jirón Carlos De Los Heros 297
Restaurante Los Gemelos	Manuel Ruiz #241 Int 129
Restaurante Bella	Jirón Enrique Palacios 256
Restaurante Mama Olla	Elías Aguirre # 582
Restaurante Misky Huasi	Manuel Ruiz # 147
Restaurante Tila	Jirón Enrique Palacios 257
Restaurante Huarique	Jirón Leoncio Prado #626
Restaurante Rossy	Av. José Pardo 556
Restaurante Las Flores	Enrique Palacios #215
Restaurante Tang Rico	Av. José Pardo 387
Restaurante La Sazón De Pao	Jirón Enrique Palacios 224
Restaurante Waschestafer	Carlos de los Heros #369
Restaurante Venecia	Av. Francisco Bolognesi # 386
Restaurante El Palmerito de Juanita	Jr. José Olaya y Jr. Carlos de los Heros 688
Restaurante La Lanchita	Jirón Espinar 410-412
Restaurante El Farolito	Av. José Pardo 264
Restaurante El Markes	Jirón Alfonso Ugarte #463
Restaurante Palmerito	Jirón Alfonso Ugarte # 259
Restaurante Maggy	Av. José Pardo 555
Restaurante Parrilla Casa Blanca	Jirón Espinar 536
Restaurante Vegetariano	Carlos de los Heros #369
Restaurante El Rinconcito Del Sabor	Jirón Leoncio Prado 387-299
Restaurante Noelias	Av José Gálvez 274

Anexo 4. Instrumentos de recolección de datos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: **GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SECTOR SERVICIOS, RUBRO RESTAURANTES EN EL CASCO URBANO DEL DISTRITO CHIMBOTE, 2018.** Para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria

- d) Superior no universitaria
- e) Superior universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

5. Tiempo que desempeña en el cargo

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

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

6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación de la empresa

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. GESTIÓN DE CALIDAD

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

11. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?

- a) Benchmarking

- b) Marketing
- c) Empowerment
- d) Las 5 C
- e) Outsourcing
- f) otros

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

- a) Poca iniciativa
- b) Aprendizaje lento
- c) No se adapta a los cambios
- d) Desconocimiento del puesto
- e) Otros

13. ¿Qué técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?

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

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

- a) Si
- b) No

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

15. ¿Conoce las TIC?

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

16. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

- a) Sí
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de permanencia de la microempresa	0 a 3 años	I	1	4.35
	4 a 6 años	IIIIIIII-III	14	60.87
	7 a más años	IIIIII	8	34.78
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIII-III	16	69.56
	6 a 10 trabajadores	IIIIII	6	26.09
	11 a más trabajadores	I	1	4.35
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	10	100.00
Relación con los trabajadores	Familiares	IIIIIIII	10	43.48
	No familiares	IIIIIIII-III	13	56.52
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Objetivo de creación	Generar ganancia	IIIIIIII- IIIIIIII	20	86.96
	Subsistencia	III	3	13.04
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00

Características de las Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el termino gestión de calidad	Si	IIIIIIII-II	12	52.17
	Tiene poco conocimiento	IIIIIII	9	39.13
	No	II	2	8.70
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Técnicas modernas de la gestión de calidad	Benchmarking	II	2	8.70
	Marketing	IIIIIII	9	39.12
	Empowerment	II	2	8.70
	Las 5 S	IIIII	5	21.74
	Outsourcing		0	0.00
	Otros	IIIII	5	21.74
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Dificultades para la implementación de la gestión de calidad	Poca iniciativa	II	2	8.70
	Aprendizaje lento	IIIIIIII	10	43.48
	No se adapta a los cambios		0	0.00
	Desconocimiento del puesto	IIIIII	7	30.43
	Otros	IIII	4	17.39
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal	La observación	IIIIIIII-I	11	47.83
	La evaluación	IIIIIII	8	34.78
	Escala de puntuaciones	III	3	13.04

	Evaluación de 360°		0	0.00
	Otros	I	1	4.35
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
	No		0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Conocimiento de las TIC	Si	IIIIIIII-II	12	52.17
	No	I	1	4.35
	Poco conocimiento	IIIIIIII	10	43.48
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Computadora en la empresa	Si	IIIIIIII-III	13	56.52
	No	IIIIIIII	10	43.48
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Nivel de computación	Muy bueno	IIII	4	17.39
	Bueno	IIIIIIII-I	11	47.83
	Regular	IIIIIIII	8	34.78
	Malo		0	0.00
	Muy malo		0	0.00
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Uso del internet para ejecutar las compras de mercadería	Si	IIIIIIII	9	39.13
	No	IIIIII	6	26.09
	A veces	IIIIIIII	8	34.78
	Total	IIIIIIII- IIIIIIII-III	23	100.00
Tipo de redes sociales para impulsar la venta de los productos	Facebook	IIIIIIII-III	14	60.87
	WhatsApp	I	1	4.35

	Instagram		0	0.00
	Twitter		0	0.00
	Página Web		0	0.00
	Ninguna	IIIIIIII	8	34.78
	Total	IIIIIIII IIIIIIII-III	23	100.00
Uso del teléfono del teléfono para coordinar asuntos de la empresa	Siempre	III	4	17.39
	Casi siempre	IIIII	6	26.09
	Algunas veces	IIIIIIII-III	12	52.17
	Muy pocas veces	I	1	4.35
	Nunca		0	0.00
	Total	IIIIIIII IIIIIIII-III	23	100.00
Beneficio obtenidos utilizando las TIC en las empresas	Incrementar las ventas	IIIIIIII	8	34.78
	Hacer conocida a la empresa		0	0.00
	Identificar necesidades	III	4	17.39
	Ninguna porque no utiliza	IIIIIIII-I	11	47.83
	Total	IIIIIIII IIIIIIII-III	23	100.00

Anexo 6

Figuras

Características de los representantes de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018.

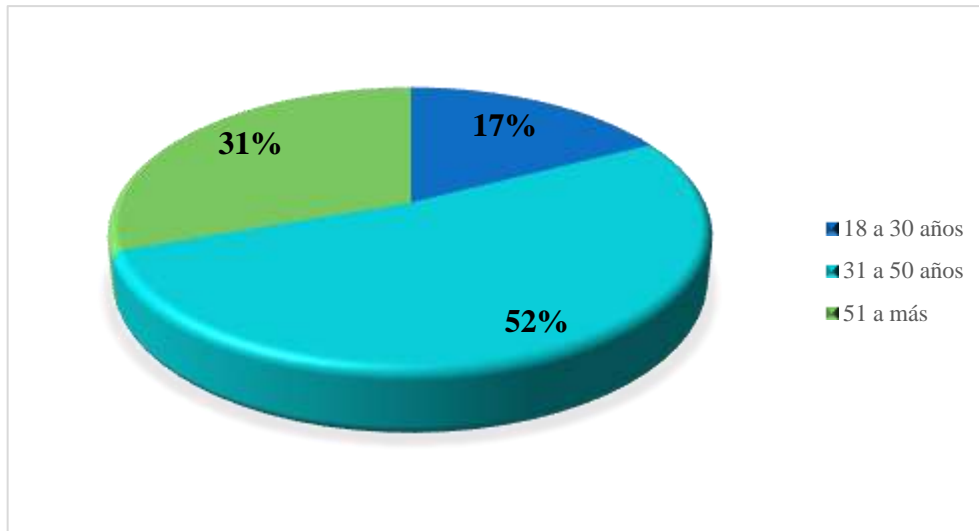


Figura 1. Edad del representante
Fuente. Tabla 1

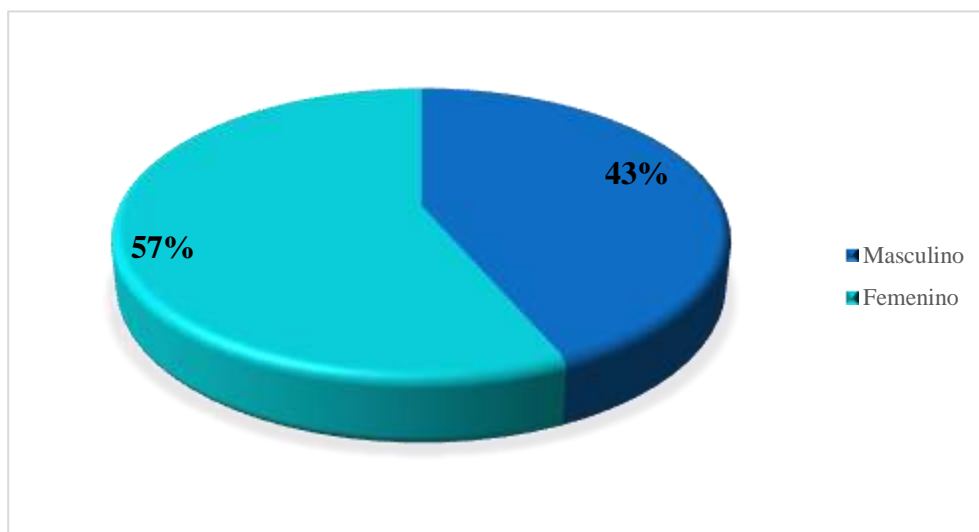


Figura 2. Género del representante
Fuente: Tabla 1

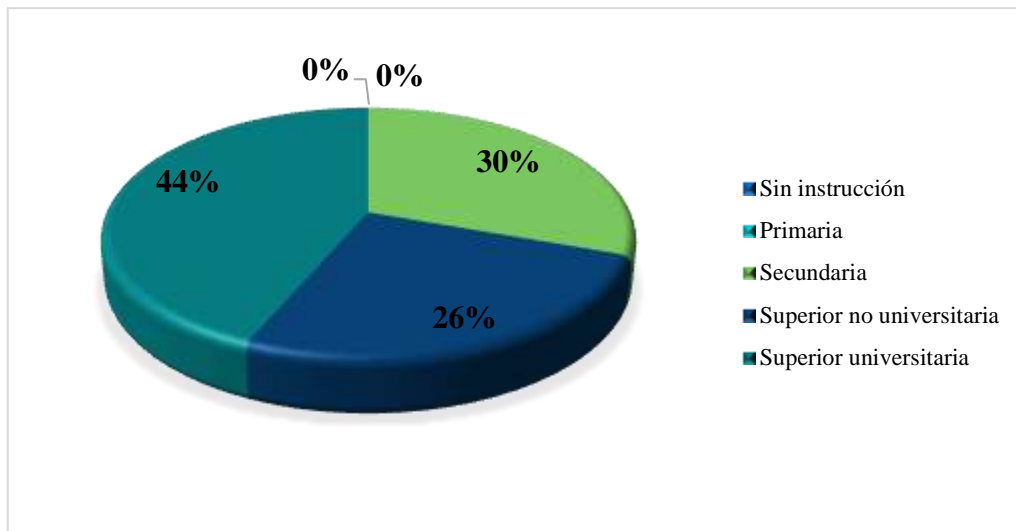


Figura 3. Grado de instrucción
Fuente: Tabla 1

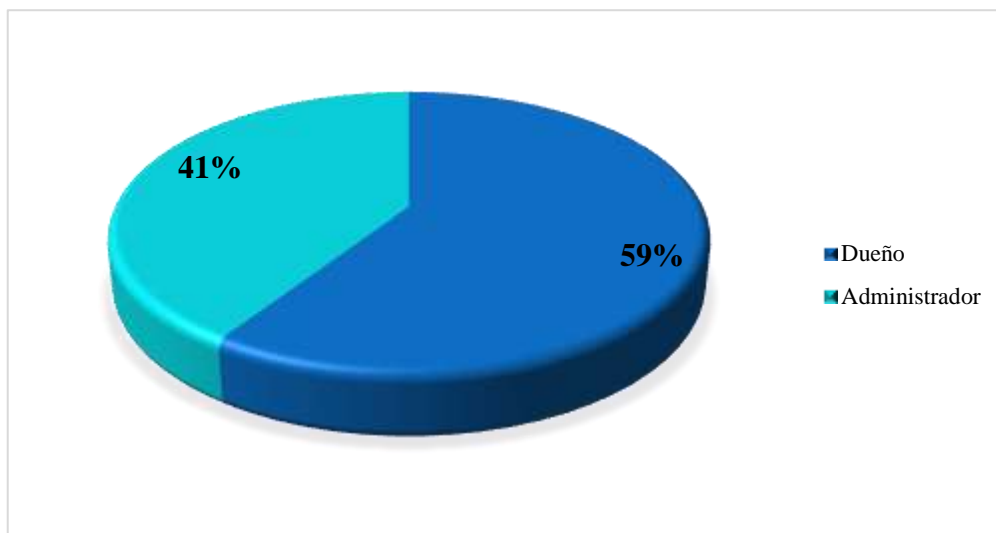


Figura 4. Cargo que desempeña
Fuente: Tabla 1

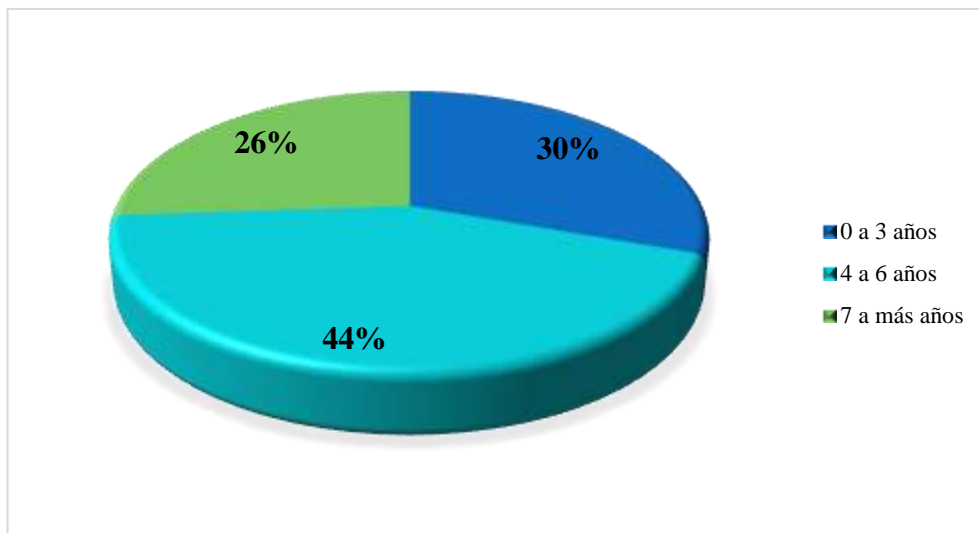


Figura 5. Tiempo que desempeña en el cargo
Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

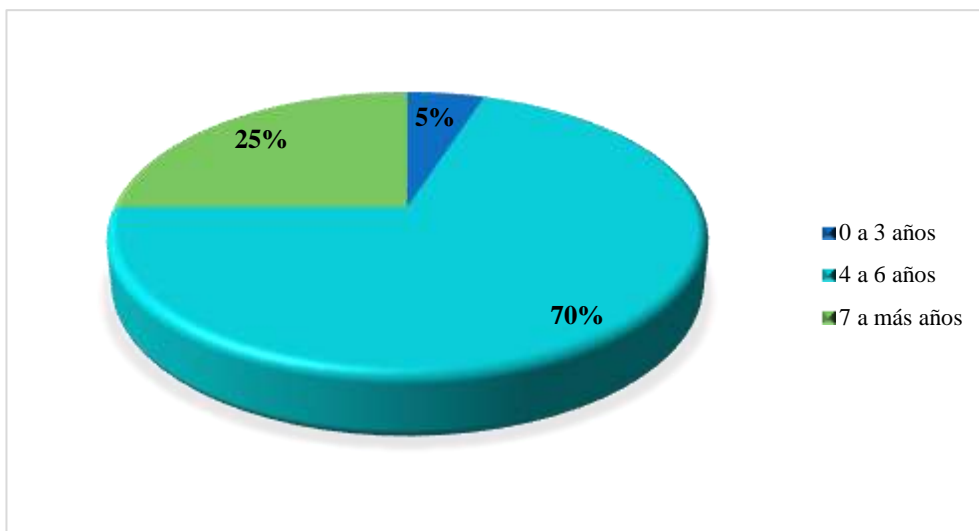


Figura 6. Tiempo de permanencia de la microempresa
Fuente. Tabla 2

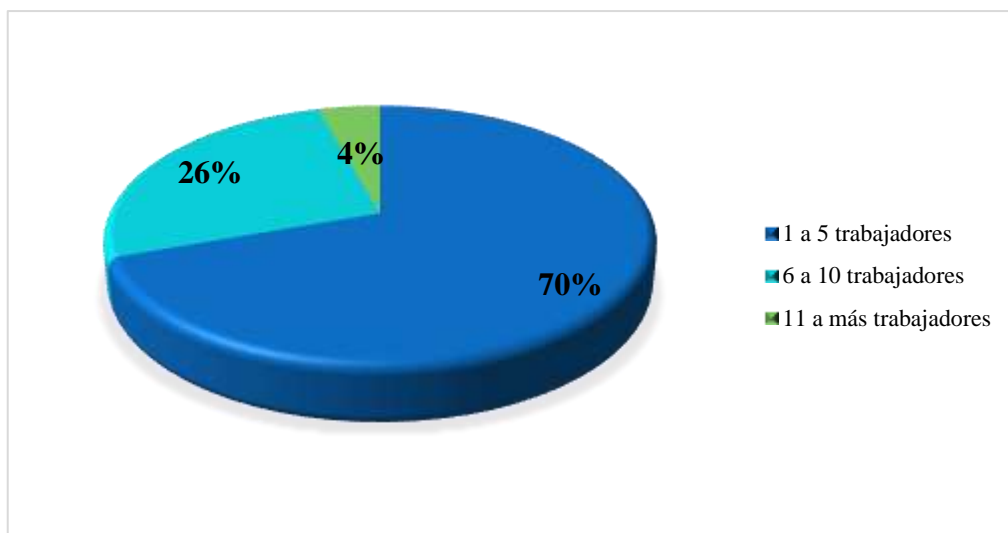


Figura 7. Número de trabajadores
Fuente. Tabla 2

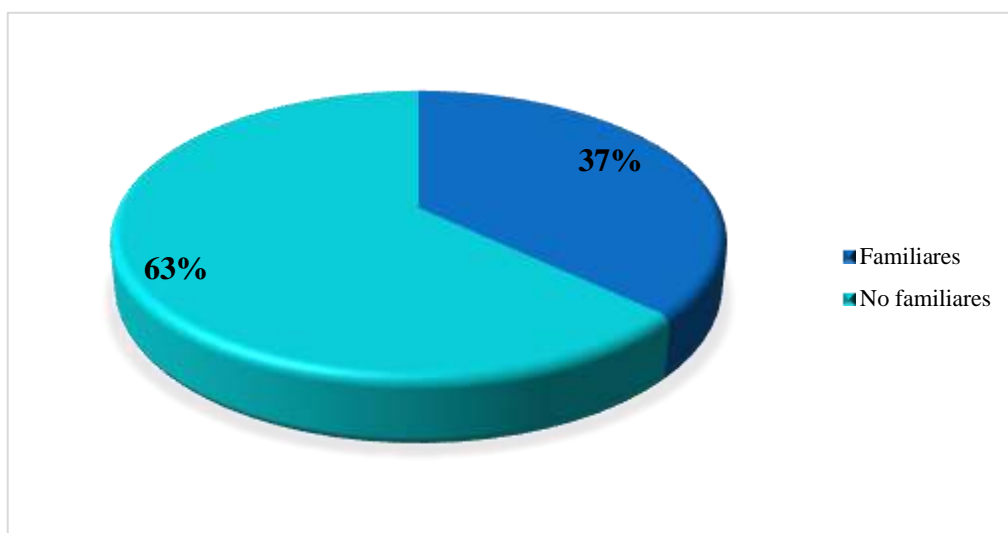


Figura 8. Relación con los trabajadores
Fuente. Tabla 2

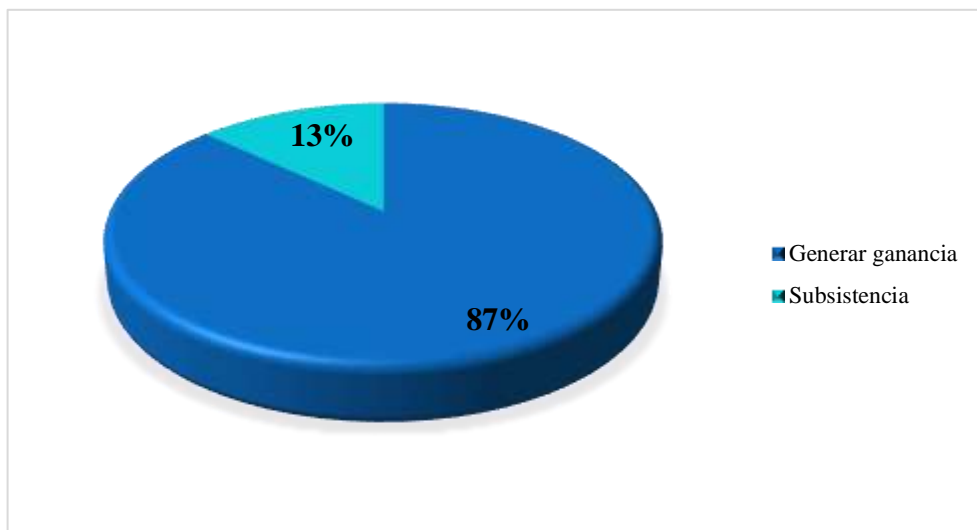


Figura 9. Objetivo de creación
Fuente. Tabla 2

Características de las Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes, en el casco urbano del distrito de Chimbote, 2018

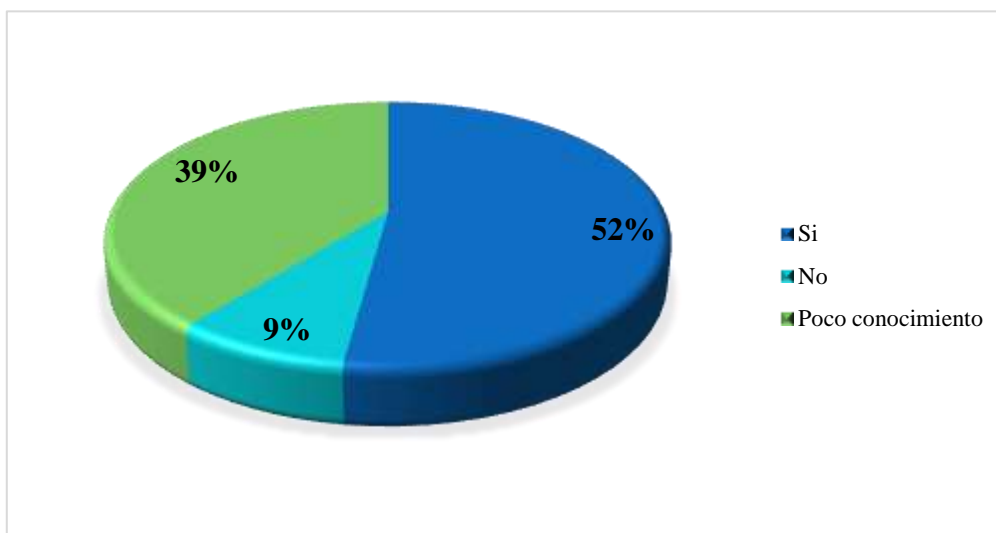


Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

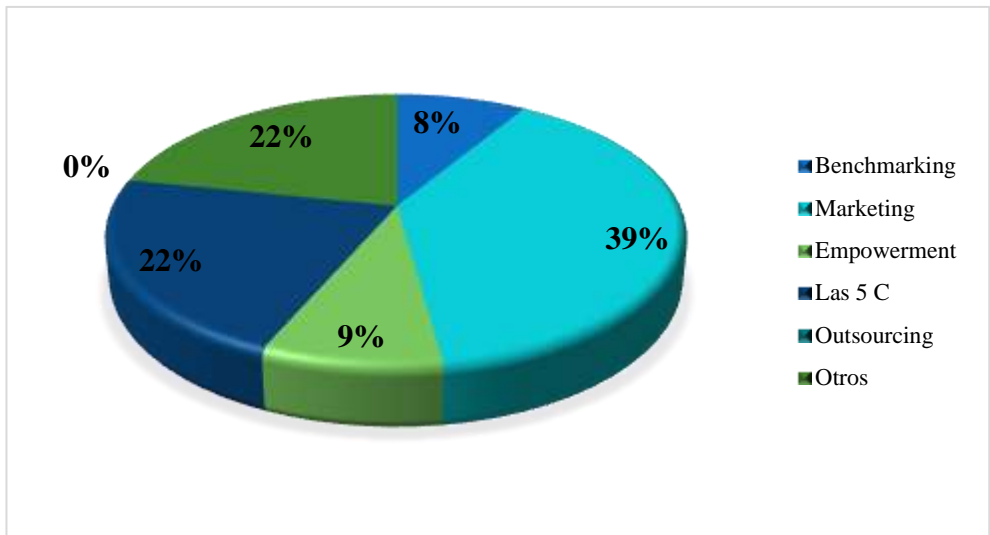


Figura 11. Técnicas modernas de la gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

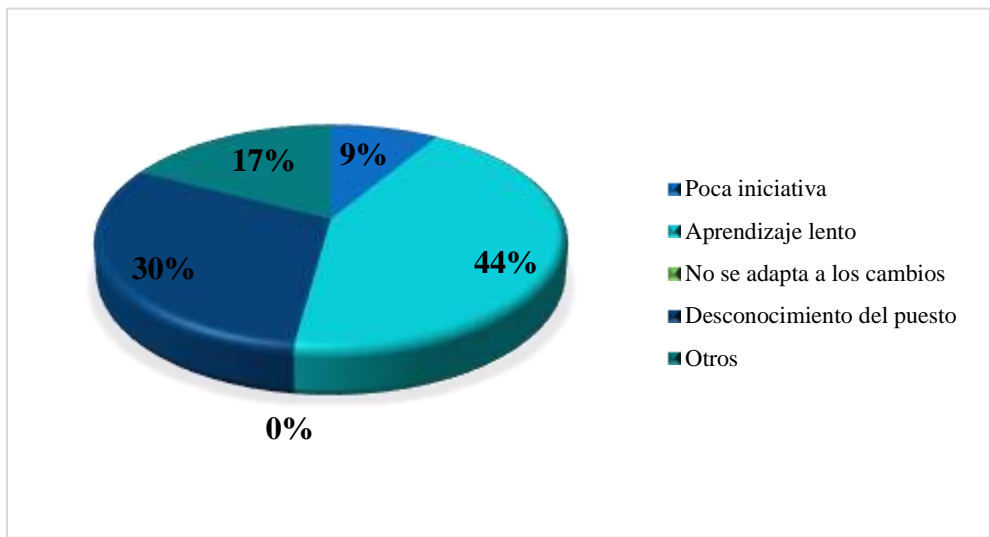


Figura 12. Dificultades para la implementación de gestión de calidad
Fuente. Tabla 3

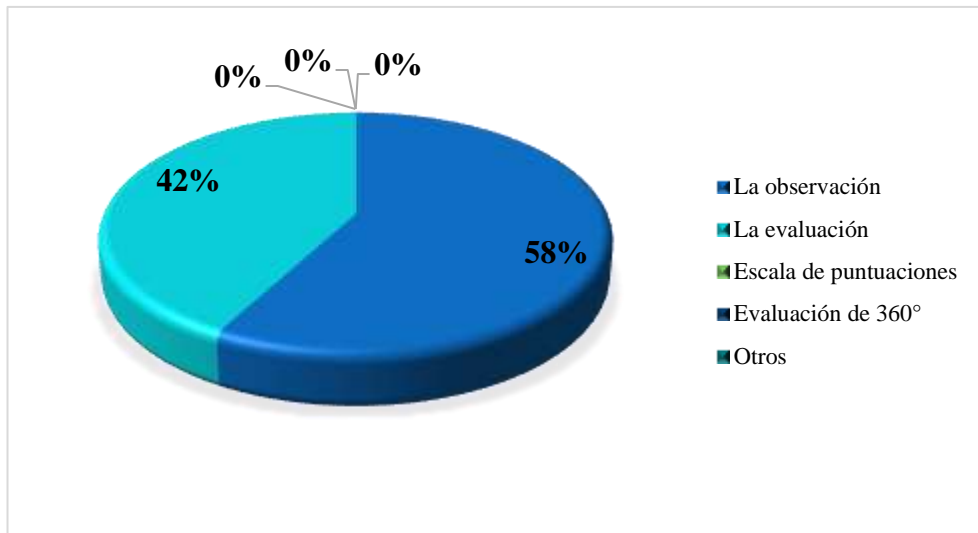


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal
Fuente. Tabla 3

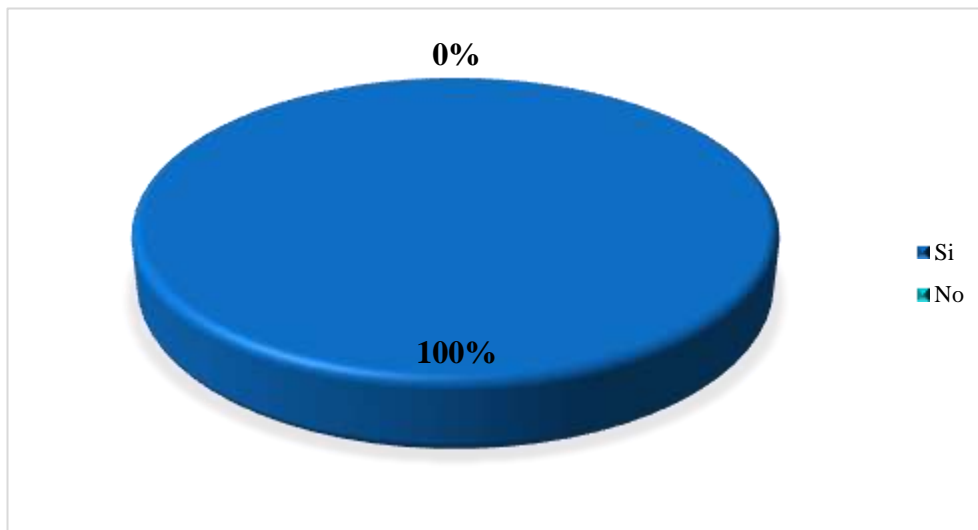


Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio
Fuente. Tabla 3

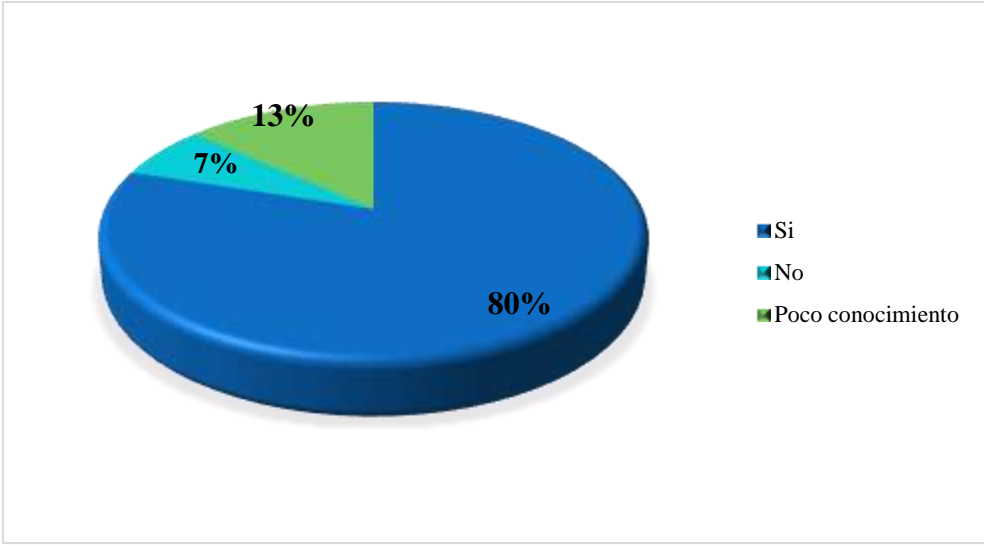


Figura 15. Conocimiento de las TIC
Fuente. Tabla 3

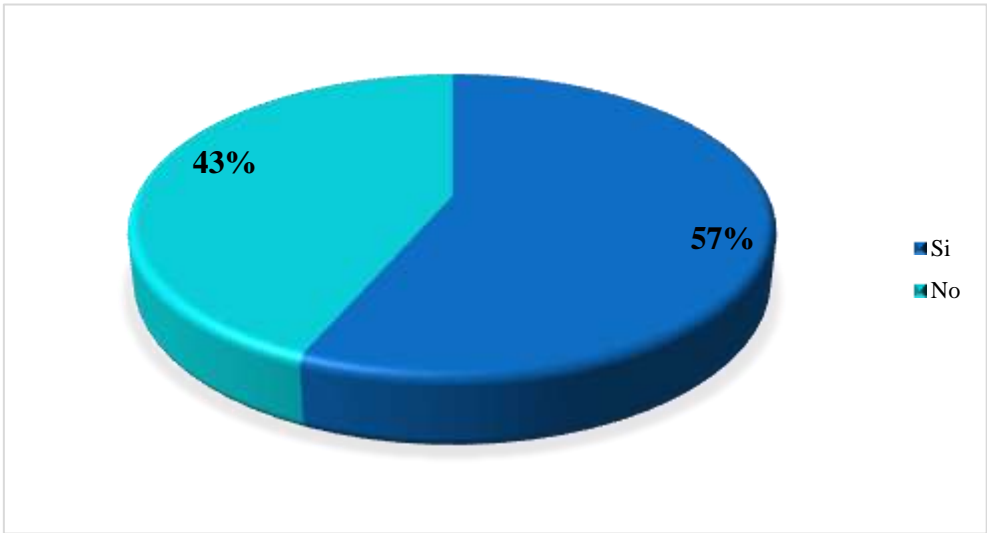


Figura 16. Computadora en la empresa
Fuente. Tabla 3

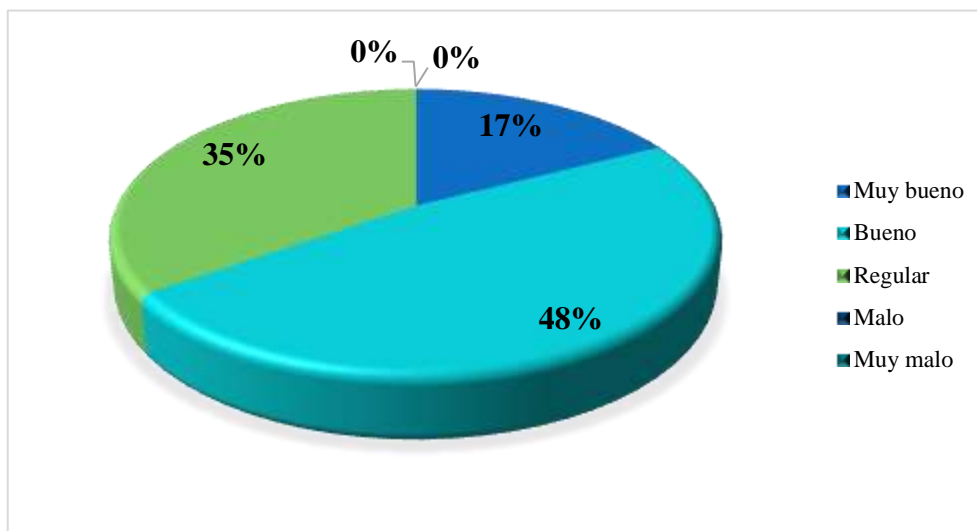


Figura 17. Nivel de computación
Fuente. Tabla 3

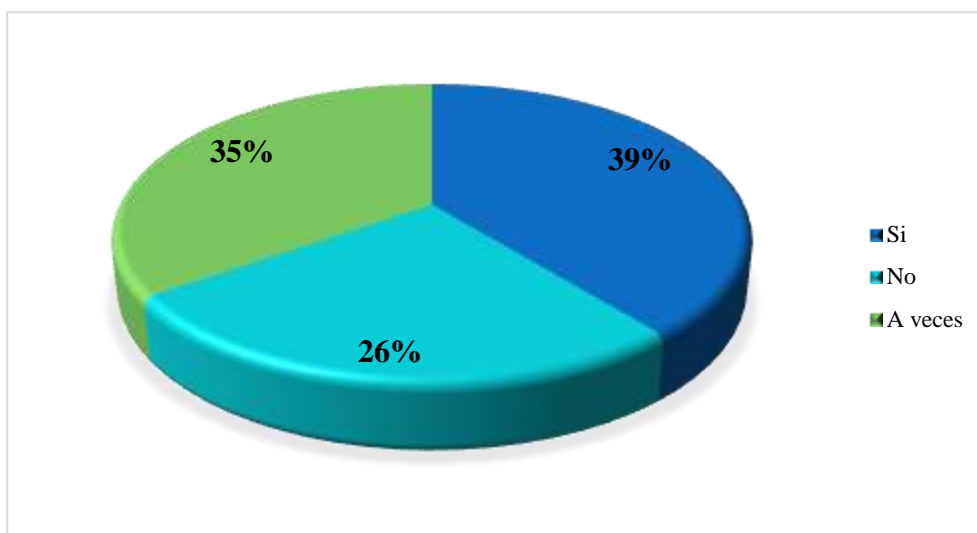


Figura 18. Uso del internet para ejecutar las compras de mercadería
Fuente. Tabla 3

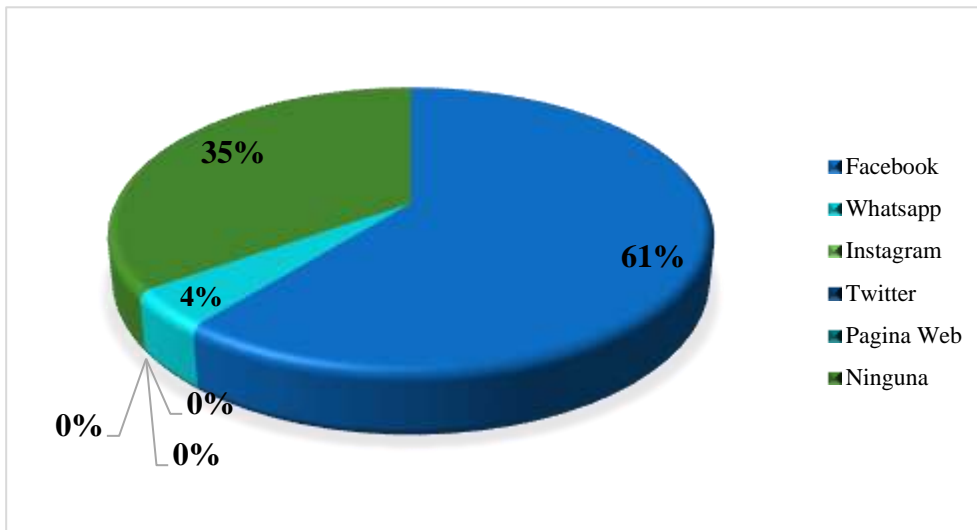


Figura 19. Tipo de redes sociales para impulsar la venta de los productos
Fuente. Tabla 3

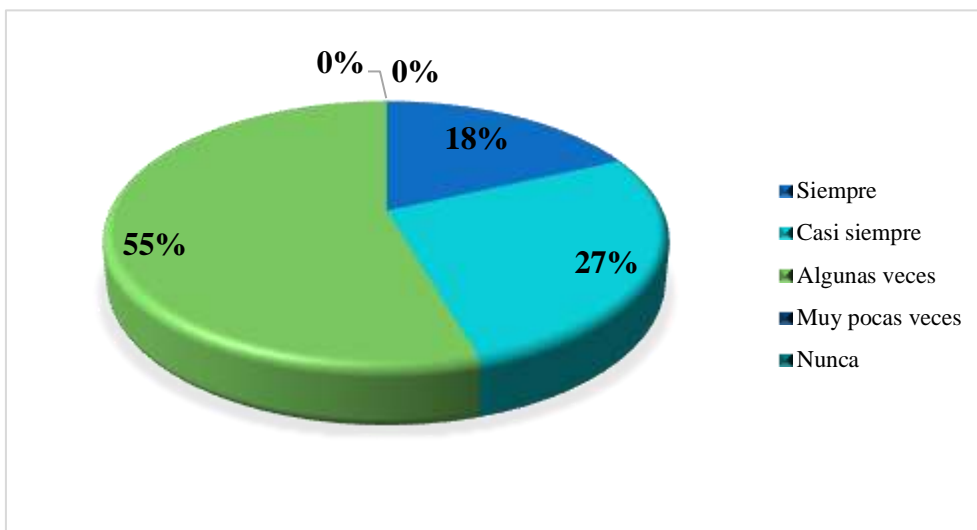


Figura 20. Uso del teléfono para coordinar asuntos de la empresa
Fuente. Tabla 3

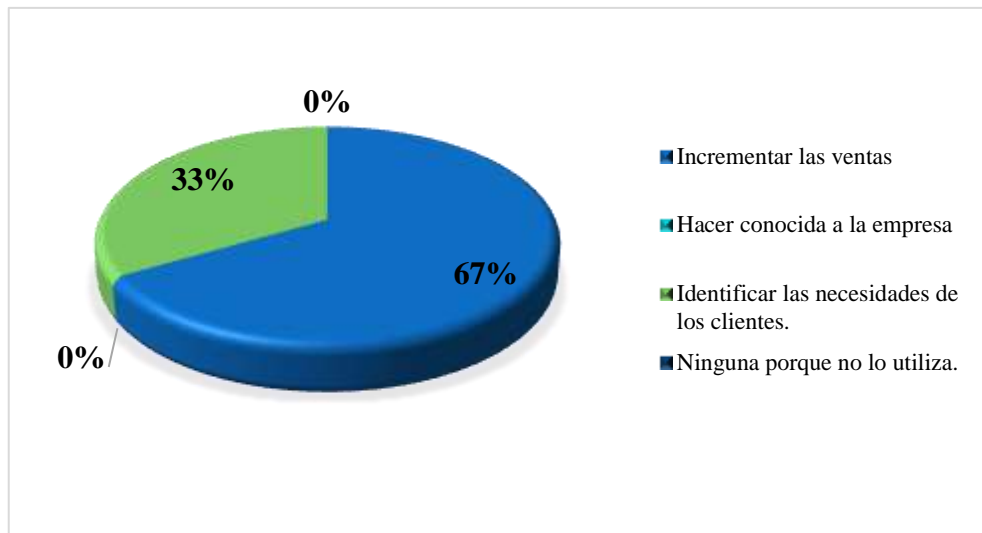


Figura 21. Beneficio obtenido utilizando las TIC en la empresa
Fuente. Tabla 3