



---

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 Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS, SECTOR COMERCIO, RUBRO  
VENTA MINORISTA ÚTILES DE ESCRITORIO Y DE  
OFICINA, DISTRITO DE COISHCO, 2017

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

**AUTOR**

BALTA ARTEAGA, KEVIN SIDANE

ORCID: 0000-0002-4282-162X

**ASESOR**

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

Orcid. 0000-0002-6399-5928

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2020**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Balta Arteaga, Kevin Sidane

ORCID: 0000-0002-4282-162X

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado,  
Chimbote, Perú

### **ASESOR**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias  
contables, financieras y administrativas, Escuela profesional de  
administración.

### **JURADO**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Solano Castillo, Marlon Juniors

ORCID: 0000-0001-5584-0523

Cerna Izaguirre, Julio César

ORCID: 0000-0002-5471-4549

## **JURADO EVALUADOR Y ASESOR**

Morillo Campos, Yuly Yolanda

**Presidente**

Solano Castillo, Marlon Juniors

**Miembro**

Cerna Izaguirre, Julio César

**Miembro**

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer en primer lugar a Dios, por cuidarme y guiarme en este proceso, por darme sabiduría para tomar las mejores decisiones en mi carrera.

A mi familia, por darme su apoyo incondicional para poder avanzar con mis proyectos, por sus palabras de aliento para no dejarme vencer y por no dejarme solo en los momentos más complicados.

## **DEDICATORIA**

A mi madre por guiarme en esta etapa de estudiante, por cuidarme y por derramar su bendición para salir triunfante.

A mis amigos, quienes a lo largo de mi carrera me demostraron su paciencia cuidando de mí y apoyándome para poder culminar con éxito esta etapa de mi vida.

A mi asesor, por haberme enseñado con dedicación y esmero, por impartirme valiosos conocimientos, los cuales me ayudaron en gran medida a la elaboración de mi informe de tesis

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general, describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 60.0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 60.0% son de género masculino. El 60.0% tienen grado de instrucción secundaria. El 60.0% de las Micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el rubro entre 4 a 6 años. El 70.0% tienen como finalidad subsistir. El 50.0% no conocen el término gestión de calidad. El 70.0% no conocen las TIC. El 70.0% no cuentan con una computadora. El 60.0% a veces usa el internet para la compra de mercaderías. El 60.0% usan el Facebook para impulsar las ventas. El 60.0% aseguran que los beneficios que han obtenido con el uso del TIC es hacer reconocida la empresa. Conclusiones: la mayoría de las micro y pequeñas empresas aplica gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación, dado que usan las redes sociales como el Facebook para impulsar sus ventas.

**Palabras clave:** calidad, comunicación, gestión, información, tecnologías

## **ABSTRACT**

The general objective of the research was to determine the main characteristics of Quality Management with the use of Information and Communication Technologies and improvement proposals in micro and small companies, the commerce sector, retail and office supplies, district of Coishco, 2017. The research was a non-experimental, cross-sectional design for the collection of information. A sample population of 10 micro and small companies was used, to which a questionnaire of 21 questions was applied, obtaining the following results. 60.0% of the representatives are between 31 to 50 years of age. 60.0% are male. 60.0% have a secondary level of education. 60.0% of the Micro and small companies have a permanence in the field between 4 to 6 years. 70.0% are intended to subsist. 50.0% do not know the term quality management. 70.0% do not know ICT. 70.0% do not have a computer. 60.0% sometimes use the internet to purchase merchandise. 60.0% use Facebook to boost sales. 60.0% say that the benefits they have obtained with the use of ICT is to make the company recognized. Conclusions: most of the micro and small companies apply quality management with the use of Information and Communication Technologies, since they use social networks like Facebook to boost their sales.

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

## CONTENIDO

1. Título de la tesis .....	i
2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Jurado evaluador 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 .....	5
III. Hipótesis .....	26
IV. Metodología .....	27
4.1 Diseño de la investigación.....	27
4.2 Población y muestra .....	27
4.3 Definición y operacionalización de las variables y los indicadores.....	29
4.4 Técnicas e instrumentos .....	33
4.5 Plan de análisis .....	33
4.6 Matriz de consistencia .....	34
4.7 Principios éticos .....	36
V Resultados .....	37
5.1 Resultados .....	37
5.2 Análisis de resultados.....	43
VI. Conclusiones .....	55
Aspectos complementarios.....	56
Referencias bibliográficas .....	57
Anexos.....	60

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### Índice de figuras

#### Tabla 1

*Características de los representantes de las pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017..... 37*

#### Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017..... 38*

#### Tabla 3

*Características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017 ..... 39*

#### Tabla 4

*Plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.. 42*

## Índice de figuras

Figura 1. Edad .....	72
Figura 2. Genero.....	72
Figura 3. Grado de instrucción .....	73
Figura 4. Cargo.....	73
Figura 5. Tiempo en el Cargo .....	74
Figura 6. Años en el rubro .....	74
Figura 7. N° de trabajadores en la empresa .....	75
Figura 8. Personas que trabajan en la empresa .....	75
Figura 9. Finalidad de la empresa.....	76
Figura 10. Conoce el termino gestión de calidad.....	76
Figura 11. Técnicas de gestión que aplica .....	77
Figura 12. Dificultades en la gestión de calidad .....	77
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal .....	78
Figura 14. La gestión de calidad mejora el rendimiento. ....	78
Figura 15. Conoce las TIC .....	79
Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa.....	79
Figura 17. Cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación .....	80
Figura 18. Internet para las compras de mercadería para su empresa.....	80
Figura 19. Tipo de redes sociales que utiliza para la venta de sus productos.....	81
Figura 20. Teléfono para coordinar asuntos de su empresa .....	81
Figura 21. Beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa .....	82

## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día el elemento clave para la transformación política y económica de cualquier país es la creación de un importante sector privado, y un mayor desarrollo de la actividad emprendedora, por ello las micro y pequeñas empresas representan una de las principales fuerzas en el desarrollo económico, sobre todo en las economías emergentes, donde realizan un aporte fundamental a las exportaciones y al comercio, el algunos casos estas pequeñas empresas llegan a fracasar debido a que no cuentan con conocimientos de la nuevas tendencias en cuanto a la gestión empresarial, por ejemplo, son varios los casos en donde los costos de producción son muy elevadas, puesto que no aplican el uso de las TIC, para automatizar, optimizar los recursos, pero este problema se da en todas partes del mundo.

En España las micro y pequeñas representan más del 90% del tejido empresarial en España y que son las principales generadoras de empleo, pero a pesar de ello los gerentes tiene problemas en la gestión de sus recursos, por lo cual no pueden automatizar sus procesos de producción, además el nivel de informatización de estas MYPES, es inferior al de las medianas y grandes empresas y muchas de ellas se encuentran todavía en una etapa pre digital, con un equipamiento TIC básico e, incluso, sin él, se puede decir que estos pequeños negocios están enfrentado a un desafío muy grande, porque el tiempo digital avanza a un ritmo exponencial y un gran porcentaje de estas empresas no está preparado culturalmente para abordar esta transformación. (Cazorla, 2016)

Por otra parte en México existen más de 4.2 millones de unidades económicas, de las cuales 99.8% son micro y pequeñas empresas, las cuales representan 52% del PIB y generan el 72% del empleo del país, pero a pesar de ello el 82.5% de las MYPES que arrancan desaparece antes de los 2 años porque no son rentables, destacan varios estudios, esto se debe a que no utilizan las TIC, ya que Sólo 6% de MYPES aprovecha las tecnologías de la información, así también los costos para su implantación, de esta

herramientas no han sido baratas, siempre han sido famosas por ser muy caras, por lo cual está fuera del alcance de algunas empresas. (Vaca, 2017)

Por otro lugar en Colombia las micro y pequeñas empresas, tienen problemas de gestión por lo cual no han logrado ser más productivas, ya que actualmente existe un déficit en el uso de las TIC a nivel empresarial, se observa que no se usa la tecnología de acuerdo con las necesidades de los negocios, se puede decir que muchos empresarios creen que están implementando eficientemente las TICs por el hecho de comprar computadoras indiscriminadamente, tener una salida a Internet y comprar software de contabilidad y planillas. (Fonseca, 2012).

Por otro lado, en el Perú, uno de los factores que aquejan a las micro y pequeñas empresas, es la carencia de una buena gestión, que impide que logren optimizar sus recursos y alcanzar los máximos beneficios, esto se deriva de la falta del uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), y porque los gerentes consideran que su implantación es muy cara, así también consideran que es difícil de adaptarse y que más que ayudarlos los van a confundir. (Diario Peru.com, 2013)

En el caso de la Región Ancash son muchos de los casos de emprendedores, que suelen fracasar debido a que no están actualizados en las herramientas modernas de gestión, en este contexto no están aplicando el uso de las Tecnologías de la información y comunicación, ya sea para controlar sus ventas, controlar sus inventarios, las compras, etc., esto ha ocasionado que los pequeños empresarios tengan el temor de iniciar sus negocios, puesto que hay una gran parte de la competencia que si están adaptándose a los cambios y lograr surgir.

Por último en las micro y pequeñas empresas del distrito de Coishco lugar donde se desarrolló la investigación se detectó que los representantes no cuentan con una buena gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación, en este sentido la falta de conocimiento del stock por parte del empresario hace que el cliente espere mucho tiempo en ser

atendido lo cual genera un malestar en el cliente y causa que este ya no vuelva más a la tienda. Esto se debe a que estas micro y pequeñas empresas han sido formadas por empresarios que no conocen la parte administrativa y no han innovado en sus negocios, esto conllevaría a la empresa a quebrar. El problema se solucionaría con la implementación de un software que ayude a saber cuáles son los productos que se tienen en stock sus características y cantidad lo cual beneficiaría al empresario ya que así se le facilitaría la tarea de estar buscando lo que los clientes piden y así ser más rápido en la atención a sus clientes y pueda vender más y crezca como empresa. Por todo lo expresado el enunciado del problema es el siguiente ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017?. Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos:

- a) Establecer las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.
- b) Conocer las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.
- c) Determinar las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.

d) Elaborar y proponer un plan de mejora sobre la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.

Esta investigación se justifica porque pretende dar a conocer las características más relevantes de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017, de esta manera se podrán conocer los aspectos más importantes de los representantes, de las micro y pequeñas empresas y de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación. Así también se justifica porque aportará nuevos conocimientos sobre las herramientas o técnicas modernas de Gestión, como son las Tecnologías de Información y Comunicación, a tal punto que los emprendedores interesados en el tema puedan mejorar sus procesos en la toma de decisiones, para optimizar y automatizar sus recursos. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 10 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados. El 60.0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad. El 60.0% son de género masculino. El 60.0% tienen grado de instrucción secundaria. El 60.0% tienen una permanencia en el rubro entre 4 a 6 años. El 70.0% tienen como finalidad subsistir. El 50.0% no conocen el término gestión de calidad. El 70.0% no conocen las TIC. El 70.0% no cuentan con una computadora. El 60.0% a veces usa el internet para la compra de mercaderías. El 60.0% usan el Facebook para impulsar las ventas. El 60.0% aseguran que los beneficios que han obtenido con el uso del TIC es hacer reconocida la empresa. Por último servirá como antecedente para futuros investigadores, como son los alumnos de todas las universidades de la localidad, del mismo servirá para los emprendedores de la Región Ancash, ya que podrán observar los errores empresariales, y de esta manera

tratar de reducir las, pudiendo así mejorar el crecimiento de las micro y pequeñas empresas.

## II. REVISIÓN DE LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

Infantes (2015) en su tesis *TIC, Co-Innovación y Productividad de las Pequeñas y Medianas Empresas en Chile: Evidencia empírica y comparación internacional de resultados*. 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. Objetivos específicos: Efectuar un análisis empírico de las principales variables que constituyen las fuentes de co-innovación en las pequeñas y medianas empresas chilenas. 10.3.2 Establecer relaciones de complementariedad entre las fuentes de coinnovación y verificar cómo ésta impacta en la productividad. Se utilizó la metodología descriptiva de diseño no experimental, del mismo modo se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas, obteniendo los principales resultados con respecto al uso de las TIC. El 72,5% si disponen de internet. El 54,8% no realizan sus ventas mediante las páginas web. El 66,6% no realizan compras de insumos y materia primas, a través de páginas Web. El 95,8% no se conecta al internet porque no le toma importancia. Conclusiones: La tecnología como una actividad fundamental está íntimamente relacionada con las restantes actividades humanas y, en consecuencia, es una parte integral e indispensable de la cultura humana y no es, como se dice a menudo, una fuerza extraña, inhumana, desatada sobre la humanidad por algún agente externo.

Anova (2015) en su tesis *Impacto de las tecnologías de la información en las PYMES*. Objetivo general: dar a conocer un panorama general del papel que juegan las Tecnologías de Información y Comunicación dentro de las pequeñas y medianas empresas PYMES y ver su impacto. Objetivos

específicos: describir algunas soluciones tecnológicas que las empresas de software han desarrollado para el apoyo a las PYMES. Asimismo dar a conocer algunas Plataformas Tecnológicas y Herramientas hacia las PYMES respecto al tema de las tecnologías de información y comunicación. Se utilizó la metodología descriptiva de diseño no experimental, del mismo modo se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas, obteniendo los principales resultados con respecto al uso de las TIC. Resultados: El gasto promedio en TIC de las PYMES equivale al 2,7% de sus ventas, porcentaje mayor al de todas las empresas (1,8%). El gasto total de las PYMES en TIC puede desglosarse de la siguiente manera: 28,6% en equipos, 22,6% en software, 21,7% en comunicaciones y 27,1% en servicios. El 93% de las PYMES ya había instalado un sistema de planificación de recursos empresariales. El 84% de las PYMES poseía sitios WEB. El 21,7% de las PYMES ha desarrollado procedimientos para el comercio electrónico entre empresas que incluye soluciones parciales e integrales. El 62,7% de las PYMES estaban equipadas con computadoras personales. El 50% de las PYMES utiliza herramientas informáticas. Conclusiones: En particular, se espera una TIC de aplicabilidad más automática, más sencilla, con más fiabilidad, con patrones más novedosos y más eficiente. Para que la B.I. sea completamente aceptada como una tecnología, se deben resolver algunos problemas principalmente relacionados con la eficiencia y la escalabilidad, la interacción con el usuario, la incorporación de conocimiento de base, las técnicas de visualización, la evolución de lenguajes de consultas y mejorar el tratamiento de datos complejos, entre otros. Como ya mencionamos y hemos ido mostrando a lo largo de los demás, la TIC aplicada a una PYME es el resultado de la integración de múltiples sistemas y capacidades.

Gamarra (2016) en su tesis *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las Micro y Pequeñas Empresas del sector

comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. Objetivos específicos: Describir las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. Describir las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, 2016. El tipo de investigación fue aplicada – cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Se utilizó una población de 22 Micro y Pequeñas Empresas la cual se determinó una muestra dirigida de 18 Micro y Pequeñas Empresas a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta que se realizó a través de un cuestionario conformado de 20 preguntas. De esta manera se obtuvo los siguientes resultados. El 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años. El 67% de los empresarios son de género masculino. El 61% d tienen grado de instrucción secundaria. El 50% de las Micro y Pequeñas Empresas d tienen de 8 años a más. El 61% fueron creadas con la finalidad de generar ganancias. El 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores. El 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. el 72% de las ferreterías si utilizan la gestión de calidad. El 50% afirman que el objetivo por el cual utilizan la Gestión de Calidad es para tener oportunidad de crecimiento. El 28% señalan que las Funciones Administrativas que utilizan son la Planificación. El 72% que no hacen uso de las TIC. Se concluye que, La mayoría de los empresarios de las Mype del sector comercio – rubro ferretería, Ciudad de Huarney, conocen muy bien lo que es el término de Gestión de Calidad es por ello que si lo utilizan, la mitad lo utilizan con el objetivo de tener oportunidad de crecimiento, la mayoría de los empresarios si conocen las funciones administrativas por eso las que más utilizan son la planificación y el control. La mitad de los empresarios respondieron que el clima organizacional dentro de su empresa es agradable, la mayoría dicen que el nivel de servicio que prestan es la prontitud en la atención, la mayoría de los dueños de las ferreterías de la Ciudad de Huarney

aún no utilizan las TIC, es por ello que no hacen ningún uso en el ámbito administrativo, ni internamente, ni externamente

Torres (2015) en su tesis *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015*". Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, año 2015. Objetivos específicos: Describir las características del representante de las MYPES, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la Ciudad de Chimbote, 2015. Describir las características de las MYPES, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015. Describir las características de la gestión de calidad en las MYPES, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015.. Para la elaboración del informe de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal, en una muestra de 10 micro y pequeñas empresas (MYPES), aplicando un cuestionario de 16 preguntas con lo que se obtuvo los siguientes resultados. El 80% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años. El 80% del total de empresarios encuestados, pertenece al género masculino. El 60% de encuestados, tiene como grado de instrucción secundaria completa. El 70% de los encuestados manifiesta estar en el cargo entre 4 a 6 años. El 50% de las empresas lleva de 4 a 6 años en el rubro. El 40% de los encuestados manifiesta que el número de sus colaboradores es de 4 a 6. El 60% no sigue un plan de negocios estratégicos. El 90% manifestó que sí, que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio. El 40% de los encuestados, manifiesta que su personal no se adapta a los cambios. El 60% de los encuestados utiliza la técnica de observación. El 50% del total de encuestados, manifiesta que los resultados que logró con su MYPE al aplicar Gestión de calidad, es tener clientes satisfechos. Conclusiones: La mayoría no tiene un plan de negocio estratégico, pero sí reconocen casi en su totalidad que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, la mayoría aplica sin conocimiento o poco conocimiento la técnica el benchmarking y con respecto al personal la mayoría no se adapta a los

cambios, pero esta mayoría a pesar de todo es competitiva, la mayoría tiene como técnica de evaluación al personal la observación y saben que la capacitación sí ayuda a realizar una buena gestión de calidad y a pesar del desconocimiento de la gestión de calidad estas MYPES lograron resultados como tener clientes satisfechos, y en cierta forma el crecimiento de sus MYPES.

Villanque (2016) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016. Objetivos específicos: Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz. Describir las características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz. Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptiva – cuantitativa y un diseño transaccional. Para el recojo de la información se identificó una población de 197 micro y pequeñas empresas, de los cuales se realizó un muestreo estratificado determinando una muestra de 22 empresarios y / o gerentes a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas por medio de la encuesta; del cual se obtuvo los siguientes resultados. El 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad. El 68.18% son de sexo masculino. El 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa. El 86.36% manifiestan que la empresa que dirigen siempre cuentan con un buen servicio al cliente. El 54.55% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre buscan que el cliente esté satisfecho. El 40.91% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre perciben si un cliente repite las compras

habitualmente. El 31.82% manifiestan que la empresa que dirigen a veces perciben si un cliente demuestra compromiso a futuro. El 50.00% manifiestan que la empresa que dirigen casi nunca tienen experiencias positivas que sorprendan al cliente. El 50.00% manifiestan que la empresa que dirigen nunca tienen comunicación constante con el cliente. El 45.45% manifiestan que la empresa que dirigen casi siempre buscan relaciones de confianza con el cliente. El 45.45% manifiestan que la empresa que dirigen a veces proponen mejoras ante las compras que hacen los clientes. Se concluye que, los mismos que opinaron que la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) es importante ya que ayudaría a tener una mejor relación de confianza y comunicación con el cliente, estos mismo reconocen que hace falta una mejor orientación y / o capacitación en base a talleres respecto a la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM). Las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) se basan en que los empresarios y / o gerentes 73 reconozcan los diferentes procesos para lograr que los clientes estén satisfechos, sean leales y fieles; la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) busca integrar todos esos procesos de forma innovadora para que la empresa que lo aplique con el tiempo mejore en su desarrollo dentro de un mercado tan competitivo como es el sector comercio – rubro de venta al por dmenor de artículos de ferretería.

Serrano (2015) en su tesis *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en el distrito de santa, 2015*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Santa, 2015. se utilizó el diseño no experimental – transversal, con una población objeto de estudio de 03 micro y pequeñas empresas del distrito de Santa, se aplicó un cuestionario de 14 preguntas con lo que se obtuvo los siguientes resultados. El 66,7% tiene edades entre 31 y 50 años. El 100% pertenece al género masculino. El 66.7% de los representantes encuestados, tiene estudio superior no universitario. El

100% de encuestados es dueño del establecimiento. El 66,7% de los propietarios encuestados de la MYPE en estudio, manifiestan que el tiempo que llevan en el rubro es de 4 a 6 años. El 66,7% de los propietarios encuestados, tiene trabajadores a cargo entre 0 a 3 colaboradores. El 100% de los encuestados ha creado su MYPE, con la finalidad de generar ganancias. El 66,7% de los encuestados manifiesta que sí tienen un plan de negocio estratégico. El 66,7% manifiesta que la Gestión de calidad si contribuye al mejoramiento del negocio. El 100% opta por el Benchmarking. El 100% de propietarios encuestados manifestó usar la observación. El 100% de los propietarios encuestados manifestó que el resultado que logro con la aplicación de la técnica de gestión, fue tener clientes satisfechos. Conclusiones: En gestión de calidad, se concluye que en la mayoría de las MYPE, los propietarios si tienen un plan de negocio estratégico y esta mayoría también cree que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, también concluimos que el total de encuestados manifiesta utilizar el benchmarking como herramienta de Gestión y que su personal es competitivo y utiliza la observación como técnica de evaluación y para este total de encuestados, los resultados qu logro en su MYPE con la aplicación de la Gestión de calidad fue tener clientes satisfechos.

Palma (2015) en su tesis *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del santa 2015*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la gestión de calidad las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015. Objetivos específicos: Describir las principales características de la micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías en el distrito de Santa, 2015 y por último Describir las principales características de la gestión de calidad en el sector comercio – rubro Ferreterías en el distrito de Santa, 2015. 2. El presente trabajo de investigación se justifica porque permitirá conocer las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro Ferreterías en el distrito de Santa, 2015. La

investigación fue no experimental – transversal - descriptiva, para el recojo de la información se escogió de forma dirigida una muestra de 12 micro y pequeñas empresas de una población de 25, a quienes se le aplicó en un cuestionario de 18 preguntas cerradas aplicando la técnica de la encuesta, luego se realizó la tabulación de las encuestas en Excel y Word para elaborar tablas y figuras, obteniendo se los siguientes resultados. El 58,3% tiene más de 50 años de edad. El 100% son de género masculino. El 83,3% tiene instrucción secundaria. El 100% son dueños de las empresas. El 83,3% tienen 11 años a más en el rubro. El 58,3% son informales. El 58,3% tienen como finalidad generar ganancias. El 100% si gestiona con calidad sus empresas. El 100% considera que la gestión de calidad contribuye mejorar el rendimiento. El 66,7% no aplica las herramientas de gestión de calidad. El 91,6% Evalúa los procesos de la gestión de calidad en su micro y pequeña empresa. El 33,3% tiene considera que su personal tiene poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. El 58,3% considera que su personal es bien competitivo. El 100% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. El 100% considera que la Capacitación le ayudaría realizar una gestión de calidad. Se concluye que, Los representantes de las micro y pequeñas empresas en su totalidad consideran que la gestión de calidad contribuye al crecimiento del negocio, así también viene gestionando sus micro y pequeñas empresas con calidad, pero la mayoría no aplica técnicas modernas utilizando una administración empírica, la minoría solo utiliza la técnica moderna de la Benchmarking y Empowerment, pero su personal tiene poca iniciativa, es por ello que consideran que la mayoría de su personal no es competitivo, también utilizan el método de la observación para medir el rendimiento de su personal, del mismo modo asegurar que la rotación de personal le impide realizar una buena gestión de calidad, y que la capacitación le ayudaría a realizar una adecuada gestión de calidad.

Valderrama (2014) en su tesis *Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014*. Se planteó el siguiente Objetivo general: Describir las principales características de la Gestión de calidad y

competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014. Objetivos específicos: Describir las principales características de gestión de calidad (productos) de las MYPES del sector comercio del distrito El Porvenir en el rubro venta de calzado para damas, año 2014. Describir las principales características de competitividad de las MYPES del sector comercio del distrito El Porvenir en el rubro venta de calzado para damas, año 2014. La investigación fue de manera descriptiva con una muestra de 15 Mypes a las cuales se les aplico a sus representante un cuestionario de 14 preguntas, obteniendo las siguientes resultados. El 42.86% de los representantes de las MYPES tienen la edad entre 50 y 60 años, el 53.3% de los empresarios cuentan con estudios secundarios, el 42.86% son de sexo masculino. El 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años. El 46.7% de las MYPES dijeron que sus clientes tienen en cuenta la calidad, el 40% de los microempresarios determinan su calidad atreves de la materia prima, el 40% de los empresarios utilizan controles posteriores a su fabricación. El 60% de las organizaciones capacitan a sus trabajadores cada año. Se concluye que, Se llegó a la conclusión que los clientes antes de adquirir los productos tienen en cuenta la calidad y el precio como requisito de compra con un 46.7% en calidad y en el precio con 33.3%; la variación que hay entre las dos es mínima por lo tanto se debe trabajar en los dos factores de manera equitativa. Por otro lado tenemos que estas empresas determinan su calidad atreves de su materia prima con las que trabajan con un 40% y las demás en la mano de obra con los que cuentan para sus procesos con un 33.3%.

## **2.2. Bases teóricas y Marco conceptual**

### **Las Micro y pequeñas empresas**

Hace muchos años los microempresarios no se sentían motivado, ni estimulados a formalizarse, suponían que solo era para el pago de impuestos, para ello se creó la Ley 28015 (2003), esta ley define a las micro y pequeñas empresas como:

Unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, que se encuentra regulada en el TUO (Texto Único Ordenado), de la Ley de Competitividad, Formalización y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente. (p. 2)

Hay que tener en claro que cuando un emprendedor que recién empieza a experimentar la vida empresarial, les hace difícil pensar en formalizarse, por ello es necesario que el Gobierno actúe y cree nuevas estrategias para que los emprendedores busquen formalizarse.

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

Del mismo modo otra de las importantes ley es la que se creó en los últimos años, es la Ley n° 30056, (2013), y en esta nos dice en su artículo n° 5, nos dice que las características de la micro, pequeñas y medianas empresas, deben ubicarse en alguna de las siguientes categorías empresariales, establecidas en función de sus niveles de ventas anuales que se muestran a continuación:

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

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

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

## **Gestión empresarial**

La gestión empresarial es el proceso estratégico, administrativo y de control frente al manejo de los recursos de la empresa para aumentar su productividad, competitividad, efectividad y eficiencia, al respecto Ruiz (2015) lo define "como un conjunto ordenado de estructuras y procesos, que deben ser preparados para provocar las transformaciones que la realidad reclama". (p. 101)

Podemos decir que la gestión se caracteriza por la búsqueda de innovaciones, así como el desarrollo de productos y servicios según los recursos disponibles, de la misma manera una mejor aplicación tecnológica, el control de calidad o mejora continua de la calidad y la optimización de los procesos

## **Procesos de Gestión**

Para realizar correctamente la gestión, es importante que en cada actividad de las empresas, se cumplan los siguientes procesos de acuerdo con Cruz (2013) estos son:

- La planificación, es la primera etapa donde se encuentran los siguientes pasos: la investigación de mercado, el enfoque de las técnicas, estrategias y propósitos, y también las actividades que se ejecutarán en el corto, mediano y largo plazo.
- Organización, la segunda etapa, es una disposición de principios, posiciones, prácticas que deben ser consideradas por todos los individuos dentro de la organización, la capacidad fundamental de la asociación es planear y facilitar cada activo accesible, por ejemplo, humano, material y dinero.
- Dirección, es la tercera etapa, dentro de él está la ejecución de planes, inspiración, correspondencia y supervisión para lograr los objetivos de la asociación.

- Control, finalmente en esta etapa los líderes son responsables de evaluar el avance general de una organización. (párr. 6)

El proceso más importante en las micro y pequeñas empresas, es la planificación, ya que ella se plantearán los objetivos, actividades que deben realizarse diariamente, por lo cual los gerentes debe ser un buen líder, que separa dirigir a sus trabajadores.

### **Niveles de gestión empresarial**

Por otro lado la gestión abarca muchos niveles, y en que cada uno de ellos es indispensable un buen liderazgo, de acuerdo con Crispancho (2014) nos menciona los siguientes niveles:

- Nivel estratégico: corresponde a la planeación que espera cumplir los objetivos de la asociación y su finalidad es establecer planes de acción para el funcionamiento de la organización.
- Nivel táctico: crea en detalle la planeación de la operación de cada uno de los rangos de la organización a partir del sistema de referencia creado en el nivel estratégico.
- Nivel operacional: Corresponde a la asignación de las tareas particulares que cada trabajador de la asociación debe realizar en cada uno de las áreas de trabajo que conforman la organización. Se produce a partir de los lineamientos dados por el nivel estratégico y táctico. (párr. 12)

Se puede decir que la efectividad en la mejora de los procedimientos y la coherencia con los objetivos de una organización dependen de los niveles de administración y organización de su marco de coordinación y funcionamiento interno.

## **Norma ISO 9001 de la calidad**

Una herramienta importante para garantizar la calidad en los productos o servicios es la Normas ISO 9001 (2015) en ella se mencionan los requisitos funcionales, las cuales son:

- Diseño. Establece un enfoque planificado para cumplir las especificaciones del producto o servicio.
- Control del proceso. Proporciona instrucciones concisas para las funciones de manufactura o servicio.
- Compras. Explica en detalle los métodos para aprobar a los proveedores y elaborar los pedidos.
- Servicio. Ofrece instrucciones detalladas para brindar el servicio después de la venta.
- Inspección y prueba. Insta a los trabajadores y gerentes a verificar todos los pasos de la producción.
- Capacitación. Especifica métodos para detectar las necesidades de capacitación y llevar los registros correspondientes. (párr. 11)

Esta norma proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto

## **Las Tecnologías de información y comunicación**

Por otra parte una de las herramientas que brindan la posibilidad de posicionarnos en el sector son las que las Tecnologías de la información y de la comunicación se entiende como un término para asignar lo que respecta la informática asociada a Internet, y particularmente a la parte social de estos, de acuerdo Gonzales (s.f) nos explica que:

Los nuevos datos y los avances en correspondencia escogen tanto una disposición de desarrollos tecnológicos, adicionalmente, los instrumentos que permiten una redefinición radical del

funcionamiento de la sociedad. Las Tecnologías de Información y Comunicación son aquellos dispositivos computacionales y de registro que procesan, almacenan, describen, recuperan e introducen datos de la manera más cambiada. (párr. 8)

Por su parte Campos (s.f), nos dice que” las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) se pueden definir como cualquier tipo de tecnología utilizada para recoger, procesar e intercambiar información entre los miembros del canal de distribución”. (párr. 2)

Para la Asociación Americana de las Tecnologías de la Información (ITAA), (2008), nos dice que las Tecnologías de la información y comunicación es el “estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el mantenimiento y la administración de la información por medio de sistemas informáticos, esto incluye todos los sistemas informáticos no solamente la computadora, sino también los teléfonos celulares, la televisión, la radio, etc.”

Según Belloch (2012), nos dice que las Tecnologías de la información y comunicación son

Numerosos instrumentos electrónicos ya sean, TV, teléfono, video, PC. Sea como sea, más allá de toda duda, el medio más ilustrativo en la sociedad actual son los ordenadores que permiten utilizar aplicaciones informáticas distintas (introducciones, aplicaciones medios inteligentes, programas de oficina, etc.) y siendo más específicos las redes de comunicación (internet). (p. 2)

Considero que los autores concuerdan en que las Tecnologías de la información y comunicación son instrumentos electrónicos, que permiten una mayor facilidad en la comunicación empresarial, estas herramientas apoyan al crecimiento significativo en las ventas diarias, por ello es necesario investigarlas y aplicarlas.

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

Del mismo modo es necesario apreciar la importancia y utilidad de estas herramientas, para ello De Jesus (2013), nos da a entender que la utilización de las TICs:

Son importantes para adquirir ventajas competitivas, sin embargo, es importante descubrir estrategias correctas para mantener esas ventajas de forma constante, y también tener cursos y recursos opcionales de actividad para ajustarlos a las necesidades que existen en el momento, puesto que las ventajas no siempre son estables. (párr. 13)

Por su parte Salazar (sf), nos dice que “las TIC aumentan el valor de los ejercicios operativos y la administración empresarial y permite a las organizaciones obtener ventajas competitivas, mantenerse en el mercado y concentrarse en su negocio.” (párr. 4)

## **Importancia del internet en las empresas**

Por otra parte en la actualidad el internet es una herramienta TIC que se ha convertido en una de las más usadas para incrementar las ventas, de acuerdo con Vargas (2015) nos explica que:

Hoy en día el internet ha dejado de ser un centro de información para convertirse en una herramienta potencial que ayuda a las empresas a expandirse a nivel mundial. Conforme la tecnología avanza las formas de comunicación también crecen, por lo que hacer conocer una empresa o negocio se ha facilitado en los últimos años. (párr. 3)

El autor aprecia el internet como una herramienta indispensable para que las empresas se adapten a los cambios, y mejoren su estilo de ventas, ya que el internet es un nuevo canal de ventas que te permite conectar con casi todo el mundo.

## **Ventajas del internet en las empresas**

Del mismo modo se puede decir que la utilización del internet, conlleva a grandes beneficios, de acuerdo con Vargas (2015) nos explica estas ventajas son:

- Como recurso informativo para atraer más clientes potenciales.
- Proporcionar información del producto/servicio que ofrezca para que el cliente juzgue y compare.
- Proporcionar información de la empresa para que el cliente haga una visita real al producto/servicio.
- Establecer una tienda online para que sus productos alcancen mayor territorio comercial. (párr. 6)

Gracias al internet el cliente puede conocer los productos o servicio de manera inmediata, ahorrándose el tiempo de visitar la empresa, de hecho, algunos temen a las compras vía internet, por ello es importante que las empresas garanticen su calidad en el servicio.

## **Redes sociales**

Las redes sociales son parte fundamental para las ventas en el internet, en este sentido las empresas las utilizan no solo para sus ventas sino también para poder mejorar la calidad del servicio, de acuerdo con Santiago (2016) nos dice que:

Las redes sociales son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Contactar a través de la red puede llevar a un conocimiento directo o, incluso, la formación de nuevas parejas. Las redes sociales en internet se basan en los vínculos que hay entre sus usuarios. (párr. 7)

Considero que las redes sociales sirven para fortalecer la notoriedad la reputación de la organización, producen validez y confianza, se podría decir que la imagen de una organización puede parecer delicada en las redes sociales, ya que está expuesta a comentarios buenos y malo de los clientes, sin embargo, debemos considerar que ningún otro instrumento le da tanta energía a las personas antes que a las organizaciones.

### **Consejos para el uso de las Tecnologías de la información y comunicación**

Por otro lado los gerentes, deben saber cómo usar de manera eficiente estas herramientas, de acuerdo con Paulise (2015) nos da a conocer algunas recomendaciones para que las TIC, se implemente de manera eficiente:

- Sé adaptable y forma a todo el personal para que se adapte a los mercados cambiantes y diferentes.
- Estar disponible en las redes sociales: Twitter, LinkedIn, Facebook, Youtube, Instagram entre las revistas web más juveniles. De vez en cuando, los clientes no se crean de manera directa, sino que se produce cercanía, revisión de marcas e intercambio informal (compartir o retuitear, por ejemplo, es extremadamente valioso para esto).
- Monitorear la rivalidad presente y potencial (los sistemas también pueden ayudar con esto) para que puedan enfrentar estas progresiones.
- Planificar para mejorar mediante la dedicación de activos importantes, esencialmente tiempo e individuos.
- Medida: investigación de Google, "me gusta", proporciona detalles sobre Facebook y las páginas de LinkedIn son valiosas para informarnos sobre nuestros clientes y la viabilidad de nuestras actividades por correspondencia.
- Finalmente, disminuye los peligros, ya que al utilizar dinero digital y dinero en efectivo, utiliza claves seguras, datos de

refuerzo, trata con la innovación autorizada y prepara a los representantes para la seguridad en la informática. (párr. 5)

Considero que lo más destacable de las herramientas de Tecnologías de la información y comunicación, es que a través de ella se pueden mejorar la calidad del servicio, de mismo modo monitorear a las demás empresa, captando y evaluado, y quizá poner en práctica las mejores prácticas de mercadotecnia que hacen mediante las redes sociales y páginas web.

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

Por último los beneficios de las herramientas TIC va a permitir a que las empresas se adapten a los cambios, ya que están utilizando las técnicas modernas, de acuerdo con Alba (2008) nos dice que los beneficios de las TIC son:

- Facilitan las comunicaciones.
- Eliminan las barreras de tiempo y espacio.
- Favorecen la cooperación y colaboración entre distintas entidades.
- Aumentan la producción de bienes y servicios de valor agregado.
- Potencialmente, mejorar la satisfacción de los trabajadores.
- Provocan el surgimiento de nuevas profesiones y mercados.
- Por ultimo el internet, como herramienta estándar de comunicación, permite un acceso igualitario a la información y al conocimiento. (párr. 7)

Por su parte Mela (211), nos dice que los beneficios que pueden sacar las organizaciones con el uso de las TIC, son diversas y aquí encontramos diversas características destacables:

- El uso de redes sociales u otros sitios web le da visibilidad a una empresa y ayuda a difundir su imagen corporativa. Esta es una forma muy efectiva de promocionar el producto, marcar la

diferencia ante la competencia y tener una mejor posición en la sociedad.

- Las TIC también facilitan la comunicación entre los trabajadores y simplifican las tareas y tareas administrativas que se pueden automatizar o realizar a través de Internet sin tener que desplazarse.
- Ofrecen nuevas formas de trabajo, como el teletrabajo, e implican una reducción en los costos debido a la digitalización de todos los contenidos, archivos y acciones. Además, son una herramienta ideal para la formación continua de los trabajadores, que pueden combinar su trabajo con cursos en línea.
- Finalmente, se puede decir que todo esto favorece un mejor ambiente de trabajo y una mayor productividad y, por lo tanto, brinda beneficios en las empresas. (párr. 7)

El uso de las TIC ha traído ventajas extraordinarias para las organizaciones, entre las que se debe destacar el tema de la movilidad. Básicamente, todas las organizaciones desarrollan sus ejercicios en cualquier lugar, algo que hace que la comunicación y el intercambio de opiniones y archivos entre sus diversas sucursales. En cualquier caso, a causa de Internet y los teléfonos celulares, esta tarea se ha facilitado hasta convertirse en algo cotidiano.

### **2.3 Marco conceptual**

#### **Micro y pequeñas empresas**

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

## **Gestión**

La gestión empresarial es aquella actividad empresarial que, a través de diferentes individuos especializados, como ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio.

## **Calidad**

La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de calidad. Calidad es un concepto subjetivo. La calidad está relacionada con las percepciones de cada individuo para comparar una cosa con cualquier otra de su misma especie, y diversos factores como la cultura, el producto o servicio, las necesidades y las expectativas influyen directamente en esta definición.

## **Gestión de calidad**

La gestión de calidad se refiere a realizar las principales funciones de gestión de manera efectiva, para que se puedan cumplir los objetivos y metas de la empresa, así también puede decir que dentro de los procesos se deben aplicar herramientas modernas para mejorar la toma de decisiones frente a cualquier obstáculo.

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

Son herramientas o modernas que mejoran los procedimientos de ventas y servicios de la empresa, del mismo modo permiten a las empresas actualizarse en los cambios del entorno, así también mejorar el prestigio de la marca, puesto que existe una mayor facilidad para canalizar los productos y servicios.

## **Venta minorista de útiles de escritorio y de oficina en el Perú**

La venta en este rubro ha crecido en los últimos años, se puede decir que el mayor porcentaje en las ventas se concentra entre enero y marzo, época de

campana escolar. El resto del año, las compras disminuyen, pero eso no impide que las personas que requieran de productos en la librería no la puedan adquirir en cualquier periodo del año, entonces se puede decir que este rubro es muy importante y necesario, puesto que sus mayores compradores son los jóvenes estudiantes, del mismo modo se está contribuyendo significativamente a la educación en nuestro país.

### **Micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina Clientes**

Estas empresas se dedican a la compra y venta de útiles escolares y oficina, las personas que las distribuyen son personas capacitadas en el tema de educación inicial, universitaria, del mismo modo el trato que se le debe dar a los clientes se da de manera eficiente, puesto que estos exigen cada día mayor calidad, en la entrega de los productos, además que estos cuentan con garantía.

### **Productos**

Lapiceros, marcadores, lápices, hojas de papel de colores y también blancas, Borradores, diferentes tamaños y tipos de cuadernos, Sobres de manila, y fólderes de diversos tamaños, estuches de geometría, diferentes papeles de texturas, mochilas, variedad de tijeras, cartulina y también cartoncillo, papel foami, Engrapadoras, clips, grapas, etc., calculadoras de todo tipo, perforadoras, agendas, variedad de mapas, silicon, todo tipo de material para manualidades, y mucho más

### **Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina**

En la mayoría de casos las micro y pequeñas empresas descuida el uso de las herramientas TIC, ya que, aunque lo aplican han les falta un largo camino por recorrer para saber aplicarlas, en este sentido se debe impulsar al uso de las redes sociales para canalizar su productos, y de esta manera hacer conocida la empresa.

### **III. HIPÓTESIS**

En la presente investigación no se plantea una hipótesis debido a que es de diseño descriptivo el cual tiene un objetivo claro del detallar las características más relevantes de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, así mismo el diseño es no experimental ya que aún no se ha experimentado y tomado en cuenta a las variables y transversal porque la recolección de datos se hará en un tiempo dado.

## **IV. METODOLOGÍA**

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

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño de investigación, No Experimental - Transversal - Descriptivo de propuesta

***Fue no experimental*** porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observará a la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información y comunicación, tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.

***Fue transversal*** porque el estudio Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017, se realizó en un espacio de tiempo definido o determinado, donde el estudio tendrá un inicio y un fin. (2017)

***Fue descriptivo*** de propuesta porque solo se describió las Características más relevantes de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017, y sobre ese resultado se elaboró una propuesta para su mejoramiento.

### **4.2 Población y muestra**

#### **a) Población**

La población estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017. La cual se obtuvo mediante un sondeo. (Ver anexo 3)

**b) Muestra**

La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017. (Ver anexo 3)

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores.

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

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
Micro y	MYPE es una unidad económica constituida por una persona natural y	Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0 a 3 años</li> <li>- 4 a 6 años</li> <li>- 7 años a mas</li> </ul>	Razón

pequeñas empresas	jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.	Nº trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 a 5 trabajadores</li> <li>- 6 a 10 trabajadores</li> <li>- 11 a más trabajadores.</li> </ul>	Razón
		Personas que trabajan en la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas familiares</li> <li>- Personas no familiares</li> </ul>	Nominal
		Objetivo de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar ganancias</li> <li>- Subsistencia</li> </ul>	Nominal

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Medición
	Gestión de calidad es hacer uso de las herramientas modernas, en	Termino gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- Tengo cierto conocimiento</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		Técnicas modernas de gestión de calidad que aplica:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Benchmarking</li> <li>- Empowerment</li> <li>- Lluvia de ideas</li> <li>- Outsourcing</li> <li>- otros</li> <li>- Ninguno</li> </ul>	Nominal
		Dificultades del personal en	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca iniciativa</li> <li>- Aprendizaje lento</li> </ul>	Nominal

<b>Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación</b>	<p>este sentido las Tecnologías de la información y comunicación que nos permiten acceder, producir, guardar, presentar y transferir información. Ellas están en todos los ámbitos de nuestras vidas, en nuestra vida social, familiar y escolar. Sus usos son ilimitados y pueden manejarse con facilidad, sin necesidad de ser un experto.</p>	<p>la implementación de la gestión de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se adapta a los cambios</li> <li>- Desconocimiento del puesto</li> <li>- Otros</li> </ul>	
		<p>Técnicas para medir el rendimiento del personal</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La observación</li> <li>- La evaluación</li> <li>- La escala de puntuaciones</li> <li>- Evaluación 360°</li> <li>- Otros</li> </ul>	Nominal
		<p>Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- A veces</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		<p>Termino TIC</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- Tengo cierto conocimiento.</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		<p>Computadora en su empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal
		<p>Nivel de conocimiento de computación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muy bueno</li> <li>- Bueno</li> <li>- Regular</li> <li>- Malo</li> <li>- Muy malo</li> </ul>	Nominal
		<p>Usa Internet para las compras de mercadería</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- A veces</li> <li>- No</li> </ul>	Nominal

		Utiliza las redes sociales impulsar la venta de sus productos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facebook</li> <li>- WhatsApp</li> <li>- Twitter</li> <li>- Página Web</li> <li>- Ninguna</li> </ul>	Nominal
		Emplea con frecuencia su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Siempre</li> <li>- Casi siempre</li> <li>- Algunas veces</li> <li>- Muy poca veces</li> <li>- Nunca</li> </ul>	Nominal
		Beneficios de las TIC dentro de su empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incrementar ventas</li> <li>- Hacer conocida la empresa</li> <li>- Identificar las necesidades de los clientes</li> <li>- Ninguna porque no utiliza</li> </ul>	Nominal

#### **4.4. Técnicas e instrumentos**

La técnica que se utilizó para recolectar información fue la encuesta, para registrar la información se utilizó un cuestionario estructurado por 21 preguntas relacionadas a los aspectos generales de los representantes (5), de las micro y pequeñas empresas (4), y a la variable en estudio: Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación (12).

#### **4.5. Plan de análisis.**

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

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizaron los siguientes programas: Microsoft Word: Es un procesador de textos de Office

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

#### 4.6. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Población y muestra	Métodos y diseños	Instrumentos y Procesamiento
¿Cuáles son las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017?	<p><b>Objetivo general</b>                      Describir las principales características de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.</p> <p><b>Objetivos específicos</b>                      . Describir las principales características de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.                      . Describir las principales</p>	<i>Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información y comunicación</i>	<p><b>Población:</b>                      La población estuvo conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.</p> <p><b>Muestra:</b>                      La muestra estuvo conformada por el 100% de la población, es decir por 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.</p>	<p><b>Diseño</b>                      El diseño de la investigación fue no experimental – transversal- descriptivo de propuesta</p> <p><i>Fue no experimental</i> porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable en estudio, es decir, se observará a la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de información y comunicación, tal como se encuentra dentro de su contexto (dentro de las micro y pequeñas empresas), conforme a la realidad, sin sufrir modificaciones.</p> <p><i>Fue transversal</i> porque el estudio Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta</p>	<p><b>Técnica</b>                      La técnica utilizada es la encuesta.                      Instrumento:                      En el estudio se utilizó el instrumento del cuestionario                      Plan de análisis de los datos                      Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos se utilizó como soporte el programa Excel, Microsoft Word, para la redacción digital y Acrobat Reader XI, para leer archivos digitales.</p>

	<p>características de las micro y pequeñas empresas sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.</p> <p>. Describir las principales características de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.</p> <p>. Elaborar y proponer un plan de mejora sobre la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.</p>			<p>minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017, se realizará en un espacio de tiempo definido o determinado, donde el estudio tendrá un inicio y un fin. (2017)</p> <p><b><i>Fue descriptivo</i></b> de propuesta porque solo se describió las Características más relevantes de la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017, y sobre ese resultado se elaboró una propuesta para su mejoramiento.</p>	
--	--	--	--	--	--

#### **4.7 Principios éticos**

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

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

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

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

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

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

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

Tabla 1

*Características del representante de las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.*

<b>Datos generales:</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Edad (años)</b>		
18 – 30 años	2	20.0
31 – 50 años	6	60.0
51 años a más.	2	20.0
Total	10	100,0
<b>Genero</b>		
Femenino	4	40.0
Masculino	6	60.0
Total	10	100,0
<b>Grado de instrucción</b>		
Sin instrucción	0	0.0
Primaria	0	0.0
Secundaria	6	60.0
Superior no universitaria	1	10.0
Superior universitaria	3	30.0
Total	10	100,0
<b>Cargo</b>		
Dueño	7	70.0
Administrador	3	30.0
Total	10	100,0
<b>Tiempo en el Cargo</b>		
0 a 3 años	2	20.0
4 a 6 años	6	60.0
7 años a más	2	20.0
Total	10	100,0

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.

Tabla 2

*Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.*

<b>De la Empresa:</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)</b>		
0 a 3 años	2	20.0
4 a 6 años	6	60.0
7 años a más	2	20.0
Total	10	100.0
<b>Numero de colaboradores</b>		
1 a 5	10	100.0
6 a 10	0	0.0
11 a más	0	0.0
Total	10	100.0
<b>Personas que trabajan en su empresa</b>		
Familiares	7	70.0
Personas no familiares	3	30.0
Total	10	100.0
<b>Objetivo de la empresa</b>		
Generas ganancias	3	30.0
Subsistencia	7	70.0
Total	10	100.0

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.

Tabla 3

*Características de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.*

<b>Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Termino gestión de calidad</b>		
Si	2	20.0
Tiene cierto conocimiento	3	30.0
No	5	50.0
Total	10	100.0
<b>Técnicas modernas de gestión que aplica</b>		
Benchmarking	0	0.0
Marketing	2	20.0
Lluvia de ideas	8	80.0
Las 5 S	0	0.0
Outsorsing	0	0.0
Total	10	100.0
<b>Dificultades en la gestión de calidad</b>		
Poca iniciativa	2	20.0
Aprendizaje lento	2	20.0
No se adapta a los cambios	5	50.0
Desconocimiento del puesto	1	10.0
Total	10	100.0
<b>Técnicas para medir el rendimiento del personal</b>		
La observación	7	70.0
La evaluación	3	30.0
La escala de puntuaciones	0	0.0
Evaluación 360°	0	0.0
Total	10	100.0
<b>Gestión de calidad mejora el rendimiento</b>		
Si	10	100.0
A veces	0	0.0
No	0	0.0
Total	10	100.0
<b>Termino TIC</b>		
Si	2	20.0
Tiene cierto conocimiento	1	10.0
No	7	70.0
Total	10	100.0

Continúa...

Tabla 3.

*Características de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.*

<b>Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Cuenta con computadora en la empresa</b>		
Si	3	30.0
No	7	70.0
Total	14	140.0
<b>Nivel de conocimiento en computación</b>		
Muy bueno	6	60.0
Bueno	2	20.0
Regular	1	10.0
Malo	1	10.0
Muy malo	0	0.0
Total	10	100.0
<b>Uso del internet para las compras de mercadería</b>		
Si	2	20.0
A veces	6	60.0
No	2	20.0
Total	10	100.0
<b>Tipo de red social que utiliza para impulsar la venta de los productos</b>		
Facebook	6	60.0
WhatsApp	2	20.0
Twitter	0	0.0
Página Web	0	0.0
Ninguna	2	20.0
Total	10	100.0
<b>Emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa</b>		
Siempre	6	60.0
Casi siempre	2	20.0
Algunas veces	1	10.0
Muy pocas veces	1	10.0
Nunca	0	0.0
Total	10	100.0

Continúa...

Tabla 3

*Características de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.* **Concluye**

<b>Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Beneficios de las TIC</b>		
Incrementar ventas	2	20.0
Hacer conocida la empresa	6	60.0
Identificar las necesidades de los clientes	0	0.0
Ninguna porque no utiliza	2	20.0
Total	10	100.0

*Fuente:* Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.

Tabla 4

*Plan de mejora de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.*

<b>Problema</b>	<b>Causa</b>	<b>Solución - Aplicación de mejora</b>	<b>Responsable</b>
El 50.0% no conocen el termino gestión de calidad	Bajo nivel de instrucción académica	Culminar sus estudios Delegar autoridad a persona capacitadas para el comercio de útiles	Administrador/propietario
El 50.0% no se adaptan a los cambios	Temor a los nuevos cambios Insatisfacción personal	Capacitación para el uso de las nuevas TIC Aplicar incentivos en base al rendimiento del trabajador	Administrador/propietario
El 70.0% no cuentan con una computadora	Desconocimiento del uso de las computadoras	Capacitación básica en informática y computo	Administrador/propietario
El 60.0% a veces usa el internet para la compra de mercaderías	Consideran que es una pérdida de tiempo	Capacitación para el uso de las redes sociales	Administrador/propietario

## 5.2 Análisis de resultados

Tabla 1

*Características generales de los representantes legales de la micro y pequeña empresa.*

El 60.0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, esto coincide con Torres (2015) quien establece que el 80% de los encuestados tienen entre 31 a 50 años, del mismo modo con Gamarra (2016) el cual muestra que, el 55% de los empresarios tienen entre 31 a 50 años, así mismo con Villanque (2014) el cual muestra que, el 45.45% manifiestan tener de 40 a 49 años de edad, del misma forma con Serrano (2015) quien establece que el 66,7% tiene edades entre 31 y 50 años. Pero estos resultados contrastan con Palma (2015) el cual muestra que, el 58,3% tiene más de 50 años de edad. Esto demuestra que la mayoría son personal adultas con gran entusiasmo para sacar adelante a sus negocios.

El 60.0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, esto coincide con Valderrama (2014) el cual muestra que, el 42.86% son de género masculino, del mismo modo con Torres (2015) quien menciona que el 80% pertenece al género masculino, de la misma manera con Gamarra (2016) el cual muestra que, el 67% de los empresarios son de género masculino, así mismo con Villanque (2014) el cual muestra que, el 68.18% son de sexo masculino, así también con Palma (2015) el cual muestra que, el 100% son de género masculino, de la misma forma con Serrano (2015) quien expresa que el 100% pertenece al género masculino. Esto demuestra que la mayoría son personas del género masculino, del mismo modo consideran que son ellos quien brindan mayor seguridad en la empresa que las mujeres.

El 60.0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen grado de instrucción secundaria, esto coincide con Valderrama (2014) el cual muestra que, el 53.3% tienen estudios secundarios, de la misma manera con Torres (2015) quien menciona que el 60% tiene como grado de instrucción

secundaria completa, de la misma manera con Palma (2015) el cual muestra que, el 83,3% tiene instrucción secundaria. Pero se contrastan con los resultados encontrados por Gamarra (2016) el cual muestra que, el 61% d tienen grado de instrucción secundaria, así mismo con Villanque (2014) el cual muestra que, el 40.91% manifiestan tener un grado de instrucción superior no universitaria completa, de la misma forma con Serrano (2015) quien expresa que el 66.7% de los representantes encuestados, tiene estudio superior no universitario. Esto demuestra que la mayoría no tuvieron la posibilidad de completar sus estudios superiores dado que no contaban con el suficiente capital.

El 70.0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son los dueños, esto coincide con Palma (2015) el cual muestra que, el 100% son dueños de las empresas, del mismo modo con Serrano (2015) quien establece que el 100% de encuestados es dueño del establecimiento. Esto demuestra que la mayoría son los dueños, por lo se asegura que ellos fueron los fundadores de la empresa.

El 60.0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas llevan en el cargo entre 4 a 6 años, esto coincide con Torres (2015) quien menciona que el 70% están en el cargo entre 4 a 6 años. Esto demuestra que la mayoría llevan pocos años en el rubro, pero la empresa les ha servido para poder sacar adelante a sus familiares.

## Tabla 2

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

El 60.0% de las Micro y pequeñas empresas tienen una permanencia en el rubro entre 4 a 6 años, esto coincide con Torres (2015) quien menciona que el 50% de las empresas lleva de 4 a 6 años en el rubro. Pero se contrasta con los resultados encontrados por Gamarra (2016) el cual muestra que, el 50% de las Micro y Pequeñas Empresas d tienen de 8 años a más. Por otra parte, esto contrasta con Valderrama (2014) el cual muestra que, el 60% de estas organizaciones se encuentran realizando sus actividades más de 10 años, así

también con Palma (2015) el cual muestra que, el 83,3% tienen 11 años o más en el rubro. Esto demuestra que la mayoría de las empresas tiene un corto periodo de tiempo en el rubro, por lo cual no han podido expandirse.

El 100.0% de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 1 a 5 trabajadores, esto contrasta con Gamarra (2016) el cual muestra que, el 83% de ellas tiene de 0 a 4 trabajadores, del mismo modo con Torres (2015) quien menciona que el 40% manifiesta que el número de sus colaboradores es de 4 a 6. Esto demuestra que la totalidad tiene pocos trabajadores peor en este caso, los dueños mismos son quienes dirigen y realizan todas las actividades de la empresa.

El 70.0% de las Micro y pequeñas empresas tienen a sus familiares laborando y el 30,0% tienen a personas no familiares. Esto demuestra que la mayoría en ocasiones hace participar a sus familiares en lagunas opiniones de mejora de la empresa, más no para que las dirijan.

El 70.0% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad subsistir, esto contrasta con Palma (2015) el cual muestra que, el 58,3% tienen como finalidad generar ganancias. Esto demuestra que la mayoría se fundaron para subsistir, es decir sobrevivir frente a la crisis económico de la actualidad.

### Tabla 3

*Características de la Gestión de calidad con el uso con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación Benchmarking en las micro y pequeñas empresas.*

El 50.0% de los representantes no conocen el término gestión de calidad, esto contrasta con los resultados encontrados por Gamarra (2016) el cual muestra que, el 72% afirman que si conocen el termino gestión de calidad. Esto demuestra que la mitad no conocen este término, dado que solo cuentan con estudios baciscos.

El 80.0% de los representantes utilizan la lluvia de ideas, esto contrasta con Serrano (2015) quien aporta que el 100% opta por el Benchmarking, del

mismo modo con Palma (2015) el cual muestra que, el 66,7% no aplica las herramientas de gestión de calidad. Esto demuestra que la mayoría aplica la lluvia de ideas como una solución para mejorar lagunas estrategias de ventas de la empresa.

El 50.0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios, estos datos coinciden con Torres (20115) quien muestra que el 40% manifiesta que su personal no se adapta a los cambios. Pero se contrasta con Palma (2015) el cual muestra que, el 33,3% tiene considera que su personal tiene poca iniciativa en la implementación de la gestión de calidad. Esto demuestra que la mitad de las empresas no se adaptan a los cambios.

El 70.0% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, esto coincide con Palma (2015) el cual muestra que, el 100% utiliza la observación para medir el rendimiento del personal, del mismo modo con Torres (20115) quien muestra que el 60% utiliza la técnica de observación. Esto demuestra que la mayoría miden el rendimiento mediante la observación, en este caso como es el dueño quien realiza todas las actividades ellos evalúan su desempleo a través de las ventas diarias.

El 100% de los representantes aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, esto coincide con Palma (2015) el cual muestra que, el 100% considera que la gestión de calidad contribuye mejorar el rendimiento, del mismo modo con Torres (20115) quien muestra que el 90% considera que la gestión de calidad contribuye al mejoramiento del negocio. Esto demuestra que la totalidad consideran que una buena gestión mejora la rentabilidad de la empresa.

El 70.0% de los representantes no conocen las TIC, el 20,0% si, y el 10,05 tienen cierto conocimiento. Esto demuestra que la mayoría desconocen de las TIC, porque son temas que están fuera de su alcance dado que solo tiene estudios secundarios.

El 70.0% de los representantes no cuentan con una computadora y el 30,0% sí. Esto demuestra que las empresas no cuentan con un sistema informático para mejorar el control de inventarios por lo cual no puede detectar cuan realmente es su rentabilidad.

El 60.0% de los representantes consideran que si nivel de computación es muy bueno, el 20.0% bueno, el 10,0% regular y el 10,05 malo. Esto demuestra que la mayoría reconocen como usar una computadora, dado que no tiene interés por aprender a utilizar una.

El 60.0% de los representantes a veces usa el internet para la compra de mercaderías, el 20,0% si y el 20,0% no. Esto demuestra que la mayoría usa sus calculares y a través de ello se comunican con el proveedor.

El 60.0% de los representantes usan el Facebook para impulsar las ventas, el 20.0% el WhatsApp y el 20,0% ninguna. Esto demuestra que la mayoría utilizan esta red dado que es una de las usada y visitadas por los usuarios.

El 60.0% de los representantes siempre emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, el 20.0% casi siempre, el 10,0% algunas veces y el 10,05 muy pocas veces. Esto demuestra que la mayoría usa sus calculares para realizar las compras, del mismo modo algunas ventas.

El 60.0% de los representantes aseguran que los beneficios que han obtenido con el uso del TIC es hacer reconocida la empresa, el 20,0% incremento de las ventas el 20,0% ninguna porque no utiliza. Esto demuestra que la mayoría no han logrado hacer reconocida a la empresa, dado que mediante el uso de las redes sociales se ha promocionado algunos productos de la empresa.

## **PLAN DE MEJORA**

### **1. DATOS GENERALES**

El origen de estas empresas más conocidas como librerías, se iniciaron hace más de 15 años en la ciudad de Coischo, sus fundadores son personas jóvenes, que se motivaron a crear estas empresas por subsistencia, pero a la larga se dieron cuenta que hicieron bien en tomar la decisión de poner su propio negocios, ya que en la actualidad con muchos los clientes, que generar e impulsan a que estas empresas sigan creciendo, aunque la cantidad de competidores ha crecido, los dueños han logrado mantener el posicionamiento a través de un servicio de calidad, del mismo modo los productos que ofrecen son de las mejores marcas y los precios de acuerdo al poder adquisitivo de la población.

### **2. MISIÓN**

Somos una organización que crece de manera armónica a nivel humano y estructural a nivel nacional para dar un buen servicio a nuestros clientes a través de la variedad de nuestros productos relacionados con artículos de oficina, escolares, de dibujo, arquitectura y libros técnicos, servicios, infraestructura y personal entusiasta, atendiendo a clientes detallistas y ventas corporativas, porque somos más que una librería.

### **3. VISIÓN**

Ser para el año 2020 la primera elección de la región central del país cuando la gente piense en una librería, ya que seremos más que eso en productos, servicios, eventos y cultura, destacándonos por nuestro servicio de calidad e innovación en la forma de interactuar con nuestros clientes.

### **4. OBJETIVOS**

Brindar una atención personalizada a nuestros clientes.

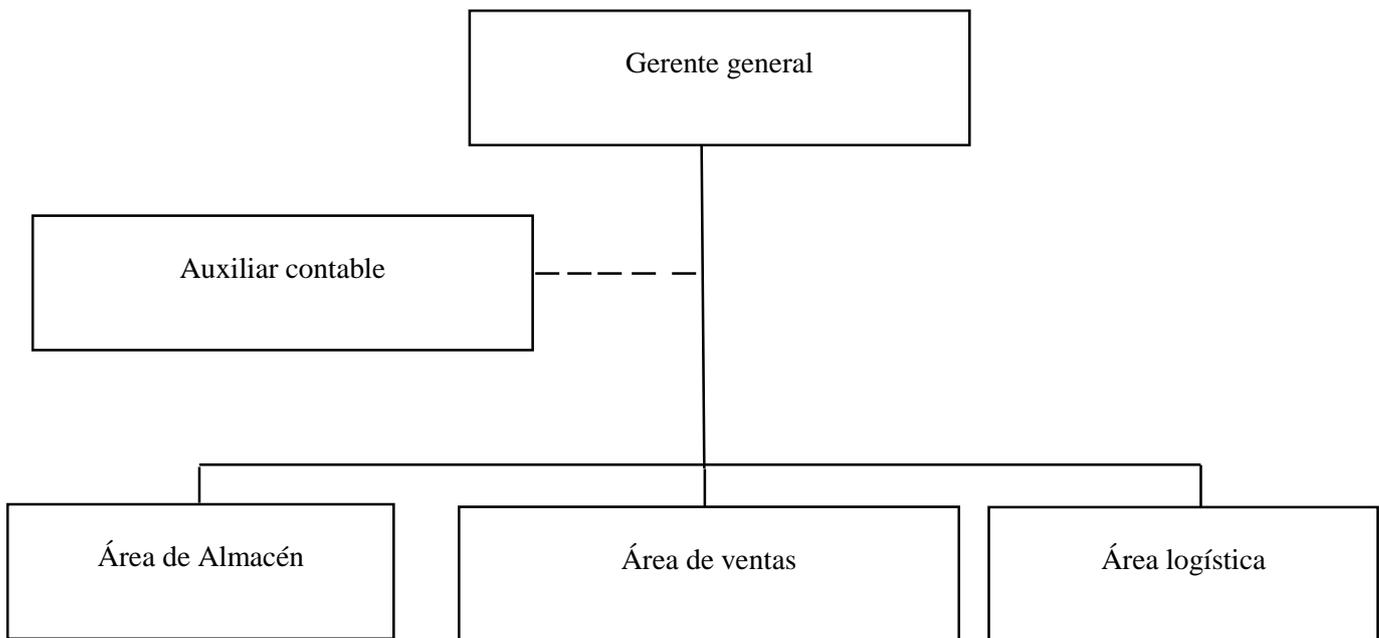
Satisfacer las necesidades de la comunidad con calidad de productos y los mejores precios

## 5. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Lapiceros, marcadores, lápices, hojas de papel de colores y también blancas, Borradores, diferentes tamaños y tipos de cuadernos, Sobres de manila, y fólderes de diversos tamaños, estuches de geometría, diferentes papeles de texturas, mochilas, variedad de tijeras, cartulina y también cartoncillo, papel foami, Engrapadoras, clips, grapas, etc., calculadoras de todo tipo, perforadoras, agendas, variedad de mapas, silicon, todo tipo de material para manualidades, y mucho más

## 6. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

### a. Organigrama Estructural



## 7. DIAGNOSTICO GENERAL

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Local propio y amplio</li> <li>• La ubicación del local es céntrico</li> <li>• Disponibilidad de proveedores</li> <li>• Gran variedad de exhibidores</li> <li>• Mayor venta en fechas escolares</li> <li>• Incentivos a los colaboradores</li> <li>• Buen Clima laboral</li> <li>• Variedad de productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener cerca los centros educativos</li> <li>• Mucha Afluencia de publico</li> <li>• Ser únicos distribuidores en la zona</li> <li>• Tener sucursales</li> <li>• Comprar en mayor cantidad a los proveedores sin usar intermediarios</li> <li>• Venta a instituciones públicas y privadas</li> <li>• Nuevas tendencias para realizar ventas online</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca capacidad de créditos financieros</li> <li>• No contar con vehículos para el traslado de mercadería.</li> <li>• Deficiencia en el orden del producto.</li> <li>• Ausencia de personal calificado</li> <li>• No contar con un adecuado control de entrada y salida de mercadería</li> <li>• Inestabilidad de las ventas</li> <li>• No contar con área</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia de distribuidores grandes</li> <li>• Inseguridad por la delincuencia</li> <li>• Aumento en el pago de impuestos</li> <li>• No contar con la aceptación del mercado en las zonas alejadas para su distribución.</li> <li>• Aprovechamiento de la competencia por la mala atención</li> <li>• Que se instale nueva competencia y quite clientela</li> <li>• Inestabilidad del dólar</li> </ul>

## 8. Indicadores de una buena gestión

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

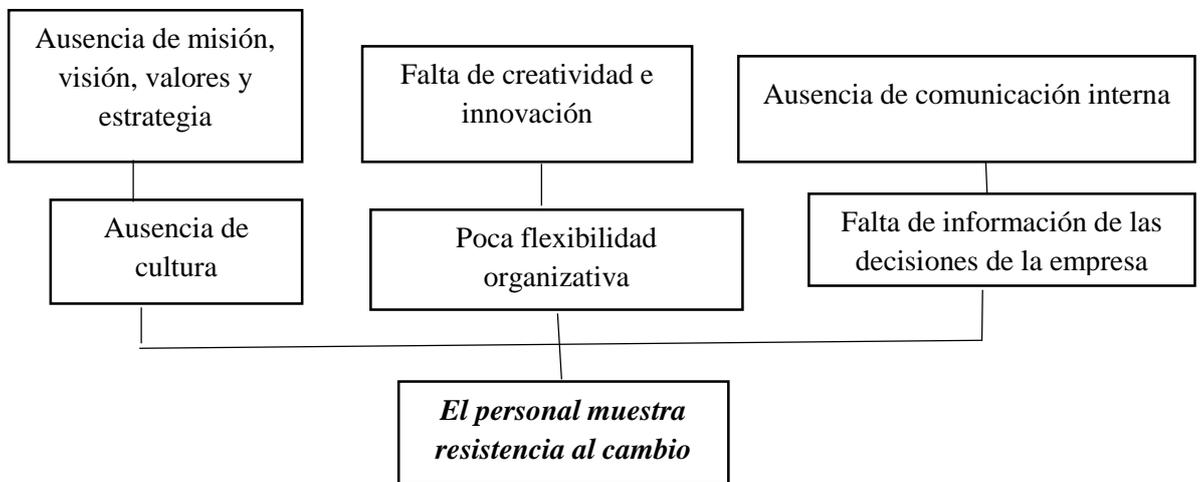
<b>Indicadores</b>	<b>Problema</b>	<b>Acción de mejora</b>
Nivel de ventas.	Nivel de ventas bajas	Mejorar la promoción de los productos
Participación en el mercado	El nivel de participación es baja	Aplicar las estrategias de marketing mix
Satisfacción de los clientes en relación a los pedidos	La satisfacción de los clientes es regular	Crear un buzón de sugerencias y reclamos
Posicionamiento frente a la competencia	El cliente no reconoce la marca	Aplicar el marketing online
Rentabilidad de la empresa	La rentabilidad de la empresa es baja	Analizar los proveedores del sector, con el fin de reducir los costos de ventas
Nivel de endeudamiento	La empresa no cuenta con un cronograma de pagos	Crear un cronograma de pagos manual, para estar al día en los pagos
Cumplimiento del programa de entregas	En este caso el cumplimiento de entrega es rápida	Crear una base de datos e identificar los gustos del cliente con el fin de entrega de una manera más rápida el producto

## 9. Problemas

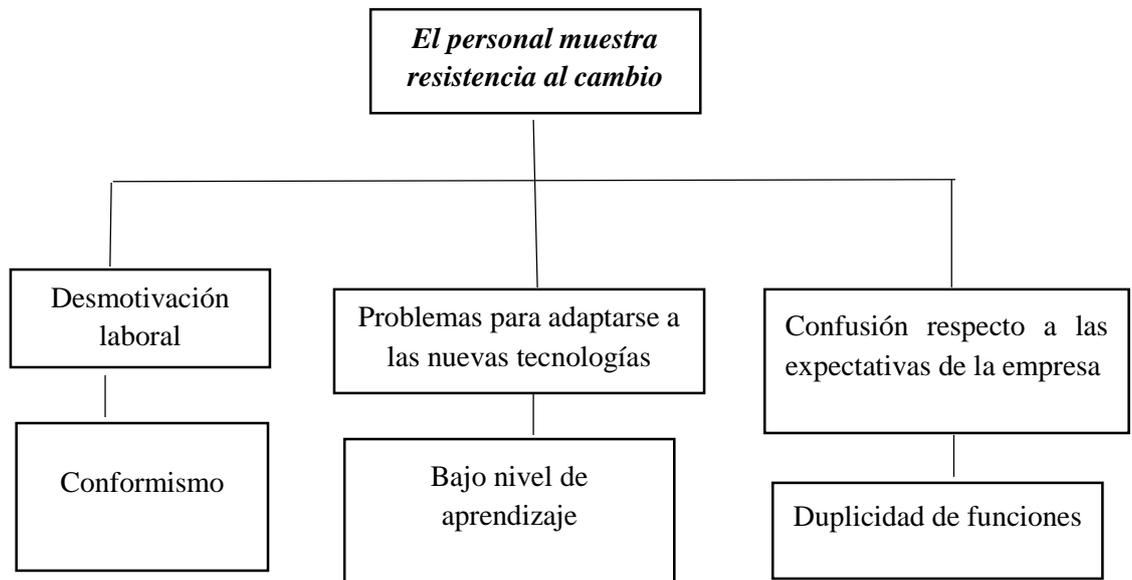
Problemas	Acción de mejora
Falta de cultura empresarial	Fortalecer la cultura empresarial
Poca flexibilidad organizativa	Reinventar el aprendizaje
Falta de información de las decisiones de la empresa	Mejorar la confianza del personal – gerente

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

### Árbol de causa – efecto



## 11. Consecuencias



## 12. Establecer soluciones

### 12.1. Establecer acciones

N°	Acciones de mejora a llevar a cabo	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Fortalecer la cultura empresarial	Bajo conocimiento de la cultura empresarial.	30 días	Crear una cultura organizacional fuerte	Diseñar como primer paso la misión y visión
2	Reinventar el aprendizaje	El personal tienen miedo a fracasar en el procesos de aprendizaje	30 días	Mejora del aprendizaje e innovación	Identificar las fortaleza y debilidad de cada uno de los trabajadores
3	Mejorar la confianza del personal – gerente	El personal no muestra un sincero compromiso	30 días	Mejora del clima laboral de la empresa	Mantener una comunicación constante con el personal

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

<b>ÁREA DE MEJORA N°1: Recursos humanos</b>	
Descripción del problema	El personal muestra resistencia al cambio
Causas que provocan el problema	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de cultura empresarial</li> <li>• Poca flexibilidad organizativa</li> <li>• Falta de información de las decisiones de la empresa</li> </ul>
Objetivo a conseguir	Lograr que el personal no se resista al cambio
Acciones de mejora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer la cultura empresarial</li> <li>• Reinventar el aprendizaje</li> <li>• Mejorar la confianza del personal – gerente</li> </ul>
Beneficios esperados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear una cultura organizacional fuerte</li> <li>• Mejora del aprendizaje e innovación</li> <li>• Mejora del clima laboral de la empresa</li> </ul>

### 13. Recursos para la implementación de las estrategias

- Humanos
- Económicos
- Tecnológicos

### 14. Esquematizar las estrategias

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

<b>Establecer acciones</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Humanos</b>	<b>Económicos</b>	<b>Tecnológicos</b>	<b>Tiempo</b>
Fortalecer la cultura empresarial	Diseñar la visión, misión, objetivos y estrategias Apoyar el proceso de la toma de decisiones.	Administrador, personal	s/. 1300.00	Computadora Proyector	30 días
Reinventar el aprendizaje	Implementar talleres de capacitación en el tema de gestión del cambio Evaluar el aprendizaje del personal constantemente para la mejora continua	Administrador, personal	s/. 1700.00	Computadora Proyector	30 días
Mejorar la confianza del personal – gerente	Reuniones periódicas Aplicar el liderazgo democrático y participativo	Administrador, personal	s/. 1600.00	Computadora Proyector	30 días

## **VI. CONCLUSIONES**

La mayoría de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, son de género masculino, tienen grado de instrucción secundaria, son los dueños del negocio, y llevan en el cargo entre 4 a 6 años.

La mayoría de las micro y pequeñas empresas, llevan en el rubro entre 4 a 6 años, cuentan con 1 a 5 trabajadores, siendo personas familiares, por último tienen como finalidad subsistir.

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas, no conocen la gestión de calidad, y aplican la lluvia de ideas como herramienta, del mismo modo aseguran que el personal no se adaptada a los cambios, por lo cual dificulta la implementación de la gestión de calidad, así también miden el rendimiento a través de la observación, por lo cual consideran que la gestión mejorar el rendimiento de la empresa. Por otra parte, no conocen el término TICS, no cuentan con computadoras en la empresa, consideran tener un muy buen nivel de conocimientos en computación, así mismo usan el internet para la compra de mercaderías, del mismo modo utilizan el Facebook para sus ventas, aseguran que siempre emplean su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, y por último han logrado que sus empresas sean reconocidas gracias al uso de las herramientas TIC.

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

## **ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **Recomendaciones**

Implementar una base de datos para llevar un buen control sobre sus mercaderías, así se reduzca las pérdidas y mermas.

Crear una página web empresario, debido a que permite captar nuevos clientes, pero no solo eso, lo más importante es que ayuda a fidelizar a la audiencia a través de contenido actualizado y útil, y manteniendo el buen funcionamiento de la página. Al final se trata de un canal de comunicación entre la empresa y los usuarios que visiten la web.

Ofrecer los productos a través de las redes sociales, debido a que esto trae una serie de ventajas como: Interactuar dinámicamente con tus clientes: construir una marca; del mismo modo obtener retroalimentación sobre la empresa y los productos y servicios que ofrece.

Crear una base de datos de clientes, es una herramienta en donde se observa Algunas informaciones acerca de las personas (saber quiénes son, sus datos personales como email, teléfono y dirección, además del registro de sus últimas compras y pedidos, por ejemplo) ayudan a expandir el negocio y a dar un fuerte impulso a tus ventas; por esta razón es que el registro de clientes es tan importante: es una herramienta poderosa para recolectar datos y analizar el perfil de tus compradores.

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

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alba, L. (2008). *El beneficio de las TIC*. Recuperado el 09 de Octubre del 2017, de Blogspot: <http://tic-info.blogspot.com/2008/09/el-beneficio-de-las-tic.html>
- Anova, L. (2015). *Impacto de las tecnologías de la información en las PYMES*. Recuperado de [http://www.inpyme.es/pdf/impacto\\_de\\_las\\_tics\\_en\\_las\\_pymes.pdf](http://www.inpyme.es/pdf/impacto_de_las_tics_en_las_pymes.pdf)
- Asociación Americana de las Tecnologías de la Información (ITAA), (2008). *Tecnologías de la Información y la Comunicación* [Archivo PDF] Recuperado: <http://www.tecnologiahechapalabra.com/salud/miscelanea/articulo.asp?i=2060>
- Belloch, C. (2012). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje* [Archivo PDF] Recuperado: <https://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Campos, S. (s.f). *Beneficios y costes del uso de las TIC para las empresas minoristas de distribución de electrodomésticos*. [Archivo PDF] Recuperado: [http://www.mercasa.es/files/multimedios/pag\\_094-101\\_electrodomesticos.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/pag_094-101_electrodomesticos.pdf)
- Cazorla, M. (2016). *Por qué es tan importante la transformación digital para las pymes*. Recuperado el 09 de Octubre del 2017 de, <http://www.economista.es/tecnologia/noticias/7579384/05/16/Por-que-es-tan-importante-la-transformacion-digital-para-las-pymes.html>
- Cristancho, F. (2014). *Los niveles de gestión en una organización*. Recuperado de, <https://blog.acsendo.com/los-niveles-de-gestion-en-una-organizacion/>
- Cruz, J. (2013). *Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control*. Recuperado de, <https://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>

- De Jesus, J. (2013). *Las TICs en el entorno empresarial*. Recuperado el 09 de Octubre del 2017, del Economista.es: <http://www.eoi.es/blogs/mtelcon/2013/02/06/las-tics-y-la-gestion-empresarial/>
- Diario Peru.com, (2013). *Pymes: ¿Qué pasos debemos seguir para incorporar la tecnología a nuestra empresa?*. Recuperado el 17 de Octubre del 2017, Peru.com: <https://peru.com/actualidad/economia-y-finanzas/pymes-que-pasos-debemos-seguir-incorporar-tecnologia-nuestra-empresa-noticia-201539>
- Fonseca, D. (2012). *La prospectiva y el conocimiento de las tics en las pymes del departamento de Boyacá*. Recuperado el 17 de Octubre del 2017, de Pensamiento y Gestion: (Colombia)[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762012000200009](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762012000200009)
- Gamarra (2016). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferretería, ciudad de Huarney, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Infantes, R. (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=65AF26780889BC04C9D81FE6E3621668?sequence=1](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/363913/2016%20-%20RJIJENA%20-%20TESIS%20DOCTORADO%20(29%20ENE%202016)%20.pdf;jsessionid=65AF26780889BC04C9D81FE6E3621668?sequence=1)
- Ley 28015 (2003). *Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa. Disposiciones generales, Artículo 2, definición de la micro y pequeña empresa*. Recuperado de, <http://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

- Ley 30056 (2013). *Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Capítulo I, Medidas para el impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial. Artículo 5, características de las micro, pequeñas y medianas empresas.* Recuperado de <http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/Textos/30056.pdf>
- Mela, M. (2011). *Las TIC en el trabajo: empleo y empresas cada vez más tecnológicas.* Recuperado el 09 de Octubre del 2017, de Iber estudios: <http://noticias.iberestudios.com/las-tic-en-el-trabajo-empleo-y-empresas-cada-vez-mas-tecnologicas/>
- Norma ISO 9001 (2015). *Qué es y para qué sirve la norma ISO 9001:2015.* Recuperado de, <https://destinonegocio.com/mx/emprendimiento-mx/que-es-y-para-que-sirve-la-norma-iso-90012015/>
- Palma, H. (2015). *Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, en el sector comercio, rubro carpintería, en el distrito de Coishco, provincia del Santa 2015*”. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Ruiz, J. (2015) *Fundamentos para el análisis de Gestión Administrativa. 6ta.* Caracas, Venezuela: Editorial Panapo.
- Salazar, (s.f). *Las TIC como herramienta a la gestión empresarial.* Recuperado el 09 de Octubre del 2017, de Bligo.com: <http://cibermundos.bligoo.com/content/view/145501/Las-TIC-como-herramienta-a-la-gestion-empresarial.html#.Wej4EFvWzIU>
- Serrano, K. (2015). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en el distrito de santa, 2015.* (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú
- Torres, B. (2015). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferreterías del Jirón Manuel Ruiz de la ciudad de Chimbote, 2015.* (Tesis

pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Vaca, R. (2017). Sólo 6% de Pymes aprovecha las tecnologías de la información. Recuperado el 17 de Octubre del 2017, de Forbes.com: <https://www.forbes.com.mx/solo-6-pymes-aprovecha-las-tecnologias-la-informacion/>

Valderrama, J. (2014). *Gestión de calidad y competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el porvenir, año 2014*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Villanque, O. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad bajo el enfoque Customer Relationship Management (CRM) en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro de venta al por menor de artículos de ferretería del distrito de Huaraz, 2016*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

## ANEXOS

### Anexo 1. Cronograma de actividades

<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b>																					
<b>N°</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>Año 2017</b>				<b>Año 2018</b>								<b>Año 2019</b>				<b>Año 2020</b>			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre I			
		Tesis I				Tesis II				Tesis III				Tesis IV				Taller Cocurricular			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	3
<b>1</b>	Elaboración del proyecto	x																			
<b>2</b>	Revisión del proyecto por el Jurado de investigación		x																		
<b>3</b>	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			x																	
<b>4</b>	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o docente tutor				x																
<b>5</b>	Mejora del marco teórico					x															
<b>6</b>	Redacción de la revisión de literatura						x														
<b>7</b>	Elaboración del consentimiento informado							x													
<b>8</b>	Ejecución de la metodología								x												
<b>9</b>	Resultados de la Investigación									x											
<b>10</b>	Conclusiones y recomendaciones										x										
<b>11</b>	Redacción del pre informe de Investigación											x									
<b>12</b>	Redacción del informe final												x	x							
<b>13</b>	Aprobación del Informe final por el Jurado de Investigación														x						
<b>14</b>	Presentación de ponencia en eventos científicos															x					
<b>15</b>	Redacción de artículo científico																X				
<b>16</b>	Revisión del informe de tesis y artículo científico																	X			
<b>17</b>	Pre banca																	x			
<b>18</b>	Sustentación del informe final																		x		

## Anexo 2

### Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable estudiante</b>			
<b>Categorías</b>	<b>Base</b>	<b>% Numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros</b>			
Impresiones	56	0.2	11.2
Fotocopias	78	0.1	7.8
Empastado	0	0	0
Papel Bond A 4 (500 Hojas)	2	22.5	45
Lapiceros	5	0.8	4
<b>Servicios</b>			0
Uso del turnitin	50	2	100
<b>Sub total</b>			168
<b>Gastos de viaje</b>			
Pasajes para recolectar la información	100	1	100
<b>Sub total</b>			100
<b>Taller de investigación</b>			
Matricula	500	1	500
Pensión	850	2	1700
<b>Sub total</b>			2200
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			2468
<b>Presupuesto no desembolsable</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% Numero</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120
Búsqueda de información en base de datos	35	2	70
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160
Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50
<b>Sub total</b>			400
<b>Recurso humano</b>			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252
<b>Sub total</b>			252
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652
<b>Total (S/.)</b>			3120

**Financiamiento:** Autofinanciado por el estudiante

### Anexo 3

#### Población

N°	Razón Comercial	Representantes	Ubicación
1	LIBRERÍA BAZAR Y REGALOS URBICEN	Sr. Dennis	Jiron. Amazonas
2	LIBRERÍA ANGELY	Anónimo	Jiron Santa
3	SERVICIOS GENERALES TANY	Sra. Tatiana	Avenida Villa del mar
4	LIBRERÍA QUILICHE	Sr. Frederic	Avenida Alfonso ugarte
5	LIBRERÍA EL ZURDO	Sr. Luarte	Expanamericana
6	LIBRERÍA. CARLITOS	Anónimo	Jiron unión
7	LIBRERÍA BAZÁN ANAKAREN	Sr. Alfredo	Avenida jorgue chavez
8	LIBRERÍA MERLY	Anónimo	Avenida Jorge chavez
9	LIBRERÍA REYNA	Sra. Reyes	Avenida Jorge chavez
10	LIBRERÍA DON SANTITA	Sra. Santa	Jiron los pescadores

## **Anexo 4. Consentimiento Informado**

Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017

### **Estimado señor (a)**

Estamos llevando a cabo un estudio de investigación titulada Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017. Su participación es voluntaria e incluirá solamente aquellos que deseen participar.

### **Participación**

Para ello, se está pidiendo su participación en el estudio, si usted acepta, quiere decir que el investigador le ha indicado a usted de forma verbal, así como escrita lo siguiente: Los pasos a seguir, riesgos, beneficios, confidencialidad y propuesta resuelta.

### **Propósito del estudio**

El propósito del estudio es investigar acerca de la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.

### **¿En qué consistirá su participación?**

Una vez aceptada su participación, el investigador le preguntará si usted utiliza la gestión de calidad para su micro pequeña empresa. Se aplicará un cuestionario para determinar la Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017

### **Riesgos, incomodidades y costos de su participación**

Con respecto a los riesgos, estos ya han sido estudiados y su empresa no pasará por riesgos identificados, por lo que se ha planeado que usted ni su empresa no tendrá mayor riesgo que la población general. El estudio no tendrá costos para usted. En todo momento se evaluará si usted se encuentra en posición de poder hacer uso de la palabra, su negativa a no participar en el estudio, será respetada.

### **Beneficios**

Se ha planteado en los participantes, una recomendación y un plan de mejora sobre la gestión de calidad en atención al cliente para su micro empresa.

### **Confidencialidad de la información**

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial, los nombres y apellidos del participante quedará a custodia del investigador, por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

### **Problemas o preguntas**

Si tienes dudas sobre el estudio, puedes comunicarte con el investigador principal de Chimbote, Perú. Estudiante: Balta Arteaga, Kevin Sidane. El celular 912 653 392, o al correo: [bernibalta@hotmail.com](mailto:bernibalta@hotmail.com)

Y si tiene dudas acerca de sus derechos como participante de un estudio de investigación, puede llamar a la escuela profesional de administración al teléfono 350190, o al correo: [escuela\\_administración@uladech.edu.pe](mailto:escuela_administración@uladech.edu.pe)

### **Consentimiento / Participación voluntaria**

Por lo expuesto comprendo que seré parte de un estudio de investigación. Sé que mis respuestas a las preguntas serán utilizadas para fines de investigación y no se me identificará.

También se me informo que, si participo o no, mi negativa a responder no afectara negativamente a la empresa. Comprendo que el resultado de la investigación será presentado a la comunidad científica para mejor comprensión.

### **Declaración del participante**

He leído y he entendido la información escrita en estas hojas y firmo este documento autorizando mi participación en el estudio, con esto no renuncio a mi como derecho. Mi firma indica también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

-----

Nombre Participante

-----

Firma Participante

-----

Nombre del Investigador

-----

Firma del Investigador

-----

Fecha

-----

Hora

## Anexo 5

Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

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 y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta minorista de útiles de escritorio y de oficina, distrito de Coishco, 2017.*”

Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

### I. GENERALIDADES

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

##### 1. Edad

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

##### 2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

##### 3. Grado de instrucción

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

##### 4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador

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

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

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

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

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

**7. Número de Trabajadores**

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

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

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

**9. Objetivo de creación**

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

**II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**15. ¿Conoce las TIC?**

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

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

- a) Sí
- b) No

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Anexo 6

HOJA DE TABULACIÓN

PREGUNTA	RESPUESTA	TABULACIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
a) Respecto a los representantes				
1. Edad (años)	18 – 30	II	2	20.0
	31 – 50	IIIIII	6	60.0
	51 años a más.	II	2	20.0
Total			10	100,0
2. Genero	Femenino	IIII	4	40.0
	Masculino	IIIIII	6	60.0
Total			10	100,0
3. Grado de instrucción	Sin instrucción		0	0.0
	Primaria		0	0.0
	Secundaria	IIIIII	6	60.0
	Superior no universitaria	I	1	10.0
	Superior universitaria	III	3	30.0
Total			10	100,0%
4. Cargo	Dueño	IIIIIIII	7	70.0
	Administrador	III	3	30.0
Total			10	100,0
5. Tiempo en el Cargo	0 a 3 años	II	2	20.0
	4 a 6 años	IIIIII	6	60.0
	7 años a más	II	2	20.0
Total			10	100,0
b) Respecto a las Micro y pequeñas empresas				
6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro (años)	0 a 3 años	II	2	20.0
	4 a 6 años	IIIIII	6	60.0
	7 años a más	II	2	20.0
Total			10	100,0
7. Numero de colaboradores	1 a 5	IIIIIIIIII	10	100.0

	6 a 10		0	0.0
	11 a más		0	0.0
Total			10	100,0
8. Personas que trabajan en su empresa	Familiares	IIIIII	7	70.0
	Personas no familiares	III	3	30.0
Total			10	100,0
9. Objetivo de la empresa	Generas ganancias	III	3	30.0
	Subsistencia	IIIIII	7	70.0
Total			10	100,0
c) Respecto a la Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la información y comunicación				
10. Conoce el termino gestión de calidad	Si	II	2	20.0
	Tengo poco conocimiento	III	3	30.0
	No	IIIII	5	50.0
Total			10	100,0
11. Técnicas de gestión que aplica	Benchmarking		0	0.0
	Empowerment	II	2	20.0
	Lluvia de ideas	IIIIIII	8	80.0
	Las 5 S		0	0.0
	Outsorsing		0	0.0
	Otros		0	0.0
Total			10	100,0
12. Dificultades del personal en la gestión de calidad	Poca iniciativa	II	2	20.0
	Aprendizaje lento	II	2	20.0
	No se adapta a los cambios	IIIII	5	50.0
	Desconocimiento del puesto	I	1	10.0
	Otros	III	0	0.0
Total			10	100,0
13. Técnicas para medir el rendimiento	La observación	IIIIII	7	70.0
	La evaluación	III	3	30.0
	La escala de puntuaciones		0	0.0
	Evaluación 360°		0	0.0
	Otros		0	0.0

Total			10	100,0
14. Gestión de calidad mejora el rendimiento	Si	IIIIIIII	10	100.0
	A veces		0	0.0
	No		0	0.0
Total			10	100,0
15. Conoce las TIC	Si	II	2	20.0
	Tiene cierto conocimiento	I	1	10.0
	No	IIIIII	7	70.0
Total			10	100,0
16. Computadora en su empresa	Si	III	3	30.0
	No	IIIIII	7	70.0
Total				
17. Nivel de conocimiento de computación	Muy bueno	IIIIII	6	60.0
	Bueno	II	2	20.0
	Regular	I	1	10.0
	Malo	I	1	10.0
	Muy malo		0	0.0
Total			10	100,0
18. Usa el internet para las compras de mercadería	Si	II	2	20.0
	A veces	IIIIII	6	60.0
	No	II	2	20.0
Total			10	100,0
19. Tipo de las redes sociales utiliza para impulsar la venta	Facebook	IIIIII	6	60.0
	WhatsApp	II	2	20.0
	Twitter		0	0.0
	Página Web		0	0.0
	Ninguna	II	2	20.0
Total			10	100,0
20. Frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	Siempre	IIIIII	6	60.0
	Casi siempre	II	2	20.0
	Algunas veces	I	1	10.0
	Muy pocas veces	I	1	10.0
	Nunca		0	0.0
Total			10	100,0
21. Beneficios obtuvo utilizando las TIC dentro de su empresa	Incrementar ventas	II	2	20.0
	Hacer conocida la empresa	IIIIII	6	60.0
	Identificar las necesidades de los clientes		0	0.0
	Ninguna porque no utiliza	II	2	20.0
Total			10	100,0

## Anexo 7

### Figuras

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

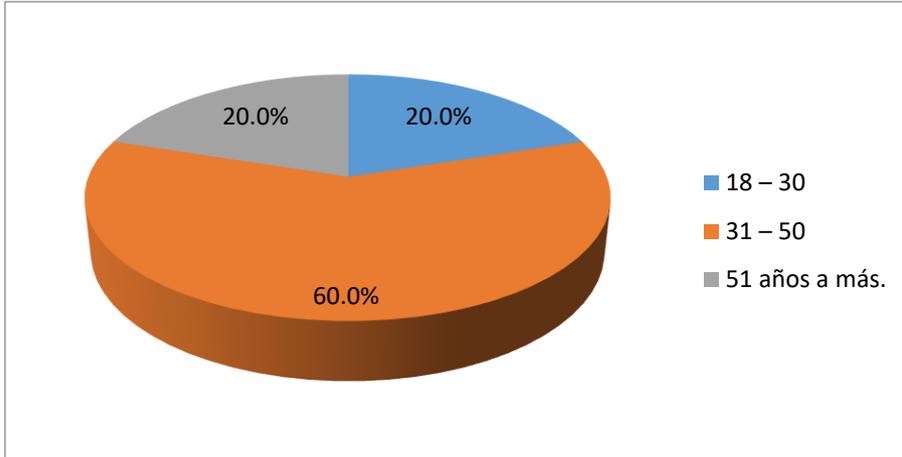


Figura 1. Edad del representante

Fuente. Tabla 1

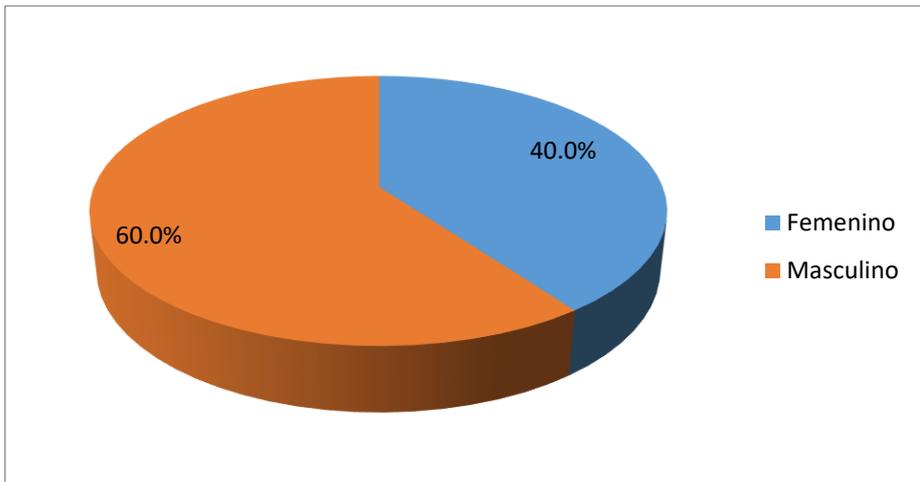
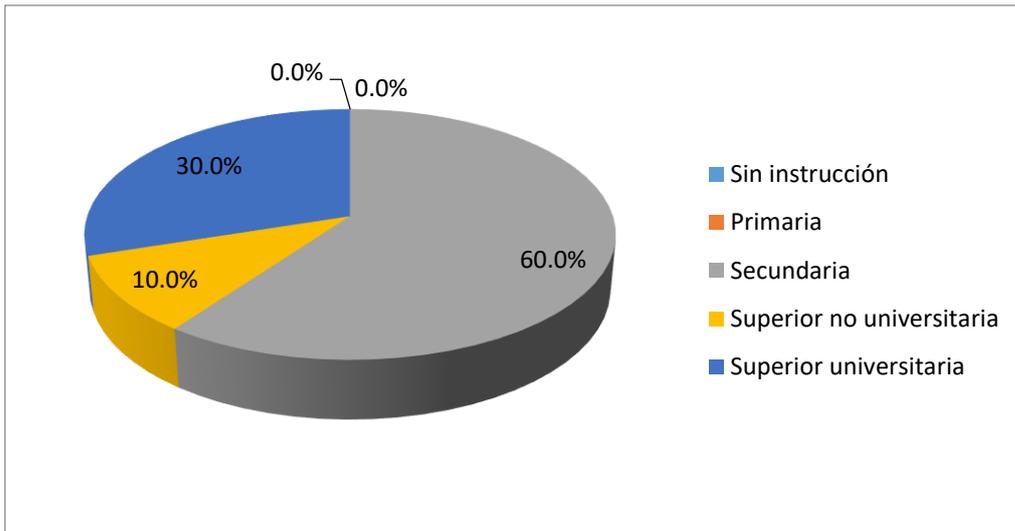


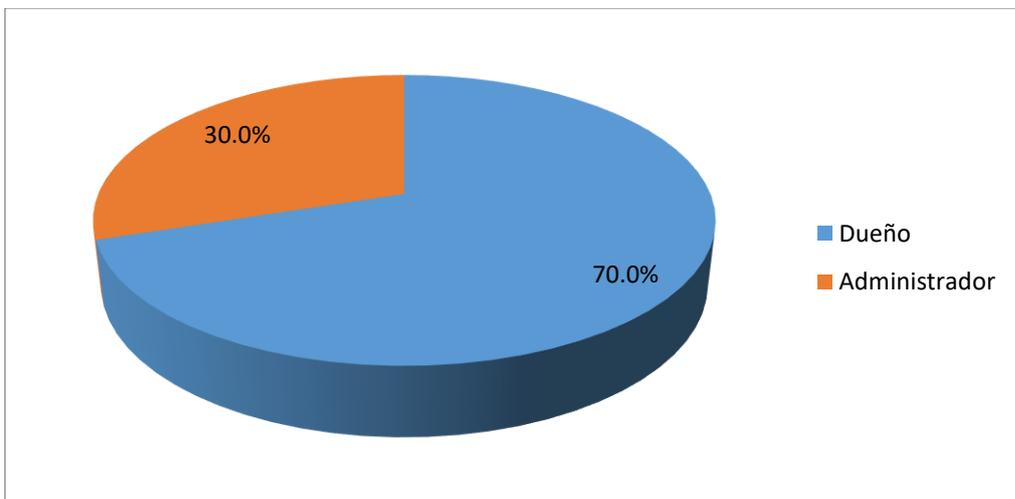
Figura 2. Género del representante

Fuente. Tabla 1



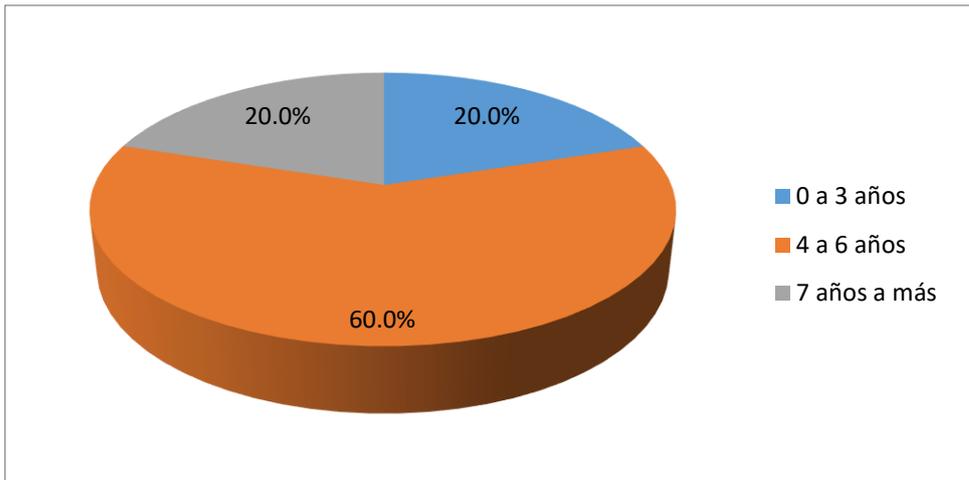
**Figura 3. Grado de instrucción**

**Fuente. Tabla 1**



**Figura 4. Cargo**

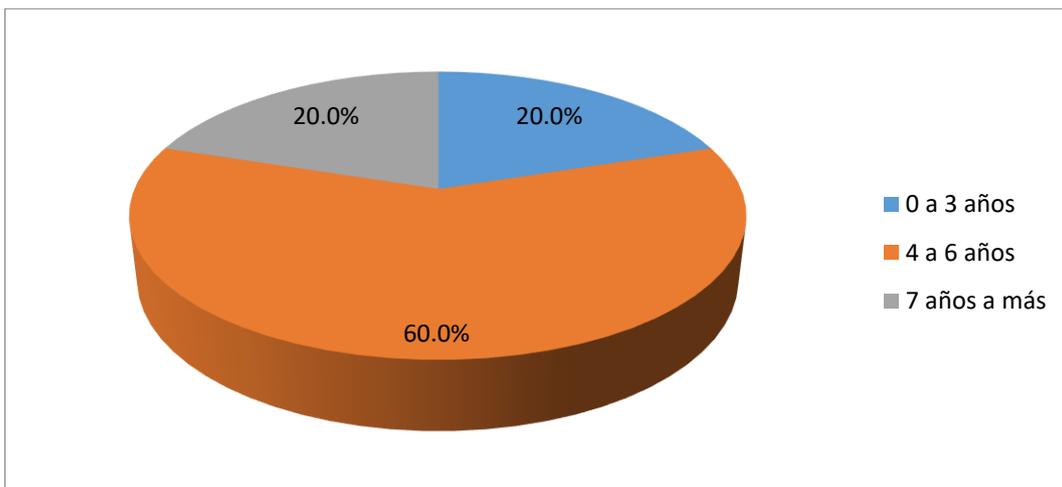
**Fuente. Tabla 1**



**Figura 5. Tiempo en el cargo**

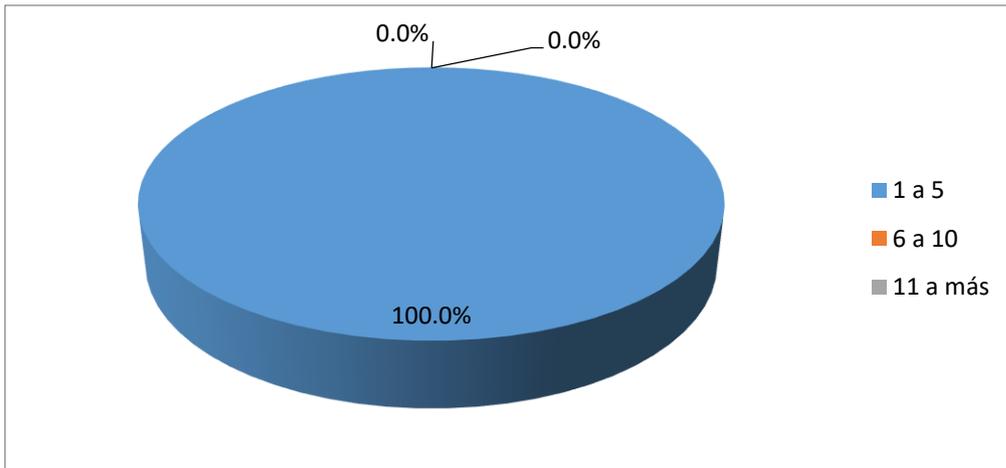
**Fuente. Tabla 1**

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



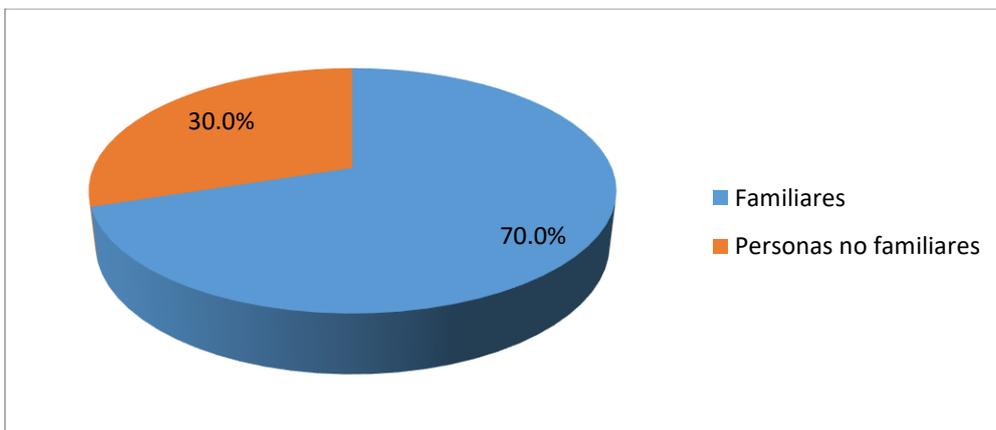
**Figura 6. Tiempo en el rubro**

**Fuente. Tabla 2**



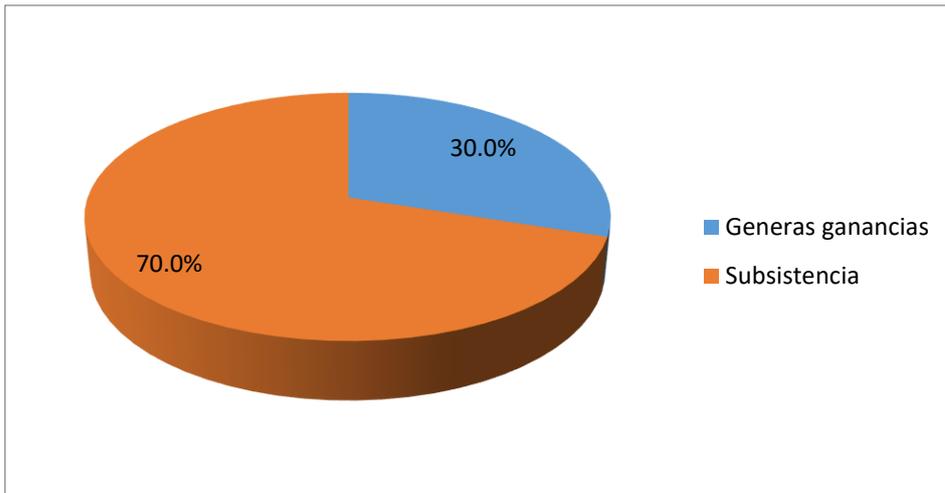
**Figura 7. N° de trabajadores**

**Fuente. Tabla 2**



**Figura 8. Personas que trabajan en la MYPE**

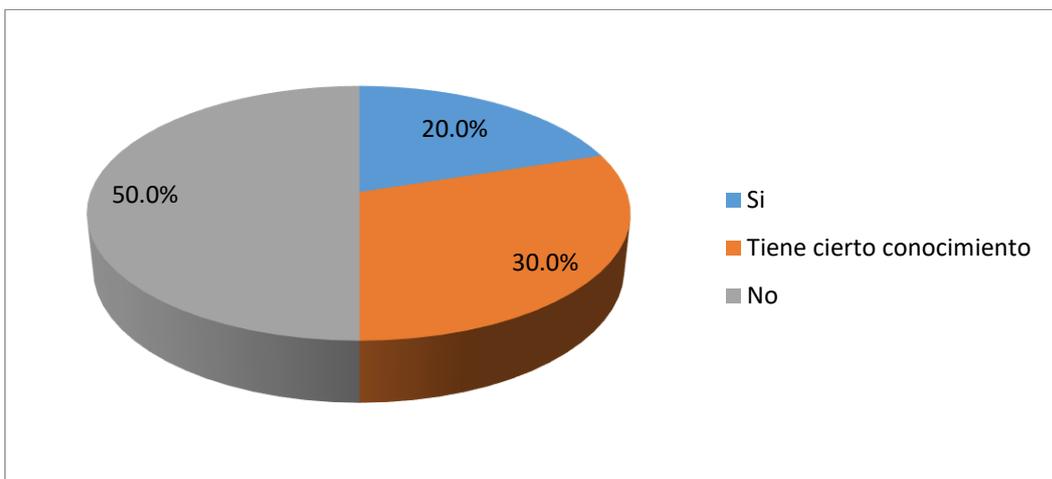
**Fuente. Tabla 2**



**Figura 9. Finalidad de la MYPE**

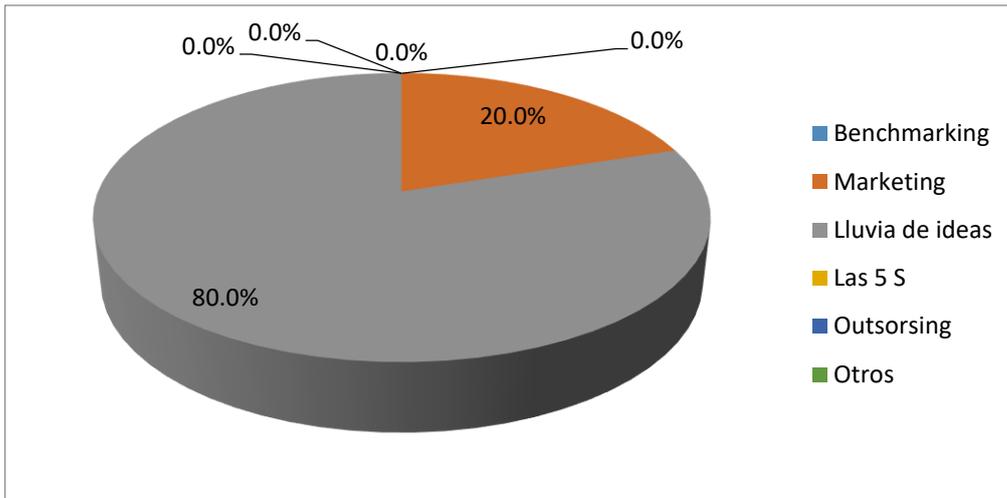
**Fuente. Tabla 2**

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



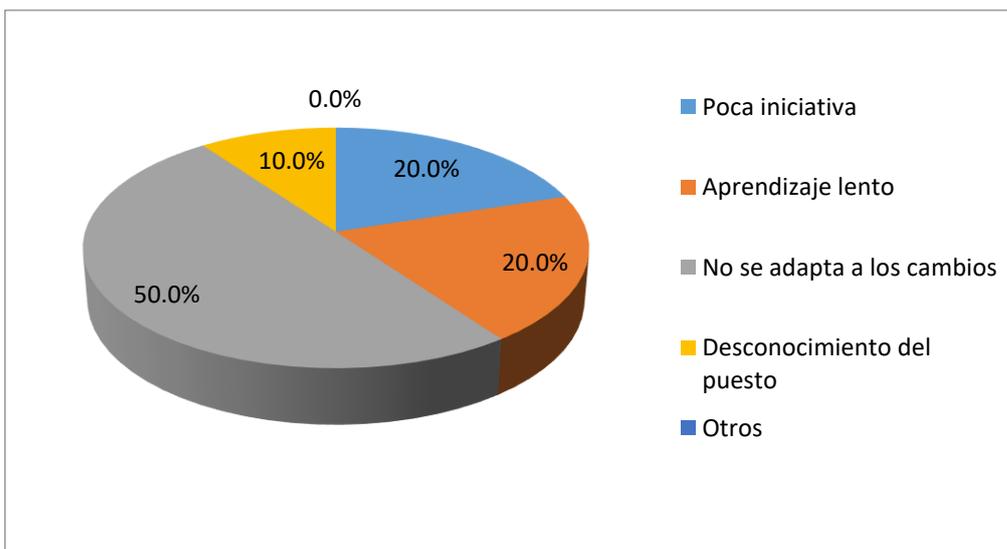
**Figura 10. Conocen el término gestión de calidad**

**Fuente. Tabla 3**



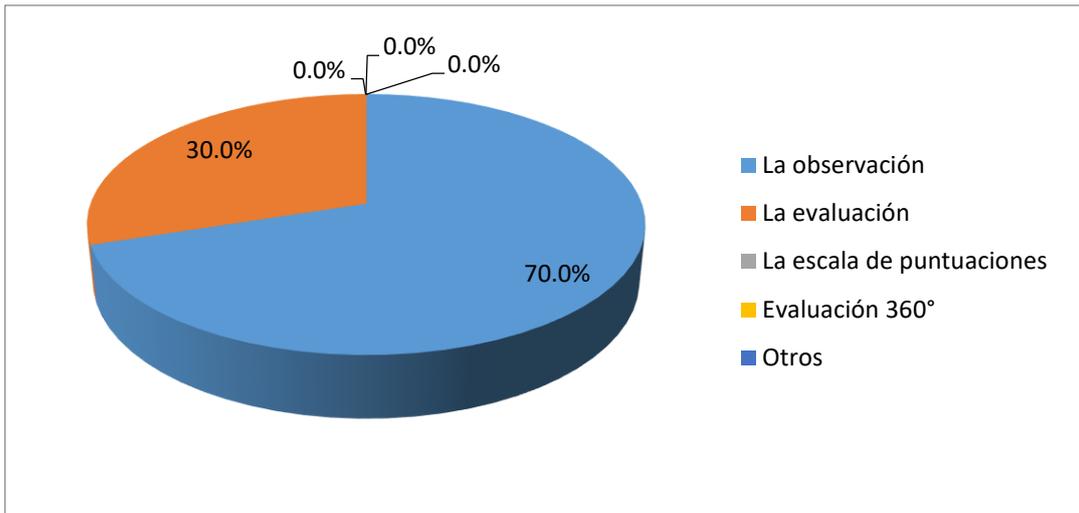
**Figura 11. Herramientas de gestión de calidad que aplica**

**Fuente. Tabla 3**



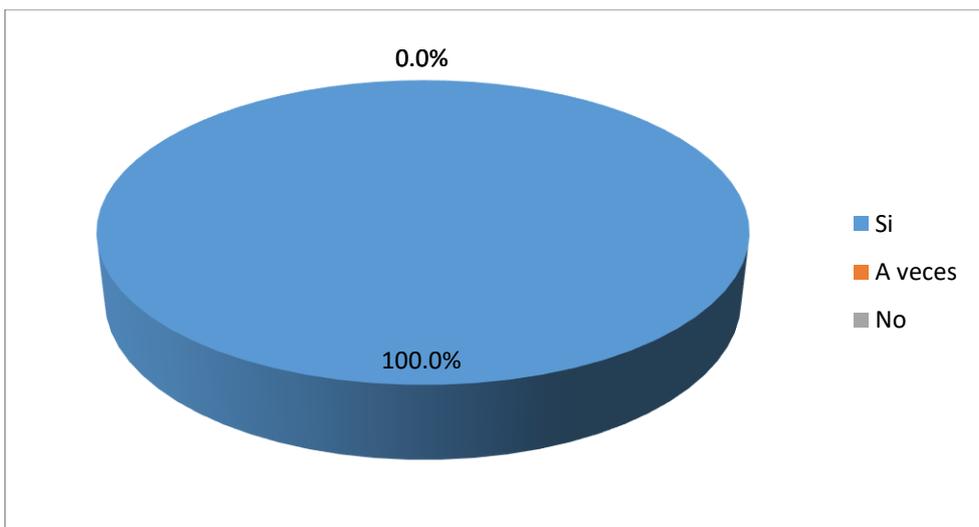
**Figura 12. Dificultades del personal en la implementación de la gestión de calidad**

**Fuente. Tabla 3**



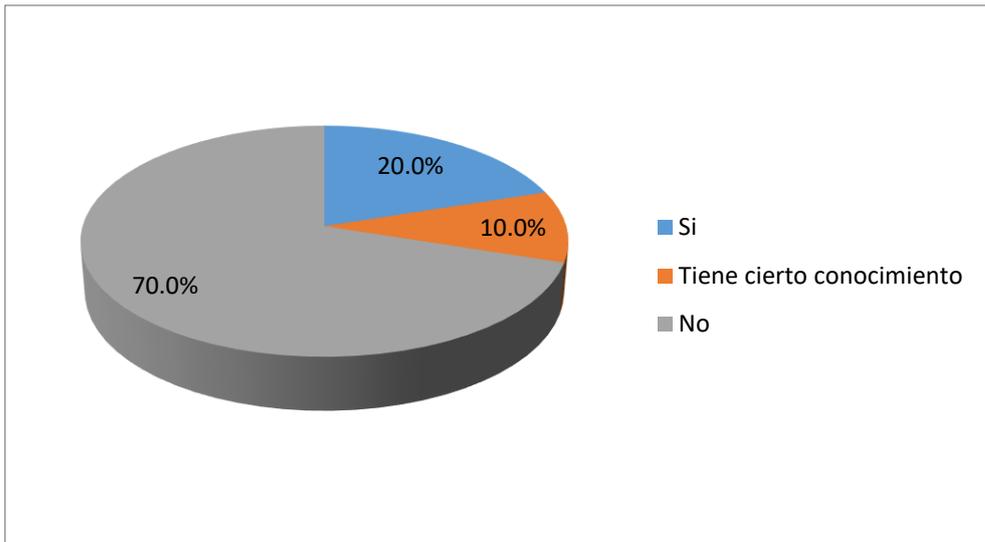
**Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento**

**Fuente. Tabla 3**



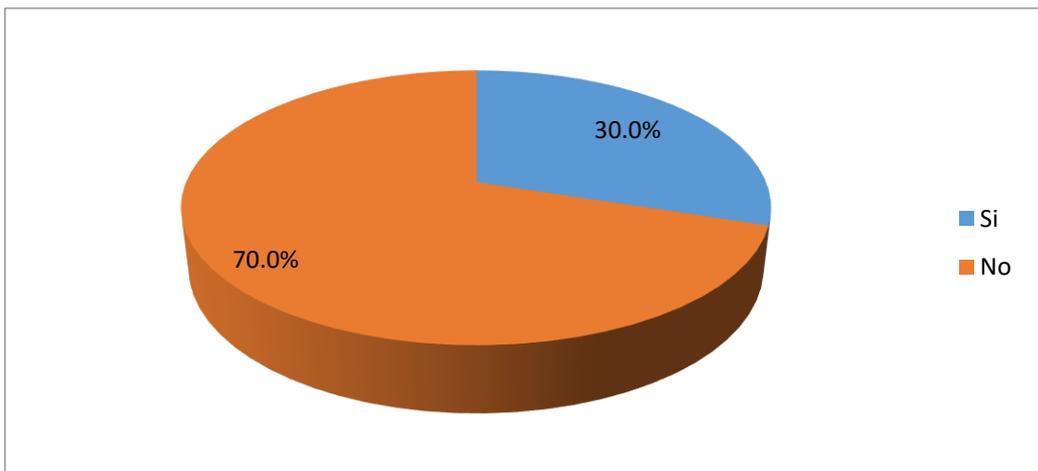
**Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa**

**Fuente. Tabla 3**



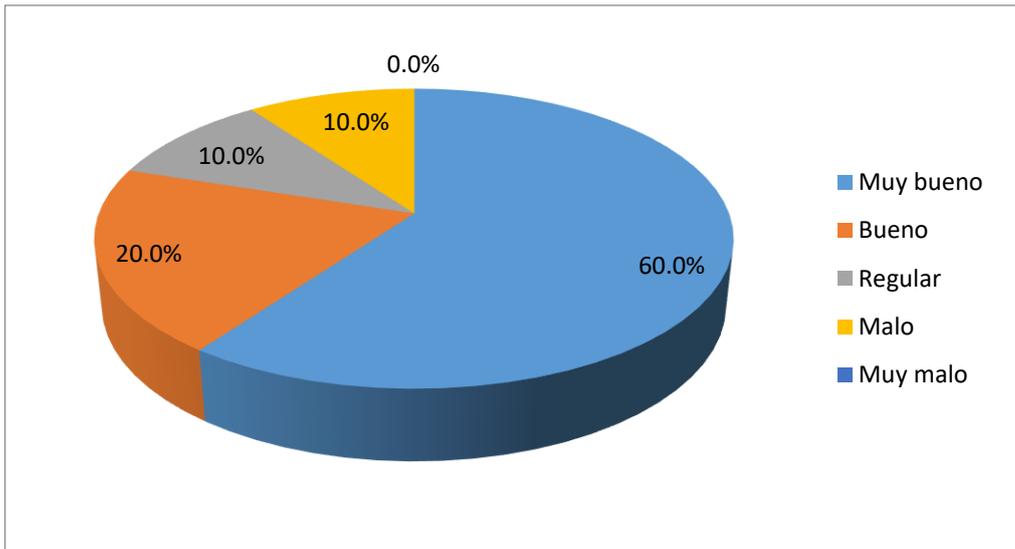
**Figura 15. Conoce las TIC**

**Fuente. Tabla 3**



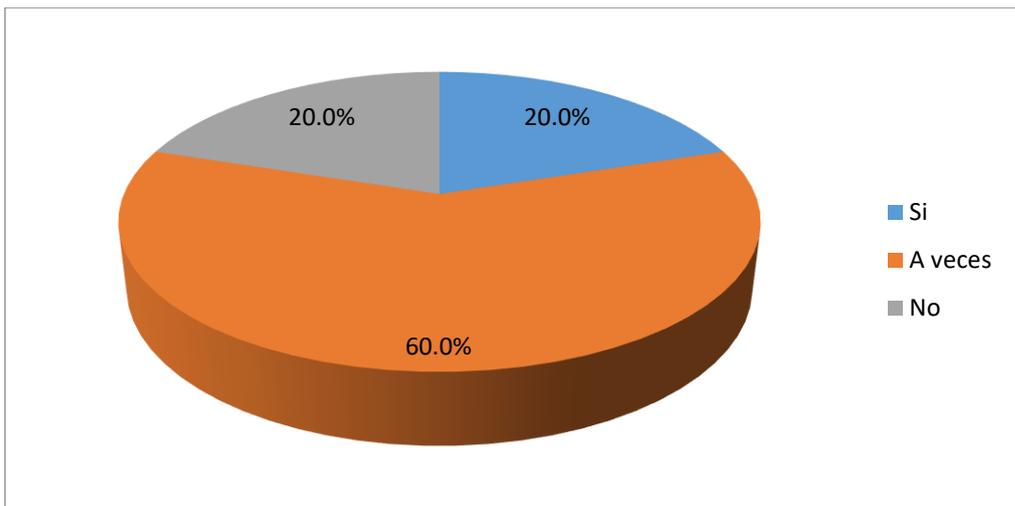
**Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa**

**Fuente. Tabla 3**



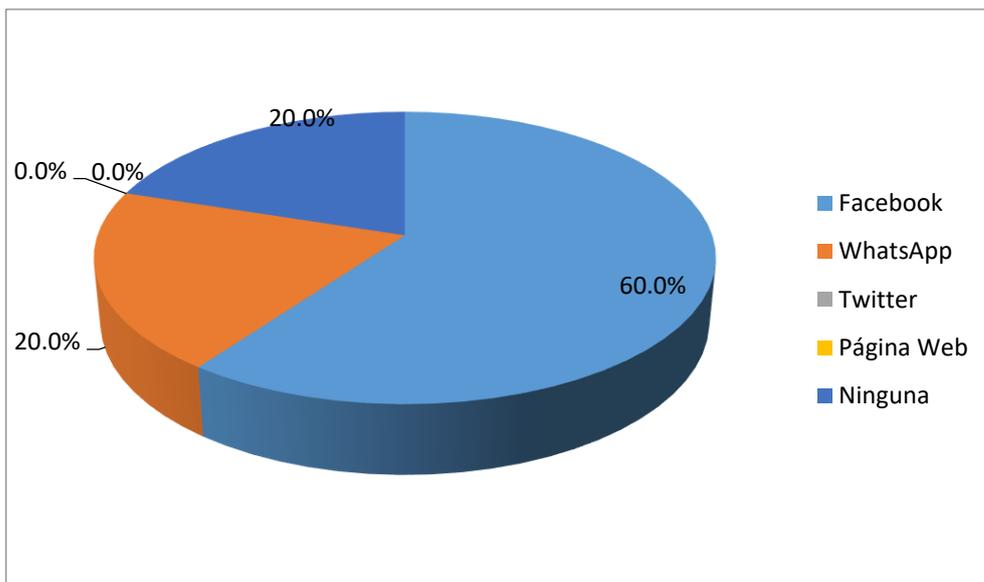
**Figura 17. Nivel de conocimiento de computación**

**Fuente. Tabla 3**

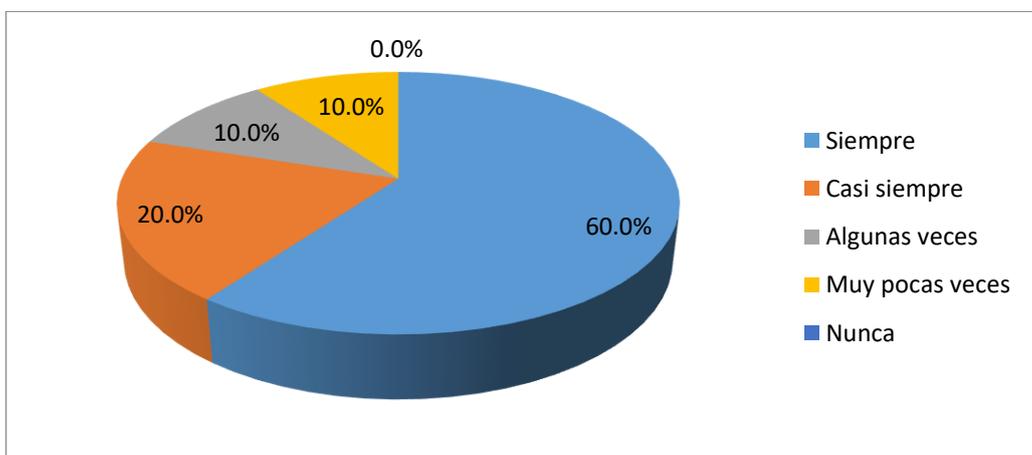


**Figura 18. Internet para las compras de mercadería**

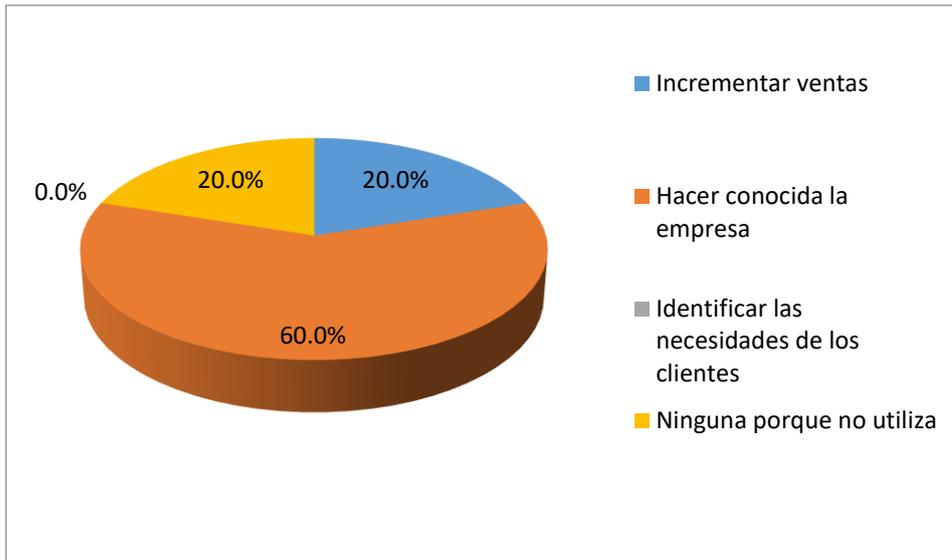
**Fuente. Tabla 3**



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



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



**Figura 21. Beneficios obtuvo utilizando las TIC**

**Fuente. Tabla 3**