



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO – RUBRO
VENTA DE ROPA DEL CENTRO COMERCIAL GALERÍAS
ALFA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2017

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

AUTOR

VASQUEZ SOSA, DENIZ ALEX

ASESOR

Mgtr. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

CHIMBOTE-PERU

2019

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Mgtr. Limo Vasquez, Miguel Ángel

Miembro

Mgtr. Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mis padres Santos Apóstol Vasquez Alvarado y Mariela Sosa Sullon por darme el apoyo y los estudios para poder salir adelante y fómame como persona y profesional, de ante mano les agradezco de corazón por todos su esfuerzos y sacrificios los amo mucho.

A las personas que me rodean, dándome todo su apoyo incondicional confiando en mí, sobre todo a Sandy Lizeth Aguilar Quiñones por ser una pieza clave en mi vida, gracias por todo el apoyo que me das en cada momento de mi vida.

A los docentes que contribuyen con mi formación y sobre todo brindándome los conocimientos necesarios que se necesitan.

DEDICATORIA

Con mucho cariño a mis padres,
Hermanos, personas cercanas a
mí, gracias por su apoyo
absoluto, y por ser mi mayor
fortaleza durante todo este
tiempo.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de Gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de ropa en Galerías Alfa, distrito de Chimbote, Provincia del Santa, 2017. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, para el recojo de la información se utilizó una muestra de 20 micro y pequeñas empresas de una población de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, a través de la técnica encuesta, obteniendo los siguientes resultados: El 55.00% de representantes de micro y pequeñas empresas ocupan el cargo de administradores, el 65.00% de micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años, el 100.00% de micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 50.00% de trabajadores de micro y pequeñas empresas son personas familiares y no familiares, el 90.00% de micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancia. el 40.00% de micro y pequeñas empresas si conocen del término gestión, el 75.00% de micro y pequeñas empresas no conocen las TIC, el 70.00% de micro y pequeñas empresas dicen no utilizar ninguna red social. La investigación concluye que la gestión de calidad con el uso de las Tecnología de la Información y Comunicación influye de manera significativa en la competitividad de micro y pequeñas empresas.

Palabras Clave: Gestión de Calidad, Método, Microempresa, Representantes, Tecnologías de la Información y Comunicación.

ABSTRACT

This research was objective: To determine the characteristics of quality management with the use of Information Technology and Communication in micro and small enterprises, trade sector, heading selling clothes galleries Alfa, district of Chimbote, Santa province, 2017. the research was non experimental design - cross, for the gathering of information a sample of 20 micro and small enterprises in a population of 20, who were applied a questionnaire of 21 questions was used, through the technical survey, obtaining the following results: 55.00% of representatives of micro and small enterprises hold office administrators, the 65.00% of micro and small enterprises have more than 7 years, 100.00% of micro and small enterprises have from 1 to 5 workers, 50.00% of workers in micro and small enterprises are familiar and unfamiliar people, the 90.00% of micro and small enterprises creator to generate gain. the 40.00% of micro and small businesses if they know the term management, 75.00% of micro and small businesses do not know ICT, 70.00% of micro and small businesses say they use any social network. The research concludes that quality management with the use of Information Technology and Communication significant way influences the competitiveness of micro and small enterprises.

Keywords: Quality Management, Method, Microenterprise, Representatives, Information and Communication Technologies.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Hoja de firma del jurado y asesor	ii
3. Hoja de Agradecimiento y/o Dedicatoria	iii
4. Resumen y Abstract	iv
5. Contenido	v
6. Índice de tablas y figuras	vi
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	6
III. Hipótesis	28
IV. Metodología	29
4.1 Diseño de investigación	27
4.2 Población y muestra	27
4.3 Definición y operacionalización de la variable	28
4.4 Técnicas e instrumentos	30
4.5 Plan de análisis	30
4.6 Matriz de consistencia lógica	31
4.7 Principios éticos	32
V. Resultados	35
5.1 Resultados	35
5.2 Análisis de resultados	39
VI. Conclusiones	47
Aspectos complementarios	48
Recomendaciones	48
Referencias bibliográficas	49
Anexos	54

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro Venta de Ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017	33
Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro Venta de Ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017	34
Tabla 3. Características de Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del Sector Comercio – Rubro Venta de Ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.....	35

Figuras

Figura 1. Edad	58
Figura 2. Género	58
Figura 3. Grado de Instrucción	59
Figura 4. Cargo que desempeña	59
Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo	60
Figura 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro	60
Figura 7. Número de trabajadores	61
Figura 8. Personas que trabajan en su empresa	61
Figura 9. Objetivo de creación	62
Figura 10. Conocimiento del termino Gestión de calidad	62
Figura 11. Conocimiento de técnicas de Gestión de calidad	63

Figura 12. Dificultades del personal para implementar la Gestión de calidad	63
Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal	64
Figura 14. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	64
Figura 15. Conocimiento del termino las Tecnologías de la Información y Comunicación	65
Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa	65
Figura 17. Consideración de su nivel de computación	66
Figura 18. Hace uso del internet para compras de mercadería	66
Figura 19. Redes sociales que utiliza para impulsar sus ventas	67
Figura 20. Frecuencia con la que emplea su teléfono	67
Figura 21. Beneficios que tuvo al utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación	68

I. INTRODUCCION

Las Micro y Pequeñas Empresas hoy en día son el motor de la economía peruana, debido a su alto ingreso económico que generan, estas empresas han contribuido con el país de manera muy significativa generando empleo para la sociedad y pagando sus impuestos los cuales incrementan favorablemente el Producto Bruto Interno de nuestro País.

Hablar de micro y pequeñas empresas, es hablar de desarrollo en un país, pese a esto, las micro y pequeñas empresas se encuentran con un grave problema para su desarrollo, ya que no son capaces de acceder plenamente al mercado, ya sea por la gran competencia existente gracias a la globalización o, por un déficit en la administración de estas micro y pequeñas empresas. La mala gestión de estas empresas, generan que pierdan el enfoque, manteniéndoles atrapadas en el mismo círculo continuo, impidiéndoles adaptarse a las nuevas exigencias del día a día.

El uso de las tecnologías de la información y comunicación, así como el internet, sirven de enganche para que las micro y pequeñas empresas ingresen al mundo competitivo de hoy en día; todas estas tecnologías se han vuelto accesibles permitiendo que los productos y servicios ofrecidos lleguen a más lugares. Pese a esto no todas las micro y pequeñas empresas pueden gestionar el uso de esta herramienta, esto debido a diferentes circunstancias, ya sea por falta de capital, personal no capacitado, mala gestión administrativa, entre otros.

Alemania es uno de los países con empresas más capacitadas y sistematizadas a nivel mundial, que trabajan de una manera conjunta para el desarrollo de estas empresas en el mercado, buscando entregar un producto o servicio de calidad, que satisfaga las necesidades de todos y cada uno de sus clientes. Pese a esto existen obstáculos y problemas en la Unión Europea en el ámbito del desarrollo empresarial, ya sea por poco acceso a capital para proyectos arriesgados, falta de personal calificado, acceso a tecnología, entorno de derecho de propiedad complejo y costoso, entre otros. En el nivel micro empresarial, se debe mencionar la existencia de un mercado altamente competitivo. Además, hay un alto grado de especialización, desintegración vertical, diferenciación (Timoteo y Bautista, 2014).

América Latina, tiene un problema de formación y capacitación de capital humano, esto se refleja en su baja productividad y competitividad empresarial, ya que los factores que influyen en la productividad y competitividad de la economía destacan el progreso

tecnológico, que crea nuevos bienes y nuevos métodos productivos, así como las mejoras en la gestión y administración de las empresas, al dotarlas de mayores capacidades para afrontar y adaptarse a los mercados y los riesgos asociados. Estas carencias y urgentes necesidades formativas, generan que entre los países latinoamericanos y las naciones más desarrolladas existe una brecha de formación entre sus emprendedores, así como entre las micro, pequeñas y medianas empresas, que constituyen la gran base del sistema productivo de América Latina (Casilda, 2014).

En Honduras existen diferentes factores que inciden negativamente en el desarrollo de las Mypes, dentro de las principales tenemos los siguientes: una baja calidad de sus productos, la mano de obra es de muy baja calificación en las empresas, un factor muy importante es que no tienen una cultura de innovación tecnología generando que sus productos sean muy artesanales, también se observa que tienen una severa resistencia al cambio al ponerse en actualidad dentro del mercado (Sánchez, 2010).

Según Luna (2013) relata que, México en la actualidad la mayoría de los propietarios de micro y pequeñas empresas provienen de anteriores trabajos con salarios bajos y de la población sin empleo. Por lo que en la mayoría de los casos los fundadores de estas empresas las crearon por motivos de tipo económico, ya que para los bajos ingresos percibidos como asalariados o simplemente por no encontrar trabajo como empleados, sin tener una intuición como empresario, lo cual provoca que estos negocios no estén administrados en forma adecuada. Estos empresarios emprenden su camino en el mercado competitivo de una manera empírica, trastabillando con cada paso que dan, ocasionando que su administración en general sea deficiente, tomando caminos inciertos, perdiendo estabilidad empresarial y en muchas ocasiones a la quiebra.

Según Palacios (2018) afirma que, en el Perú existen casi 6 millones de empresas a nivel nacional, 93.9% microempresas y solo 0.2% pequeñas, el resto, 5.9% son medianas y grandes empresas. Las Mype cumplen un rol fundamental, constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero, carecen de una buena gestión de negocios, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica, y demasiada informalidad.

En el Perú el estudio realizado a 400 Micro y Pequeñas Empresas, según el informe de la red de la Fundación para el análisis estratégico y desarrollo de las Pequeñas y Medianas

Empresas (Faedpyme), el 61% de las Micro y Pequeñas Empresas peruanas no usan ninguna herramienta de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Por consiguiente, se les dificulta competir en el mercado y brindar la atención requerida por los clientes, generando mayores gastos como, invertir mayor mano de obra, impidiéndole desarrollarse plenamente en el mercado. (RPP Noticias, 2014)

Según la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (Sunat), en la región Áncash, existen un total de 39,206 microempresas, de las cuales el 58 % se encuentran en la provincia del Santa y de este universo, el 40 % se encuentra en el distrito de Chimbote, un 10 % en el distrito de Nuevo Chimbote y el 8 % en el resto de los distritos de la provincia. Se puede decir que, en el distrito de Chimbote, existen aproximadamente 9,095 microempresas y en Nuevo Chimbote unas 2,750 microempresas. (Llenque, 2016)

En Chimbote se encuentran variedad de Micro y Pequeñas Empresas tratando de mantenerse en el mercado, como se sabe, el mundo competitivo de hoy exige que toda empresa se mantenga a la vanguardia, que caminen a pasos agigantados de la mano con la globalización. Estas micro y pequeñas empresas padecen día a día debido a la administración empírica aplicada por quien los dirigen, la falta de conocimiento genera que las herramientas existentes que puedan facilitar su desarrollo empresarial, como por ejemplo el uso de las tecnologías de la información y comunicación, no sean aplicadas en estas micro y pequeñas empresas, generando gastos innecesarios, y a la vez recargando el trabajo. Por consiguiente, perciben bajos ingresos económicos y en muchos de los casos con el tiempo desaparezcan.

En el distrito de Chimbote específicamente en el centro comercial de Galerías Alfa donde se desarrolló el trabajo de investigación, existen micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de ropa las cuales tiene problemas de gestión de calidad en las Tecnologías de la Información y Comunicación, donde la mayoría relativa creen conocer el termino gestión de calidad, pero la mayoría no conocen las Tecnologías de la Información y Comunicación, así mismo la mayoría no utilizan ninguna red social para marketear sus productos.

Por lo tanto, se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micros y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de ropa del centro comercial galerías alfa del distrito de Chimbote, año 2017?

Para dar solución a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.

Así mismo para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017. Determinar las características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.

Esta investigación se justifica porque permite obtener conocimientos teóricos de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación aplicado a las micro y pequeñas empresas para su mejor crecimiento y desarrollo. A la vez se justifica porque nos permitirán conocer a nivel exploratorio las principales características de las micros y pequeñas empresas que aplican la herramienta de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el ámbito de estudio y estas permanecerán en el mercado generando ingreso a sus colaboradores y a la vez puestos de trabajo que serán beneficiosos para toda la sociedad.

La investigación se justifica porque permite que los empresarios conozcan que tan importante es implementar las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas. Así mismo, el presente trabajo sirve como base de datos para otros estudios similares, también ayuda brindando conocimientos a los estudiantes y público en general acerca de las Gestión de Calidad usando las Tecnologías de la Información y Comunicación y su gran impacto en la Micro y pequeñas empresas a nivel mundial.

En la investigación se utilizó el diseño no experimental, transversal - descriptivo. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente las variables. Transversal, porque todas las variables han sido medidas en un tiempo y espacio determinado. Descriptivo, porque se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.

Así mismo para el recojo de información se utilizó una muestral de 20 micro y pequeñas empresas de una población de 20 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 21 preguntas utilizando la técnica encuesta, de lo cual se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto a representantes: el 50.00% de representantes tienen de 31 a 51 años, el 70.00% de representantes es femenino, el 55.00% de representantes cuentan con grado de instrucción secundaria. Respecto a características de Micro y pequeñas empresas: el 55.00% de representantes de micro y pequeñas empresas ocupan el cargo de administradores, el 65.00% de micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años, el 100.00% de micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores, el 50.00% de trabajadores de micro y pequeñas empresas son personas familiares y no familiares, el 90.00% de micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancia. Respecto a características de gestión de calidad y las Tecnologías de la Información y Comunicación: el 40.00% de micro y pequeñas empresas si conocen del término gestión, el 75.00% de micro y pequeñas empresas no conocen las Tecnologías de la Información y Comunicación, el 70.00% de micro y pequeñas empresas dicen no utilizar ninguna red social. Se concluyó que la gestión de calidad con el uso de las Tecnología de la Información y Comunicación influye de manera significativa en la competitividad de micro y pequeñas empresas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedente Internacional

López (2016) en su trabajo de investigación *Tecnología de la Información y las Comunicaciones en la Actividad de las Ferreterías Pymes en Bogotá*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Analizar la relación entre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones con el desempeño de las ferreterías pymes en Bogotá, con el fin de identificar el impacto de los diferentes usos de las TIC en las diversas actividades del desempeño de estos negocios y contribuir a diseñar estrategias para un mejor uso de estas tecnologías. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Caracterizar la situación actual de las ferreterías pymes en cuanto a disponibilidad y usos de TIC. Evaluar el impacto de las TIC en los resultados financieros (ventas o participación en el mercado, costos y rentabilidad) y los resultados operativos (relaciones con los clientes, mejoras en los procesos de cadenas de suministro, etc.) en estas empresas. Sugerir estrategias de decisión, difusión, asesoramiento e Implementación para impulsar el uso de la TIC en este tipo de empresas. Se aplicó un diseño de investigación de carácter descriptivo-correlacional, a una población muestral de 35 directivos de las distintas ferreterías, usando la técnica de la encuesta a través de un cuestionario de 19 preguntas logrando los siguientes resultados: El 28% tiene 9 años en el rubro, la mayoría de trabajadores es de género masculino, el 40% de gerentes tiene formación técnica, la mayoría de los encuestados son menores a los 39 años, el 100% hace uso de computadores, el 92% hace uso del internet, el 52% hace uso de las redes sociales, el 94% utiliza celular o teléfono. La investigación concluye que actualmente las ferreterías Pyme en Bogotá disponen de pocos elementos TIC como por ejemplo elementos de telefonía, servicios como el correo electrónico o banca en línea, y en muchos casos solo poseen un computador, lo cual demuestra que es un sector aun relegado de las nuevas tecnologías, pero consiente de la importancia que éstas tienen para el crecimiento y posicionamiento de la empresa. En los resultados operativos no todos se ven relacionados con el uso de las TIC así que no se puede generalizar el impacto, pero si se logró mostrar, que el uso de internet, pagina web y móviles se relacionan con la mejora de procesos y las actividades diarias de estos negocios. Se observó que el uso del internet aun es poco frecuente para la capacitación, ya sea en forma presencial o virtual y para la contratación de personal y así se sugiere como método de

difusión el uso de la página web para estos factores. De acuerdo a la disposición y uso de las TIC se demostró que la relación entre las TIC y el desempeño de las ferreterías Pyme en Bogotá, depende de los elementos TIC implementados debido a que no afecta en su totalidad todos los factores operacionales.

Antecedentes Nacionales

Araujo (2016) en su trabajo de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial Barranca, del distrito de Barranca, 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar si las Micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Barranca aplican la gestión de calidad, en el año 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar de qué manera la productividad influye en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del Centro Comercial Barranca, del Distrito de Barranca. De qué manera la eficiencia influye en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de ropa para damas del Centro Comercial Barranca, del Distrito de Barranca. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/ transversal, se trabajó con una muestra de 10 MYPES, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre los 40 a 50 años, el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han concluido sus estudios secundarios, el 60% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen estudios o conocimiento de administración de empresas, el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son formales, el 40% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 5 a más años en el mercado, el 80% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no cuenta con equipos de última tecnología, el 80% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que sus instalaciones físicas no son visualmente atractivas, el 60% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no realizan publicidad, el 75% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que su publicidad es visualmente atractiva, el 86% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que desconocen la nueva ley, el 10% de las micro y pequeñas empresas encuestadas si tienen conocimiento sobre gestión de calidad, el 79% de las micro

y pequeñas empresas encuestadas indican que si muestran interés en dar soluciones a los problemas que se presentan, el 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas aseguran tener un trato amable con el cliente, el 80% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican no contar con un manual de calidad, el 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que resuelven las necesidades del cliente, el 90% de las micro y pequeñas empresas encuestadas han identificado procesos para dar un buen servicio al cliente. La investigación concluye que el 50% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a 50 años, son mujeres y han culminado sus estudios secundarios. La totalidad de micro y pequeñas empresas encuestadas el 60% tiene conocimiento de administración de empresas, pero el total de las micros y pequeñas empresas son formales. La mayoría tienen 8 años de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones no son visualmente atractivas, no realizan publicidad y de los que realizan si son visualmente atractivas. La totalidad de micros y pequeñas empresas encuestadas la mayoría desconoce de la nueva ley, tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de la micro y pequeña empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

Domínguez (2016) en su trabajo de investigación *Características de La Capacitación y Las Tics de Las Mype Comerciales Rubro Lubricantes del A.H. Los Algarrobos, Piura, Año 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la Capacitación y las “TICS” de las MYPE Comerciales Rubro Lubricantes en el A.H. Los Algarrobos, Piura 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Identificar cuáles son los beneficios que genera la capacitación para las MYPE, Determinar los tipos de capacitación que utilizan las MYPE, Identificar los tipos de “TICS” que utilizan las MYPE, Mencionar el uso que le dan a las “TICS” MYPE. En la presente investigación se utilizó un diseño no experimenta-transversal y como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario. La población está constituida por un total de 6 MYPE a su vez tomando la misma cantidad de 6 MYPE como muestra y para el recojo de la información se aplicó un cuestionario de 29 preguntas, al personal de la empresa aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 67% de propietarios de las mype encuestadas si conocen lo que es capacitación, el 67% de propietarios de mype encuestados no ha recibido

capacitación alguna, el 83% de propietarios encuestados no aplica capacitación en su mype, el 67% de los propietarios no conoce sobre temas de seguridad laboral, el 100% no realiza charlas de seguridad laboral, el 83% de los propietarios encuestados, acepta que con nuevos conocimientos aumentarían sus ventas, el 50% de propietarios encuestados manifiesta que su relación es buena, el 67% de propietarios manifiesta que su desempeño es buena, el 100% de los encuestados si aplica programas de inducción a sus trabajadores, el 83% de propietarios encuestados no adiestra a su personal, el 100% si hace uso de las TICs, el 67% de encuestados no cuenta no internet en su MYPE, el 100% de propietarios hace uso de la publicidad por las páginas web o redes sociales, el 100% de propietarios no cuenta con una página web, el 33% de propietarios quiere mejorar la gestión de productos, 17% reducir costos, 17% promocionar productos y 33% aumentar las ventas. La investigación concluye que se identificó que, de los tipos de TICs, los Propietarios de las MYPE en su gran mayoría solo utilizan telecomunicaciones básicas. Se mencionó que de los usos de la TICs: gestionar pedidos, promocionar productos, conocer mejor a los clientes y reducir costos, la gran mayoría de los propietarios de las MYPE no los aprovecha de una manera adecuada.

Panduro (2017) en su trabajo de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjui – 2017*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Comprobar que la Gestión de Calidad y la formalización son las ideas que aplican los propietarios y/o representantes legales de las MYPES sector comercial – rubro venta de ropas para damas del distrito de Juanjuí, 2017. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de las MYPES sector comercial rubro venta de ropa para damas. Analizar cuál de los enfoques de la gestión de la calidad predomina en las MYPES sector comercial rubro venta de ropa para damas. Caracterizar la formalización de las MYPES sector comercio rubro venta de ropas para damas del distrito de Juanjuí. La metodología utilizada en esta investigación corresponde a un estudio cuantitativo, de nivel descriptivo cuyo diseño es no experimental, descriptivo simple. La población de estudio estuvo conformada por 10 MYPE a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 15 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 80% cuentan con edades entre 20 a 35 años, se determinó que en un 70% pertenecen al sexo femenino, el 50% cuenta con grado de instrucción secundaria, el 100% utiliza documentos de gestión para mejorar la calidad del servicio, el 60% utiliza plan

estratégico como documento de gestión, el 70% implementa documentos de gestión, el 40% si capacita a su personal, el 70% si realiza evaluación al cliente, el 60% si hace uso de las TIC, el 90% si es formal, el 50% tiene el beneficio de acceso al crédito financiero, el 80% si tiene asesorías de entidades, el 60% afirma que la formalización aumenta costos laborales, el 100% si formalizaría su empresa, el 100% dice que la formalización contribuye a la expansión. La investigación concluye que las edades de los representantes legales son de personas jóvenes, la relación que tienen en las tomas de decisiones son acertadas ya que están en la edad de 20 a 35 años de edad. En el género, se observa que es el sexo femenino son la grande mayoría quienes dirigen las empresas en este rubro. El grado de estudios en su gran mayoría es de educación secundaria, ya que en este rubro no necesitan tener grados superiores. Con respecto a la gestión de calidad se demuestra que en su gran mayoría están de acuerdo con la necesidad del cliente de los tres documentos de gestión, escogieron el plan estratégico, en la implementación de la empresa en su gran mayoría no son implementadas, en cuanto a la evaluación de satisfacción un gran numero dijeron que sí. En su gran mayoría de los encuestados son empresas formales. En cuanto a la formalización si están formalizados es porque contribuye a la expansión de sus ventas y por ende aumenta los costos laborales.

Rodríguez (2017) en su trabajo de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas de la urbanización los granados del distrito de Trujillo, año 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad y el Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Determinar las principales características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Determinar las principales características de la Gestión de Calidad de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Determinar las principales características del Financiamiento de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Bodegas de la Urbanización Los Granados del Distrito de Trujillo, año 2016. Se aplicó una metodología de diseño no experimental, de corte transversal y de nivel descriptivo; para

la cual se investigó a una población muestral de 10 Mypes, asimismo se aplicó la técnica de la encuesta y un cuestionario como instrumento, el cual constó de 20 preguntas cerradas, obteniéndose los siguientes resultados: El 60% de empresarios tienen de 31 a 43 años, el 60% de empresarios son de sexo femenino, el 70% de empresarios tienen grado de instrucción secundaria, el 70% de empresarios aseguran ser formales, el 80% de empresarios permanecen en el sector y rubro de 0 a 3 años, el 100% de los representantes aseguran tener de 0 a 3 trabajadores, el 100% de los representantes aseguran haber formado la mype con el objetivo de obtener ganancias, el 100% de los representantes aseguran que están enfocados en el cliente, el 70% aseguran que conocen casi a la totalidad a sus clientes, el 50% casi siempre satisface las necesidades de los clientes, el 70% asegura que los trabajadores algunas veces se identifica con los problemas de la mype, el 70% asegura que algunas veces se toma medidas de decisión inmediata ante problemas, el 80% registra incidencias, el 70% algunas veces ha cumplido con los objetivos de calidad, el 80% financia su actividad con terceros, el 70% solicitó crédito al corto plazo, el 70% solicitó crédito en cajas municipales, el 100% de los representantes han solicitado crédito, el 100% de los representantes aseguran que les dieron facilidad al solicitar el crédito, el 100% de los representantes aseguran haber invertido el crédito en capital de trabajo. La investigación concluye que poco más de la mitad (60%) de empresarios tienen de 31 a 43 años, son de sexo femenino (60) y tienen grado de instrucción secundaria (70%). Más de la mitad (70%) de Mypes son formales, casi la totalidad permanecen en el sector y rubro de 0 a 3 años (80%), la totalidad tienen de 0 a 3 trabajadores y la totalidad asegura haber formado la Mype con el objetivo de obtener ganancias. La totalidad de los representantes aseguran que están enfocados en el cliente, casi la totalidad (70%) aseguran que conocen a sus clientes, la mitad casi siempre satisface las necesidades de los clientes, la mayoría (70%) asegura que los trabajadores algunas veces se identifican con los problemas de la Mype y casi la totalidad (70%) algunas veces ha cumplido con los objetivos de calidad. Casi la totalidad (80%) financia su actividad con terceros, solicitaron crédito al corto plazo en cajas municipales, la totalidad han solicitado crédito de hasta 10,000 soles, todos aseguran que les dieron facilidad al solicitar el crédito e invirtieron en capital de trabajo.

Antecedentes Locales

Gutiérrez (2016) en su trabajo de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los representantes legales en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013. Describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013. Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas sector comercio - rubro venta minorista de ropas para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote 2013. La investigación fue tipo descriptivo y de diseño no experimental/transversal, se trabajó con una muestra de 14 MYPES, a la cual se aplicó un cuestionario estructurado de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: El 35,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre los 40 a 50 años, el 64,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, el 64,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas han concluido sus estudios secundarios, el 50% de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen estudios o conocimiento sobre administración de empresas, el 100% de las micros y pequeñas empresas encuestadas son formales, el 57,1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen una antigüedad de 8 a más, el 78,6% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no cuenta con equipos de última tecnología, el 85,7% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que sus instalaciones físicas son visualmente atractivas, el 71,4% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no realizan publicidad, el 75% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que su publicidad es visualmente atractiva, el 85.7% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que no conocen la nueva ley, el 57.1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas no tienen conocimiento sobre gestión de calidad, el 78.6% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican que si muestran interés en dar soluciones a

los problemas, el 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas aseguran tener un trato amable con el cliente, el 57.1% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican no contar con un manual de calidad, el 64.3% de las micro y pequeñas empresas encuestadas indican resolver las necesidades del cliente, el 71.4% de las micro y pequeñas empresas encuestadas si han identificado procesos para dar un buen servicio al cliente. La investigación concluye que el 35.7% de las micro y pequeñas empresas están representadas por personas adultas entre 40 a 50 años, son mujeres, han culminado sus estudios secundarios y la mitad tienen conocimiento de administración de empresas. En el presente estudio se concluye que de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas el total de las micros y pequeñas empresas son formales, la mayoría tienen 8 años a más de antigüedad en el mercado, no cuentan con equipos de alta tecnología, sus instalaciones son visualmente atractivas, la mayoría no realizan publicidad, pero de los que realizan si son visualmente atractivas y desconocen de la nueva ley. En el presente estudio se concluye que, de la totalidad de las micro y pequeñas empresas encuestadas, la mayoría no tienen conocimiento sobre gestión de calidad. Pero si buscan dar soluciones a los problemas de su micro y pequeña empresa, la totalidad de la micro y pequeña empresa si brinda un buen trato al cliente, de las mismas la gran mayoría no cuenta con un manual de calidad, así como también prioriza en resolver las necesidades del cliente e identificar procesos para dar un buen servicio.

Velásquez (2016) en su trabajo de investigación *Caracterización de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización del progreso, año 2014*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014. Y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características del gerente y/o representantes legales de las MYPES del sector comercio-rubro venta de bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014. Determinar las principales características de las MYPES del sector comercio-rubro bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014. Determinar las principales características de la gestión de calidad en las MYPES del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización El Progreso, año 2014. La investigación fue cuantitativa - descriptiva, de diseño no experimental – transversal. Para el recojo de la información se utilizó la técnica del sondeo donde se obtuvo una muestra de 7 micro y

pequeñas empresas de una población de 7 MYPES, a quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas cerradas, mediante la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 43% tiene entre 40 a 49 años, el 86% son de género masculino, el 72% tiene grado de instrucción técnica, el 100% tiene como cargo propietario, el 57% tiene entre 5 a 6 años en el rubro, el 71% cuentan con 3 trabajadores, el 86 % se creó con el objetivo de maximizar ganancias, el 100 % desconoce las técnicas de gestión, el 100% utiliza la técnica del liderazgo, el 100% aplica el liderazgo democrático, el 100% no sigue un plan de negocios estratégico, el 100% percibe que aplicar la gestión de calidad ayuda a lograr sus objetivos, el 86% tiene como resultado clientes más satisfechos. La investigación concluye que la mayoría (43%) de los representantes de las MYPES tienen una edad de entre 40 a 49 años, la mayoría son de género masculino y cuentan con estudios técnicos. La mayoría (86%) tiene como finalidad maximizar ganancias, la mayoría tiene un promedio de 5 años en el rubro, así también en su mayoría cuentan con 3 trabajadores. La totalidad de las MYPES no conocen técnicas de gestión, pero si aplican en su totalidad el liderazgo democrático, a si también en su totalidad no siguen un plan de negocios estratégicos, por último, en su mayoría han obtenido con la aplicación de la gestión de calidad unos clientes más satisfechos. Es por ello que se puede decir que la mayoría de las MYPES si aplican gestión de calidad.

Antecedente Regional

Turriate (2016) en su trabajo de investigación *Gestión de Calidad con el uso de las Tic's en Las Micro y Pequeñas empresas del Sector Comercio - Rubro Librería del Distrito de Santa en el Año 2016*. La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad con el Uso de las TIC'S de la Micro y Pequeña Empresa del Sector Comercio - Rubro Librería del Distrito de Santa en el año 2016. De acuerdo a lo anteriormente mencionado es que nacen los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de la Micro y Pequeña Empresa, del Distrito de Santa en el año 2016, Determinar las características de la Micro Y Pequeña Empresa del Distrito de Santa en el año 2016, Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las TIC de la micro y pequeña empresa del Distrito de Santa en el año 2016. La investigación de tesis fue de diseño no experimental – transversal de una población de 32 MyPE, obteniendo una muestra de 12 MyPE que serán encuestadas, a quienes se les aplico un cuestionario de 18 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta, logrando los siguientes resultados: Los dueños y/o representantes

legales de las MyPE encuestadas un 50% son de 31 a 50 años, el 58% son de género femenino, el 41.7% tienen estudio superior no universitario, el 66.7% son dueños de la empresa, y el 33.3% tiene como cargo el administrador de la empresa, el 58.3% están desempeñando su trabajo de 7 años a más, el 25% están desempeñando su trabajo en 4 a 6 años, el 16.7% están desempeñando su trabajo en 0 a 3 años, el 66.7% tiene como trabajadores de la empresa a sus propios familiares y al 33.3% son personas no familiares, el 75% fue creada como objetivo de creación para generar ganancias y el 25% como subsistencia, el 58.3% conoce el termino de gestión de calidad, y el 41.7% no conoce el termino de gestión de calidad, el 41.7% utilizan conoce como técnica moderna las Tics, el 33.3% conoce las 5c, el 16.7% conoce el Outsourcing y el 8.3% conoce el benchmarking como técnica, el 41.7% no se adapta al cambio, el 33.3% tiene poca iniciativa de cambio, el 25% cuenta con un aprendizaje lento, y el 0% tiene desconocimiento del puesto, el 66.7% si contribuye a la mejora y el 33.3% no contribuye a una mejora del negocio, el 75.0% si conoce el termino de gestión de las TICS, y el 25.0% no conoce el termino de las TICS, el 58.3% si considera que las TICS mejora en el orden y rápida distribución de sus productos y el 41.7% no considera una buena opción para el orden distribución de sus productos. De acuerdo a ello se obtuvo como conclusión lo siguiente: La mayoría relativa de los representantes legales de las Micro y Pequeña Empresa son de 31 a 50 años de edad, en su mayoría relativa son de género femenino, en su mayoría relativa cuentan con estudio superior no universitario ya que en su mayoría son dueños de la empresa y en su mayoría relativa vienen desempeñando su trabajo de 7 años a más, La mayoría relativa de las Micro y Pequeña Empresa cuentan con tiempo de permanencia en la empresa de 0 a 3 años y en su mayoría las Micro y Pequeña Empresa de son formales, contando con una mayoría relativa de trabajadores son familiares también manifiesta que en su mayoría la Micro y Pequeña Empresa fue creada para generar ganancias, La mayoría relativa de la Micro y Pequeña Empresa encuestadas conocen el término de la gestión de calidad, también en su mayoría relativa conoce las técnicas modernas de las TICS, manifestando que en su mayoría relativa no se adaptan al cambio pero en su mayoría relativa manifestaron que la gestión de calidad si contribuye a la mejora y al cambio.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

Las micro y pequeñas empresas

Según la Ley 28015 (2003) de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa define a la Micro y Pequeña Empresa como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, que tiene como principales objetivos el desarrollo de actividades de extracción, producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicios.

Características de la Micro y Pequeña Empresa

Según la Ley 30056 (2013) menciona que las Mypes se dividen en dos fundamentales características que son las siguientes:

En nivel de ventas anuales:

- La Microempresa tiene como monto máximo en sus ventas anuales de 150 Unidades Impositivas Tributarias – UIT. Toda microempresa está obligada a mantenerse en el estándar presentado por el Estado, como se sabe las micro empresas abarcan un mercado local por el tamaño y la magnitud de su desenvolvimiento.
- La Pequeña Empresa tiene establecido sus ventas anuales a partir del monto mencionado para las Microempresas hasta 1.700 Unidades Impositivas Tributarias. La Pequeña Empresa en comparación con la Microempresa tiene un margen de ventas más alto, esto debido al tamaño y al mercado que abarcan dichas empresas.

Importancia

Las Micro y Pequeñas Empresas hoy en día son importantes para el País debido a que contribuyen favorablemente con el Producto Bruto Interno teniendo como efecto para nuestro País una economía activa, también contribuye generando empleo a la población lo cual es un aporte muy significativo, en el Perú casi la mayoría de las empresas están constituidas por Micro y Pequeñas Empresas por lo que esto ha generado que la población tienda a desarrollar la capacidad de emprendimiento empresarial ayudando así a que nos desarrollemos casi en plenitud.

Oportunidades de Empleo en las MYPES

Según el Ministerio de la Producción (2014) menciona que, existe un incremento en el número de Mypes registradas pasando de 1'138,091 el 2010 a 1'282,514 el 2014, mostrando un ritmo anual de crecimiento de 7.5% superior al crecimiento promedio del Producto Bruto Interno (PBI) en dicho periodo, el cual alcanzo el 5.2%. Asimismo, señala que las MYPES brindan trabajo alrededor de un 60% de la población económica activa- PEA.

Acceso al Financiamiento

Según en el Art. 28 de la Ley 28015 menciona que “El Estado promueve el acceso de las MYPE al mercado financiero y al mercado de capitales, fomentando la expansión, solidez y descentralización de dichos mercados”.

Pero el acceso al financiamiento será siempre y cuando las Micro y Pequeñas Empresas estén dentro del marco legal que se establece de no ser así, el financiamiento será muy complicado ya que las entidades bancarias no tendrán una garantía segura que puede cubrir el riesgo que ellos como entidad financiera puedan correr.

Acceso a la Formalización

Según el Art. 36 de la Ley 28015, dice que “El Estado fomenta la formalización de las Micro y pequeña empresa a través d la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior”.

Es muy importante que las empresas estén en la línea de la formalización ya que les traerá muchos beneficios tanto para la empresa como para la sociedad, para que su desarrollo sea más amplio y sin problema aluno logrando que las micros y pequeñas empresas sean más reconocidas a nivel local y mundial.

Régimen Tributario de las MYPES

Según el Art. 42 de la Ley 28015 dice que “El Estado promueve campañas de difusión sobre el Régimen Tributario, en especial el de aplicación a las Micro y pequeña empresa con los sectores involucrados”.

Por lo que esta iniciativa por parte del Estado ayudaría en la reducción de la Informalidad de las Micro y pequeñas empresas y como consecuencia esto generaría más

crecimiento económico debido a que si hay más empresas formales la contribución con el Estado a través de los impuestos será más amplia. Por otro lado, la Sunat cumple un papel fundamental dentro de esto debido a que adopta medidas normativas que ayuden a que estas empresas cumplan con sus tributos.

La Gestión de Calidad

Es el mejoramiento continuo de los procesos dependiendo en el mercado que se realizan. Buscar la calidad dentro de la organización implica mejorar cada proceso dentro de ella; los procesos que se realizan en toda organización deben ser de manera holística, trabajando de manera conjunta. En una empresa, si un proceso falla, todos los demás se detienen, para evitar estos contratiempos, todo deben comunicarse siempre enfocado en el objetivo de la empresa (Balague, 2014, p. 63).

Principios de Gestión de Calidad

Según Robles (2014) dice que existen diferentes principios de Gestión de Calidad que las empresas pueden emplear para un mejor desempeño, entre las cuales destacan las siguientes:

- Personas: Este recurso es muy importante ya que su involucramiento con la organización es clave y fundamental.
- Enfoque hacia procesos: Los resultados que se esperan lograr realizando mediante procesos facilitaran que los administradores deleguen las tareas y los recursos de manera eficaz.
- Mejora Continua: Esto debe de ser un objetivo claro por parte de la organización debido a que siempre se debe de estar en continua mejora y así mantener una competencia obteniendo resultados favorables para la empresa.
- Enfoque en hechos para la toma de decisiones: Las decisiones efectivas deben siempre estar fundamentadas con análisis de datos e información.
- Relación de mutuo beneficio con proveedores: En toda organización se debe de crear un acuerdo y relación con nuestros proveedores que llega a beneficiar a ambas partes creando así un proveedor fijo.

Tecnología de Información y Comunicación

La Tecnología de Información y Comunicación son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando nuestros productos en el mercado (Andrade, 2014).

Según Vaca (2012) define a la Tecnología de Información y Comunicación como un “Conjunto de técnicas, desarrollos y dispositivos avanzados que integran funcionalidades de almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos. La Tecnología de Información y Comunicación tiene como fin la mejora de la vida, son aparatos de comunicación”.

Por lo anteriormente expuesto se puede decir que las Tecnología de Información y Comunicación es una herramienta que contribuye con el desarrollo ya sea de un país o de una organización, debido a que facilita información, evita pérdida de tiempo y sobre todo mejora la calidad de productos.

Tecnología de Información y Comunicación en la Productividad

Contar con la suficiente tecnología requerida para la fabricación de ciertos productos es un paso muy importante, debido a que aumenta la productividad de las empresas tratando de posicionarse dentro del mercado de manera competitiva.

Moral y Bernal (2015) afirman que, dentro del ámbito productivo se pueden encontrar tres efectos comúnmente referidos, directamente relacionados con la Tecnología de la Información y Comunicación, y estos son; gestionar una gran cantidad de información sumamente importante para la producción, siendo clave como base de datos. La mejor asignación de recurso, con el uso adecuado y óptimo de la tecnología de información y comunicación dentro de los procesos de producción, al momento de tomar decisiones es más eficiente y rápida de ejecutar sabiendo que tenemos la información al alcance y; Mayor flexibilidad permitiendo la adecuada comunicación para el desarrollo de la empresa. (p. 138 -139).

Vías de desarrollo con la Tecnología de Información y Comunicación

En la actualidad muchas empresas comerciales no tienen el conocimiento necesario de la herramienta de la tecnología de información y comunicación, no permitiéndoles conocer

los beneficios que conlleva aplicarla, la tendencia de hoy en día es ofrecer productos vía on-line generando reconocimiento y poco a poco estabilidad, posicionamiento de mercado y rentabilidad. Por consiguiente, se mencionará los facilitadores de desarrollo. Moral y Bernal (2015) mencionan las siguientes vías; Ayuda a acortar la cadena y genera el ofrecimiento del producto directamente al consumidor de manera electrónica, permite ofrecer productos a otras empresas de manera on-line, favorece en la adquisición de productos o materiales necesarios para el desarrollo y crecimiento de la empresa, permite desarrollar actividades de internacionalización y, genera mayores beneficios como la mayor rapidez en los intercambios, ahorro de tiempo y ahorra en otras opciones de comunicación. (p. 139)

La Tecnología de Información y Comunicación en las empresas

El internet es clave puesto que ha realizado diversos cambios en su forma de dirigir y estructurar de las organizaciones, siendo un gestionante de mucha información tanto interna como externa de las organizaciones, sin el internet no se podría hablar de uso de tecnología en una empresa, es como la base primordial para llegar a algo, ya que permite las relaciones con empresas, clientes, proveedores, etc; todo empieza desde hay con el internet en la empresa a raíz de eso se puede hablar de la innovación y aplicación de tecnología (Moral y Bernal, 2015, p. 140).

Ventaja de contar con la Tecnología de Información y Comunicación

Aquella empresa que cuenta con esta herramienta goza de muchas ventajas que otorga el uso de la tecnología de información y comunicación alguna son: la mayor satisfacción de y fidelización de los clientes, ayudan a mejorar la imagen de la empresa, reduce costos, ofrece una eficiencia y eficacia en lo operativo y permite la incursión en nuevos segmentos de mercados los cuales son en algunos casos inaccesibles. (Moral y Bernal, 2015, p. 142)

De acuerdo a lo anterior la ventaja más representativa para las Organizaciones de acuerdo a esta herramienta es el de generar menos costos, debido a que en la producción todo sería de manera sistematizada y se realizaría a través de implementación de máquinas u otras herramientas necesarias teniendo esto como consecuencia que el personal que laboraba sea recortado por motivos de que la tecnología haría esa parte del trabajo, dejando que los trabajadores realicen otras actividades a desarrollar dentro de la empresa.

Formas de ofrecer el producto mediante la Tecnología de Información y Comunicación

Según Andrade (2014) menciona que las Tecnologías de la Información y Comunicación facilitan el trabajo de presentar el producto a los clientes y conseguir ventas de muchas maneras distintas como:

- El correo electrónico: Esta vía de comunicación nos permite enviar todo tipo de información y comunicados a nuestros clientes.
- Una página Web: El exponer nuestros productos permite que los clientes interesados encuentren nuestros productos fácilmente en internet y contacten con nosotros.
- Un sistema de gestión de clientes informatizados: Esto permite conocer mejor a nuestros clientes, analizando sus hábitos e historial de compras.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Diversos Campos

Según Mayte (2013) dice que los diversos campos son:

- Guerras: Las Tecnología de la Información y Comunicación es muy importante en las guerras, debido a que debe de haber formas de comunicación a través de señales satélites, el tener comunicación con radios, es por esto que es indispensable la tecnología.
- Política: Las Tecnología de la Información y Comunicación es importante porque por medio de esta herramienta se da a conocer los partidos por medio de la propaganda y también se utiliza para las urnas cuando son las elecciones.
- Administración: Las Tecnología de la Información y Comunicación es importante en este campo debido a que la información que se administra se realiza en base a computadoras lo cual ayuda bastante en la operacionalización.
- Empresa: Las Tecnología de la Información y comunicación es indispensable en una empresa debido a que casi todo debe de contar con la tecnología para que la empresa se desarrolle de manera productiva, en donde se ve el uso importante es en la producción aquí es indispensable la tecnología.
- Educación: Las Tecnología de la Información y Comunicación a contribuido de manera notoria en la educación es más accesible a poder tener información o cual ayuda en el desarrollo del ser humano.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación y las Micro y pequeñas empresas

Las Tecnologías de la Información y Comunicación en estos tiempos ha generado muchos cambios en el sistema empresarial e impacta en los ámbitos económicos, sociales, culturales, políticos y educativos. Por lo cual genera muchos beneficios implementar las TIC y también ofrece muchas posibilidades de crecimiento interno y externo.

Impulso a la Innovación Organizativa

El poder de detectar nuevos mercados origina nuevas ideas de como poder incursionar dentro de ello, por ende, se empieza creando nuevas empresas y el índice de empresas crece más. La innovación ofrece más ventajas a las empresas como desde organizarse de manera correcta hasta poder llegar al punto máximo de calidad y satisfacción en los procesos y productos que se sacan al mercado. (Quintero, Sales y Velásquez, 2016, p. 21)

Compromiso de los empleados con la Innovación

En los procesos de innovación los colaboradores y demás pertenecientes a la empresa son de suma importancia, por lo que se toma en cuenta sus opiniones, propuesta de mejora de productos y procesos. El trato que se les da a los miembros de una empresa influye y afecta la cultura y lo esfuerzos de mejora en una empresa, el trato que recibe el colaborador se tiende a reflejar con los clientes, y hace habla mucho de los principios y valores de la empresa. (Quintero, Sales y Velásquez, 2016, p. 22).

Desarrollo de una visión empresarial

El desarrollo de una visión empresarial va de acorde con las tendencias de los mercados que hacen necesarias la generación de redes de colaboración. Estas redes propician innovación abierta como una forma de mejora continua en procesos, equipos, métodos de trabajo y tecnología. (Quintero, Sales y Velásquez, 2016, p. 24).

Innovación desde la función Directiva

La forma de pensar de los Directivos de muchas empresas es muy cerrada y trabajan en sus propios parámetros que ellos se ponen, con el miedo de poder innovar probar nuevas cosas que son necesarias en la actualidad y favoreciendo plenamente en el desarrollo de la empresa.

Para tener un buen desarrollo de innovación se requiere acompañamiento de habilidades de liderazgo, conocimientos de mercadotecnia, logística, gestión de talento humano y de recursos financieros. Este conjunto de conocimientos permitirá la ruptura de inercias caracterizadas por la improvisación y la falta de orden en la gestión: tiene que estar siempre pendientes de cosas nuevas, aprendiendo, capacitándose para hacer frente a todos los cambios que se pueden presentar en el futuro. (Quintero, Sales y Velásquez, 2016, p.25)

Las Tecnologías de la Información y Comunicación como fuente de ventaja competitiva

Una parte de micro y pequeños empresarios toman el valor de la tecnología como parte de que ayuda a que las cosas funcionen bien y puede desarrollar de manera correcta, sin errores y pérdidas de insumos. Lo que les falta es saber tomar esta herramienta como ventaja competitiva dentro del mercado y poder desarrollarse plenamente innovando y posiblemente lográndose a colar en puesto importante entre la competencia.

Con todos los cambios experimentados en la actualidad se debe de proponer una lista de usos concretos de las Tecnologías de la Información y Comunicación como fuente de ventaja competitiva. Rodríguez (2014) afirma lo siguiente: Reducir los costes propios; Para que esto sucede se debe de implementar un sistema de información a la empresa (ERP y otros) que permitan minimizar el costo de ventas y el inventario. Reducir los costes de colaborar con otros; Para la aplicación de esto las empresas que tiene relación con nosotros deben de contar con ciertos sistemas de información que permite que la transferencia de información y materiales sea menos costosa y esto ayude también a reducir los costes de los propios clientes, proveedores y socios de negocio. Hacer la empresa más ágil; Para el desarrollo de una agilidad empresarial es necesario contar con sistemas de información que nos ayudan a poder tener todo claro, ya sea de los inventarios de la propia tienda y filiales, con ayuda de esto podemos satisfacer las expectativas del mercado. Inventar en nuevos canales y puntos de venta; Para que la empresa sea más atractiva y recurrente en el mercado se debe implementar diseños personalizados en el producto o servicio que se ofrece ello ayudara a crear una mejor experiencia exclusiva al cliente. Promover y facilitar el crecimiento; La tecnología de información y comunicación se ha convertido en un facilitar estratégico, el cual permite llegar a distintos puntos jamás experimentados, logrando posicionarte como empresa en lo más alto de la competitividad con el hecho de tener una organización innovadora y actualizada. (p. 31 - 32)

Estructura competitiva del sector

Dentro de un mercado competitivo se generan estructuras las cuales tienes que saber y sobrellevar adecuadamente, esto permite saber también cómo es que se encuentran relacionadas las empresas de un mismo sector. Rodríguez (2014) afirma la siguiente estructura: Asegurar la fidelidad de los clientes; para poder lograr la fidelidad de los clientes muy aparte del trato, se debe de manejar bastante el aspecto de la tecnología los clientes al ver esto en la empresa donde concurre le genera confianza debido a que sabe que está yendo a un lugar donde el producto o servicio ofrecido será el que quiere y de una calidad buena. Obtener diferenciación; toda empresa tiende a buscar la diferenciación con las demás sabiendo que es un factor importante en la influencia con respecto al cliente, lo pueden hacer mejorando los productos, servicios y sobre todo la experiencia que le ofreces al cliente contando con la tecnología necesaria y requerida. Innovar; la innovación es la clave del éxito de una organización, ya que no todas las empresas innovan debido al alto índice de gasto económico que este genera, pero se puede empezar de a poco como en crear nuevos productos y servicios, que se puedan diferenciar del precio eso ayuda bastante al posicionamiento. Posicionarse donde las fuerzas competitivas son débiles; una empresa para que puede posicionarse en un lugar debe de realizar un estudio de mercado el cual le permita medir el consumo y la población que requiere de para su producto y/o servicio que ofrecerá. Pero también debe de incursionar en un rubro donde la competencia no es mucha y pueda entrar a liderar con ayuda de tecnología y otras fuentes. Neutralizar el poder de los proveedores; algunas empresas no buscan más opciones de proveedores por el temor al no conocerlos y el precio que les ofrecen, pero toda organización debe de pedir proforma lo cual les da una claridad de los precios y tener disposición de varios proveedores en caso de uno quiera subir los precios o algún inconveniente. (p. 33 - 34).

Medios de Comunicación y su influencia

El desarrollo tecnológico desde tiempos remotos ha estado presente en nuestras vidas influyendo de manera significativa en los medios de comunicación, logrando que la información llegue a diversas ciudades hasta incluso fuera de un país, los medios de más relevancia son la televisión, periódicos, volantes, afiches. Pero la globalización tiene un rol importante permitiendo que se intercambie información y se pueda saber más acerca de lo que pasa alrededor del mundo, con los avances ahora los programas televisivos se pueden

ver en otros países, esto es un conector que ayuda a muchas empresas a cruzar fronteras y porque no a posicionarse fuera o traer nuevas ideas e implementarlas para sus negocios. Los medios de comunicación forman parte importante para el desarrollo de empresas y de un país (López y Emeterio, 2015, p. 38).

Red Social y su función

Funciona a base de internet y su principal finalidad es relacionar logrando formas relaciones estrechas de amistades entre diferentes usuarios y no solo eso sino también el intercambiar información, fotos, videos, audios, formatos de textos, etc; logrando conectar con el exterior obteniendo más información acerca de todo lo que nos rodea (Cajal, 2017).

Tipos de Redes Sociales y sus características

Son un conjunto de aplicaciones que cumplen diversas funciones y en muchas ocasiones son usadas para sacar provecho y mejorar la calidad de vida y el crecimiento de empresas, a continuación, se mostrara las sigues redes sociales más influyentes. Navarrete (2018) menciona las siguientes redes sociales que tienen más impacto en la sociedad:

- Facebook: Es una red social muy utilizada y sumamente importante donde se intercambian fotos, archivos, videos, etc; pero también se puede crear paginas publicitando productos o servicios donde las personas pueden visualizar la información que pongas.
- WhatsApp: Es una red social que permite la comunicación desde un dispositivo móvil agilizando el proceso de ingresar a una maquina (computadora), esta app permite intercambiar información y es más usada debido a que se usa por el celular.
- YouTube: Es una red social muy usada por infinidad de personas con la finalidad de hacer saber al mundo diversidad actividades que se realiza, pero esta herramienta puede ser usada por empresas para impulsar sus ingresos y hacer saber sobre sus productos, o hacer contratos para salir en anuncios, etc.
- Instagram: Es una red social que tiene un uso masivo por la sociedad, y puede servir a las empresas como un medio de publicidad debido a que esta red social es muy usada y concurrida.
- Twitter: Es una red social que no tiene el mismo uso de hace años debido a que sale más redes sociales con más funciones y la sociedad empieza a utilizar otros medios.

Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las empresas

La tecnología de información y comunicación promueve la conexión con diferentes países, dando origen a que se ofrezcan productos o servicios a través de plataformas digitales de manera global pudiendo vender a clientes de todo el mundo, y haciéndose conocida globalmente. (OCDE, 2017, p. 67)

Una empresa que adopta la tecnología dentro de su empresa tendrá varios beneficios y siendo uno de ellos el ser reconocida mundialmente por varias personas y empresas, que al pasar el tiempo de acuerdo al producto o servicio que ofrecen requieren aliarse contigo formando un vínculo laboral con empresas exteriores y captando más clientes de lo que se espera, la tecnología es sumamente importante en temas de expandirse no solo es para la producción o procesos dentro de la empresa.

2.3. Marco Conceptual

Las Micro y Pequeñas Empresas

Es una empresa que puede estar formada por una persona natural o jurídica con el fin de generar lucro, tiene un alto índice de ingreso en el país en cuestión de tributos y genera puestos de trabajo lo cual es más que satisfactorio para la sociedad, hoy en día casi el 95% está conformada por las Micro y Pequeñas Empresas dentro del país.

Gestión de Calidad

La gestión de calidad es un conjunto de acciones que orientan hacia la mejora de un producto, es decir, que ayuda a que los productos que se ofrecen en el mercado sean de alta calidad y confiables para los clientes.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación

Es una herramienta que genera desarrollo para una empresa, debido a su alta competitividad en el mercado un gran porcentaje de empresas la incorporan como parte de ellos porque les genera otra visión de mercado y les hace crecer logrando expandirse de manera que es favorable para toda empresa y más aún para las Micro y Pequeñas Empresas.

Áreas donde se aplican las Tecnologías de Información y Comunicación

Las áreas de una organización requieren de un personal altamente capacitado y también dependen mucho de la tecnología para su adecuado desarrollo, como es el caso del área de ventas se necesita publicitar para poder posicionar un producto dentro del mercado, es así como se refleja que las Tecnología de la Información y Comunicación son una pieza clave de desarrollo para cada área.

Red Social

Ayuda a la comunicación entre personas siendo cerca o lejano logrando entablar relaciones que permitan el intercambiar información ya se importante o requerida para cualquier uso, esto logra que la empresa tenga una expansión debido a que se hacen conocidas.

Tipos de Redes Sociales

Las redes sociales son de suma importante para el intercambiar información, hasta para hacer que las empresas que están en pleno crecimiento se puedan impulsar y desarrollarse de una manera más rápida y favorable, debido al alto índice de personas que hacen uso de redes sociales.

III. HIPÓTESIS

En la presente investigación titulada: Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017, no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la Investigación

Para la elaboración del trabajo se utilizó el diseño no experimental, transversal y descriptivo.

Fue no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Fue transversal, porque el trabajo de investigación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2017.

Descriptivo, porque se describió las principales características de la gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, a los representantes y a las micro y pequeñas empresas en estudio.

4.2. Población y muestra

Se utilizó una población de 20 micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.

Se obtuvo una muestra de 20 micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017, las cuales estuvieron dispuestas a brindar información necesaria para el trabajo de investigación.

4.3. Definición y operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Perfil del representante de la micro y pequeña empresa	Persona natural o jurídica que representa y/o asume responsabilidades de una determinada empresa	Edad	- 18 – 30 años - 31 – 50 años - 51 a más años	Cuantitativo
		Genero	- Masculino - Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	- Sin instrucción - Primaria - Secundaria - Superior no universitaria - Superior universitaria	Ordinal
		Cargo que desempeña	- Dueño - Administrador	Nominal
		Tiempo que desempeña el cargo	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Cuantitativo

Variable	Definición Conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Características de la micro y pequeña empresa	Es una organización con objetivos de lucro conformada generalmente de 1 a 20 personas	Tiempo de permanencia en el rubro	- 0 a 3 años - 4 a 6 años - 7 a más años	Cuantitativo
		Número de Trabajadores	- 1 a 5 trabajadores - 6 a 10 trabajadores - 11 a más trabajadores	Cuantitativo
		Personas que trabajan en la empresa	- Familiares - Personas familiares no	Nominal
		Objetivo de creación	- Generar ganancia - Subsistencia	Nominal

Variable	Definiciones Conceptuales	Dimensiones	Indicadores	Medición
Gestión de Calidad	La gestión de calidad es un conjunto de acciones que orientan hacia la mejora de un producto, es decir, que ayuda a que los productos que se ofrecen en el mercado sean de alta calidad y confiables para los clientes	Conocimiento del termino gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene poco conocimiento 	Nominal
		Conocimiento de técnicas de gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking - Marketing - Empowerment - Las 5 c - Outsourcing - Otros 	Nominal
		Dificultades del personal para implementar la gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Poca iniciativa - Aprendizaje lento - No se adapta a los cambios - Desconocimiento del puesto - Otros 	Nominal
		Técnicas para medir el rendimiento del personal	<ul style="list-style-type: none"> - La observación - La evaluación - Escala de puntuaciones - Evaluación de 360° - Otros 	Nominal
		La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
Tecnología de Información y Comunicación	La Tecnología de Información y Comunicación son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo,	Conocimiento del termino Tecnología de Información y Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - Tiene poco conocimiento 	Nominal
		Cuenta con una computadora en su empresa	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No 	Nominal
		Consideración de su nivel de computación	<ul style="list-style-type: none"> - Muy bueno - Bueno - Regular - Malo - Muy malo 	Nominal

	gestionando las existencias, realizando análisis financieros y promocionando nuestros productos en el mercado	Hace uso del internet para compras de mercadería	<ul style="list-style-type: none"> - Si - No - A veces 	Nominal
		Redes sociales que utiliza para impulsar sus ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook - WhatsApp - Instagram - Twitter - Página Web - Ninguna 	Nominal
		Frecuencia con la cual emplea su teléfono	<ul style="list-style-type: none"> - Siempre - Casi siempre - Algunas veces - Muy pocas veces - Nunca 	Nominal
		Beneficios que tuvo al utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Incrementar las ventas - Hacer conocida a la empresa - Identificar las necesidades de los clientes - Ninguna porque no lo utiliza 	Nominal

4.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó para el trabajo de investigación fue la encuesta y el instrumento cuestionario

Encuesta: Utilizada en la recolección de información obtenida directamente de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio.

Cuestionario: Elaborado con 21 preguntas aplicados a los representantes del mercado en estudio. (ver anexo 4)

4.5. Plan de análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se utilizó la estadística descriptiva, se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales y figuras estadísticas de las variables en estudio (Ver anexo 5). Para el procesamiento de los datos obtenidos se utilizó el programa Excel 2013 y para la descripción el programa Word 2013, logrando facilitar el desarrollo del análisis.

4.6. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
Enunciado	Objetivos	Variable	Población Y Muestra	Método y Diseño	Téc. e Inst.
¿ Cuáles son las principales características de Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017?	<p>Objetivo General: Determinar las características de gestión de calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.</p> <p>Específicos: Determinar las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017. Determinar las características de una Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.</p>	Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaci ón	<p>Se utilizó una población de 20 micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017. La información se obtuvo a través de la técnica del sondeo.</p> <p>Se obtuvo una muestra de 20 micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017, las cuales estuvieron dispuestas a brindar información necesaria para el trabajo de investigación.</p>	<p>Diseño: El diseño utilizado en esta investigación es no experimental – transversal. No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadame nte las variables en estudio. Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado espacio de tiempo. Descriptivo, porque se describió las partes más relevantes de las variables en estudio.</p>	<p>Técni ca: La técnic a utiliza da es la encue sta.</p> <p>Instru mento : El instru mento utiliza do es el cuesti onario , que se encue ntra estruc turado con 21 pregu ntas.</p>

4.7. Principios éticos

El presente trabajo está realizado en beneficio de la sociedad y las empresas, debido a que la información obtenida es actual sirviendo a muchos empresarios como base, las personas que formaron parte de este trabajo como los encuestados, se les dijo que este trabajo es realizado bajo los principios de protección a la persona, beneficencia y no maleficencia, justicia, integridad científica y consentimiento informado y expreso.

Protección a la persona: Es decir que se hace de conocimiento solo la información que las personas encuestadas permiten.

Beneficencia y no maleficencia: Es decir que la investigación no se realiza con el fin de publicitar, ni denigrar a las micro y pequeñas empresas en estudio.

Justicia: Es decir se desarrolló de una manera equitativa, aplicado de la misma modalidad a todas las personas en estudio sin sesgar el resultado.

Integridad científica: Es decir que los resultados obtenidos son reales, en la recolección de estos datos se respetaron los valores profesionales de la carrera.

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 de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio-rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.

Datos generales	N	%
Edad		
18-30 años de edad	7	35.00
31-50 años de edad	10	50.00
51 a más años de edad	3	15.00
Total	20	100.00
Genero		
Masculino	6	30.00
Femenino	14	70.00
Total	20	100.00
Grado de Instrucción		
Sin instrucción	0	0.00
Primaria	1	5.00
Secundaria	11	55.00
Superior no universitaria	6	30.00
Superior universitaria	2	10.00
Total	20	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	9	45.00
Administrador	11	55.00
Total	20	100.00
Tiempo que desempeña el cargo		
0 a 3 años	8	40.00
4 a 6 años	1	5.00
7 a más años	11	55.00
Total	20	100.00

Fuente: Cuestionario aplicados a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresa del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote 2017.

Tabla 2

Características de las micro y pequeñas empresas sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.

De las empresas	N	%
Permanencia de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	5	25.00
4 a 6 años	2	10.00
7 a mas años	13	65.00
Total	20	100.00
Numero de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	20	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a mas trabajadores	0	0.00
Total	20	100.00
Personas que trabajan en su empresa son		
Familiares	10	50.00
Personas no familiares	10	50.00
Total	20	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	18	90.00
Subsistencia	2	10.00
Total	20	100.00

Fuente: Cuestionario aplicados a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresa del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.

Tabla 3

Características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017.

Gestión de Calidad con el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación	N	%
Conocimiento del termino Gestión de Calidad		
Si	8	40.00
No	7	35.00
Tiene poco conocimiento	5	25.00
Total	20	100.00
Conocimiento de técnicas de Gestión de Calidad		
Benchmarking	1	5.00
Marketing	13	65.00
Empowerment	0	0.00
Las 5 c	0	0.00
Outsourcing	0	0.00
Otros	6	30.00
Total	20	100.00
Dificultades del personal para la implementación de la Gestión de Calidad		
Poca iniciativa	0	0.00
Aprendizaje lento	0	0.00
No se adapta a los cambios	1	5.00
Desconocimiento del puesto	0	0.00
Otros	19	95.00
Total	20	100.00
Técnicas para medir el rendimiento del personal		
La observacion	6	30.00
La evaluación	1	5.00
Escala de puntuaciones	0	0.00
Evaluación de 360°	0	0.00
Otros	13	65.00
Total	20	100
La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	15	75.00
No	5	25.00
Total	20	100.00
Conocimiento del termino Tecnología de Información y Comunicación		
Si	2	10.00
No	15	75.00
Tiene poco conocimiento	3	15.00
Total	20	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micros y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017. Concluye...

Gestión de Calidad con el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación	N	%
Cuenta con una computadora en su empresa		
Si	1	5.00
No	19	95.00
Total	20	100.00
Consideración de su nivel de computación		
Muy bueno	0	0.00
Bueno	5	25.00
Regular	13	65.00
Malo	1	5.00
Muy malo	1	5.00
Total	20	100.00
Hace uso del internet para compras de mercadería		
Si	4	20.00
No	16	80.00
A veces	0	0.00
Total	20	100.00
Redes sociales que utiliza para impulsar las ventas		
Facebook	5	25.00
WhatsApp	1	5.00
Instagram	0	0.00
Twitter	0	0.00
Página Web	0	0.00
Ninguna	14	70.00
Total	20	100.00
Frecuencia con la cual emplea su teléfono		
Siempre	7	35.00
Casi siempre	3	15.00
Algunas veces	3	15.00
Muy pocas veces	1	5.00
Nunca	6	30.00
Total	20	100.00
Beneficios que obtuvo al utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación		
Incrementar las ventas	1	5.00
Hacer conocida a la empresa	1	5.00
Identificar las necesidades de los clientes	0	0.00
Ninguna porque no lo utiliza	18	90.00
Total	20	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del sector comercio-rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017

5.2. Análisis de Resultados

Tabla 1. Referente a las características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropas del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote

Edad de los representantes: El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen de 31 a 51 años de edad, esto coincide con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad, a su vez coincide con los resultados obtenidos por Rodríguez (2017) quien determina que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 43 años de edad, también coincide con los resultados obtenidos por Araujo (2016) quien determina que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tiene entre los 40 a 50 años de edad, de igual forma coincide con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2016) quien determina que el 35.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen una edad entre los 40 a 50 años de edad, seguidamente coincide con los resultados obtenidos por Velásquez (2016) quien determina que el 43% tiene entre 40 a 49 años de edad. Pero se contrasta con los resultados obtenidos por López (2016) quien determina que la mayoría son menores a 39 años de edad, y por último contrasta con los resultados obtenidos por Panduro (2017) quien determina que el 80% cuentan con edades entre 20 a 35 años de edad. Esto demuestra que actualmente las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa están dirigidas por personas adultas de 31 a 51 años de edad, quienes tienen la suficiente experiencia en el manejo del negocio.

Con respecto al género de los representantes: El 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio es femenino, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Araujo (2016) quien determina que el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, a su vez coincide con los resultados obtenidos por Panduro (2017) quien determina que el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, también coincide con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2016) quien determina que el 64.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, por lo que también coincide con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 58% de los representantes de las micro y pequeñas

empresas son de género femenino. Pero contrasta con los resultados obtenidos por López (2016) quien determina que la mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, y por ultimo contrasta con los resultados obtenidos por Velásquez (2016) quien determina que el 86% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. Esto demuestra que la gran parte de las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa son dirigidas por personas del género femenino, quienes son las encargadas de dirigir y controlar.

Con respecto al grado de instrucción de los representantes: El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio cuentan con grado de instrucción secundaria, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Araujo (2016) quien determina que el 60% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuenta con grado de instrucción secundaria, a su vez coincide con los resultados obtenidos por Panduro (2017) quien determina que el 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con grado de instrucción secundaria, esto también coincide con los resultados obtenidos por Rodríguez (2017) quien determina que el 70% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con grado de instrucción secundaria, así mismo coincide con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2016) quien determina que el 64.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con grado de instrucción secundaria. Pero contrasta con los resultados obtenidos por López (2016) quien determina que el 40% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuenta con grado de instrucción técnica, por lo que contrasta con los resultados obtenidos por Velásquez (2016) quien determina que el 72% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con grado de instrucción técnica, y por ultimo contrasta con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 41.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas cuentan con grado de instrucción superior no universitario. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa se encuentra dirigido por personas que cuenta con un grado de instrucción de secundaria, lo cual nos indica que no a base de experiencia y sin requerir de un estudio superior sacan adelante sus negocios.

Con respecto al cargo que desempeñan los representantes: El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio ocupan el cargo de administradores, lo cual contrasta con los resultados obtenidos por Velásquez (2016) quien determina que el 100% de los representantes de las micro y pequeñas empresas ocupan el

cargo de propietarios, así mismo contrasta con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 66.7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños. Esto demuestra que la mayoría de las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa están dirigidas por administradores quienes se encargan de organizar de manera adecuada los recursos de la empresa.

Con respecto al tiempo que desempeña el cargo los representantes: El 55% de los representantes de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen de 7 años a más de tiempo que desempeñan el cargo, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 58.3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan su trabajo de 7 años a más. Esto demuestra que los representantes de las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa tienen de 7 años a más desempeñando el cargo, lo que significa que la experiencia que tiene los conlleva a seguir manteniéndose dentro del mercado.

Tabla 2. Referente a las Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropas del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote

Con respecto al tiempo de permanencia en el rubro: El 65% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años a más de permanencia en el rubro, lo cual se coincide con los resultados obtenidos por Araujo (2016) quien determina que el 40% de las micro y pequeñas empresas tiene de 5 años a más en el mercado, a su vez coincide con los resultados obtenidos por López (2016) quien determina que el 28% de las micro y pequeñas empresas tiene de 9 años en el rubro. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Rodríguez (2017) quien determina que el 80% de las micro y pequeñas empresas permanecen en el sector y rubro de 0 a 3 años, y por último contrasta con los resultados obtenidos por Velásquez (2016) quien determina que el 57% de las micro y pequeñas empresas tiene entre 5 a 6 años en el rubro. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa tienen más de 7 años de permanencia en el rubro, lo cual indica que se ha fortalecido con el tiempo y ha llegado ganarse un lugar dentro del mercado competitivo.

Con respecto al número de trabajadores: El 100% de las micro y pequeñas empresas en estudio tienen de 1 a 5 trabajadores, lo coincide con los resultados obtenidos por Rodríguez (2017) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas tiene de 0

a 3 trabajadores, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Velásquez (2016) quien determina que el 71% de las micro y pequeñas empresas cuenta con 3 trabajadores. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa cuenta en su mayoría de 1 a 5 trabajadores que ayuden a brindar una buena atención al cliente.

Con respecto a las personas que trabajan en su empresa son: El 50% de las micro y pequeñas empresas en estudio son familiares y el 50 % son personas no familiares, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 66.7% tiene como trabajadores de la empresa a sus propios familiares. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa tiene dividida por la mitad a su gente que trabaja dentro de empresa siendo la mitad familiares y la otra mitad personas no familiares.

Con respecto al objeto de creación: El 90% de las micro y pequeñas empresas se crearon para generar ganancia, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Rodríguez (2017) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas se formaron con el objetivo de obtener ganancias, a su vez coincide con los resultados obtenidos por Velásquez (2016) quien determina que el 86% se creó con el objetivo de maximizar ganancias y por ultimo coincide con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 75% fue creada con el objetivo de generar ganancias. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa fueron creadas con la finalidad de generar ganancias, para poder mantener a sus familias, es decir, toda empresa es creada con el único fin de generar rentabilidad lo cual ayude a mejorar la calidad de vida.

Tabla 3. Referente a las Características de la gestión de calidad y las Tecnologías de la Información y Comunicación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropas del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote

Con respecto a si conoce el termino gestión de calidad: el 40% de las micro y pequeñas empresas dicen si conocer el termino gestión de calidad, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Araujo (2016) quien determina que el 70% de las micro y pequeñas empresas dicen si tener conocimiento sobre gestión de calidad, asimismo coincide con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 58.3% conoce el termino de gestión de calidad. Pero contrasta con los resultados obtenidos por Gutiérrez (2016) quien determina que el 57.1% de las micro y pequeñas empresas no tiene conocimiento sobre

gestión de calidad. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa tiene claro que es la gestión de calidad tomándolo como referencia en sus productos que ofrecen.

Con respecto a que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce: El 65% de las micro y pequeñas empresas conocen la técnica del marketing, lo cual contrasta con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 41.7% conoce como técnica moderna las Tecnologías de la Información y Comunicación, y por ultimo contrasta con los resultados obtenidos por Velásquez (2016) quien determina que el 100% desconoce las técnicas de gestión. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa conocen la técnica moderna del marketing, debido a que ellos para promocionar sus productos lo hacen a través de esta herramienta.

Con respecto a que dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad en su empresa: El 95% del personal de las micro y pequeñas empresas dicen tener otras dificultades para la implementación de gestión de calidad, lo cual contrasta con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 41.7% tiene dificultades de no adaptarse al cambio. Esto demuestra que la mayoría del personal de las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa tienen otras dificultades para implementar la gestión de calidad, es decir, la dificultad viene por otros factores ajenos a las alternativas mencionadas.

Con respecto a que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce: El 65% de las micro y pequeñas empresas conoce otras técnicas para medir el rendimiento del personal, asimismo el 30% de las micro y pequeñas empresas conocen la técnica de la observación, mientras que el 5% de las micro y pequeñas empresas conocen la técnica de la evaluación. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa aplican otras técnicas para medir el rendimiento de su personal. Contrastando con Robles (2014), quien dice que existen diferentes principios de Gestión de Calidad que las empresas pueden emplear para un mejor desempeño, entre las cuales destacan las siguientes: Personas, Enfoque hacia procesos, Mejora continua, Enfoque en hechos para la toma de decisiones y La relación de mutuo beneficio con proveedores.

Con respecto a si la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio: El 75% de las micro y pequeñas empresas dijeron que si contribuye la gestión de

calidad contribuye a mejorar el negocio, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 66.7% de las micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa consideran que la gestión de calidad es un factor muy importante que ayuda a mejorar la rentabilidad y rendimiento del negocio.

Con respecto a si conoce las Tecnologías de la Información y Comunicación: El 75% de las micro y pequeñas empresas no tiene conocimiento acerca de las Tecnologías de la Información y Comunicación, lo cual contrasta con los resultados obtenidos por Turriate (2016) quien determina que el 75% de las micro y pequeñas empresas si conocen el termino de las Tecnologías de la Información y Comunicación. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa no tienen mucho conocimiento acerca de la herramienta de las TIC, es por ello que también no la aplican en sus negocios. Donde contrasta con Andrade (2014), quien señala que las Tecnologías de la Información y Comunicación son un elemento clave para hacer que nuestro trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias.

Con respecto a si cuenta con una computadora en su empresa: El 95% de las micro y pequeñas empresas dijeron que no cuentan con una computadora dentro de la empresa, lo cual contrasta con los resultados obtenidos por López (2016) quien determina que el 100% hace uso de computadora en su empresa. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa en su mayoría nadie cuenta con computadora dentro de la empresa.

Con respecto a cómo calificaría su nivel de conocimiento de computación: El 65% de las micro y pequeñas empresas calificaron su nivel como regular, mientras que el 25% de las micro y pequeñas empresas califican su nivel como bueno, así mismo el 5% de las micro y pequeñas empresas califican su un nivel como mala, y por último el 5% de las micro y pequeñas empresas califican su nivel muy malo. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa tiene un promedio regular de conocimiento básico en computación.

Con respecto a si hace uso del internet para ejecutar las compras de mercadería para la empresa: El 80% de las micro y pequeñas empresas no hacen uso del internet, lo cual

coincide con los resultados obtenidos por Domínguez (2016) quien determina que el 67% de no cuentan con internet en su micro y pequeña empresa. Pero contrasta con los resultados obtenidos por López (2016) quien determina que el 92% hace uso del internet. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa no cuenta con internet para realizar compras, debido al alto grado de desconfianza que existe hoy en día para adquirir mercadería por medio del internet esto ocasiona inseguridad. Contrastando con Moral y Bernal (2015) quienes mencionan que el internet es clave puesto que ha realizado diversos cambios en su forma de dirigir y estructurar de las organizaciones, siendo un gestionante de mucha información tanto interna como externa de las organizaciones.

Con respecto a qué redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos: El 70% de las micro y pequeñas empresas dicen no utilizar ninguna red social, lo cual contrasta con los resultados obtenidos por Domínguez (2016) quien determina que el 100% de las micro y pequeñas empresas hace uso de publicidad por las páginas web y por ultimo contrasta con los resultados obtenidos por López (2016) quien determina que el 52% hace uso de las redes sociales. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa no hace uso de ninguna red social para publicitar e impulsar sus ventas. Lo cual contrasta con Andrade (2014) quien menciona que las Tecnologías de la Información y Comunicación facilitan el trabajo de presentar un producto a los clientes y conseguir ventas de muchas maneras distintas como: por correo electrónico o por una página web.

Con respecto a con qué frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa: El 35% de las micro y pequeñas empresas siempre hace uso del teléfono, lo cual coincide con los resultados obtenidos por López (2016) quien determina que el 94% hace uso del celular o teléfono. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa usa siempre el teléfono para coordinar asuntos de la empresa.

Con respecto a que beneficios obtuvo utilizando las Tecnologías de la Información y Comunicación dentro de su empresa: El 90% de las micro y pequeñas empresas no obtuvo ningún beneficio al utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación debido a que no lo utiliza, mientras que el 5% obtuvo el beneficio de incrementar las ventas, y por ultimo 5 % tiene el beneficio de hacer conocida a su empresa. Esto demuestra que las micro y pequeñas empresas del centro comercial Galerías Alfa no utilizan las Tecnologías de la Información y Comunicación como herramienta para su empresa. Lo que contrasta con Moral

y Bernal (2015) quienes mencionan que aquellas empresas que cuenten con la herramienta de las Tecnologías de la Información y Comunicación goza de muchas ventajas que otorga como: la mayor satisfacción de los clientes, la fidelización, permite mejorar la imagen de la empresa, reduce costos, ofrece una eficiente y eficacia en lo operativo.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género femenino, desempeñan el cargo de administradores, tienen grado de instrucción secundaria, tienen de 7 años a más que desempeña el cargo, tiene las edades entre 31 a 51 años.

La totalidad de las micro y pequeñas empresas cuentan con un número de 1 a 5 trabajadores. Así mismo la mayoría se creó con la finalidad de generar ganancia, tienen de 7 años a más de permanencia en el rubro, la mitad del personal está conformado por familiares y la otra mitad por personas no familiares.

La mayoría tiene como dificultad para implementar la Gestión de Calidad a otros causantes, no cuentan con una computadora, no obtuvieron ningún beneficio al utilizar las Tecnologías de la Información y Comunicación, no hacen uso de internet para compras de mercadería, dijeron que la gestión de calidad si contribuye a mejorar el rendimiento del negocio, no conocen las Tecnologías de la Información y Comunicación, no utilizan ninguna red social para impulsar sus ventas, tienen conocimiento de la técnica moderna que es el Marketing, utilizan otras técnicas para medir el rendimiento del personal, tienen un nivel de computación regular. Por otro lado, la minoría si conoce el término de gestión de calidad y emplea siempre su teléfono.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Realizar cursos de capacitación trimestral o semestral en Tecnologías de la Información y Comunicación. Para así lograr maximizar la eficiencia, mantenerse a la vanguardia de lo que exige el mercado.

Administrar a través del uso de las tecnologías de la información y comunicación, de manera eficiente los recursos, buscando una estabilidad empresarial.

Innovar en herramientas tecnológicas como: Microsoft Word, Microsoft Excel, Publisher. Asimismo, hacer uso de apps como Freshbooks (permite organizar sus finanzas de una forma rápida, fácil y segura), Google apps for work (ofrece correo electrónico personalizado, videochats, documentos) y Grasshopper (Convierte tu línea de teléfono en una pieza empresarial). Ayudando a facilitar tu trabajo.

Utilizar frecuentemente redes sociales para publicitar e impulsar sus productos en diversos medios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade C. (2014). Diarium. Las TIC en las Empresas. Recuperado de:
<http://diarium.usal.es/claudiaandrade/2014/05/30/las-tic-en-las-empresas/>

Araujo P. (2016). *Caracterización de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial Barranca, del distrito de Barranca, 2016.* (Tesis de pregrado). Universidad Uladech Católica los Ángeles de Chimbote, Barranca, Perú.

Balague N. (2014). Gestión de Calidad en la Biblioteca. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3221821&ppg=1>

Cajal M. (2017). Marketing y Turismo Digital. Que es una red social. Recuperado de:
https://www.mabelcajal.com/2017/06/que-es-una-red-social-tipos-redes-sociales-para-que-sirven.html/?fbclid=IwAR0ujY2jdU7pEy2HQhP6W9YRkTaQ9-Gp1BLeBze87yFRbEtP_RV1cvdAF0k

Casilda R. (2014). El país Economía, América Latina, Capital humano, Productividad y Competitividad. Recuperado de:
https://elpais.com/economia/2014/02/04/actualidad/1391508351_607373.html

Congreso de la Republica, (2013). Ley 30056 que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. Recuperado de:
http://www.proinversion.gob.pe/RepositorioAPS/0/0/arc/ML_GRAL_INVERSIO N_LEY_30056/Ley%20N%2030056.pdf

Domínguez (2016). Características de la capacitación y las tics de las mype comerciales rubro lubricantes del A.H. los algarrobos, Piura, año 2016. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Piura, Perú.

Gutiérrez Y. (2016). *Caracterización de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro – venta minorista de ropa para damas del centro comercial Galerías Alfa, Chimbote, 2013*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, Ley N° 28015, Promulgada el 3 de Julio del 2003, Recuperado de: <https://alianzapacifico.net/observatorio-regional-pymes/images/ley-28015.pdf>

Llenque F, (2016). Radio Santo Domingo. LA Columna del Día. Día nacional de las micro y pequeñas empresas. Recuperado de: <https://radiorsd.pe/opinion/la-columna-del-dia-dia-nacional-de-las-micro-y-pequenas-empresas>

Luna J. (2013), eumed.net, Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato. Recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/problemas-pymes.html>

López J. (2016). *Tecnología de la Información y las Comunicaciones en la Actividad de las Ferreterías Pymes en Bogotá*. Universidad de la Sabana, Bogotá, Colombia.

López y Emeterio (2015). La Influencia del uso de redes sociales en la política española. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4536439&ppg=2>

Mayte (2013). Aplicación de las TIC en diversos campos. Recuperado de:
<https://mayteevianey.wordpress.com/2011/01/05/aplicacion-de-las-tics-endiversos-campos/>

Ministerio de Producción (2015). MiPYME en cifras 2014. Recuperado de
<https://es.scribd.com/doc/296846821/Mipyme-en-Cifras-2014>

Moral y Bernal (2015). Internacionalización y TIC. Recuperado de:
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=4310041&ppg=1>

Navarrete J. (2018). Inboundemotion. Tipos de redes sociales y sus características. Recuperado de: https://www.inboundemotion.com/blog/tipos-de-redes-sociales-y-sus-caracter%C3%ADsticas?fbclid=IwAR09IVHDFXnC8BmpeeTn7z2qyjhexLLWluuOWRKyxDIGY_Coy-Kmx2UwthM

Palacios A, (2018). Con nuestro Perú. Perú: Situación de las micro y pequeñas empresas. Recuperado de: <https://www.connuestroperu.com/economia/58055-peru-situaci%C3%B3n-de-las-micro>

Panduro B. (2017). *Caracterización de la Gestión de calidad y la formalización de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropas para damas en el distrito de Juanjui – 2017* (Tesis pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Juanjui, Perú.

OCDE (2017). Perspectivas de la OCDE sobre la Economía Digital. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=dMJeDwAAQBAJ&lpg=PA11&dq=tic%20en%20las%20empresas&pg=PP1#v=onepage&q=tic%20en%20las%20empresas&f=false>

Quintero, Sales y Velásquez (2016). Innovación y Tecnología: Retos para su aplicación práctica en las empresas. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=5349819&ppg=1>

Rodríguez J. (2014). Usos estratégicos de las Tic. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=3430629&ppg=1>

Robles A. (2014). Gestión de calidad sistemas 1. Recuperado de: <https://gestiondecalidadalan.wordpress.com/2014/10/09/gestion-de-calidad/>

Rodríguez R. (2017). *Caracterización de la Gestión de calidad y el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro bodegas de la urbanización los granados del distrito de Trujillo, año 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo, Perú.

Rpp Noticias (2014). Rpp Noticias. Estudio: Más del 60% de mypes peruanas no utiliza herramientas TIC. Recuperado de: <http://rpp.pe/lima/actualidad/estudiomas-del-60-de-mypes-peruanas-no-utiliza-herramientas-tic-noticia-678645>

Sánchez R, (2010). Microfinanzas en Honduras. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=u4cahM5J_aIC&pg=PA19&dq#v=onepage&q&f=false

Timoteo, A., y Bautista, B. (2014). El financiamiento y desarrollo de las pymes en Alemania, como modelo de desarrollo económico, político y organizacional para las pymes en el Perú. Lidera. Recuperado de:
revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/download/14750/15333

Turriate A. (2017). Gestión de calidad con el uso de las tic's en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro librería del distrito de santa en el año 2016. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Vaca M. (2012). Buenas Tareas. TICs. Recuperado de:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Tics/4109090.html>

Velásquez B. (2016). *Caracterización de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de bebidas en general en la urbanización del progreso, año 2014* (Tesis de pregrado). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

ANEXOS

Anexo 1

Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
ACTIVIDADES	Año 2017				Año 2018								Año 2019			
	Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Elaboración del Proyecto	X															
Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
Aprobación del proyecto por el jurado de Investigación			X													
Exposición del proyecto al Jurado de Investigación				X												
Mejora del marco teórico y metodológico					X											
Elaboración y validación del instrumento de recolección de información						X										
Elaboración del consentimiento informado							X									
Recolección de datos								X								
Presentación de resultados									X							
Análisis e interpretación de los resultados										X						
Redacción del informe preliminar											X					
Revisión del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación												X				
Aprobación del informe final de la tesis por el Jurado de Investigación													X			
Presentación de ponencia en jornadas científicas														X		
Redacción de artículo científico															X	

Anexo 2

Esquema de Presupuesto

Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Suministros (*)			
Impresiones	24.30	7	170.10
Fotocopias	5.30	4	21.20
Empastado	35	2	70.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	30	3.00
Lapicero	2.50	7	17.50
Servicios			
Uso de Turniting	50.00	2	100.00
Sub Total			381.80
Gastos de viaje			
Pasaje para recolección de información	1.50	18	12.00
Sub Total			12.00
Total de presupuesto desembolsable			393.80
Categoría	Base	% o numero	Total (S/.)
Servicios			
Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
Soporte informático (Módulo de investigación del ERP University – MOIC)	40.00	4	160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso Humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			1,045.80

Anexo 3

Cuadro de Sondeo

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION
1	Novedades Mayelin	Interior del centro comercial galerías alfa 1er. piso
2	Comercial Fabiana	Interior del centro comercial galerías alfa 1er. piso
3	Chiquimodas Tienda	Interior del centro comercial galerías alfa 2do. Piso
4	Novedades Ángelo Moda III	Interior del centro comercial galerías alfa 2do. Piso
5	Tienda 207	Interior del centro comercial galerías alfa 2do. Piso
6	Tienda 204	Interior del centro comercial galerías alfa 1er. piso
7	Dakani	Interior del centro comercial galerías alfa 2do. Piso
8	Nuevo Mundo Confecciones	Interior del centro comercial galerías alfa 1er. piso
9	Importaciones Dina	Interior del centro comercial galerías alfa 2do. Piso
10	El y ella	Interior del centro comercial galerías alfa 3er. piso
11	Degzar Sport	Interior del centro comercial galerías alfa 3er. piso
12	Franco Enrique	Interior del centro comercial galerías alfa 3er. piso
13	Casa Modal	Interior del centro comercial galerías alfa 1er. piso
14	Casa de la Moda	Interior del centro comercial galerías alfa 1er. piso
15	Madinson Lux	Interior del centro comercial galerías alfa 3er. piso
16	Estilo Único	Interior del centro comercial galerías alfa 3er. piso
17	Nueva Apariencia	Interior del centro comercial galerías alfa 1er. piso
18	Tendencia In.	Interior del centro comercial galerías alfa 3er. piso
19	Tienda 218	Interior del centro comercial galerías alfa 3er. Piso
20	Moda Marcella	Interior del centro comercial galerías alfa 2do. Piso

Cuestionario



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CUESTIONARIO

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

Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del distrito de Chimbote, 2017. Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de Bachiller en Ciencias Administrativas. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

I. GENERALIDADES

1.1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

1. Edad

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

2. 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) Persona no familiares

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia

II. REFERENTE A LA VARIABLE GESTION DE CALIDAD

2.1. Gestión de Calidad

10. ¿Conoce el termino Gestión de Calidad?

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

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 observacion
- b) La evaluación
- c) Escala de puntuaciones
- d) Evaluación de 360°
- e) Otros

14. ¿La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?

- a) Si
- b) No

2.2.Referente a las Técnicas Administrativas: Tecnologías de Información y Comunicación

15. ¿Conoce las Tecnologías de Información y Comunicación?

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

16. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

- a) Si
- 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 mercaderías para su empresa?

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

19. ¿Qué tipo de 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 Tecnologías de Información y Comunicación?

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

Anexo 5

FIGURAS

1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del Distrito de Chimbote, 2017.

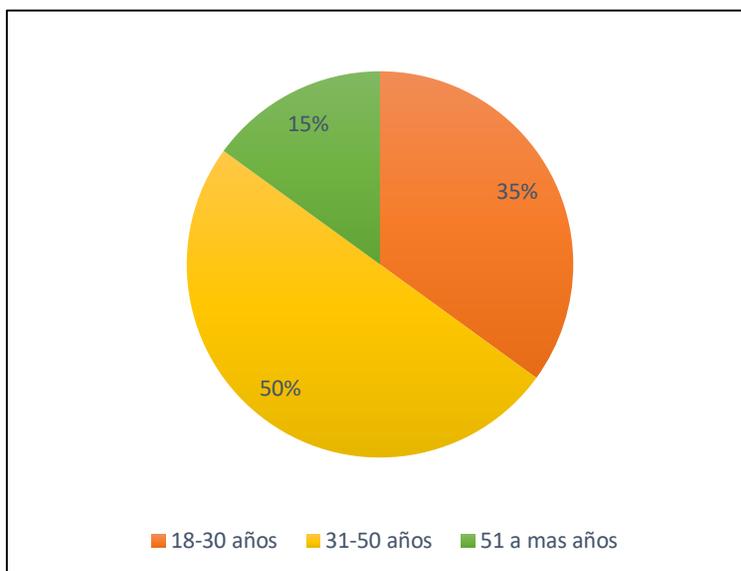


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

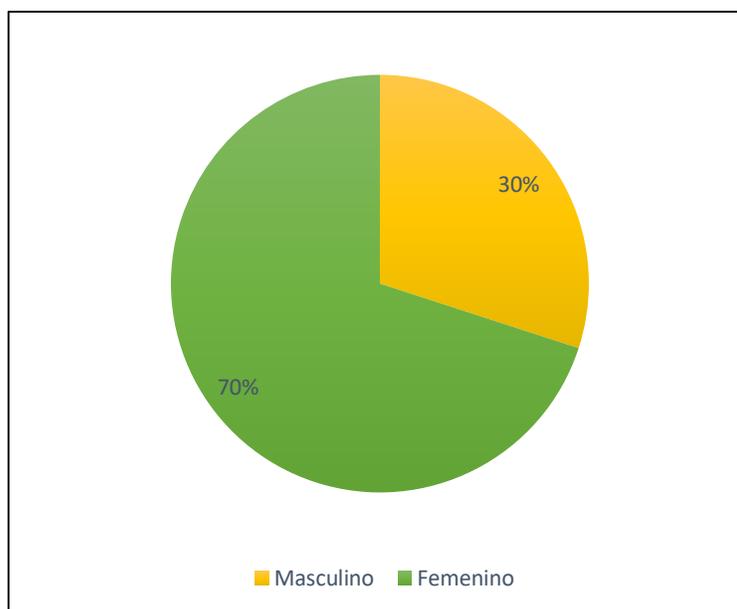


Figura 2. Genero

Fuente. Tabla 1

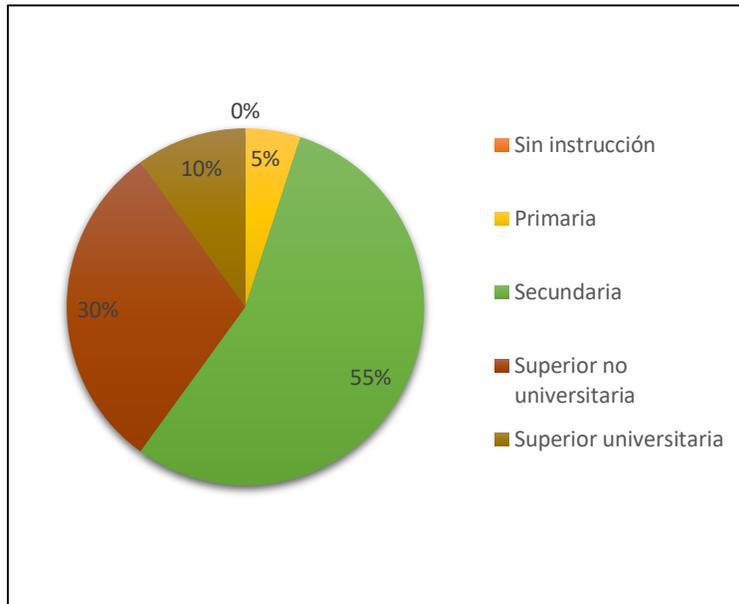


Figura 3. Grado de Instrucción

Fuente. Tabla 1

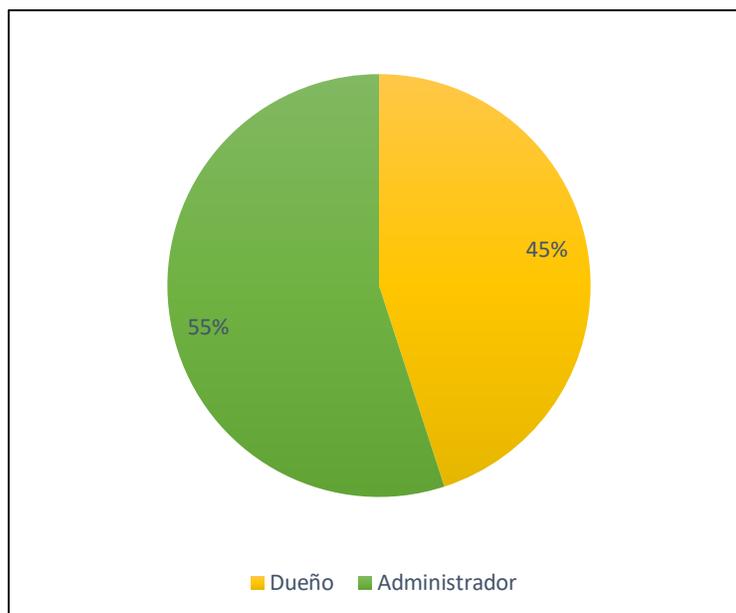


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente. Tabla 1

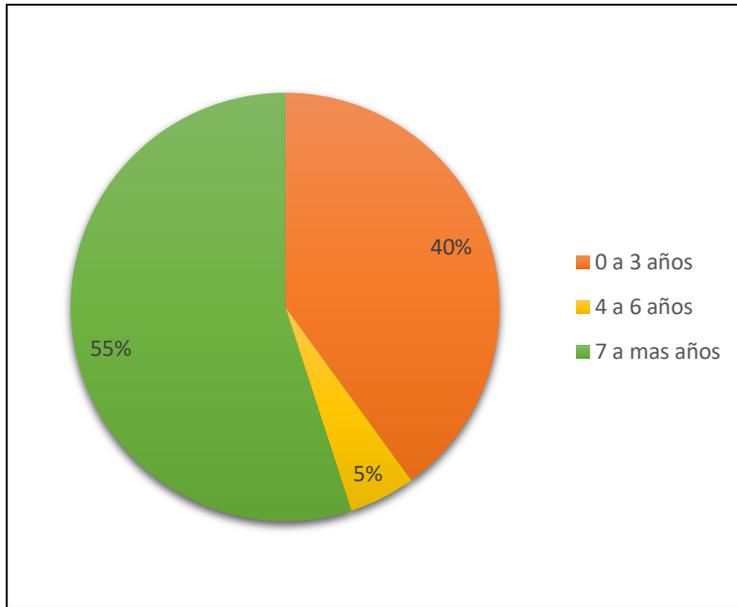


Figura 5. Tiempo que desempeña el cargo

Fuente. Tabla 1

2. Características de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del Distrito de Chimbote, 2017.

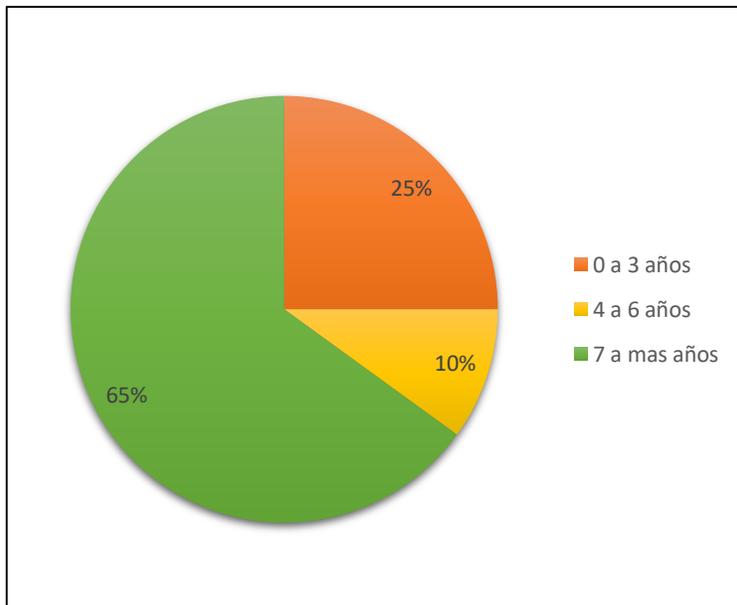


Figura 6. Permanencia de la empresa en el rubro

Fuente. Tabla 2

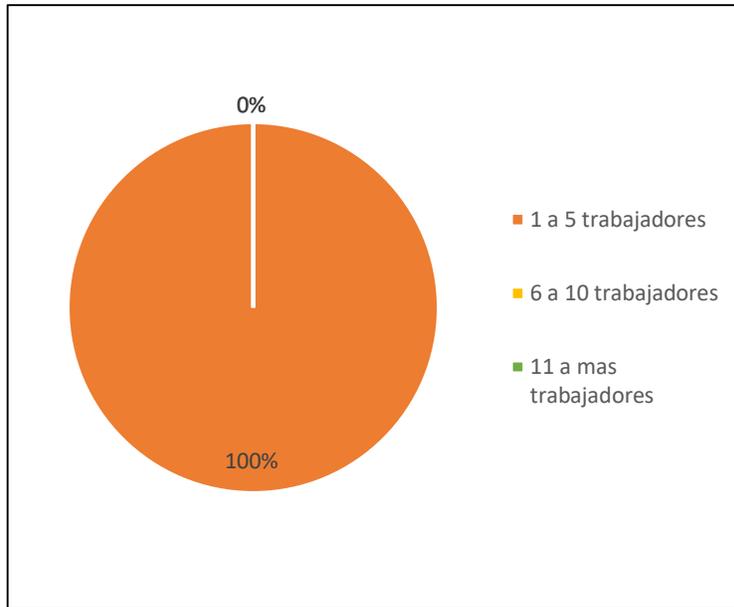


Figura 7. Número de trabajadores

Fuente. Tabla 2

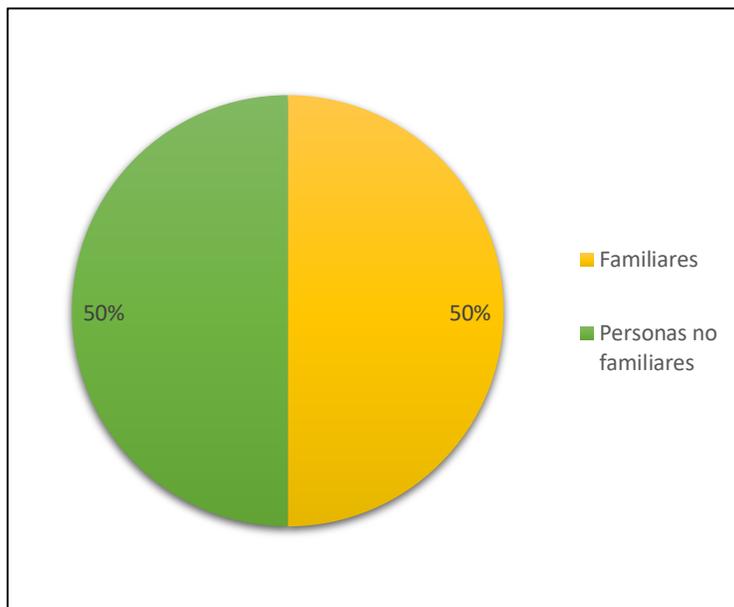


Figura 8. Personas que trabajan en su empresa

Fuente. Tabla 2

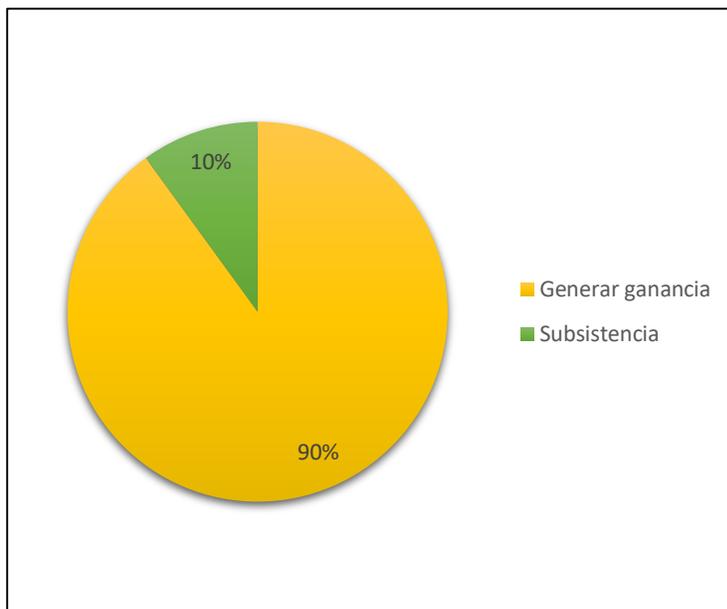


Figura 9. Objeto de creación

Fuente. Tabla 2

3. Características de la Gestión de Calidad con el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de ropa del centro comercial Galerías Alfa del Distrito de Chimbote, 2017.

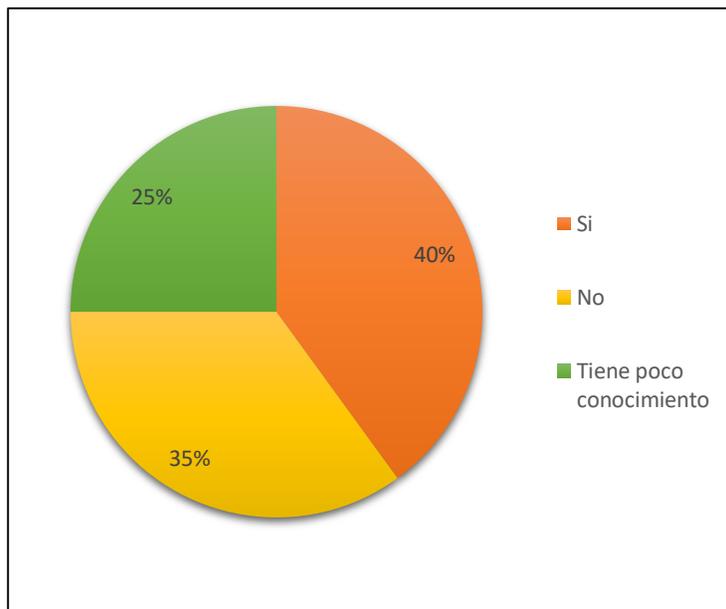


Figura 10. Conoce el termino Gestión de Calidad

Fuente. Tabla 3

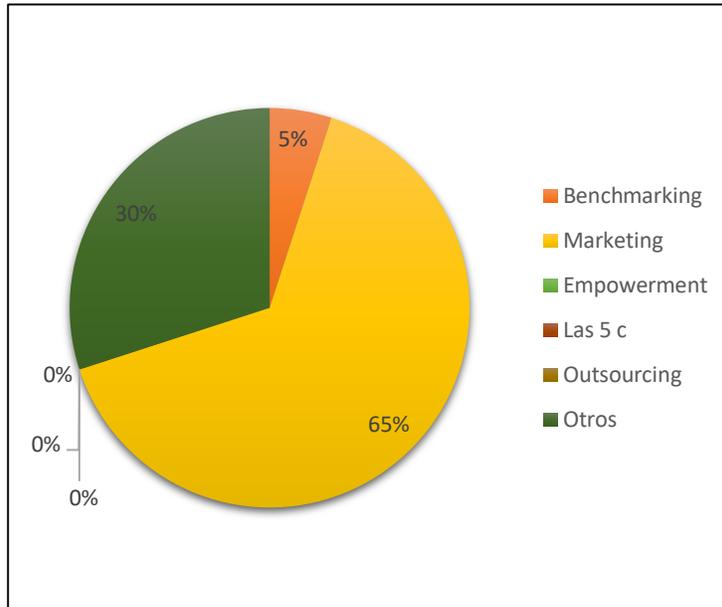


Figura 11. Técnicas modernas de la Gestión de Calidad

Fuente. Tabla 3

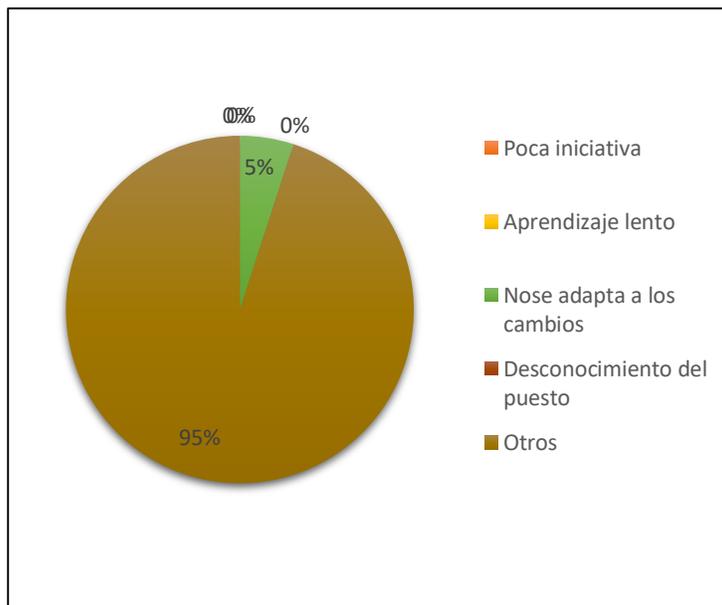


Figura 12. Dificultades de personal para implementar la Gestión de Calidad

Fuente. Tabla 3

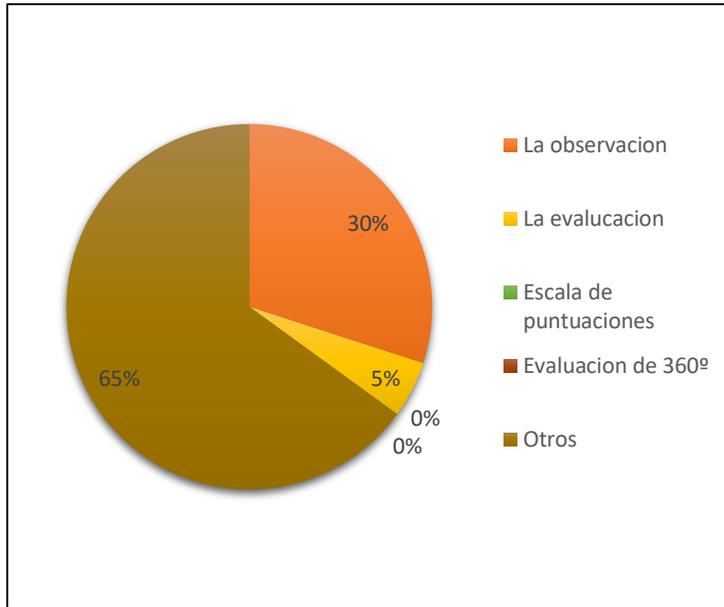


Figura 13. Técnicas para medir el rendimiento del personal

Fuente. Tabla 3

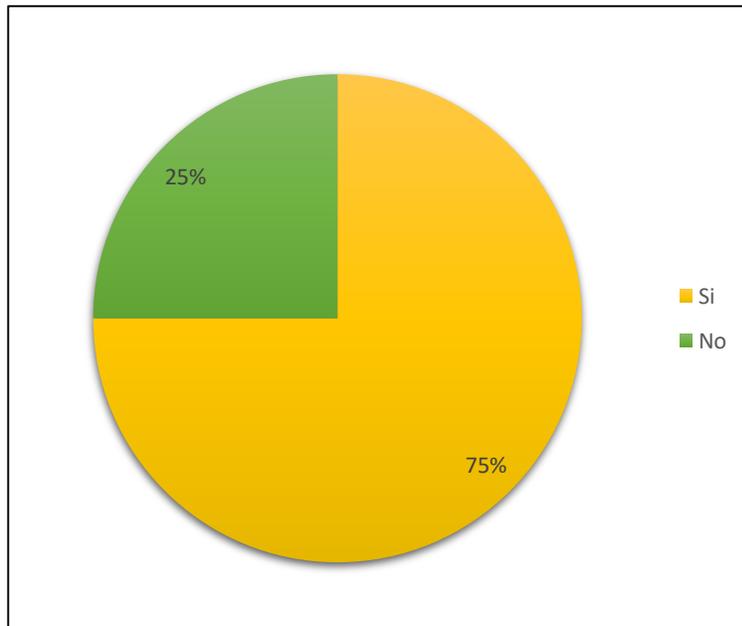


Figura 14. La Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio

Fuente. Tabla 3

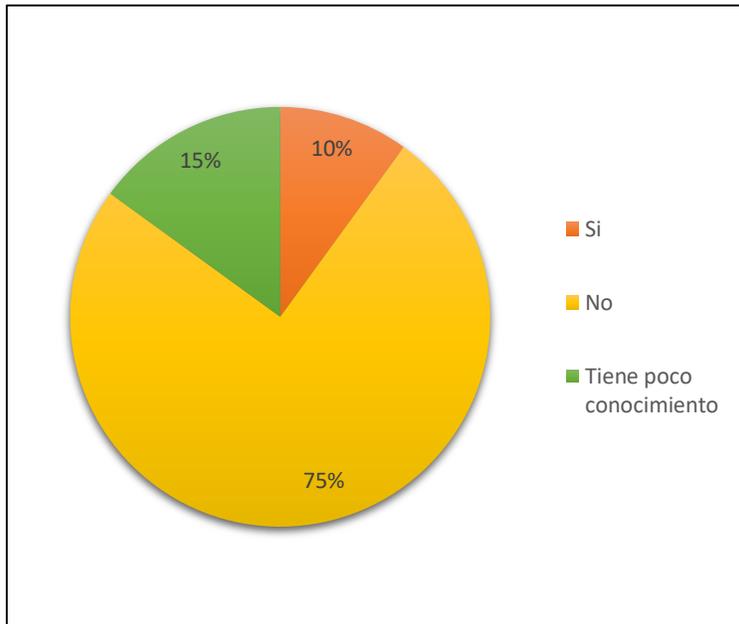


Figura 15. Conoce la Tecnología de Información y Comunicación

Fuente. Tabla 3

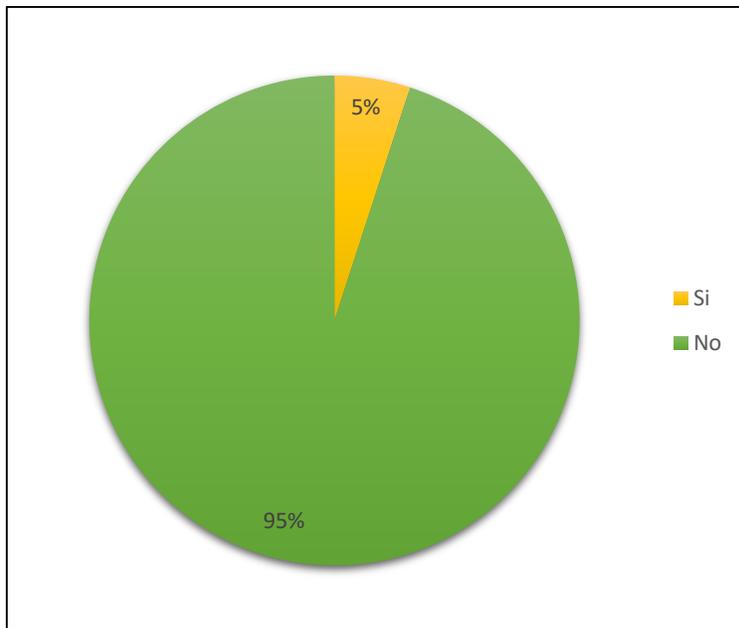


Figura 16. Cuenta con una computadora en su empresa

Fuente. Tabla 3

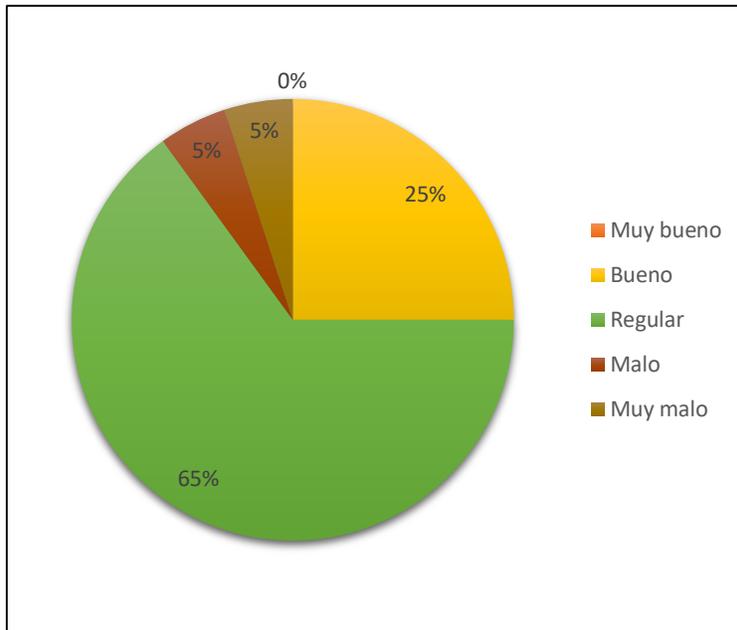


Figura 17. Cómo calificaría su nivel de computación

Fuente. Tabla 3

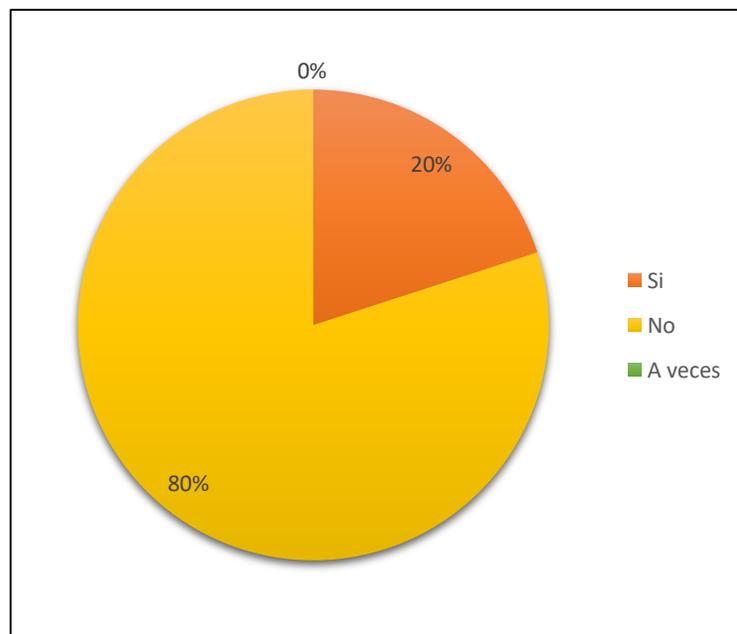


Figura 18. Hace uso del internet para compras de mercadería

Fuente. Tabla 3

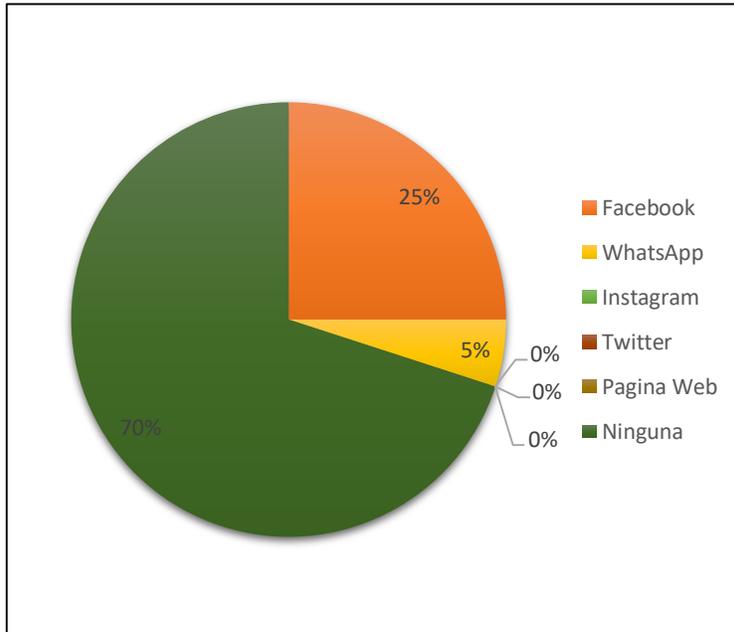


Figura 19. Que redes sociales utiliza para impulsar sus ventas

Fuente. Tabla 3

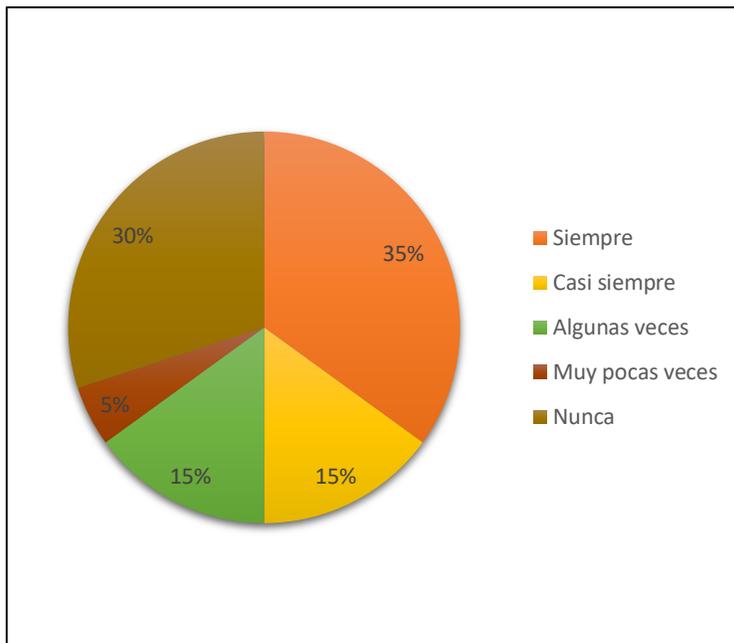


Figura 20. Con qué frecuencia emplea su teléfono

Fuente. Tabla 3



Figura 21. Que beneficios obtuvo al utilizar la Tecnología de Información y Comunicación

Fuente. Tabla 3