



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

PROPUESTA DE MEJORA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR
RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO
PARA DAMAS DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO
DE CHIMBOTE, 2020

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

AUTOR

VILLACORTA PUELLES, CATERIN ELIZABETH
ORCID: 0000-0001-5968-4783

ASESOR

Mgtr. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2023

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Villacorta Puellas, Caterin Elizabeth

ORCID: 0000-0001-5968-4783

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

Mgtr. Canchari Quispe, Alicia

ORCID: 0000-0001-6176-191X

Presidente

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mis padres Omer Villacorta Benítez y Rocío Puelles Regalado por sus enseñanzas y valores inculcados.

A mi esposo Juan Luis Quiñonez López por su apoyo incondicional durante el periodo de mi trabajo de investigación.

A mis docentes de todo el periodo de mi carrera por sus aportes y enseñanzas, a la profesora Elida Adelia Estrada Diaz, quien con su paciencia y experiencia me brindo el conocimiento necesario.

DEDICATORIA

Se lo dedico a mi familia Papá, Mamá y Hermanos que son mi inspiración y fuerza para lograr todas mis metas y a mis abuelos Segundo Puelles Vera, Santos Regalado Rojas y hasta el cielo a ti abuelita Isabel.

A mi esposo y mi hijo Juan Cristiano que se han convertido en mi mayor motivo para cumplir mis metas.

A Dios que gracias a él estoy con salud para avanzar con mis metas, a pesar de esta crisis y pandemia que estamos viviendo a nivel mundial.

INDICE DE CONTENIDO

1. CARÁTULA.....	i
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR.....	iii
4. AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA	iv
5. INDICE DE CONTENIDO.....	vi
6. INDICE DE TABLAS Y FIGURAS	vii
7. RESUMEN Y ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. REVISIÓN DE LITERATURA	19
2.1. Antecedentes	19
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	30
III. HIPÓTESIS.....	40
IV. METODOLOGÍA.....	41
4.1. Diseño de la investigación	41
4.2. Población y muestra	43
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	11
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	12
4.5. Plan de análisis.....	11
4.6. Matriz de consistencia.....	13
4.7. Principios Éticos	44
V. RESULTADOS.....	46
5.1. Resultados	46
5.2. Análisis de los resultados	44
VI. CONCLUSIONES	51
VII. RECOMENDACIONES	53
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62
ANEXOS	70

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.	46
Tabla 2. Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.....	47
Tabla 3. Características de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.....	48
Tabla 4. Características de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.....	49
Tabla 5. Propuesta de plan de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.....	44

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	94
Figura 2. Genero	94
Figura 3. Cargo en la empresa	95
Figura 4. Horas de trabajo semanal	95
Figura 5. Tiempo en la empresa.....	96
Figura 6. Tiempo de la empresa en el rubro	96
Figura 7. Número de trabajadores.....	97
Figura 8. Las personas que trabajan en la empresa son	97
Figura 9. Objetivo de creación.....	98
Figura 10. Conoce las TIC.....	98
Figura 11. Cuenta con una computadora en su empresa.....	99
Figura 12. Nivel de conocimiento de una computadora	99
Figura 13. Usa el internet para las compras de mercadería	100
Figura 14. Tipo de redes sociales que utiliza para impulsar las ventas de sus productos	100
Figura 15. Frecuencia con la que emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	101
Figura 16. Beneficios que tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa	101
Figura 17. Conocimiento del término gestión de calidad	102
Figura 18. Técnicas modernas de gestión de calidad que utiliza.....	102
Figura 19. Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad.....	103
Figura 20. Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal.....	103
Figura 21. Existe control en la gestión de calidad	104
Figura 22. La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	104

RESUMEN

La investigación Propuesta de mejora de las TIC como factor relevante de la gestión de calidad en la MYPES del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo de Chimbote 2020, tuvo como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo de Chimbote, 2020. La investigación fue de diseño No experimental – Transversal, Descriptivo – de Propuesta, para el recojo de la información se utilizó una población muestral de 12 Mypes a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados. El 50% tienen edad de 18 a 30 años y el 83.33% trabaja 48 horas. El 33.33% de las empresas tiene poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad, el 91.67% no conoce las TIC, el 83.33% no cuenta con una computadora en su empresa. Se concluye que, la mayoría de los representantes no utiliza técnicas modernas de gestión de calidad a excepción del Marketing, además, los representantes en este sector no conocen las tecnologías de información y comunicación. Se entiende, que, haciendo uso de las TIC, sumado a una buena implementación de gestión de calidad, y teniendo un programa de capacitaciones en estos temas, las empresas pueden tener ventaja competitiva, aumentar sus canales de comunicación, captar clientes potenciales e incrementar sus ventas.

Palabras clave: Gestión de calidad, Mypes, TIC.

ABSTRACT

The research Proposal for the improvement of TIC as a relevant factor of quality management in the MYPES of the commerce sector, item retail sale of footwear for ladies of the Chimbote 2020 model market, had as a general objective: Establish a proposal for the improvement of information and communication technologies as a relevant factor of quality management in micro and small companies in the commerce sector, retail sale of women's footwear in the Chimbote model market, 2020. The research was of a Non-experimental design - Cross-sectional, Descriptive - of Proposal, for the collection of information, a sample population of 12 Mypes was used to whom a questionnaire of 22 questions was applied, through the survey technique, obtaining the following results. 50% are between 18 and 30 years old and 83.33% work 48 hours. 33.33% of the companies have little initiative for the implementation of quality management, 91.67% do not know TIC, 83.33% do not have a computer in their company. It is concluded that most of the representatives do not use modern quality management techniques with the exception of Marketing, in addition, the representatives in this sector do not know information and communication technologies. It is understood that, making use of ICT, added to a good implementation of quality management, and having a training program on these issues, companies can have a competitive advantage, increase their communication channels, attract potential customers and increase their sales.

Keywords: Quality management, Mypes, TIC.

I. INTRODUCCIÓN

El presente informe permite plantear y resolver distintas situaciones que se presentan en las micro y pequeñas empresas del Perú, como en diferentes países, en la mayoría de casos las MYPES no logran superar los tres años de vida a pesar de las habilidades que tienen algunos de sus administradores, esto puede ser, debido a los diferentes cambios del entorno que afectan a los negocios. Para analizar mejor, se puede tener en cuenta las tecnologías de la comunicación y la gestión de calidad que se aplica en todos los procesos. Los directivos son los responsables de transmitir la política, filosofía y objetivos de las MYPES ante los beneficiarios del servicio, que vienen a ser los consumidores.

Todos los datos estadísticos y conclusiones en el desarrollo e investigación de este informe, van a valer a la sociedad y a las mismas MYPES del sector comercio, la consigna de mejorar sus servicios, para el mejor funcionamiento y preparar mejor a los colaboradores, el cual permitan demostrar sus habilidades y sus conocimientos de las tecnologías de información y comunicación con los consumidores.

Las micro y pequeñas empresas son de gran importancia ya que generan una gran fuente de ingresos en el Perú generando un 47% de empleo en la región, según el presidente andino, Rolando Sousa, por ello agrego que es clave que las micro y pequeñas empresas mejoren su empleabilidad en el Perú debido que tienen baja productividad y mucha informalidad (Emprender, 2019).

Las tecnologías de información y comunicación son un factor muy importante para las MYPES, y para todas las empresas del Perú y el mundo en general. El avance tecnológico que se ha dado en estos últimos años ha permitido el crecimiento de las

áreas de cada empresa, la gestión de calidad ha tenido que ser rediseñada y estructurada en base a las TIC para lograr su desarrollo y por ende maximizar la productividad de los distintos sectores o rubros que existen. Muchas de las organizaciones desconocen la tecnología o no la acoplan a sus sistemas, por ello muchos negocios no han crecido o simplemente han quebrado. El uso de la tecnología es un pilar importante para el hombre ya que nos ayuda mucho en la incrementación de capital, se requieren habilidades de comprensión, un claro ejemplo de cómo se componen y estructuran los sistemas de red hallando sus fortalezas y debilidades. En el sistema de la información y comunicación hay importantes preocupaciones de software como seguridad despejando sus problemas (Turriate, 2017, p. 30).

Pero este problema no solamente es a nivel nacional sino también internacional por mencionar:

En América Latina y el Caribe es una región que se caracteriza por el fuerte impacto y presencia de las empresas pequeñas que son creadas por emprendedores, esto demuestra que ya a existían aproximadamente 11 millones de unidades económicas. El trabajo destaca el fuerte predominio de unidades productivas muy pequeñas, de baja productividad y que concentran una elevada proporción del empleo en la economía de los países de la región, estas empresas por el tamaño de su productividad, ayudan al país con su crecimiento económico, esto también se refleja en el ámbito laboral con estadísticas de trabajo decente y condiciones de trabajo. Aplicando métodos de tecnología, Igualmente, en la calidad de empleo y niveles de ingreso a algunos segmentos más vulnerables (Ferraro & Rojo, 2018, p.7).

En Brasil se ha desarrollado un conjunto de políticas que apoyaron la formalización de las micro y pequeñas empresas, reconociendo que estos agentes económicos son responsables de gran parte del empleo de país, siendo las mismas microempresas que llegan a dar más trabajo fomentando gran parte de la economía, la estrategia de formalización en estas unidades productivas es un objetivo que figura en la constitución nacional (Ferraro & Rojo, 2018, p.38).

En Costa Rica se ha establecido políticas que han ayudado para la formalización de las microempresas quitando un peso de la informalidad menor al de muchos países de la región. La estrategia del país es incorporar políticas de fomento que ayuden a ser más competitivas a las micro y pequeñas empresas, ayudando a que los costos que desarrollan para que las empresas sean formales puedan bajar, así como brindar programas de asesoría e información en tecnologías de la información y comunicación para que los empresarios o emprendedores conozcan los prototipos y cumplan con sus obligaciones (Ferraro & Rojo, 2018, p.44).

En Argentina en la ciudad de Rafaela se desarrolla un abanico de políticas productivas y laborales orientadas a crear oportunidades de inclusión social y laboral para toda persona a partir de los 18 años de edad y a la vez ayudar a todas las empresas con las condiciones rentables para que así puedan ser más formales y al trabajo formalizado mediante ello Argentina se ha propuesto ayudar a las microempresas a conocer todos los prototipos y normas (Ferraro & Rojo, 2018, p.47).

En el Perú es importante reconocer las micro y la pequeña empresa ya que existe un 95% que conforman parte de las MYPE para la dinámica económica del Perú, dada a su alta concentración de poder emprender y crecer es importante que conozcan

herramientas que les ayuden a estar en contacto con redes sociales y mecanismos de información que les brinden toda clase de datos como todas las normas y reglamentos para que puedan llegar a la formalidad y así poder seguir emprendiendo de una manera legal y aportando económicamente la economía del Perú (Noreña, 2019).

En Chimbote donde se desarrolló el trabajo de investigación existen las micro y pequeñas empresas dedicadas al rubro del calzado las cuales presentan problemas de las tecnologías de la información y comunicación para una gestión de calidad donde observamos que sus debilidades más frecuentes que se observa son la falta de aplicación de las tecnologías de la información y comunicación en sus negocios lo que genera un mal manejo de inventarios y no promocionar sus productos por web o redes sociales por ejemplo y la habilidad para reconocer y aprovechar las ventajas y oportunidades que llegan a surgir en su ambiente para el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación y así lograr una buena gestión de calidad dentro de ellas. En la actualidad las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan grandes amenazas por ejemplo los productos sustitutos, ingreso de más competencia, el acelerado avance tecnológico, problemas financieros, ausencia de personal calificado, falta de conocimiento de las tecnologías de la información y comunicación, falta de una correctora planeación, la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades de las mismas empresas lo cual lleva a pensar en las tecnologías de la información y comunicación como una herramienta costosa e innecesaria para realizar una gestión de calidad.

El tipo de investigación fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector

comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

También fue de propuesta, porque se elaboró una propuesta de mejora utilizando las tecnologías de la información y comunicación para solucionar los problemas identificados en la gestión de calidad de las en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Y además fue de enfoque cuantitativo, porque se utilizó instrumentos de medición y evaluación, estos se expresaron de forma cuantitativa en porcentajes y números, lo que permitió la interpretación objetiva de los resultados que se obtuvieron en la investigación denominada: Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020. Se desarrollo en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2020.

El enunciado del problema de investigación es el siguiente: ¿Cuál es la propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020?

Para dar respuesta al enunciado del problema se planteó el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de una gestión de calidad en las micro y pequeñas

empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo de Chimbote, 2020.

Para alcanzar el objetivo general, se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020. Identificar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020. Y elaborar una propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

El presente trabajo de investigación se justificó porque orientó a conocer lo que ocurre en la realidad de las MYPES del sector comercio, rubro tiendas de calzado para mujer, con respecto a las tecnologías de información y comunicación que se ejerce dentro de una buena gestión de calidad. Permitió conocer los niveles de aceptación de estas variables por parte del comprador o cliente y cómo impacta a la sociedad. Y así se pudo ver el nivel de formalidad de las MYPES en el sector comercio y cuanto ha avanzado en nuestro país y su crecimiento.

El conocimiento de las variables de la presente investigación tendrá tres aplicaciones prácticas: en primer lugar, favorecería a las MYPES del sector comercio, para así reducir la cantidad de informalidad que existe actualmente y dar a entender la

importancia de conocer un sistema de gestión de calidad, la cual basada en las tecnologías de información y comunicación llegara a dar un buen realce a las MYPES, entrando con más información de calidad por todos los medios utilizando las tecnologías. Además, que todas las empresas y/o personas que interactúen con este sector, valoren la gestión existente y quieran crecer en conjunto para mejor y poder brindar un buen servicio. En segundo lugar, en beneficio a los consumidores, quienes son los principales beneficiarios de la buena gestión de las MYPES del sector comerciό, de esta manera no solo ver cómo impacta el sistema de las tecnologías en el crecimiento, sino también como se impregna el mejor servicio al cliente. Y en tercer lugar como impacta sobre el país, no solo un buen servicio de calidad, sino a nivel de producción usando las tecnologías como una cultura tecnológica que nos rodea y hace parte de un desarrollo social, pueden mejorar y maximizar el servicio y la producción de cualquier empresa, por ende, se puede obtener el crecimiento económico en el país y de esa manera estar actualizados para enfrentar la economía por cualquier circunstancia que se presente en el futuro.

El estudio para este informe se enfocó en la recopilación de datos a través de los libros, publicaciones, revistas tesis entre otras fuentes de información con el objetivo de conocer la realidad de las variables en cuestión, de esta manera se hizo un contraste con la recopilación de datos según encuestas a los responsables de las MYPES del sector comercio, rubro tiendas de calzado para mujer. Todos los procesos utilizados para obtener información, fueron de carácter único y van a servir para futuras investigaciones científicas.

La investigación realizada fue de diseño No experimental – Transversal, Descriptivo – de Propuesta, para el recojo de la información se utilizó una población

muestral de 12 representantes de las Mypes a quienes se aplicó un cuestionario de 22 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados. El 50% tienen edad de 18 a 30 años, el 83.33% trabaja 48 horas semanales y el 41.67% tienen en el cargo de 0 a 3 años. El 75% de las empresas tienen más de 7 años de permanencia en el mercado, el 33.33% tiene poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad, el 91.67% no conoce las TIC, el 83.33% no cuenta con una computadora en su empresa. Se concluye que, la mayoría de los representantes no utiliza técnicas modernas de gestión de calidad a excepción del Marketing, además, los representantes en este sector no conocen las tecnologías de información y comunicación. Se entiende, que, haciendo uso de las TIC, sumado a una buena implementación de la gestión de calidad, y teniendo un programa de capacitaciones en estos temas, las empresas pueden tener ventaja competitiva, aumentar sus canales de comunicación, captar clientes potenciales e incrementar sus ventas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

De Vicente (2017) en su tesis titulada *Impacto de las tecnologías de la información en la productividad del establecimiento comercial minorista*. Tiene como objetivo poder aportar al mundo académico y empresarial, una nueva visión de la gestión y organización del local comercial, utilizando para ello, propuestas y teorías académicas que, apoyadas con el análisis empírico de nuestras hipótesis sirvan de ayuda a investigadores y empresarios, para entender mejor la complementariedad entre tecnología. Los resultados obtenidos han servido para discutir y/o refrendar planteamientos de múltiples estudios previos teóricos y prácticos y que nos han permitido entre otras cosas, poner de manifiesto la importancia del contraste empírico para eliminar ideas preconcebidas y no contrastadas acerca de la gestión operativa de las tiendas. Llegó a la conclusión de querer diferenciar dos grandes grupos en función del destinatario de las mismas. Desde el punto de vista académico, hemos comprobado que el uso de las TIC, incrementa la productividad de las tiendas analizadas, confirmando el efecto sustitución entre conocimiento organizativo y conocimiento individual.

Calixto (2017) en su tesis titulada *Avance de la tecnología y su impacto en el comercio internacional de México*”, menciona como objetivo general diagnosticar los beneficios que ha tenido México debido al avance tecnológico en materia de comercio internacional, particularmente en las actividades de las exportaciones e importaciones y ventajas que obtuvo en el país al adoptar nuevas tecnologías en el comercio, esta investigación fue explicativa y descriptiva, con un enfoque cualitativo, sus resultados

fueron la importancia de saber el impacto que tuvo la tecnología en el comercio internacional y que gracias a ellas fue posible eliminar diversas barreras fronterizas, optimizar procesos que antes eran largos y costosos; las actividades comerciales son más rápidos y seguros, menos costosos. Llego a la conclusión, que la tecnología fue un elemento detonante, dinámico y eficiente, para el comercio internacional, asimismo, el internet fue un avance importante para dicha materia, tanto por su impacto como por su alcance a nivel mundial. El internet en conjuntos con sus derivados como el comercio electrónico, las transferencias electrónicas como fondos, la web, las TIC, etc. Fueron factores fundamentales que ayudaron a romper con todas aquellas restricciones al comercio internacional, mejoraron los procesos comerciales y los canales de comunicación.

Alvarado & Arcos (2020) en su tesis titulada *Gestión de las tecnologías de información y comunicación en el desempeño de las empresas de calzado en la ciudad de Ambato*, menciona como objetivo general analizar el impacto de las tecnologías de información y comunicación sobre el desempeño de pequeñas y medianas empresas de calzado en el cantón Ambato, de la provincia de Tungurahua. Esta investigación fue descriptiva y experimental con un enfoque cualitativo, sus resultados se dirigieron a ver con qué fin usa su Pyme el uso de las Tics en el cual se observó que un 88% de las empresas están de acuerdo con su uso para la promoción de sus productos, mientras que un 12% estuvo en desacuerdo con la idea de usarlas. Se observó el uso de las TICs para la información de los clientes con un 73% , y con un 55% mostro acuerdo parcial o total con la posibilidad del uso de las TICs para estar a la vanguardia de nuevas tecnologías, llegaron a la conclusión que el desarrollo e implementación de programas de capacitación en este sector económico permitirá conocer las potencialidades de las

TICs para mejorar la eficiencia de las empresas de calzado, de manera de alcanzar proyección no solo nacional si no también internacional.

Vélez (2017) en su investigación Plan de Marketing: “Lanzamiento del Servicio de Central de Compras y Servicios (CCS) FERRIMAX para el sector ferreterías independientes del Ecuador.” Tuvo como objetivo general Mejorar la competitividad de las ferreterías asociadas a la CCS de manera que les permita competir desde una mejor posición con los grandes formatos y posibles modelos de franquicias cerrados. El estudio fue de tipo cuantitativo, de diseño no experimental, la muestra la conforma 187 usuarios que acuden a la empresa. A manera de presentación, el Ecuador a nivel macro es un país que maneja un PIB de alrededor de 100 mil3 millones de USD en base a una estructura productiva enfocada en productos primarios en el entorno tecnológico. El uso del internet con fines informativos (32%) es el que predomina en la población, seguido por el con fines de comunicación (25,5%) y educativos (31.7%), mientras que el uso de internet para fines laborales (4.9%) queda ya más relegado junto con el de otras actividades varias. En cuanto frecuencia y emplazamientos, el acceso a internet a nivel nacional es diario para más de la mitad (64%) de la población de usuarios, o al menos de una vez por semana para un grupo en el entorno sociodemográfico. Delineando un perfil demográfico promedio del empresario ferretero minorista, la presencia en este tipo de negocios es mayoritariamente masculina (72%), hombres de mediana edad, siendo el rango más prominente el de entre 40 – 49 entorno político legal. A diferencia de otros países, especialmente de Europa, el modelo de distribución de CCS en el país se lo podría catalogar aún como incipiente, no existe un sector conformado por empresas CCS desarrollado que cuenten con regulación propia. Llegando a las conclusiones

siguientes: Las crisis en ocasiones también representan oportunidades. En el entorno, la coyuntura económica del país de recesión generalizada y su efecto multiplicador en el sector de la construcción y ferretero, presenta en este caso una oportunidad para el lanzamiento de la propuesta, para el apalancamiento del mensaje y el abordaje a los potenciales clientes, al verse agudizada en consecuencia, la concientización en los negocios pymes ferreteros, de sus necesidades y/o limitaciones en competitividad, y acentuada en respuesta, su predisposición a cambios o toma de decisiones. El tamaño de mercado de las ferreterías pymes al que FERRIMAX CCS se dirige, es atractivo y tiene un gran potencial, con una importante cantidad de integrantes de alrededor 4,367 negocios y un valor de 3,500 millones USD, deja un amplio espacio para oportunidades de crecimiento, una vez cubierto inclusive, el objetivo de 200 negocios propuesto en captación. El enfoque a asociado a la diferenciación. La permanencia y la coherencia del producto/servicio en torno a este principio es lo que distinguirá a la CCS de modelos de franquicias cerrados o similares, y lo protegerá de la competencia y/o de posibles nuevos entrantes en el tiempo, el marketing mix propuesto articula la estrategia de diferenciación de la oferta, con un producto/servicio diseñado para y orientado en el asociado. Las variables que lo componen se alinean en los esfuerzos de facilitar la captación de asociados, reduciendo posibles barreras de entrada en la etapa de lanzamiento.

Hernández & Sánchez (2017) en su trabajo de investigación *Innovación y competitividad: micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial en Cúcuta, 2017*, tuvo como objetivo general analizar el proceso de innovación empresarial como eje principal de competitividad local en la ciudad de Cúcuta, investigando una número de micro y pequeñas empresas del sector agro industrial que nos permita hacer un análisis

de nivel innovación, detectar problemas o mejoras el desenvolvimiento laboral, económica y social que existen en la ciudad. Metodología usada en la investigación es mixto porque se centra en los análisis cualitativos de variables endógenas teniendo incidencia en la innovación de las organizaciones económicas, contempla un procedimiento estadístico obteniendo una información primaria de la población generando un análisis cuantitativo y se alcanza desde un análisis descriptivo. La investigación llegó a los siguientes resultados; después de aplicar 44 encuestas 35 son micro y pequeñas empresas los resultados son los siguientes, del 1 a 10 trabajadores es el 79.5% el 24.4% tienen 10 a 50 trabajadores situándoles como pequeña empresa, el 70 % se asocia con otras empresas, el 64% tiene estudios superiores, el 46 % realiza inversión solo cuando es necesario. La investigación llega a las siguientes conclusiones, las micro y pequeñas empresas del sector evidencian falta de capacidad de innovación y organización para poder contribuir con tecnología esto demuestra que las empresas en un 11% están limitadas, mientras el 48 % no tiene ningún acuerdo comercial con otras empresas. La innovación está relacionada directamente con la competitividad frente a otras empresas al no tener mejoras atractivas en el producto o servicio, la gestión de calidad no debe ser algo extraordinariamente nuevo, pero debe marcar la diferencia y permitir la fidelidad del cliente.

Calle & Paillo (2018) en su trabajo de Investigación Microempresa comercializadora de productos de micro riego para el sector agropecuario de Patacamaya “SIRGEL S.R.L” Bolivia tuvo como objetivo general. Se realiza una investigación ardua de los departamentos con más nichos de mercado en el rubro de la agricultura como ser: La Paz, Cochabamba, Santa Cruz. Y como objetivos específicos: Brindar apoyo y asesoramiento técnico para el riego y producción de frutales,

hortalizas. A través de eventos de capacitación fortalecer las capacidades técnico administrativas de los beneficiarios. El estudio fue de tipo cuantitativo, la población objeto de estudio la constituyó el departamento de la paz municipio de Patacamaya tomando como base 23467 habitantes, y para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula de Arkin y Colten citados por Pujo para población finita con un nivel de confianza del 95% y error del 5%, obteniendo 248 habitantes. Resultados de la investigación: El 70% observó que la máquina que es más utilizada como apoyo de riego por los agricultores del mercado potencial es la motobomba, el cual favorece a la microempresa ya que este producto es parte de la comercialización. El 55% comprobó que en el mercado potencial el periodo de riego de los cultivos es semanal esto nos indica que constante por el cual la microempresa contará con una gran demanda. El 70% del mercado potencial conduce el agua través de canales de riego esto permitirá una mejor adaptación y conexión con los sistemas de riego logrando de esta manera una viabilidad positiva de comercialización para la microempresa SIRGEL SRL. El 50% indica que la procedencia del agua es extraída de diferentes lugares lo cual requiere de un estudio previo a la instalación del sistema de riego. Se concluye que se llegó a cumplir los objetivos planteados por la microempresa. Se observa la factibilidad financiera la cual muestra que la microempresa puede marchar excelentemente en el mercado de aglomerados. Se llegó a conocer al cliente potencial de la microempresa lo cual llevó a ver un mercado más claro.

Antecedentes nacionales.

Salazar (2019) en su tesis titulada *gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ferretería, ciudad de Juanjuí 2019*. Menciona como objetivo general determinar las principales características de gestión de calidad con el uso de tecnología de información y comunicación y propuesta de mejora de las micro y pequeñas empresas del sector comercio. Esta investigación fue de diseño no experimental –transversal. Llego a los siguientes resultados. El 53.85% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, el 61.54% son de género masculino. El 46.15% tienen estudios secundarios, el 46.15% de las micro y pequeñas empresas tiene más de 7 años en el rubro, el 69.23% tiene entre 1 a 5 colaboradores el 46.15% reconoce el termino gestión de calidad, el 53.85% aplican la lluvia de ideas, el 53.85% miden el rendimiento personal atreves de las observaciones y el 46.15% mediante la evaluación. El 53.85% no conoce el significado de las TIC, el 84.62% no cuentan con una computadora en la empresa. El 61.54% no hacen uso de internet para ejecutar sus compras, el 61.54% no utilizan ninguna red social, el 46.15% siempre hacen uso del teléfono para coordinar sus compras. Llegó a la conclusión: la mayoría de micro y pequeñas empresas no aplican gestión de calidad con el uso de las TIC, puesto que solo se limitan a utilizar el teléfono para coordinar los asuntos de su empresa.

Espinosa (2018) en su tesis titulada *gestión bajo el enfoque de uso de las TIC, en las MYPES del sector comercial, rubro atención a distribuidoras, ciudad de Pucallpa, año 2018*. Menciona como objetivo general determinar la gestión de calidad bajo el enfoque del uso de las TIC, en las MYPES del sector comercio. Esta investigación fue de tipo descriptivo y no experimental, llego a los siguientes

resultados el 44,4% son emprendedores jóvenes – adultos que se encuentran en el rango de 29 a 39 años de edad; participan ambos sexos, masculino (66.7%) y femenino (33.3%); en su mayoría universitarios de la empresa las MYPES tienen de 5 a 8 colaboradores 55.6%. el 44.4% de los microempresarios están comprometidos con la calidad y mejora continua y se fomenta la innovación (66.7%). Del uso de las TIC 44.4% utiliza las herramientas de las TIC en todas las áreas de su empresa, para el 33.3% le sirve para atender y dinamizar sus operaciones comerciales. El 66.7% indica que conoce las tendencias del consumidor a futuro, sin embargo, no han intervenido en aplicaciones específicas para la atención al cliente (55.6%) se debe reforzar el buen desempeño en uso de las TIC del personal. Las MYPES adquirieron sus aplicaciones de TIC en terceros. Llego a la conclusión que el 55.6% de las MYPES, el presupuesto para TIC es gasto, finalmente la principal ventaja que representa las TIC en la gestión de calidad de la empresa es la “conexión financiera” (44,4%); y “gestión de proveedores” (33,3%).

Carrasco (2019) en su tesis titulada *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercio – rubro ópticas de la ciudad de Sullana, año 2018*. Tiene como objetivo general describir las principales características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE sector comercio, esta investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y e corte transversal, obtuvo los siguientes resultados se tiene que la gestión de calidad fueron: el 100% de los representantes de las MYPE sus clientes están satisfechos con el producto ofrecido; el 75% señala que su empresa cuenta con políticas de calidad en relación al producto que ofrecen. Respecto a competitividad: el 83% considera que las políticas están a la vanguardia de la tecnología, el 89,7% se

considera un cliente exigente. Concluyo los principios de la gestión de calidad, se determinó que los representantes, utilizan con más frecuencia el principio con relaciones con proveedores, ya que ellos se sienten satisfechos por los productos ofrecidos. Sin embargo, no consideran que las relaciones sean beneficiosas con los proveedores la mayoría no adopta la mejora continua, si asumen la innovación constante para que los clientes noten la diferencia.

Antecedentes locales.

Rosso (2018) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso de las TIC en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos en comercios no especializados del pueblo joven san francisco de asís, distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2017*, menciona como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las TIC en las micro y pequeñas empresas del sector comercio. Esta investigación es de tipo cuantitativo y descriptivo, por lo que no se plantea hipótesis, se utilizara un diseño no experimental – transversal – correlacional. Llego a lo siguiente resultados que el 45.8% de los representantes tienen de 51 años a más, el 58.3% son mujeres, 50% tiene educación secundaria, llego a la conclusión que la mayoría tiene más de 51 años, son mujeres y tienen educación secundaria; el 79.2% son formales; no conocen la relación entre gestión de empresa y gestión de calidad, considerando que importante el uso de la tecnología, y no se han capacitado.

Cueto (2017) en su tesis titulada *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación, con una propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro veterinarias de jirón José Olaya*

del distrito de Chimbote 2017, menciona como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad con el uso de las tecnología de la información y comunicación, con una propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio. Esta investigación fue cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal. Llego a los siguientes resultados el 50% tiene de 31^a 50 años de edad, el 100% tiene estudios superiores, universitarios y dueños de la empresa. El 33.30% tiene más de 8 años de actividad en el mercado, el 100% fue creada para generar ganancias y dar empleo a la comunidad. El 66.70% considera que el uso de las Tics ayuda al crecimiento de la empresa, el 50% considera que brinda un ahorro de tiempo, el 83.30% considera que se deben tomar medidas de seguridad para su uso, luego a la conclusión, que la mayoría de representantes no usan las herramientas de las Tics y tampoco las redes sociales; no creen necesario que el personal de su representada lleve un curso para aprender el uso de las tic, además no saben cómo hacer para vender sus productos por internet, pero si cree que las tic ayudaría en el crecimiento de su empresa.

Madueño (2018) en su tesis titulada *gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro librerías en el centro de nuevo Chimbote, 2016*. Determinar las principales características de la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, para esta investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal – descriptivo, se llegó a los siguientes resultados: el 70% de los representantes legales de las micro y pequeña empresa tienen edad entre 31 a 50 años y son del sexo femenino, el 100% tiene una instrucción superior universitario y no universitario, el

90% son propietarios y el 100% tiene de 7 a más años en el rubro. El 50% conoce el término gestión de calidad, el 60% usan las TIC como técnicas modernas de gestión de calidad y el 100% cree que la gestión de calidad es importante para su negocio. El 90% conoce el significado de TIC y el 100% cree que al aplicar las TIC en su negocio le ayudara a mejorar la interrelación y aceptación con sus clientes. Se concluyó que la gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación contribuyen de gran manera, al mejoramiento la eficiencia y el logro de las micro y pequeñas empresas teniendo una buena interrelación y aceptación por parte de los clientes.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Las Micro y pequeñas empresas

La generación de la competitividad, formalización y desarrollo de las Mypes son el principio de esta ley. Se provee ver el incremento del empleo sostenible, productividad y rentabilidad, el aporte al producto bruto interno, la ampliación al mercado interno y las exportaciones, y apoyo a la recaudación tributaria. (Ley, N° 28015, 2003)

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley, N° 28015, 2003)

Características de las micro y pequeñas empresas

Es una microempresa la que tienen ingresos anuales con punto máximo 150 UIT(S/.555mil) y pequeña empresa la que tiene entre 150 UIT (S/. 555 mil) y 1.700 UIT (S/. 6'290.000). Durante los tres primeros años de su registro en la REMYPE, las organizaciones no tendrán ninguna penalidad por faltas que cometan contando desde su registro, siempre y cuando que las microempresas cumplan con compensar la infracción suscitada, de abonar de acuerdo a lo que la SUNAT avise a la empresa para tal efecto. Lo mencionado en este artículo no exonera de los pagos tributarios que corresponden. Este tiene como objetivo establecer el marco legal para dar a conocer sobre la competitividad, formalización, desarrollo y avance de las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPYME). Incluye actualizaciones a varias leyes entre las que

esta la actual “LEY MYPE” D.S N°007-2008-TR. “texto único ordenado de la ley de promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas y del acceso al empleo decente” (Escalante, 2016). Haciendo una comparación entre la ley de las MYPES D.S. N° 007-2008-TR y la ley N°30056 # 1- ley MYPE D.S. N° 007-2008-TR en la micro empresa en ingresos anuales, hasta 150 UIT y de colaboradores de 1 a 10. Número 2-ley N°30056 en las micro empresa, hasta 150 UIT y de numero de colaboradores no hay topes y de una pequeña empresa, más de 150 UIT y hasta 1,700 UIT y de colaboradores no hay topes (Según la Ley N° 30056,2013, p.11).

Importancia de las micro y pequeñas empresas

El valor de las micro y pequeñas empresas es muy similar a nivel mundial ya que aportan un gran % de empleo entre el 70% y 90% llevando trabajo a los lugares más vulnerables y aportan la mitad del PBI mundial. Pero a pesar de la gran importancia de las MYPES para la economía peruana la falta de empresas medianas es una gran debilidad para la economía y el desarrollo del país, para ello es importante que el gobierno pueda apoyar y así proporcione mejores facilidades convirtiendo a las empresas informales a formales (Fischman, 2019).

La relevancia de las micro y pequeñas empresas se da a conocer en distintos aspectos. Los cuales se dividen en dos: el primer aspecto es una de las iniciales fuertes de empleo; es de relevancia para dar a conocer el empleo en la optica en que solo requiere una primera inversión y da a conocer el acceso a distintos tipos de empresa incluyendo las de recursos económicos bajos. Segundo aspecto, pueden aportar a la gran empresa solucionando algunos inconvenientes en la producción. Así personas de

bajos recursos pueden producir su propio empleo. Se motivan a generar pequeñas empresas porque motivan la creación de empleo e innovación. Hay un error al considerar la pequeña empresa como que es solo de países tercermundistas. Teniendo en cuenta cómo han avanzado y crecido las medianas y pequeñas empresas que salen adelante en distintos países. De la misma manera, en el Perú las personas se han empoderado como gestores y empresarios (Tello, 2014).

Dentro los puntos muy importantes de las micro y pequeñas empresas, aportan, aproximadamente, el 40% del producto bruto interno, son una de las mayores potenciadoras del crecimiento económico del país. En conjunto las MYPES generan el 47% del empleo de América latina siendo una de las características más rescatables de este tipo de empresa. Conforme las MYPES van creciendo, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Debido a que la mayoría desaparece en menos de un año, las que sobrevivan este ciclo se volverán cada vez más influyentes en el mercado, ampliarán su capacidad de producción, requerirán más mano de obra y aportarán con mayores tributos al estado (ASEP 2015).

Variable 1

Tecnología de la información y comunicación

Las iniciales TIC significan, tecnología de la información y comunicación, siendo un instrumento muy importante a nivel mundial en la actualidad. Muchas empresas las usan ya que son de carácter innovador y creativo. Esto permite que las empresas tengan una mayor influencia y llegada a todas las personas. El uso de las TIC se da a través de herramientas y programas novedosos, que se utilizan para desarrollar, procesar, administrar y poder compartir toda clase de información

mediante diversos soportes tecnológicos como son: el televisor, celular, computadoras, radios etc. Las TIC no son respuestas a todos los problemas de la sociedad, sin embargo, ayudan a las personas a ampliar sus horizontes, pueden ayudar a mejorar el bienestar del ser humano y aplicadas en forma correcta a las empresas, pueden mejorar sus ingresos y con esto ayudar a combatir la pobreza. Las TIC han producido una importante revolución económica fundada en el uso intensivo del internet y otras tecnologías basadas en la computación como también un incremento en los procesos de internacionalización de las empresas y las relaciones comerciales, tanto las empresas como las personas en general han hecho que el conocimiento llegue a constituirse como el principal factor de producción por encima de los factores tradicionales como: materia prima, tecnológica, equipamiento (Slusarczyk, 2015).

Impacto e importancia de las TIC

Tecnología de la comunicación e información (TIC) han llegado a tener grandes cambios y son de gran importancia para el avance y forma de funcionar de las empresas y alrededor de ellas, aunque para ingresar al mercado son lentas ya que se considera un costo en vez de una inversión a largo plazo, con el avanzar del tiempo la implementación de las TIC en las empresas ha permitido: adquirir mayores conocimientos sobre tecnología, aplicar el uso de herramientas para aumentar la productividad reduciendo costos de dinero y de tiempo, avanzar con las tareas programadas evitando lo rutinario y obtener muchos beneficios como mejorar la calidad y aumentar las ventas, debido al crecimiento y demanda del mercado, ya que por sí solas no bastan teniendo en cuenta que les permitirá expandirse a grandes distancias (videoconferencias), consiguiendo cerrar transacciones de negocios o pedidos con proveedores como empresarios de todo el mundo. También ayuda a la

comercialización y ventas online. Teniendo conocimiento que las empresas de hoy en día trabajan con internet y poder publicitar su negocio en la red, este tipo de tecnologías nos permite seguir avanzando y creciendo a nivel empresarial, tenemos que aprovechar todo tipo de herramientas tecnológicas ya que está en pleno crecimiento y viendo la coyuntura que se vive y la necesidad de seguir emprendiendo. (Rodríguez, 2019).

En la actualidad el tema de las tecnologías de información se va posicionando como parte importante del desarrollo, siendo un tema mejor comprendido por los analistas, políticos y grandes líderes que atribuyen una relevante importancia del componente tecnológico al avance y crecimiento de los pueblos. En el caso de la ONU insiste en la gran oportunidad que supone internet y las nuevas tecnologías como el guía para combatir las desigualdades zonas de globo. (Panuera & Bautista, 2016)

Las TIC y su crecimiento

El INEI nos habla mucho sobre como las telecomunicaciones se han desarrollado durante estos últimos años y como ha sido fundamental para el crecimiento de la sociedad de la información, tecnologías como las comunicaciones por satélite el desarrollo de la telefonía inalámbrica como otras tecnologías que posibilitan el desarrollo económico, social y cultural del país el que se ven avances, pero aún falta mucho por hacer. (Panuera & Bautista, 2016 pág., 3)

La infraestructura y la conectividad de posibilidades de poder tener una conexión con las tecnologías de información y comunicación (TIC), son un factor y base indispensable para la implementación de la sociedad de la información. Ya que lo necesario e imprescindible para una empresa se lleva a cabo de elementos básicos

como la computadora, el uso de internet, los servicios de telefonía. (Panuera & Bautista, 2016 pág., 30)

Variable 2

Gestión de calidad

Según las normas (9000:2015,2015), para dirigir y ser parte de una constitución llegando a un hallazgo es importante que se maneje y lleve un control en forma específica y honesta. Para lograrlo y tener éxito es necesario implementar y consolidar un sistema de gestión que sirva para mantener la mejora continua y el avance de las prioridades de ambas partes ya sea el consumidor, colaborador u organización. Se demuestra como una forma de impactar al consumidor para asegurar la calidad de todo lo que una organización brinda. Las normas ISO 9000 se establecieron como un agrupamiento de reglas internacionales para la gestión de calidad que desde que se sentaron las bases, han tenido una gran relevancia en las empresas para la mejora continua de sistemas de gestión de calidad (9000:2015,2015).

No se puede dejar de lado lo que nos dejó el padre de la calidad, quien trabajo una metodología, basada en aplicaciones y era enfático en no re describir funciones, de manera contundente negaba todas los puntos negativos para el desarrollo y colocaba como primordial las ideas innovadoras de los trabajadores, todo esto concluye en estos puntos: Crear tenacidad en la finalidad de la mejora del producto y servicio, estar siempre mejorando la calidad de servicio, aprobar en dejar sentado el liderazgo, si bien es cierto el hacer uso de las técnicas de gestión, para dar avance a la toma de decisiones y mantener el crecimiento del desarrollo y crecimiento de la empresa está fundamentada a la gestión de calidad (Gestión de calidad, 2010).

Un sistema de gestión de calidad proporciona un mejor control en el sistema organizacional para el óptimo desarrollo, a través de procesos internos de una empresa por consiguiente una cultura de calidad debe estar fundamentada en requisitos específicos como satisfacción del cliente en todos sus ámbitos y más que todo en la mejora continua. La gestión de calidad como nuevo enfoque direccional, permite a las empresas convertirse en organizaciones de avanzada en los puntos de la gestión de los conocimientos, técnicas e implementación de herramientas de calidad, fundamentado principalmente en el recurso más importante, el capital humano y sus conocimientos para controlar y medir el rendimiento de las empresas, de esta manera la verdadera capacidad organizacional no está representada en el total de información con que cuenta sino en la capacidad para usarla (Hernández & Martínez, 2018, p.189).

En este trabajo se han identificado, señalado y establecido con sustento en los documentos, fuentes y en algunos trabajos importantes propios del ámbito del estudio los beneficios cualitativos y cuantitativos que la norma ISO 9001 de gestión de calidad otorga a las empresas. Los más relevantes consisten, primero, en la presencia de un decidido enfoque basados en riesgos. La nueva versión, menciona el término “riesgo” como que comienza a ser parte de nuevos acuerdos de la norma, precisamente, en el enfoque a procesos, el liderazgo y la planificación. Es así, que la documentación del sistema de calidad debe ser ajustada a los riesgos existentes para la conformidad de productos o servicios y la satisfacción del cliente. Los beneficios financieros que brinda la aplicación de la norma ISO 9001 a las organizaciones son tangibles. Existe una afectación positiva de la ISO 9001 en indicadores primordiales del desempeño de las organizaciones. La mejora en los procesos de gestión administrativa, como

resultado de la adaptación de la norma, constituye la base del mejoramiento de estos indicadores (Lizarzaburu, 2016)

La calidad que se visualiza incluye en la satisfacción del consumidor y su fidelidad con un producto o servicio, solo cuando su percepción sea un juicio que se mantenga en el tiempo, para cumplir con un estándar o expectativa preconcebida. La calidad debe ser trabajada a través de establecer un cambio de cultura organizacional, transformándose no solo en un estándar técnico procedimental, si no en un estándar mental organizacional que busca la excelencia, siendo enfático en que la excelencia no solo tiene limite a cumplir con un requisito, si no a ir más allá, y que estas reliquias de calidad aseguran un impacto optimo en la rentabilidad, productividad y sostenibilidad corporativa, así mismo deben reducir los riesgos laborales e impactos ambientales empresariales. Se cimenta, además, que mejor ventaja que la aplicación aislada de un modelo o una normativa siempre tendrá la ejecución de sistemas integrados de gestión de calidad (SIG). La calidad optimiza nuestro punto base competitivo en un mercado en constante cambio, tanto interno como internacional, y esta posición determina además el éxito organizacional de una marca a nivel mundial (Chacón, 2018)

2.3 Marco conceptual

Micro y Pequeña Empresa MYPE: La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ley, N° 28015, 2003)

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

Representante: Según la Real Academia Española (2022), un representante es la persona que promueve y concierta la venta de los productos de una casa comercial, debidamente autorizada por esta.

Esta definición permite entender que el representante es la persona que tiene una responsabilidad en la empresa y esta validado por esta misma para que pueda tomar acciones.

Tecnologías de la información y comunicación: Conjunto de recursos necesarios para tratar información a través de ordenadores y dispositivos electrónicos, aplicaciones informáticas y redes necesarias para convertirla, almacenarla, administrarla y transmitirla. A nivel de usuario, sea individual o empresa, las TIC forman el conjunto de herramientas tecnológicas que permiten un mejor acceso y clasificación de la información como medio tecnológico para el desarrollo de su actividad. (Hernández, 2021)

TIC: Estas siglas significan tecnologías de información y comunicación, es un conjunto de habilidades que permiten a una empresa mejorar, ya que utilizan la informática, y las telecomunicaciones para crear nuevas formas de comunicación y llegar a más personas.

Gestión de calidad: La Gestión de Calidad se puede definir como una herramienta empresarial estratégica que dirige y controla todos los procesos de la organización. (Sydle, 2022).

Se entiende que la gestión de calidad es un conjunto de herramientas que garantizan que los productos o servicios que ofrece una empresa cumplen ciertos parámetros que los vuelven confiables para su adquisición.

III. HIPÓTESIS

Como menciona Hernández et al. (2017), la hipótesis indica lo que tratamos de probar y se define como explicación tentativa del fenómeno investigado.

En el presente estudio de investigación titulado: Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020. No se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta.

No experimental

Según Hernández et al. (2017), la investigación es no experimental porque los estudios que se realizan son sin la manipulación deliberada de variables y solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. (p. 152)

Fue no experimental, porque no se manipuló deliberadamente a las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020; solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Transversal

De acuerdo a lo que indica Hernández et al. (2017), una investigación es transeccional o transversal porque recolectan datos en un solo momento, un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (p. 154)

Fue transversal, porque el estudio de investigación Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020, se

desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente el año 2020.

Descriptivo

Como menciona Hernández et al. (2017), la investigación descriptiva es la que busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que pasa por un análisis. Es decir, solo pretende medir u obtener información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refiere, su objetivo no es indicar como se relacionan estas. (p. 92)

Fue descriptivo, porque el trabajo de investigación Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020, solo se describió las características de las variables. No hubo manipulación de las variables, se observó y describió tal y como se presenta la realidad.

De propuesta

Según indica Monroy y Nava (2018), una investigación de propuesta implica un proceso que parte de la implantación de un conjunto de actividades que se realizan con el objetivo de mejorar las deficiencias halladas en las variables de estudio.

Fue de propuesta, porque se planteó una propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

4.2. Población y muestra

Población

Según menciona Condori (2020), la población son los elementos accesibles o una unidad de análisis que pertenece al ámbito especial donde se desarrolla la investigación. (p. 2)

Se utilizó una población de 12 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020. La información se obtuvo a través de la asociación de comerciantes del mercado Modelo.

Muestra

Condori (2020) indica que la muestra es el segmento representativo de la población, con características similares generales de la población. (p. 2)

Se utilizó una muestra de 12 representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Criterios de inclusión

- Aquellos trabajadores que llenaron de forma correcta las encuestas brindadas para el estudio.
- Aquellos trabajadores que están activos y se encuentran laborando en la empresa.

Criterios de exclusión

- Aquellos ex trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector.
- Aquellos que aceptaron y no firmaron el consentimiento informado, es decir no aceptaron participar del estudio.

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de Medición
Tecnologías de la información y comunicación	Las TIC forman el conjunto de herramientas tecnológicas que permiten un mejor acceso y clasificación de la información como medio tecnológico para el desarrollo de su actividad. (Hernández, 2021)	Con el avanzar del tiempo la implementación de las TIC en las empresas ha permitido: adquirir mayores conocimientos sobre tecnología, aplicar el uso de herramientas para aumentar la productividad reduciendo costos de dinero y de tiempo, avanzar con las tareas programadas evitando lo rutinario y obtener muchos beneficios como mejorar la calidad y aumentar las ventas. (Rodríguez, 2019).	Conocimiento TIC.	Conocimiento TIC	10. ¿Conoce las TIC?	Representantes de las Mypes	Nominal
				Tecnología básica	11. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?		
				Conocimientos computación	12. ¿Nivel de conocimiento de computación?		
			Herramientas TIC.	Uso de Internet	13. ¿Usa el internet para las compras de mercadería?		
				Uso de Redes Sociales	14. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos?		
				Uso de Celular	15. ¿Conque frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa?		
			Beneficios TIC	Beneficios de las TIC	16. ¿Qué beneficios tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa?		

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Escala de Medición
Gestión de calidad	La gestión de calidad se puede definir como una herramienta empresarial estratégica que dirige y controla todos los procesos de la organización. (Sydle, 2022).	La gestión de calidad como nuevo enfoque direccional, permite a las empresas convertirse en organizaciones de avanzada en los puntos de la gestión de los conocimientos, técnicas e implementación de herramientas de calidad, fundamentado principalmente en el recurso más importante, el capital humano y sus conocimientos para controlar y medir el rendimiento de las empresas, de esta manera la verdadera capacidad organizacional no está representada en el total de información con que cuenta sino en la capacidad para usarla (Hernández & Martínez, 2018)	Conocimiento, técnicas e implementación	Conocimiento gestión de calidad	17. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?	Representantes de las Mypes	Nominal
				Técnicas modernas de gestión	18. ¿Qué técnicas modernas de la gestión de calidad conoce?		
				Dificultades de implementación	19. ¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?		
				Rendimiento del personal	20. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce?		
			Control y rendimiento	Control gestión de calidad	21. ¿Existe control en la gestión de calidad?		
				Rendimiento de la empresa.	22. ¿La gestión de la calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?		

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Según Salas (2020), la encuesta es la técnica que se va a utilizar en una investigación para recolectar información respecto a características puntuales.

La técnica que se utilizó para el recojo de información fue la encuesta, la cual estuvo direccionada a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Instrumento

Según menciona Salas (2020), el cuestionario es el instrumento que construye o diseña para recopilar la información una vez identificadas las variables en el problema y objetivos de investigación.

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, elaborado con 22 preguntas dirigidas a los representantes, las micro y pequeñas empresas y a las variables las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante para la Gestión de Calidad. De las cuales 5 fueron sobre las características de los representantes, 4 fueron sobre las características de las Mypes y 13 fueron sobre la gestión de calidad y tecnologías de la información y comunicación.

4.5. Plan de análisis

Hernández y Mendoza (2018) indican que, el plan de análisis se utiliza para evaluar y organizar los datos obtenidos de la aplicación de la técnica con la cual se

recopilo la información. Adicional, ayuda a entender la relación entre las variables utilizadas en la investigación.

Se utilizaron los siguientes programas informáticos:

- Microsoft Excel para realizar la tabulación de la información obtenida con el cuestionario como instrumentos; también fue útil para las tablas y figuras.

- Microsoft Word para realizar la redacción del trabajo de investigación.

- PDF para la presentación final de la investigación.

- Microsoft Power Point para elaborar la presentación en diapositivas y ser utilizadas en la exposición del trabajo de investigación.

- Se utilizo el Turnitin para la verificación de porcentaje de similitud de la investigación anti plagio de nuestro informe.

4.6. Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivos	Variable	Hipótesis	Metodología	Población y Muestra	Técnicas e Instrumentos	Plan de Análisis
Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote 2020	¿Cuál es la propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020?	<p>Objetivo General:</p> <p>Establecer una propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo de Chimbote, 2020.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Determinar las principales características de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020. - Identificar las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020. 	<p>Variable 1: Tecnologías de la información y comunicación .</p> <p>Variable 2: Gestión de calidad.</p>	En el presente estudio de investigación no se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptiva.	Diseño de la investigación No experimental-transversal – descriptivo – de propuesta.	<p>Población - Muestra</p> <p>Se utilizó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.</p> <p>La información se obtuvo a través de la asociación de comerciantes del mercado Modelo.</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>	<p>Se utilizaron los siguientes programas informáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Microsoft Excel. - Microsoft Word. - PDF. - Microsoft Power Point. - Turnitin.

		<p>- Elaborar una propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.</p>						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

4.7. Principios Éticos

Según menciona Espinoza y Calva (2020), la práctica investigativa ceñida a los principios éticos que la rigen además de conducir a resultados confiables y válidos, impactan en la vida personal y profesional del investigador, desarrollando en ellos una ética que trasciende el plano académico e investigativo para convertirse en hábitos de la vida cotidiana.

La presente investigación se realizó bajo los principios ético del documento Código de Ética para la Investigación de la ULADECH Católica (2022):

Protección de las personas: Se protegió a las personas partícipes del trabajo de investigación, conforme a la ley N° 29733 ley de protección de datos de personas, respetando su privacidad, no revelando su identidad, datos personales y evitando tomarle fotografías.

Libre participación y derecho a estar informado: Se aplicó el cuestionario y se hizo las preguntas correspondientes a los participantes, quienes estuvieron de acuerdo, dando su consentimiento verbalmente.

Beneficencia y no-maleficencia: No se les interrumpió en horas de su labor a las personas que participen en el trabajo de investigación, de tal forma, se evitó causarles algún tipo de daño.

Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad, para el proceso de ejecución de encuestas se utilizó el mínimo papel y desarrollo el trabajo virtual y se usó adecuadamente la energía trabajando en horarios establecidos.

Justicia: Se aplicaron las mismas preguntas a todos los participantes de la investigación; así mismo, si cada uno lo deseaba, podían conocer los resultados obtenidos al aplicar el cuestionario.

Integridad científica: Si durante el desarrollo de la investigación, alguno de los participantes se hubiera encontrado en riesgo, como haber revelado por error algún dato personal, se le hubiera informado de manera inmediata.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Referente a los representantes de las micro y pequeñas empresas.

Características de los representantes	N	%
Edad		
18 - 30 años	6	50.00
31 - 50 años	4	33.33
51 a más años	2	16.67
Total	12	100.00
Genero		
Masculino	6	50.00
femenino	6	50.00
Total	12	100.00
Cargo en la empresa		
Representante	10	83.33
Administrador	2	16.67
Total	12	100.00
Horas de trabajo semanal		
48 horas semanales	10	83.33
72 horas semanales	2	16.67
Total	12	100.00
Tiempo en la empresa		
0 a 3 años	5	41.67
4 a 6 años	2	16.67
7 años a mas	5	41.67
Total	12	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Tabla 2

Referente a las características de las micro y pequeñas empresas.

Características de las MYPES	N	%
Tiempo de la empresa en el rubro		
0 a 3 años	1	8.33
4 a 6 años	2	16.67
7 años a mas	9	75.00
Total	12	100.00
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	12	100.00
6 a 10 trabajadores	0	0.00
11 a más trabajadores	0	0.00
Total	12	100.00
Las personas que trabajan en la empresa son		
Familiares	8	66.67
Personas no familiares	4	33.33
Total	12	100.00
Objetivo de creación		
Generar ganancia	10	83.33
Subsistencia	1	8.33
Ser reconocidos	0	0.00
Todas las anteriores	1	8.33
Total	12	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Tabla 3

Características de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Características de las tecnologías de la información y comunicación	N	%
Conoce las TIC		
SI	1	8.33
NO	11	91.67
Tiene cierto conocimiento	0	0.00
Total	12	100.00
Cuenta con una computadora en su empresa		
Si	2	16.67
No	10	83.33
Total	12	100.00
Nivel de conocimiento de una computadora		
Muy bueno	0	0.00
Bueno	3	25.00
Regular	7	58.33
Malo	1	8.33
Muy malo	1	8.33
Total	12	100.00
Usa el internet para las compras de mercadería		
Si	8	66.67
A veces	2	16.67
No	2	16.67
Total	12	100.00
Tipo de redes sociales que utiliza para impulsar la venta de sus productos		
Facebook	5	41.67
WhatsApp	3	25.00
Instagram	0	0.00
Página web	0	0.00
Ninguna	4	33.33
Total	12	100.00

Continua...

Tabla 3

Características de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Características de las tecnologías de la información y comunicación	N	%
Frecuencia con la que emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa		
Siempre	4	33.33
Casi siempre	6	50.00
Algunas veces	2	16.67
Muy pocas veces	0	0.00
Ninguna	0	0.00
Total	12	100.00
Beneficios que tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa		
Incrementar ventas	6	50.00
Hacer conocida la empresa	2	16.67
Identificar las necesidades de la empresa	2	16.67
Ninguna porque no utiliza	2	16.67
Total	12	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Tabla 4

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Características de la gestión de calidad	N	%
Conocimiento del término gestión de calidad		
Si	5	41.67
No	4	33.33
Tiene poco conocimiento	3	25.00
Total	12	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad que utiliza		
Benchmarking	0	00.00
Marketing	4	33.33
Empowerment	0	00.00
Las 5 c	0	00.00
Outsourcing	0	00.00
Otros	8	66.67
Total	12	100.00
Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad		
Poca iniciativa	4	33.33
Aprendizaje lento	3	25.00
No se adapta a los cambios	3	25.00
Desconocimiento del puesto	0	00.00
Otros	2	16.67
Total	12	100.00
Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal		
La observación	10	83.33
La evaluación	1	8.33
Escala de puntuaciones	0	00.00
Evolución de 360°	1	8.33
Otros	0	00.00
Total	12	100.00

Continua...

Tabla 4

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Características de la gestión de calidad	N	%
Existe control en la gestión de calidad		
Si	10	83.33
A veces	1	8.33
No	1	8.33
Total	12	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio		
Si	12	100.00
No	0	0.00
Total	12	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Tabla 5

Propuesta de plan de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Indicadores	Problemas	Causas del Problema	Consecuencias del Problema	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
Capacitaciones en atención al cliente.	El 25% de colaboradores tiene aprendizaje lento y no participa de las capacitaciones de atención al cliente.	Las horas de capacitaciones son fuera del horario laboral por lo que el personal no considera participar.	Personal que labora en la empresa no capacitado en atención al cliente, lo que puede reducir la cantidad de prospectos o clientes potenciales.	Promover la participación del personal en las capacitaciones que brindará la empresa, a través de incentivos, que permiten a los colaboradores entender la importancia de las capacitaciones y como estas van a optimizar su labor.	Representante	S/. 1500.00 / mes
Capacitaciones en gestión de calidad y TIC.	El 25% de colaboradores no se adapta a los cambios y no participa de las capacitaciones	Las horas de capacitaciones son fuera del horario laboral y existe poco entendimiento sobre el tema.	Personal que labora en la empresa no capacitado en gestión de calidad y TIC, lo que puede generar que no exista una buena productividad con	Promover la participación del personal en las capacitaciones que brindará la empresa a través de incentivos, e informar sobre cursos en	Representante	S/. 1000.00 / mes

	en gestión de calidad y TIC.		respecto a la distribución de productos, así como tampoco puede existir un aprovechamiento de las herramientas tecnológicas.	gestión de calidad y TIC con subvención.		
Ventas por redes sociales.	El 41.67% utiliza el Facebook para realizar ventas por lo que no se concretan las ventas por redes sociales.	La poca capacitación del personal en el uso de las redes sociales y estrategias de ventas.	Se puede perder la posibilidad de tener más prospectos y clientes potenciales. Los colaboradores no conocen y no aprovechan la ventaja competitiva de la empresa.	Realizar capacitaciones periódicas en el uso de las redes sociales, además de definir la ventaja competitiva de la empresa y el público objetivo, aspectos fundamentales en la estrategia de ventas.	Representante	S/. 1000.00 / mes
Ventas directas.	Solo el 8.33% de los colaboradores indica que conoce las TIC por lo que las ventas son similares mensualmente.	El personal cumple con la meta similar mensual, pero no están alineados con aumentar las ventas del 10%.	No hay crecimiento económico de la empresa. La utilidad se puede ir reduciendo debido a lo volátil del mercado.	Promover pago de comisiones para el personal que supere la meta de las ventas directas, y así establecer la competencia interna y la superación de las metas mensuales.	Representante	S/. 1200.00 / mes

Nota. Elaboración propia

5.2. Análisis de los resultados

Tabla 1. Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

De acuerdo a la edad de los representantes de las micro y pequeñas empresas, el 50.00% de los encuestados tienen entre 18 a 30 años, (tabla 1) estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación desarrollada por Espinoza (2018) quien menciona que en su estudio encontró que el 44.40% son emprendedores jóvenes que se encuentran en el rango de 29 a 39 años de edad. Pero se contrastan en la investigación de Rosso (2018) el cual indicó que el 45.80% de los representantes tiene de 51 años a más. Se puede entender que los representantes de las Mypes en esta investigación son jóvenes adultos en su mayoría.

Sobre el género de los representantes de las micro y pequeñas empresas, el 50% de los encuestados son de género masculino y el otro 50% femenino, índice que contrasta con Espinoza (2018) quien en su investigación concluyó que el 66.67% son de género masculino y el 33.33% femenino. Se concluye que para esta investigación la cantidad de los representantes de las Mypes están en las mismas proporciones según el género.

Según el cargo en la empresa, el 83.33% de los encuestados son representantes de la empresa, resultado que contrasta con Madueño (2018) quien menciona que el 90.00% son propietarios de las micro y pequeñas empresas. De acuerdo a esto, se entiende que la mayoría de representantes trabaja como vendedor en la Mype.

Sobre las horas de trabajo semanal, el 83.33% de los colaboradores trabaja 48 horas semanales y un 16.67% trabaja 72 horas semanales. De acuerdo a este resultado, se entiende que la mayoría de representantes cumple un horario adecuado de trabajo semanal.

Según el tiempo que desempeñan en la empresa, el 41.67% desempeña el cargo de 0 a 3 años y otro 41.67% de 7 años a más, índices que contrastan con Madueño (2018) quien concluye que el 100% de los representantes tiene de 7 a más años en el rubro. Esto indica, que en la presente investigación existe un grupo de representantes que tiene pocos años de trabajo, así como también otro grupo tiene más de 7 años trabajando en el rubro.

Tabla 2. Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

De acuerdo al tiempo de permanencia de la empresa en el rubro, el 75.00% de los encuestados respondieron que la empresa tiene de 7 años a más de permanencia en el mercado, dato que se asemeja con Salazar (2019) quien concluye que el negocio tiene más de 7 años de permanencia en el rubro. Se concluye que la mayoría de las empresas en este rubro tiene buena experiencia de trabajo y gracias a ello beneficia su gran tiempo en el mercado.

Sobre el número de trabajadores, el 100% de los encuestados respondieron que las Mype tiene de 1 a 5 trabajadores, índice que se asemeja a Salazar (2019) quien concluyo que el 69.23% tiene entre 1 a 5 colaboradores, pero contrasta con Espinoza

(2018) quien concluyo que el 55.60% tiene entre 5 a 8 colaboradores permaneciendo en el rubro. De acuerdo a esta información, se entiende que todas las Mypes del rubro y sector investigado tiene una fuerza de trabajo inferior a 5 personas.

Según las personas que trabajan en la empresa, el 66.67% respondió que las personas que trabajan en la empresa son familiares, y un 33.33% de los colaboradores son no familiares. Este resultado concluye que, la mayoría de las empresas en estos rubros están creadas y funcionan bajo un entorno familiar el cual permite tener más seguridad para ellos ya que su entorno es netamente personas cercanas.

Sobre el objetivo de creación, el 83.33% respondió que el objetivo de creación de la Mype es para generar ganancias, dato que coincide con Cueto (2017) quien concluyo que el 100% fue creada para generar ganancias y dar empleo a la comunidad. De acuerdo a esta pregunta de investigación, la mayoría de las Mypes en este rubro se crean para generar ganancias, la mayoría son emprendedores en busco de incrementar sus ingresos y crecer.

Tabla 3. Características de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Según el conocimiento de las Tic, el 91.67% de los encuestados no conoce las tecnologías de información y comunicación. Estos datos se contrastan con lo hallado por Madueño (2018) quien encontró que el 90.00% conoce el significado de TIC. Se observa que casi todos los trabajadores de las Mypes de este sector no están alineados ni conoce las tecnologías de información y comunicación.

De acuerdo a si cuentan con una computadora en su empresa, el 83.33% de los representantes encuestados no cuenta con una computadora en su empresa. Estos resultados coinciden con lo hallado por Salazar (2019) quien encontró que el 84.62% no cuentan con una computadora en la empresa. Con los resultados de la siguiente pregunta se ratifica lo señalado en la pregunta anterior, donde los trabajadores no conocen las Tic y es en gran medida porque la mayoría no utilizan una computadora para sus negocios.

Sobre el nivel de conocimiento de una computadora, el 58.33% de los encuestados manifiesta que tiene regular conocimiento, el 25.00% manifiesta que es bueno su conocimiento de una computadora, un 8.33% es malo en el conocimiento de una computadora y otro 8.33% muy malo a nivel de conocimiento. De acuerdo a lo encontrado, la mayoría de los trabajadores tiene un regular conocimiento, hecho que dificulta la utilización de la misma en el desarrollo del negocio.

Según el uso el internet para las compras de mercadería, el 66.67% de los encuestados si usa internet para realizar sus compras, un 16.67% a veces le da uso al internet y por último un 16,67% no usa el internet para realizar comprar de su mercadería. Esto contrasta con Salazar (2019) quien manifiesta que el 61.54% no hacen uso del internet para ejecutar sus compras. De acuerdo a lo encontrado, podemos decir que no todos utilizan el internet para sus compras, esto les dificulta el avance.

Sobre qué tipo de redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos, el 41.67% de los encuestados utilizan el Facebook para promocionar sus ventas, estos resultados contrastan con los de Salazar (2019) quien manifiesta que el 61.54% no

utilizan ninguna red social. Con los resultados encontrados, se entiende que no todos utilizan las redes sociales para impulsar sus ventas.

De acuerdo a la frecuencia de emplear su teléfono para coordinar asuntos de su empresa, el 50.00% de los encuestados casi siempre utiliza su teléfono para coordinaciones de la empresa, estos resultados contrastan con Salazar (2019) donde nos manifiesta que el 46.15% siempre hacen el uso del teléfono para coordinar sus compras. Se entiende que la mayoría usa el teléfono para coordinar asuntos de la empresa.

Según el beneficio que tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa, el 50.00% de los encuestados nos manifiesta que logro incrementar sus ventas, esto coincide con Cueto (2017) quien manifiesta que gracias a uso de las TIC ayuda al crecimiento de la empresa. La mayoría de los encuestados tiene claro que gracias al uso de las TIC han incrementado sus ventas.

Tabla 4. Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

De acuerdo a si conoce el término gestión de calidad, el 41.67% si tiene conocimiento del término gestión de calidad, dato que coincide con Salazar (2019) que menciona que el 46.15% reconoce el termino de gestión de calidad, además se asemeja a Madueño (2018) en donde afirma que el 50.00% conoce el termino de gestión de calidad. Se puede concluir que, menos de la mitad de los trabajadores en este rubro

investigado como sobre gestión de calidad, y es una constante en otros rubros e investigaciones.

Sobre las técnicas modernas de gestión de calidad que utilizan, el 66.67% utilizan otros métodos para impulsar las ventas de sus productos, y un 33.33% utiliza el marketing para impulsar sus ventas. Se observa que la mayoría desconoce las técnicas principales de gestión de calidad y utiliza otras técnicas básicas o no utilizan ninguna técnica.

Según las dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad, el 33.33% de los encuestados tiene poca iniciativa para la implementación de la gestión de calidad, estos datos se contrastan con lo hallado por Espinoza (2018) quien encontró que un 44.44% de los empresarios están comprometidos con la calidad y mejora continua y se fomenta la innovación. De acuerdo a la pregunta, se entiende que la mayor dificultad que tiene el personal para adecuarse al cambio es su iniciativa, ya que la mayoría trabaja bajo un enfoque tradicional y no aplica los procesos de administración. No siendo una limitante para adquirir compromiso con su trabajo.

Sobre las técnicas para medir el rendimiento del personal, el 83.33% mide el rendimiento del personal con la observación, estos resultados coinciden con lo hallado por Salazar (2019) quien determino que el 53.85% mide el rendimiento del personal a través de las observaciones. Se concluye que el personal solo es supervisado a través de la observación y no se aplican técnicas que pueden brindar datos más específicos.

De acuerdo a la existencia de control en la gestión de calidad, el 83.33% de los encuestados manifiesta que si existe control en la gestión de calidad. un 8.33% a veces existe control y otro 8.33% nos manifiesta que no existe control en la gestión de

calidad. Se entiende que, por más básica que este la gestión de calidad aplicada en las Mypes, la mayoría de los trabajadores están siendo constantemente controlados en su aplicación.

Sobre la gestión de calidad y su contribución a mejorar el rendimiento del negocio, el 100.00% de los encuestados manifiestan que si la gestión de calidad contribuye a la mejora del rendimiento del negocio. Esto coincide con Madueño (2018) quien manifiesta que el 100.00% cree que la gestión de calidad es importante para su negocio. Se entiende que todos los trabajadores saben que haciendo cambios y aplicando un sistema de trabajo en función de la gestión de calidad, el negocio debe mejorar.

VI. CONCLUSIONES

La mayoría de representantes en este sector no conoce las tecnologías de información y comunicación, de igual manera no cuentan con una computadora en su empresa, además, tiene regular conocimiento y manejo de una computadora, y no todos utilizan adecuadamente el internet para realizar compras. Por el lado de las redes sociales, una minoría la utiliza para promocionar sus ventas, sin embargo, la mayoría casi siempre utiliza el teléfono para coordinaciones de la empresa. Sumado a ello, el personal no participa de capacitaciones que pueda realizar la empresa y mucho menos de manera particular para mejorar los conocimientos el aprovechamiento de la tecnología las redes sociales, entre otros. Se entiende, que, haciendo uso de las TIC, las empresas pueden tener ventaja competitiva, aumentar sus canales de comunicación, captar clientes potenciales e incrementar sus ventas.

La mayoría de los representantes no conoce el termino gestión de calidad, y no utiliza técnicas modernas de gestión de calidad a excepción del Marketing. También se determinó que una buena proporción de colaboradores tiene poca iniciativa para implementar un sistema de gestión de calidad, así como también se evidencia que el personal está poco capacitado en el manejo de la gestión de calidad y procesos. Por otro lado, para medir el rendimiento del personal y controlar a los colaboradores, en su mayoría indican que solo se usa la técnica de observación, ante esto se entiende que no hay una correcta evaluación del desempeño. Los representantes coinciden en que la gestión de calidad mejora el rendimiento del negocio. Es importante entender que el control en los negocios y las técnicas de supervisión deben ir más allá de la observación, con indicadores cuantitativos.

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron en la investigación, se realizó un plan de mejora que tiene como misión mejorar las micro y pequeñas empresas del sector a nivel tecnológico, que cuenten con buenas prácticas de ventas, optimizar la experiencia del consumidor para que tanto los colaboradores como los clientes perciban el servicio de calidad. Así mismo, el plan tiene como objetivos empresariales ofrecer una atención personalizada a cada cliente, registrar las ventas en una base de datos que permita gestionar la información de manera periódica, tener el personal capacitado que sea ágil en la aplicación de la gestión de calidad y tecnologías de la información brindando alternativas virtuales de compra a los consumidores por redes sociales.

VII. RECOMENDACIONES

Promover la participación del personal en las capacitaciones en gestión de calidad y tecnologías de información y comunicación que brindará la empresa, a través de incentivos, que permitan a los colaboradores entender la importancia de las capacitaciones y como estas van a optimizar su labor. Esto permitirá implementar un mejor sistema de gestión de calidad y mejorar los procesos impactando directamente en las funciones del personal y la gestión de base de datos.

Realizar capacitaciones periódicas en el uso de las redes sociales, además de definir la ventaja competitiva de la empresa y el público objetivo, aspectos fundamentales en la estrategia de ventas. También se puede enfocar en el manejo del Google Drive, para que los colaboradores puedan aprovechar mejor su tiempo y recursos tecnológicos. Esto permitirá captar más clientes y posibilidades de expansión.

Promover pago de comisiones para el personal que supere la meta de las ventas directas, y así establecer la competencia interna y la superación de las metas mensuales. Esto permitirá mejorar la producción y utilidades de la empresa, haciendo un uso óptimo de los recursos y así poder llegar a más clientes.

Plan de mejora

Datos generales

Nombre o razón social: Micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas.

Dirección: Mercado Modelo del Distrito de Chimbote

Nombre del Representante: Dueños de las empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas.

Visión

Ser reconocidos a nivel de la provincia de santa como una empresa líder por la gestión de calidad y tecnología en su proceso de ventas, caracterizándonos por atender con productos de buena calidad y satisfacer a nuestros clientes.

Misión

Somos una empresa del sector comercio comprometidos con la tecnología, las buenas prácticas de ventas, y la optimización de la experiencia del consumidor, que permite que tanto los colaborados como los clientes perciban el servicio de calidad.

Objetivos Empresariales

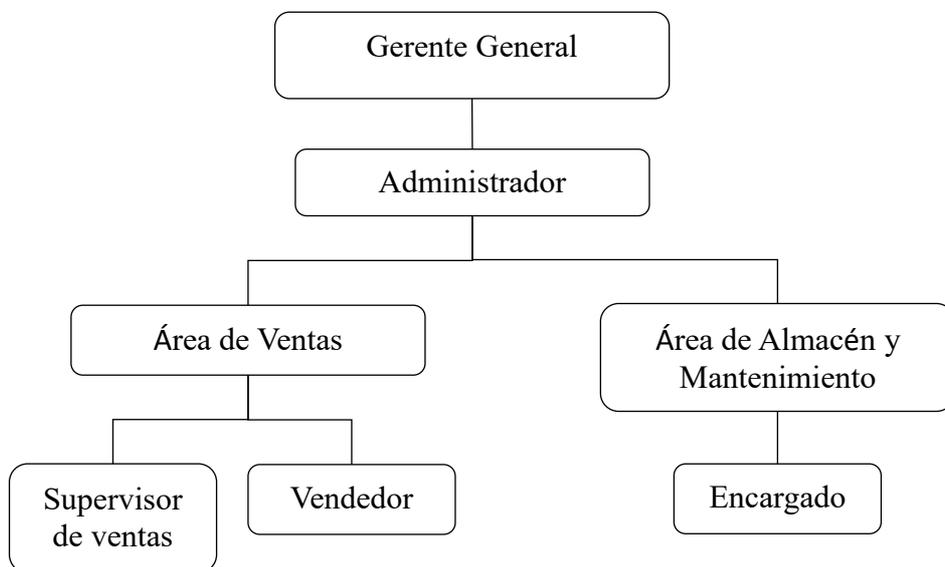
- Ofrecer una atención personalizada a cada cliente de forma atenta y confiable.
- Registrar todas las ventas en una base de datos que permita gestionar la información, de manera semanal, quincenal y mensual.
- Tener personal capacitado que sea ágil en la aplicación de la gestión de calidad y tecnologías de la información.

- Brindar alternativas virtuales de compra a los consumidores como por Whatsapp o Facebook.

Productos y/o Servicios

Ofrecer una experiencia optima en la venta de calzado, para las mujeres que compran en el mercado Modelo del distrito de Chimbote

Organigrama



Descripción de funciones

Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado, Bachiller o Técnico en Administración. - Experiencia y conocimiento en el rubro.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar, organizar, dirigir, controlar, asegurando el crecimiento de la microempresa. - Liderar y hacer seguimiento al cumplimiento de las funciones del supervisor, de los vendedores y del encargado de almacén y mantenimiento. - Velar por la situación financiera de la microempresa.

	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar los cobros y aperturas y cierre de caja, asimismo realizar el arqueo. - Velar por la capacitación continua de los trabajadores. - Otras funciones de necesidad de la microempresa determinadas por el Dueño.
Cargo	Supervisor de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios básicos completos. - Experiencia en el rubro y proactivo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar las ventas interactuando con los clientes. - Atender las solicitudes de compra por redes sociales. - Registrar sus ventas en la base de datos. - Verificar el cumplimiento de las funciones del vendedor - Llevar el control de las ventas diarias, y hacer informe según los resultados de los indicadores de venta.

Cargo	Vendedor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios básicos completos e incompletos. - Experiencia en el rubro y proactivo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar las ventas interactuando con los clientes. - Registrar sus ventas en la base de datos.

Cargo	Encargado de almacén y mantenimiento.
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios básicos completos e incompletos. - Experiencia en el rubro
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar el inventario de las compras adquiridas por la empresa y su ubicación en el almacén - Limpieza de los ambientes de la empresa. - Ordenar según posición designada tanto los productos en exhibición como los materiales de la empresa.

Diagnostico empresarial

	FORTALEZA	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	F1. Brindan una buena atención al cliente. F2. Atención rápida en la toma de pedidos F3. Atención personalizada a los clientes logrando así la fidelización de ellos	D1. Desconocen los procesos de gestión de calidad. D2. Falta de capacitación a su personal en temas de gestión de calidad y sus técnicas. D3. No hay supervisión a los procesos del negocio.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1. Diversidad de profesionales en las áreas que requiere el negocio. O2. Uso de las TIC para la difusión del negocio. O3. Localización accesible para los clientes.	F1, F2, F3, O1: Mejorar los conocimientos de los colaboradores a través de capacitaciones que amplíen sus técnicas en atención al cliente.	D1, D2, O1, O2: Realizar un plan de capacitaciones a los colaboradores en temas de gestión de calidad
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. Incremento de negocios del mismo rubro en la zona. A2. La competencia ofrece a menores precios sus productos A3. Tendencias nuevas en la alimentación.	F1, F2, F3, A1, A2: Plantear estrategias para hacer frente a la competencia, utilizando los recursos humanos con los que cuenta la empresa.	D1, D2, A1, A2: Elaborar un plan de mejora para hacer frente a los problemas que puedan presentarse en el transcurso del funcionamiento del negocio

Indicadores de Gestión

Indicadores	Evaluación De Los Indicadores Dentro De Las Mypes
Capacitaciones en atención al cliente.	Tener por lo menos 3 capacitaciones al personal para mejorar las técnicas en atención al cliente.
Capacitaciones en gestión de calidad y TIC.	Tener por lo menos 2 capacitaciones al personal para mejorar la gestión de calidad y el uso de TIC que se aplica en la empresa.
Ventas por redes sociales.	Establecer una meta de 20 ventas por redes sociales mensualmente.
Ventas directas.	Establecer una meta 10% de ventas directas más que el mes anterior.

Problemas

Indicadores	Problema	Surgimiento Del Problema
Capacitaciones en atención al cliente.	El 25% de colaboradores tiene aprendizaje lento y no participa de las capacitaciones de atención al cliente.	Las horas de capacitaciones son fuera del horario laboral por lo que el personal no considera participar.
Capacitaciones en gestión de calidad y TIC.	El 25% de colaboradores no se adapta a los cambios y no participa de las capacitaciones en gestión de calidad y TIC.	Las horas de capacitaciones son fuera del horario laboral y existe poco entendimiento sobre el tema.
Ventas por redes sociales.	El 41.67% utiliza el Facebook para realizar ventas por lo que no se concretan las ventas por redes sociales.	La poca capacitación del personal en el uso de las redes sociales y estrategias de ventas.
Ventas directas.	Solo el 8.33% de los colaboradores indica que conoce las TIC por lo que las ventas son similares mensualmente.	El personal cumple con la meta similar mensual, pero no están alineados con aumentar las ventas del 10%.

Establecer soluciones

Establecer acciones

Indicadores	Problema	Acción de Mejora
Capacitaciones en atención al cliente.	El 25% de colaboradores tiene aprendizaje lento y no participa de las capacitaciones de atención al cliente.	Promover la participación del personal en las capacitaciones que brindará la empresa, a través de incentivos, que permiten a los colaboradores entender la importancia de las capacitaciones y como estas van a optimizar su labor.
Capacitaciones en gestión de calidad y TIC.	El 25% de colaboradores no se adapta a los cambios y no participa de las capacitaciones en gestión de calidad y TIC.	Promover la participación del personal en las capacitaciones que brindará la empresa a través de incentivos, e informar sobre cursos en gestión de calidad y TIC con subvención.
Ventas por redes sociales.	El 41.67% utiliza el Facebook para realizar ventas por lo que no se concretan las ventas por redes sociales.	Realizar capacitaciones periódicas en el uso de las redes sociales, además de definir la ventaja competitiva de la empresa y el público objetivo, aspectos fundamentales en la estrategia de ventas.

Ventas directas.	Solo el 8.33% de los colaboradores indica que conoce las TIC por lo que las ventas son similares mensualmente.	Promover pago de comisiones para el personal que supere la meta de las ventas directas, y así establecer la competencia interna y la superación de las metas mensuales.
------------------	--	---

Estrategias que se desean implementar

N.º	Acción de Mejora	Dificultad	Plazo	Impacto	Priorización
1	Promover la participación del personal en las capacitaciones de atención al usuario que brindará la empresa, a través de incentivos, que permiten a los colaboradores entender la importancia de las capacitaciones y como estas van a optimizar su labor.	Falta de compromiso por parte del personal	6 meses	Excelente servicio de atención al cliente.	Programar y realizar reuniones laborales.
2	Promover la participación del personal en las capacitaciones que brindará la empresa a través de incentivos, e informar sobre cursos en gestión de calidad y TIC con subvención.	Falta de compromiso por parte del personal	6 meses	Optimización de los recursos, mediante una adecuada gestión de calidad y manejo de TIC.	Mejorar la comunicación interna de los trabajadores.
3	Realizar capacitaciones periódicas en el uso de las redes sociales, además de definir la ventaja competitiva de la empresa y el público objetivo, aspectos fundamentales en la estrategia de ventas.	No se define claramente la ventaja competitiva de la empresa.	3 meses	Reconocer la ventaja competitiva de la empresa y dar a conocer a través de las redes sociales a los clientes potenciales.	Generar confianza en el público en modalidad virtual.
4	Promover pago de comisiones para el personal que supere la meta de las ventas directas, y así establecer la competencia interna y la superación de las metas mensuales.	No se define adecuadamente los montos de las comisiones	2 meses	Maximización de ventas directas y superación de metas.	Fidelizar colaboradores y clientes.

Recursos para la implementación de estrategia

N°	Estrategias	Recurso Humano	Presupuesto	Tecnología	Tiempo
1	Elaborar plan de incentivos para la participación en las capacitaciones de atención al cliente, gestión de calidad y TIC.	Administrador Especialista Externo	S/. 1500.00 / mes	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo.	6 meses
2	Establecer convenio con instituciones educativas para que el personal acceda con facilidades a cursos específicos.	Administrador	S/. 1000.00 / mes	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo.	6 meses
3	Programar reuniones periódicas para definir ventaja competitiva de la empresa.	Administrador	S/. 1000.00 / mes	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo.	3 meses
4	Elaborar presupuesto de comisiones por ventas.	Jefe de Ventas Administrador	S/. 1200.00 / mes	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo.	2 meses

Cronograma de Actividades

N°	Tarea	Inicio	Final	Año 2022													
				E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
1	Elaborar y ejecutar plan de incentivos para la participación en las capacitaciones de atención al cliente, gestión de calidad y TIC.	01/01/2022	30/01/2022	X	X	X	X	X	X								
2	Establecer convenio con instituciones educativas para que el personal acceda con facilidades a cursos específicos.	01/01/2022	30/01/2022	X	X	X	X	X	X								
3	Programar reuniones periódicas para definir ventaja competitiva de la empresa.	01/01/2022	31/03/2022	X	X	X											
4	Elaborar presupuesto de comisiones por ventas.	01/01/2022	28/02/2022	X	X												

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

9000:2015, I. (2015). *Sistema de gestion de calidad*. Obtenido de Online Browsing Platform (OBP): <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-3:v1:es:term:3.2.5>

Alvarado López , M. C., & Arcos Pacaya , C. M. (2020). "*Gestion de las tecnologias de la informacion y comunicacion en el desempeño de las empresas de calzado en la ciudad de Ambato*". Ambato-Ecuador : Universidad tecnica de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/31818/1/628%20OE.pdf>

ASEP (Asociación de emprendedores del Perú). (17 de noviembre de 2015). Importancia de las MYPES. *ASEP (Asociación de emprendedores del Perú)*. Obtenido de <https://asep.pe/index.php/mypes-aponan-el-40-del-pbi/>

Calixto Méndez, C. C. (2017). "*Avance de la tecnologia y su impacto en el comercio internacional de mexico*". Obtenido de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/80007/Tesis_final_Cinthya_Calixto_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Calle Quispe, E., & Paillo Calle, L. (2018). *Microempresa comercializadora de productos de micro riego para el sector agropecuario de patacamaya SIRGEL SRL*. La Paz - Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/22803>

- Carrasco Deyra , E. L. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercio- rubro ópticas de la ciudad de Sullana, año 2018*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10562>
- Chacón Cantos , J., & Rugel Kamarova, S. (2018). Teorías, Modelos y Sistema de gestión de calidad. *Espacios*, 14. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/a18v39n50p14.pdf>
- Condori - Ojeda, P. (2020). *Universo, población y muestra*. Acta Académica. Obtenido de <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>
- Cueto Charcape, A. (2019). *Gestión de calidad con el uso de las tecnologías de la información y comunicación con una propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro veterinarias del jirón José Olaya del distrito de Chimbote 2017*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14864>
- De Vicente Núñez, D. (2017). *Impacto de las tecnologías de la información en la productividad del establecimiento comercial minorista*. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/40852/1/T38264.pdf>
- Escalante Ramos , E. (2016). Promulgan ley n°30056 que modifica la actual ley MYPE y otras normas para las micro y pequeñas empresas. Obtenido de <https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y-otras-normas-para-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Espinosa Meléndez , S. L. (2018). *Gestión bajo el enfoque de uso de las TIC, en las MYPES del sector comercial rubro atención a distribuidoras, ciudad de*

pucallpa, año 2018. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5883/GESTION_DE_CALIDAD_TECNOLOGIAS_DE_INFORMACION_ESPINOSA_MELENDEZ_SANDRO_LUIS.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Espinoza Freire, E. E., & Calva Nagua, D. X. (2020). La ética en las investigaciones educativas. *Revista Universidad y Sociedad*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s2218-36202020000400333

Ferraro, C., & Rojo, S. (2018). *Las MYPYMES en america latina y el caribe. una agenda integrada para promover la productividad y la formalización*. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_654249.pdf

Fischman, F. (2019). La importancia de las PYMES en el Perú. *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-peru>

Garcia, A. M., & Gil Saura, I. (2016). Innovar el comercio minorista : influencia de las TIC y sus efectos en la satisfacción del cliente. Obtenido de <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/CG/article/viewFile/18928/16927>

Gestion de Calidad, t. (14 de octubre de 2010). *este trabajo de investigacion tiene como objetivo general analizar la gestion de calidad en las empresas del sector azucarero en el occidente de venezuela, segun los principios de calidad de las normas ISO 9000, version 2000*. Obtenido de <http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.com/>

Guevara Escudero , N. J. (2019). *"Gestion de calidad para las pymes del sector calzado en el cantón cevallos"*. Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29502/1/543%20O.E..pdf>

Gutierrez Gomez, y. k. (2016). *Caracterizacion de la gestion de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de ropa para damas del centro comercial alfa, chimbote, 2013*. chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/962/GESTION_DE_CALIDAD_GUTIERREZ_GOMEZ_YANINA_KAREN.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Hernández - Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Mc Graw Hill. Obtenido de https://www.academia.edu/44551333/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTAS_CUANTITATIVA_CUALITATIVA_Y_MIXTA

Hernández Gorrín, A. (5 de Diciembre de 2011). *Economía TIC*. Obtenido de Concepto de TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación: <https://eonomiatic.com/concepto-de-tic/>

Hernandez palma, H., Barrios Parejo, I., & Martínez Cierra, D. (2018). *Gestion de Calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. *univercidad libre de colombia*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/327197050_Gestion_de_la_calidad_elemento_clave_para_el_desarrollo_de_las_organizaciones

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2017). *Metodología de la Investigación*. Mexico DF: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández-Fuentes, S. N., & Sánchez-Mojica, K. Y. (2017). Innovación y competitividad: micro y pequeñas empresas del sector agroindustrial en Cúcuta. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 8(1), 23–33. Obtenido de <https://doi.org/10.19053/20278306.v8.n1.2017.7368>
- Lirzarzaburu Bolaños , E. (2016). La gestion de calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133006.pdf>
- Madueño Reyes , R. (2018). *Gestion de calidad con el uso de las tecnologias de la informacion y la comunicacion de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro librerias en el centro del distrito de nuevo chimbote 2016*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8283>
- Ministerio de la Producción, P. (2017). *Estadística de las micro, pequeña y mediana empresa*. Obtenido de <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Monroy Mejía, M. d., & Nava Sanchezllanes, N. (2018). *Metodología de la Investigación*. Exodo. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/learningbyhelping/titulos/172512>

Noreña, D. (8 de Enero de 2019). *Gestion* . Obtenido de <https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/?ref=gesr>

Pacherres Rojas , G. (17 de 11 de 2019). *Emprender* . Obtenido de *Emprender* : <https://emprender.pe/peru-micro-y-pequenas-empresas-generan-el-47-del-empleo/>

Panera Moreno , Y. M., & Bautista Bautista, L. A. (2016). *PERÚ Tecnologías de información y comunicacion en las empresas EEA 2014*. Lima: INEI. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaes/Est/Lib1348/Libro.pdf

Real Academia Española. (2022). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/representante>

República, C. d. (2003). *Ley N° 28015. Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa*. Lima. Obtenido de <https://www4.congreso.gob.pe/comisiones/2002/discapacidad/leyes/28015.htm>

Rodríguez Martínez , J. (2018/2019). *Impacto de las TIC y redes sociales en las empresas*. Colombia: Univercidad politecnica de cartagena. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/xmlui/bitstream/handle/10317/7914/tfg-vil-imp.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rosso Orbeagozo, R. R. (2018). *Gestion de calidad con el uso de las TIC en las MYPES sector comercio, rubro venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos en comercios no especializados del pueblo Joven San Francisco de Asis, distrito*

de chimbote, provincia del santa, año 2017. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14631>

Salas Ocampo, D. (23 de junio de 2020). La encuesta y el cuestionario. *Investigalia*. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>

Salazar Castro, V. (2019). *Gestion de calidad con el uso de tecnologia de información y comunicación y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ferretería ciudad de juanjuí 2019.* Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/11119/CALIDAD_COMUNICACION_SALAZAR_CASTRO_VERONICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Slusarczyk Antosz, M. (2015). Estudio de aplicación de las TIC en las PYMES. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico.* Obtenido de <https://ojs.3ciencias.com/index.php/3c-empresa/article/view/235>

Sydle. (26 de 04 de 2022). Obtenido de <https://www.sydle.com/es/blog/gestion-de-calidad-60ad5735ffc5ec4b80a0491d/>

Turriate Lopez, A. (2017). *"Gestion de calidad con el uso de las TICS en la micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro librería del distrito de santa en el año 2016".* Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16322>

Valderrama Villanueva, S. D. (2015). *Gestión de calidad y competitividad de las Mypes del sector comercio - rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014.* Trujillo. Obtenido de

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8533/CALIDAD_COMPETITIVIDAD_VALDERRAMA_VILLANUEVA_SANDY_DAYANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Velez Castelo, M. C. (2017). *Plan de marketing : lanzamiento del Servicio de Central de Compras y Servicios (CCS) FERRIMAX para el sector ferreterías independientes del Ecuador*. Universidad de San Andrés. Escuela de Negocios. Obtenido de <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/handle/10908/15954>

ANEXOS

Anexo I: Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2020								Año 2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X														
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación			X													
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor				X												
5	Mejora del marco teórico					X											
6	Redacción de la revisión de la literatura						X										
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación									X							
10	Conclusiones y recomendaciones										X						
11	Redacción del pre informe de Investigación.											X	X				
12	Redacción del informe final																
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación																
14	Presentación de ponencia en eventos científicos																
15	Redacción de artículo científico																

Anexo 2: Presupuesto de la Investigación

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Suministros			
• Lápiz	0.50	8	4.00
• Cuaderno	2.00	10	20.00
• Block de Notas	5.00	2	10.00
• Folder de Manila	0.50	12	6.00
• Sobre de Manila	0.70	12	8.40
• Micas	0.50	16	8.00
• USB 8 gb	25.00	2	50.00
• Impresiones	8.00	1	8.00
• Fotocopias	6.00	1	6.00
• Empastado	-	-	0.00
• Papel bond A-4 (500hojas)	10.00	1	10.00
• Lapiceros	1.00	8	8.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			188.40
Gastos de viaje			
• Pasaje para recolectar información	3.00	10	30.00
Sub total			30.00
Total de presupuesto desembolsable			218.40
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital – LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Modulo 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	4.00	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			870.40

Anexo 3: Cuadro de sondeo

CUADRO DE SONDEO		
N°	Nombre de los representantes de las micro y pequeñas empresas	Dirección: Mercado modelo Chimbote N° de Stand
1	PILAR RUGEL SALDERRIAGA	465
2	MATILDE ROJAS VASQUEZ	49-50
3	RAUL MESA SERRANO	184
4	DEYSI CORTEZ	220
5	KAROL MANZO IPARRAGUIRRE	368
6	ELVIS BONIFACIO AGUIRRE	351
7	SOFIA BARRON SANCHEZ	165-167
8	WENDY SIANCAS ATOCHE	163-164
9	VICENTE MEZA SOLANO	367
10	YURI BERMUDEZ ROBLE	760
11	SEGUNDO ESPINAR MARIÑOS	5812
12	JEAN FRANCO ZEGARRA AGUILAR	465

Anexo 4: Consentimiento informado


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, año 2020. Y es dirigido por Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: beneficiar con esta información a los representantes de las Mypes

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico o por WhatsApp Si desea, también podrá escribir al correo investigacion@ucalca.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación: # Español 700

Nombre: Yuri Bermudez Robles / RUC: 20445560066

Fecha: 10-10-2020

Correo electrónico: bermudezyuri82@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información): Carmelina

Bermudez
41238336

RUC:

CEI VERSION 001 Aprobado 24-07-2020



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, año 2020. Y es dirigido por Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarías investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: beneficiar con esta información a los representantes de las Mypes

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico o por WhatsApp Si desea, también podrá escribir al correo catclaboth09@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Wendy Siancas Atoche /slon: 163-164

Fecha: 10-10-2020

Correo electrónico: no tiene

Firma del participante: [Firma] 75133707 957462249

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



PROCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, año 2020. Y es dirigido por Dr. Centurión Medina, Reinerio Zacarias investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: beneficiar con esta información a los representantes de las Mypes

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de su correo electrónico o por WhatsApp Si desea, también podrá escribir al correo cateluzabeth.09@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Pilar Rigel Saldarriaga / RUC : 10428462535
Fecha: 10-10-2020
Correo electrónico: no tiene
Firma del participante: [Firma]
Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CUESTIONARIO DEL PROYECTO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**Encuesta dirigida a los colaboradores de las tiendas de calzado para damas del
mercado modelo distrito de Chimbote, 2020.**

Instrucciones: Nos dirigimos a usted para solicitar su colaboración en el llenado del presente cuestionario, el mismo que lo beneficiara en la mejora de su organización. Le manifestamos nuestro sincero agradecimiento por anticipado, garantizándole la confiabilidad de la misma.

I. GENERALIDADES

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

1. Edad

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

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. Cargo en la empresa

- a) Ventas
- b) Almacén
- c) Caja

4. Horas de trabajo semanal

- a) 48 horas semanales
- b) 72 horas semanales

5. Tiempo en la empresa

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

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

6. Tiempo de la empresa en el rubro

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

7. Número de Trabajadores

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

8. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares.

9. Objetivo de creación

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia
- c) Ser reconocidos
- d) todas las anteriores

II VARIABLES

2.1. REFERENTE A LAS TIC

10. ¿Conoce las TIC?

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

11. ¿Cuenta con una computadora en su empresa?

- a) Si

b) No

12. ¿Nivel de conocimiento de computación?

a) Muy bueno

b) Bueno

c) Regular

d) Malo

e) Muy malo

13. ¿Usa el internet para las compras de mercadería?

a) Si

b) A veces

c) No

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

a) Facebook

b) WhatsApp

c) Instagram

d) Página web

e) Ninguna

15. ¿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) Ninguna

16. ¿Qué beneficios tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa?

a) Incrementar ventas

b) Hacer conocida la empresa

c) Identificar las necesidades de la empresa

d) Ninguna por que no utiliza

2.2. REFERENTE A LA VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

17. ¿Conoce el término Gestión de Calidad?

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

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

- a) Benchmarking
- b) Marketing
- c) Empowerment
- d) Las 5 c
- e) Outsourcing
- f) Otros

19. ¿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

20. Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:

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

21. Existe control en la gestión de calidad

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

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

- a) Si
- b) No

Anexo 6: Declaración jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo, CATERIN ELIZABETH VILLACORTA PUELLES, identificado (a) con DNI 47462777 y código de estudiante 2611162010 de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

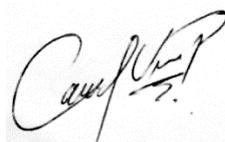
Declaro bajo juramento que:

Los datos presentados en los resultados de la investigación son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Los resultados fueron obtenidos de los representantes de las micro y pequeñas empresas quienes participaron en la encuesta en forma voluntaria para realizar la investigación titulada: Propuesta de mejora de las tecnologías de la información y comunicación como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020. Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la investigación y no presenta ningún conflicto de intereses. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a tercero, de cualquier daño que pudiera ocasionar tanto a LA UNIVERSIDAD como a terceros, por el incumplimiento de lo declarado. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados de incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del Trabajo de investigación.

De identificarse plagio, falsificación o manipulación de datos en la investigación asumo las consecuencias y sanciones que mi acción se deriven sometiéndose a la normatividad vigente de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Lugar y fecha: Chimbote, 02 de enero del 2023



CATERIN ELIZABETH VILLACORTA PUELLES

47462777

Anexo 7: Validación del instrumento de recolección de datos

Juicio de Experta: Dra. Gisela Benites Pacherres



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO:									
PROPUESTA DE MEJORA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO PARA DAMAS DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2020									
AUTOR:									
VILLACORTA PUELLES CATERIN ELIZABETH									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
N°	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el estudio?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso/agresivo?		¿Se necesita más ítems para medir el constructo?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
HABILIDADES COMPLEMENTARIAS									
1	Edad	X			X	X			X
2	Genero	X			X	X			X
3	Cargo en la empresa	X			X	X			X
4	Horas de trabajo semanal	X			X	X			X
5	Tiempo que desempeña en la empresa	X			X	X			X
6	Tiempo de la empresa en el rubro	X			X	X			X
7	Número de Trabajadores	X			X	X			X
8	Las personas que trabajan en su empresa son:	X			X	X			X
9	Objetivo de creación	X			X	X			X
OBJETIVO COMÚN									
10	¿Conoce las TIC?	X			X	X			X
11	¿Cuenta con una computadora en su empresa?	X			X	X			X
12	¿Nivel de conocimiento en computación?	X			X	X			X
13	¿Usa el internet para compras de mercadería?	X			X	X			X



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

14	¿Qué tipo de redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos?	X			X	X			X
15	¿Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa?	X			X	X			X
16	¿Qué beneficios tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa?	X			X	X			X
17	¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	X			X	X			X
18	Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:	X			X	X			X
19	¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?	X			X	X			X
20	Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	X			X	X			X
21	Existe control en la gestión de calidad	X			X	X			X
22	¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X			X	X			X

Chimbote, 15 de junio del 2021.

 UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
DE CHIMBOTE

Dra. Gisela Benites Pacherras
COORDINADORA DE FILIALES A NIVEL NACIONAL

Dra. Gisela Benites Pacherras

CLAD N° 05613



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Gisela Benites Pacherras identificado con DNI N° 40708897 Licenciada en Administración, con Carnet de Colegio CLAD N° 9310

Por medio de la presente, hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos para la encuesta, elaborado por la tesista Villacorta Puelles Caterin Elizabeth, con DNI N° 47462777, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: “PROPUESTA DE MEJORA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO PARA DAMAS DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2020”.

Tras evaluar el instrumento de recolección de datos (encuesta), con la finalidad de optimizar los resultados, valido el instrumento presentado por la tesista puesto que reúne las condiciones para que la información que se obtenga se ajuste a la realidad.

Chimbote, 15 de junio del 2021


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE
Dra. Gisela Benites Pacherras
COORDINADORA DE FILIALES A NIVEL NACIONAL

Dra. Gisela Benites Pacherras

CLAD N° 05613



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TITULO:									
PROPUESTA DE MEJORA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO PARA DAMAS DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2020									
AUTOR:									
VILLACORTA PUELLES CATERIN ELIZABETH									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
N°	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Se evita mejorar la redacción?		¿Se mejoraron adquisiciones?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
HABILIDADES COMPLEMENTARIAS									
1	Edad	X		X	X			X	
2	Genero	X		X	X			X	
3	Cargo en la empresa	X		X	X			X	
4	Horas de trabajo semanal	X		X	X			X	
5	Tiempo que desempeña en la empresa	X		X	X			X	
6	Tiempo de la empresa en el rubro	X		X	X			X	
7	Número de Trabajadores	X		X	X			X	
8	Las personas que trabajan en su empresa son:	X		X	X			X	
9	Objetivo de creación	X		X	X			X	
OBJETIVO COMUN									
10	¿Conoce las TIC?	X		X	X			X	
11	¿Cuenta con una computadora en su empresa?	X		X	X			X	
12	¿Nivel de conocimiento en computación?	X		X	X			X	
13	¿Usa el internet para compras de mercadería?	X		X	X			X	



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

14	¿Qué tipo de redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos?	X			X	X			X
15	¿Con que frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa?	X			X	X			X
16	¿Qué beneficios tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa?	X			X	X			X
17	¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	X			X	X			X
18	Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:	X			X	X			X
19	¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?	X			X	X			X
20	Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	X			X	X			X
21	Existe control en la gestión de calidad	X			X	X			X
22	¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X			X	X			X

Chimbote, 15 de junio del 2021.

Mgr. Saturnina Darlene Aranda Bernabé

CLAD N° 13972



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Saturnina Darlene Aranda Bernabé identificado con DNI N° 32733524 Licenciada en Administración, con Carnet de Colegio CLAD N° 13972

Por medio de la presente, hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos para la encuesta, elaborado por la tesista Villacorta Puelles Caterin Elizabeth, con DNI N° 47462777, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: “PROPUESTA DE MEJORA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO PARA DAMAS DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2020”.

Tras evaluar el instrumento de recolección de datos (encuesta), con la finalidad de optimizar los resultados, valido el instrumento presentado por la tesista puesto que reúne las condiciones para que la información que se obtenga se ajuste a la realidad.

Chimbote, 15 de junio del 2021

Mgr. Saturnina Darlene Aranda Bernabé

CLAD N° 13972



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO:									
PROPUESTA DE MEJORA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO PARA DAMAS DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2020									
AUTOR:									
VILLACORTA PUELLES CATERIN ELIZABETH									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
N°	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es demasiado esquemático?		¿Se necesitan más ítems para medir el concepto?	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
HABILIDADES COMPLEMENTARIAS									
1	Edad	X			X	X			X
2	Genero	X			X	X			X
3	Cargo en la empresa	X			X	X			X
4	Horas de trabajo semanal	X			X	X			X
5	Tiempo que desempeña en la empresa	X			X	X			X
6	Tiempo de la empresa en el rubro	X			X	X			X
7	Número de Trabajadores	X			X	X			X
8	Las personas que trabajan en su empresa son:	X			X	X			X
9	Objetivo de creación	X			X	X			X
OBJETIVO COMUN									
10	¿Conoce las TIC?	X			X	X			X
11	¿Cuenta con una computadora en su empresa?	X			X	X			X
12	¿Nivel de conocimiento en computación?	X			X	X			X
13	¿Usa el internet para compras de mercadería?	X			X	X			X



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

14	¿Qué tipo de redes sociales utiliza para impulsar la venta de sus productos?	X			X	X			X
15	¿Conque frecuencia emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa?	X			X	X			X
16	¿Qué beneficios tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa?	X			X	X			X
17	¿Conoce el termino Gestión de Calidad?	X			X	X			X
18	Que técnicas modernas de la gestión de calidad conoce:	X			X	X			X
19	¿Qué dificultades tiene el personal para la implementación de gestión de calidad?	X			X	X			X
20	Que técnicas para medir el rendimiento del personal conoce:	X			X	X			X
21	Existe control en la gestión de calidad	X			X	X			X
22	¿La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio?	X			X	X			X

Chimbote, 15 de junio del 2021.

Mgtr. Elizabeth Liliana Ramos Flores
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
CLAD 13973

Mgtr. Elizabeth Liliana Ramos Flores

CLAD N° 13973



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Elizabeth Liliana Ramos Flores identificado con DNI N° 32972027 Licenciada en Administración, con Carnet de Colegio CLAD N° 13973.

Por medio de la presente, hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento de recolección de datos para la encuesta, elaborado por la tesista Villacorta Puelles Caterin Elizabeth, con DNI N° 47462777, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: “PROPUESTA DE MEJORA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO VENTA MINORISTA DE CALZADO PARA DAMAS DEL MERCADO MODELO DEL DISTRITO DE CHIMBOTE, 2020”.

Tras evaluar el instrumento de recolección de datos (encuesta), con la finalidad de optimizar los resultados, valido el instrumento presentado por la tesista puesto que reúne las condiciones para que la información que se obtenga se ajuste a la realidad.

Chimbote, 15 de junio del 2021

Mgtr. Elizabeth Liliana Ramos Flores
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
CLAD 13973

Mgtr. Elizabeth Liliana Ramos Flores

CLAD N° 13973

Anexo 8: Hoja de tabulación

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad	18 - 30 años	IIIIII	6	50.00
	31 - 50 años	IIII	4	33.33
	51 a más años	II	2	16.67
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Genero	masculino	IIIIII	6	50.00
	femenino	IIIIII	6	50.00
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Cargo en la empresa	Representante	IIIIIIII	10	83.33
	Administrador	II	2	16.67
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Horas de trabajo semanal	48 horas semanales	IIIIIIII	10	83.33
	72 horas semanales	II	2	16.67
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Tiempo en la empresa	0 a 3 años	IIII	5	41.67
	4 a 6 años	II	2	16.67
	7 años a mas	IIII	5	41.67
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00

Características de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiempo de la empresa en el rubro	0 a 3 años	I	1	8.33
	4 a 6 años	II	2	16.67
	7 años a mas	IIIIIIII	9	75.00
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Número de trabajadores	1 a 5 trabajadores	IIIIIIII-II	12	100.00
	6 a 10 trabajadores		0	0.00
	11 a más trabajadores		0	0.00
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Las personas que trabajan en la empresa son	Familiares	IIIIII	8	66.67
	Personas no familiares	III	4	33.33
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Objetivo de creación	generar ganancia	IIIIIIIIII	10	83.33
	Subsistencia	I	1	8.33
	ser reconocidos		0	0.00
	todas las anteriores	I	1	8.33
	Total	IIIIIIII-II	12	100

Características de las tecnologías de la información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce las TIC	Si	I	1	8.33
	No	IIIIIIII-I	11	91.67
	Tiene cierto conocimiento			0
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Cuenta con una computadora en su empresa	Si	II	2	16.67
	No	IIIIIIII	10	83.33
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Nivel de conocimiento de una computadora	Muy bueno		0	0.00
	Bueno	III	3	25.00
	Regular	IIIIII	7	58.33
	Malo	I	1	8.33
	Muy malo	I	1	8.33
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Usa el internet para las compras de mercadería	Si	IIIIII	8	66.67
	A veces	II	2	16.67
	No	II	2	16.67
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Tipo de redes sociales que utiliza para impulsar la venta de sus productos	Siempre	III	5	41.67
	Casi siempre	IIII	3	25.00
	Algunas veces		0	0.00
	Muy pocas veces		0	0.00
	Ninguna	III	4	33.33
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Frecuencia con la que emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa	Facebook	III	4	33.33
	WhatsApp	IIII	6	50.00
	Instagram	II	2	16.67
	Página web		0	0.00
	Ninguna		0	0.00
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00
Beneficios que tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa	Facebook	IIII	6	50.00
	WhatsApp	II	2	16.67
	Página web	II	2	16.67
	Ninguna	II	2	16.67
	Total	IIIIIIII-II	12	100.00

Características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de calzado para damas del mercado modelo del distrito de Chimbote, 2020.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conocimiento del término gestión de calidad	Si	IIII	5	41.67
	No	III	4	33.33
	Tiene poco conocimiento	III	3	25.00
	Total	IIIIIIII-III	12	100.00
Técnicas modernas de gestión de calidad que utiliza	Benchmarking		0	0.00
	Marketing	III	4	33.33
	Empowerment		0	0.00
	Las 5 c		0	0.00
	Outsourcing		0	0.00
	Otros	IIIIII	8	66.67
	Total	IIIIIIII-III	12	100.00
Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad	Poca iniciativa	III	4	33.33
	Aprendizaje lento	III	3	25.00
	No se adapta a los cambios	III	3	25.00
	Desconocimiento del puesto		0	0.00
	Otros	II	2	16.67
	Total	IIIIIIII-III	12	100.00
Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal	La observación	IIIIIIII	10	83.33
	La evaluación	I	1	8.33
	Escala de puntuaciones		0	0.00
	Evolución de 360°	I	1	8.33
	Otros		0	0.00
	Total	IIIIIIII-III	12	100.00
Existe control en la gestión de calidad	Si	IIIIIIII	10	83.33
	A veces	I	1	8.33
	No	I	1	8.33
	Total	IIIIIIII-III	12	100.00
La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio	Si	IIIIIIII-III	12	100.00
	No		0	0.00
	Total	IIIIIIII-III	12	100.00

Anexo 9: Figuras

Representantes de las MYPES del sector comercio.

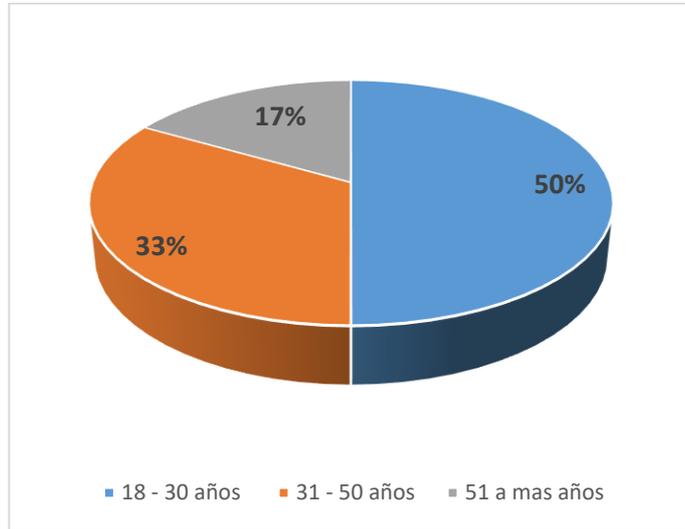


Figura 1. Edad

Fuente. Tabla 1

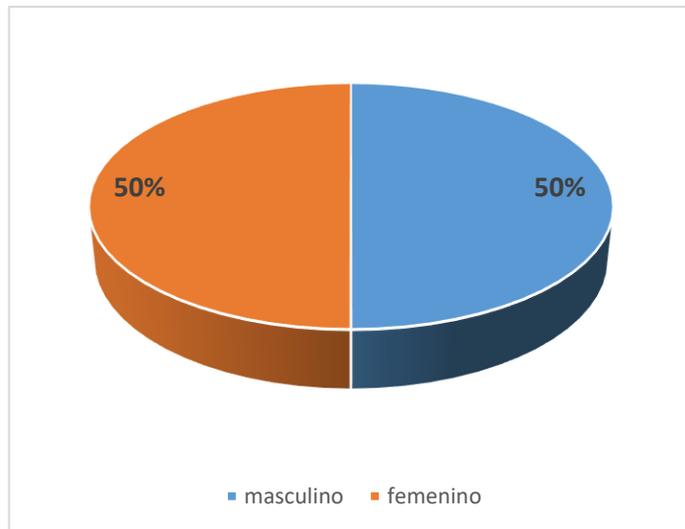


Figura 2. Genero

Fuente. Tabla 1

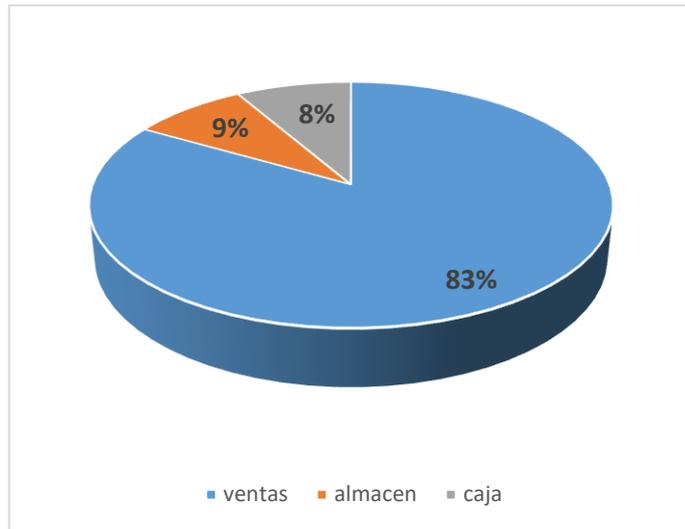


Figura 3. *Cargo en la empresa*

Fuente. Tabla 1

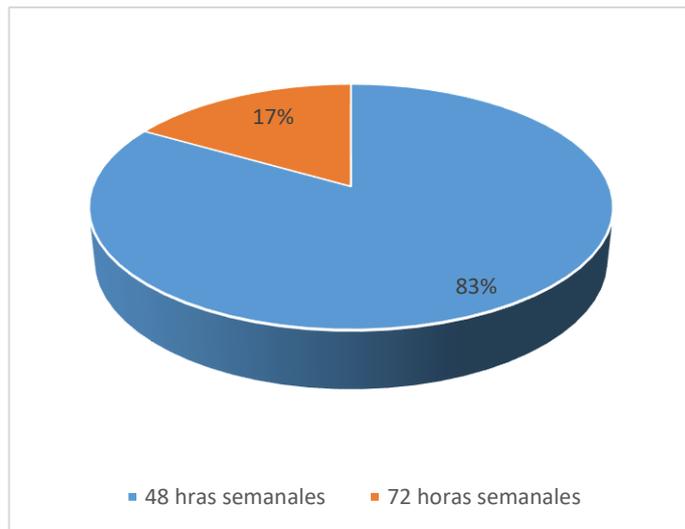


Figura 4. *Horas de trabajo semanal*

Fuente. Tabla 1

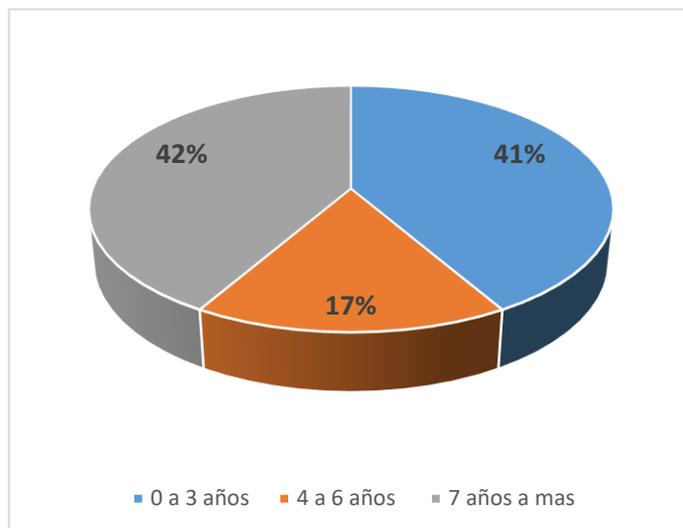


Figura 5. *Tiempo en la empresa*

Fuente. Tabla 1

Características de las micro y pequeñas empresas.

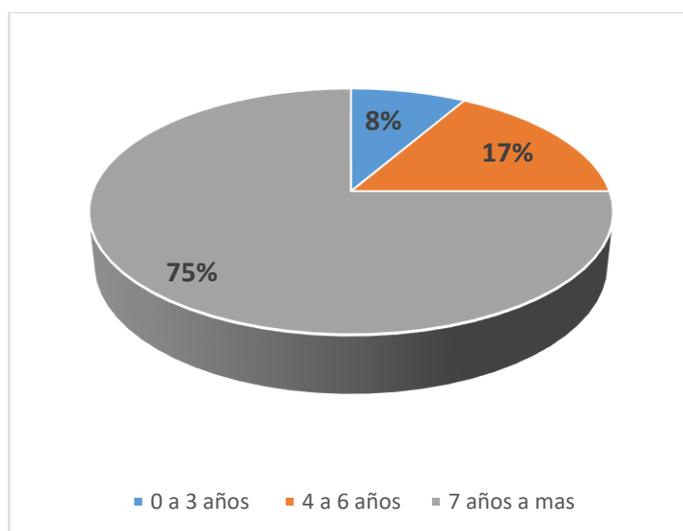


Figura 6. *Tiempo de la empresa en el rubro*

Fuente. Tabla 2



Figura 7. *Número de trabajadores*

Fuente. Tabla 2

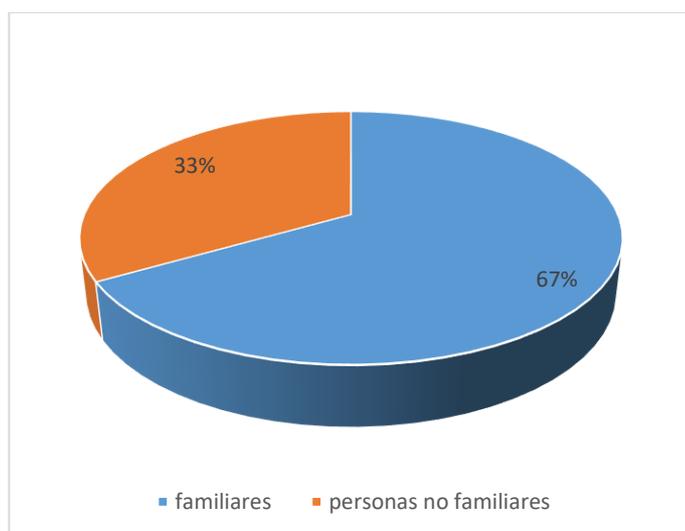


Figura 8. *Las personas que trabajan en la empresa son*

Fuente. Tabla 2

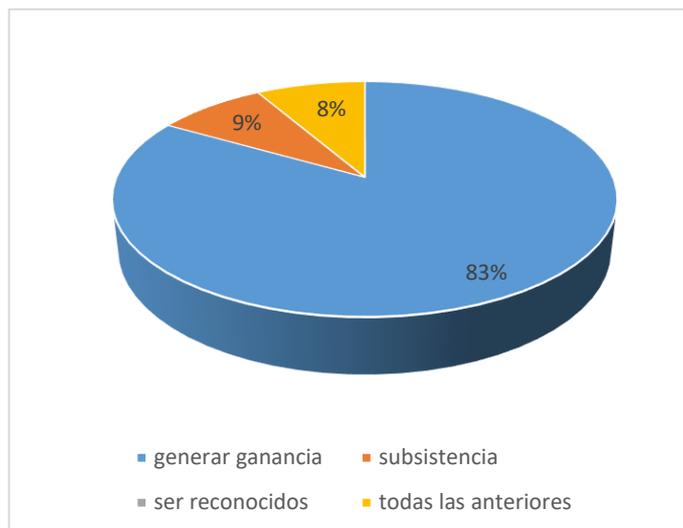


Figura 9. *Objetivo de creación*

Fuente. Tabla 2

Características de las tecnologías de la información y comunicación

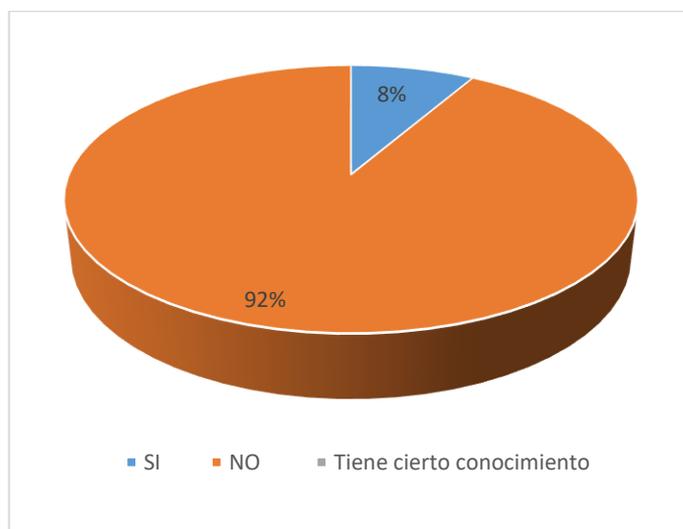


Figura 10. *Conoce las TIC*

Fuente. Tabla 3

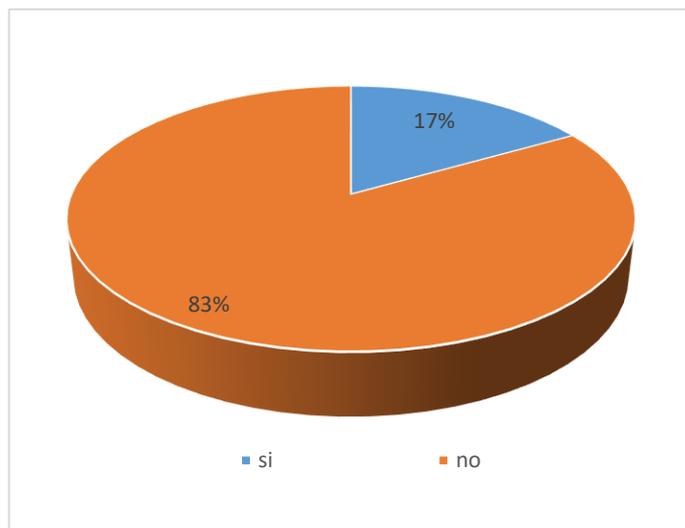


Figura 11. Cuenta con una computadora en su empresa

Fuente. Tabla 3

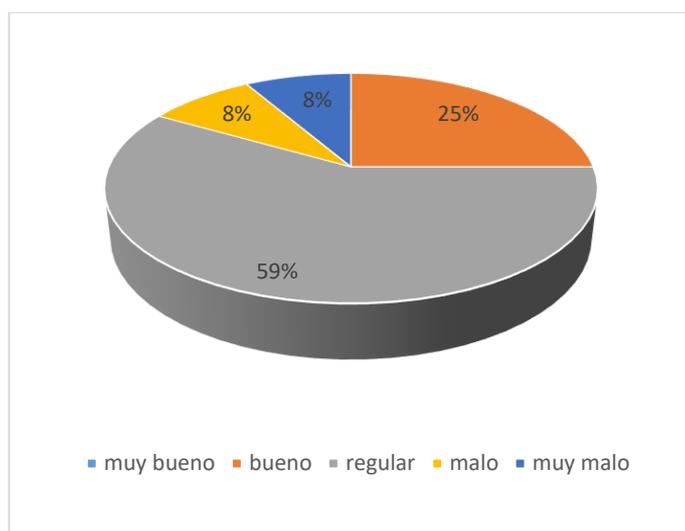


Figura 12. Nivel de conocimiento de una computadora

Fuente. Tabla 3

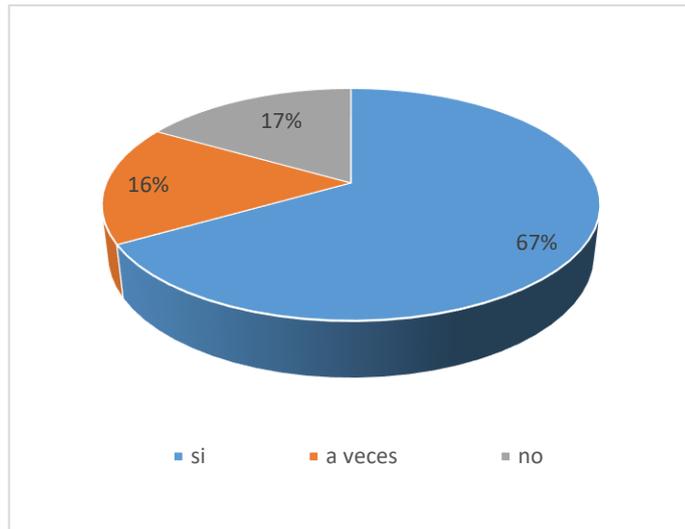


Figura 13. Usa el internet para las compras de mercadería

Fuente. Tabla 3

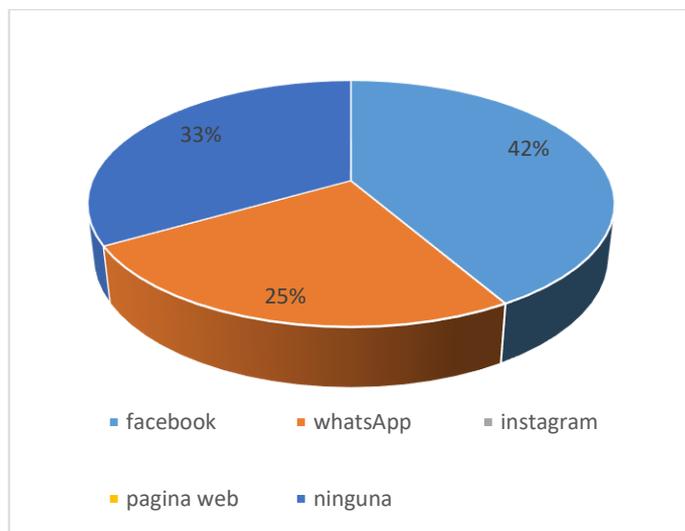


Figura 14. Tipo de redes sociales que utiliza para impulsar las ventas de sus productos

Fuente. Tabla 3

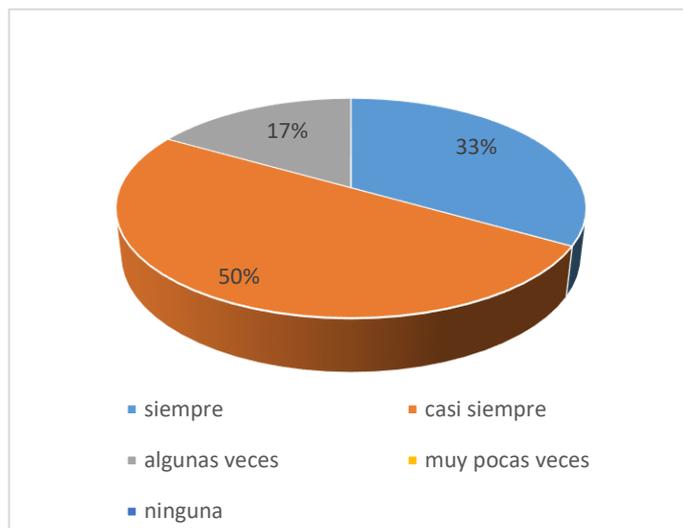


Figura 15. *Frecuencia con la que emplea su teléfono para coordinar asuntos de su empresa*

Fuente. Tabla 3

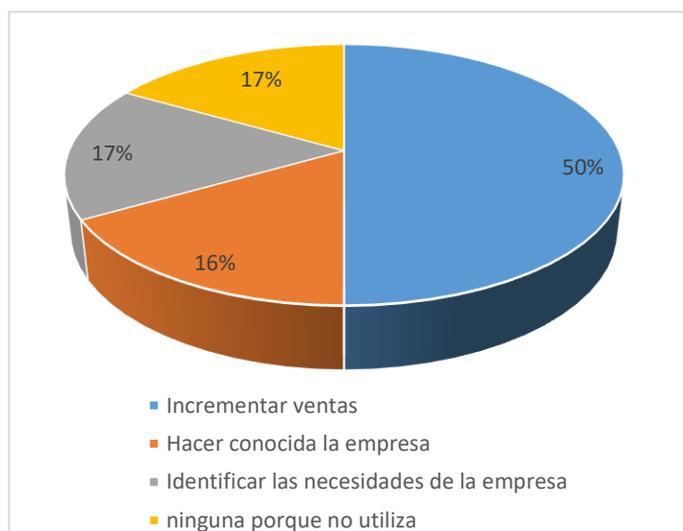


Figura 16. *Beneficios que tuvo utilizando las TIC dentro de su empresa*

Fuente. Tabla 3

Características de la gestión de calidad.

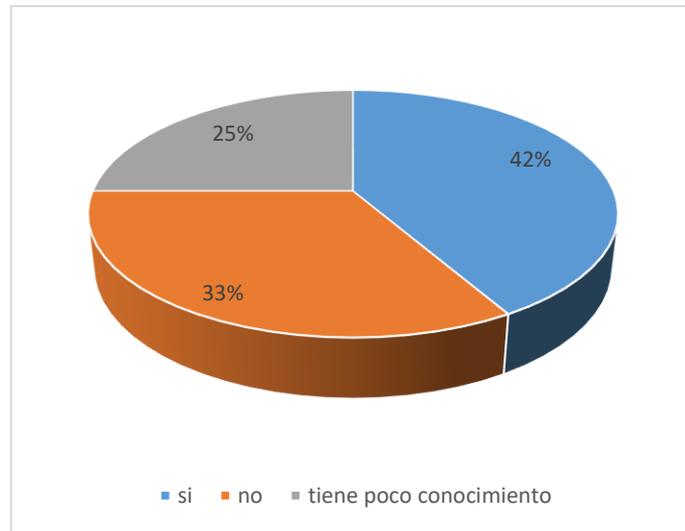


Figura 17. *Conocimiento del término gestión de calidad*

Fuente. Tabla 4

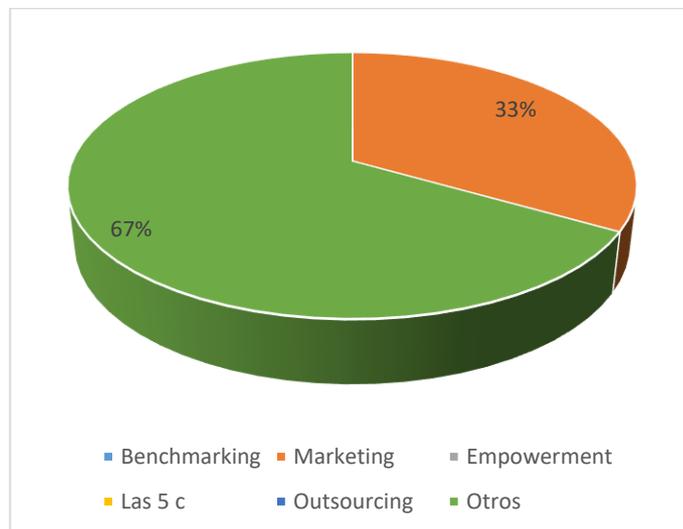


Figura 18. *Técnicas modernas de gestión de calidad que utiliza*

Fuente. Tabla 4

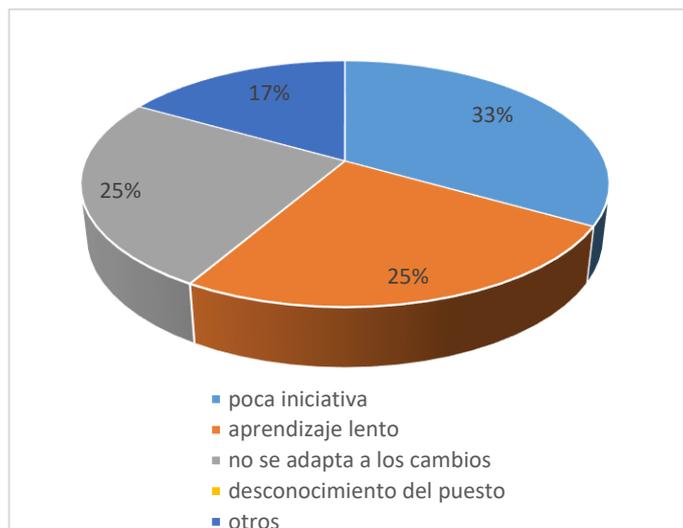


Figura 19. *Dificultades que tiene el personal para la implementación de gestión de calidad*

Fuente. Tabla 4

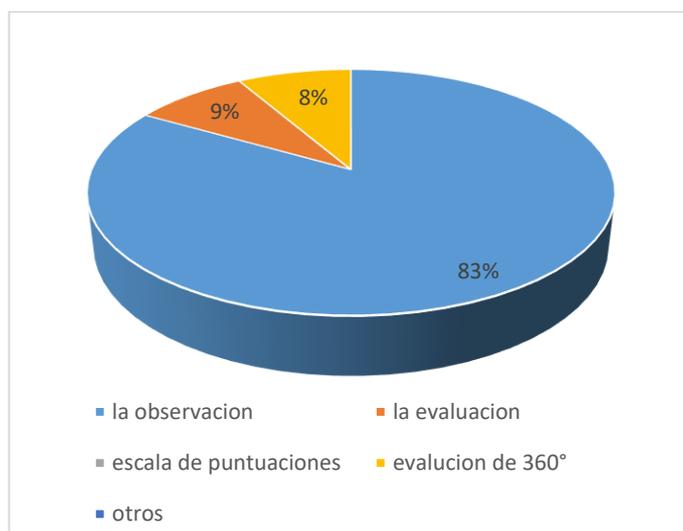


Figura 20. *Técnicas que conoce para medir el rendimiento del personal*

Fuente. Tabla 4

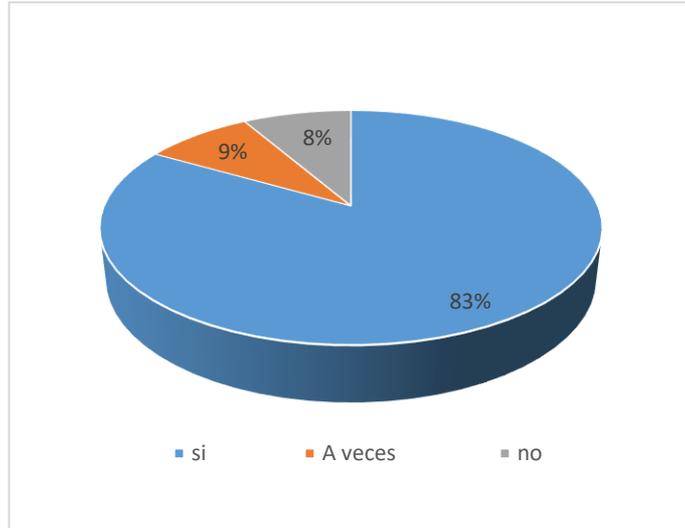


Figura 21. *Existe control en la gestión de calidad*

Fuente. Tabla 4

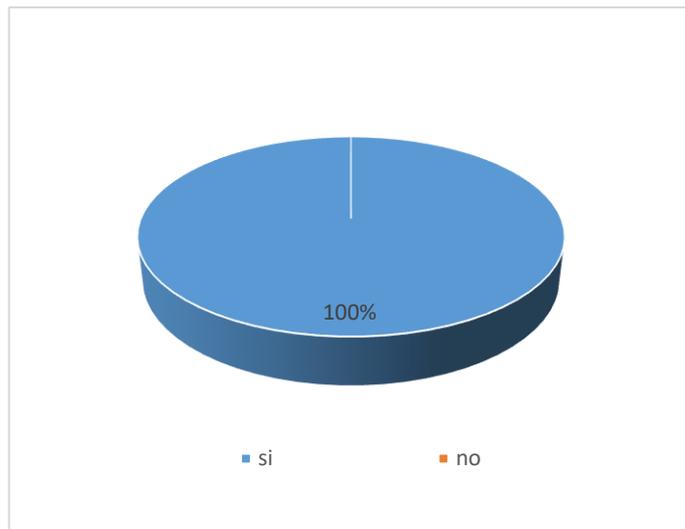


Figura 22. *La gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento del negocio*

Fuente. Tabla 4

TURNITIN