

Impacto de las TICs en la competitividad empresarial de las Pymes del Distrito de Tarapoto, 2020

por Diana Arce Arbildo

Fecha de entrega: 09-ago-2023 02:30p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2143632566

Nombre del archivo: 18_de_julio_Diana_Arce_07.08.2023.docx (770.08K)

Total de palabras: 24791

Total de caracteres: 121207



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución - 4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>



Obra publicada con autorización del autor



35

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis

2 **Impacto de las TICs en la competitividad
empresarial de las Pymes del Distrito de Tarapoto,
2020**

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor:

3 Diana Arce Arbildo
<https://orcid.org/0009-0009-9106-5005>

Asesora:

Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui
<https://orcid.org/0000-0002-6491-8879>

Co - Asesora:

Lic. Adm. Mtra. Karla Patricia Martell Alfaro
<https://orcid.org/0000-0002-4416-8740>

Tarapoto, Perú

2023



35

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis

Impacto de las TICs en la competitividad empresarial de las Pymes del Distrito de Tarapoto, 2020

1

Para optar el título de Licenciado en Administración

Autor:

Diana Arce Arbildo

Sustentado y aprobado el 11 de julio del 2023, por los siguientes jurados:

Presidente del jurado

CPCC. Dr. Aníbal Pinchi Vásquez

Secretario del jurado

40

Econ. Mg. Juan Segundo Ríos
Pérez

Vocal del jurado

Lic. Adm. Mg. Carlos Alberto Saldaña
Pinto

Asesora

2

Lic. Adm. MBA. Seidy Janice
Vela Reátegui

Co - Asesora:

Lic. Adm. Mtra. Karla Patricia Martell
Alfaro

Tarapoto, Perú

2023

Declaratoria de autenticidad

Diana Arce Arbildo, identificado con **DNI N° 73884513**, egresada de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín; autor de la tesis titulada: **Impacto de las TICs en la competitividad empresarial de las Pymes del Distrito de Tarapoto, 2020.**

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de mi autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencia de las fuentes bibliográficas consultadas
3. Toda información que contiene la tesis no ha sido plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumo bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de mi accionar, sometiéndome a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 11 de julio del 2023.



Bach. **Diana Arce Arbildo**

DNI N° 73884513

Ficha de identificación

<p>1 Título del proyecto Impacto de las TICs en la competitividad empresarial de las Pymes del Distrito de Tarapoto, 2020</p>	<p>Área de investigación: Ciencias Administrativas. Línea de investigación: Modernización de Procesos de Gestión. Sublínea de investigación: Gestión Empresarial. Tipo de investigación: Básica <input type="checkbox"/> , Aplicada <input checked="" type="checkbox"/> , Desarrollo experimental <input type="checkbox"/></p>
<p>Autor: Diana Arce Arbildo</p>	<p>1 Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración https://orcid.org/0000-0001-5068-1527</p>
<p>3 Asesora: Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela Reátegui</p>	<p>Dependencia local de soporte: Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Administración Unidad o Laboratorio Administración https://orcid.org/0000-0002-6491-8879</p>
<p>2 Co - Asesora: Lic. Adm. Mtro. Karla Patricia Martell Alfaro</p>	<p>1 Contraparte científica: Facultad o Institución: Universidad Nacional Autónoma de Alto Amazonas. Unidad o Laboratorio: Facultad de Contabilidad Y Negocios Internacionales y Turismo. País: Perú https://orcid.org/0000-0002-4416-8740</p>

Dedicatoria

A mis padres Braulia y Rodolfo, a quienes he visto luchar con valentía cada día para que no nos falte nada y por ser el pilar fundamental para hoy cumplir un sueño más y su gran anhelo. A mi abuelito Artemio, de quien conservo en mi memoria las oraciones que me enseñó cuando era niña. A mi abuelita Donatilde, a quien guardo un profundo amor, aunque ya no esté en este mundo, sé que ambos me guían desde donde se encuentren.

Agradecimiento

A Dios por su infinita bondad y amor inconmensurable, por tenderme su mano fiel en momentos muy difíciles de mi vida, guiarme, darme sabiduría para seguir adelante y permanecer a mi lado desde siempre. Gracias a Dios por la dicha de contar con dos seres maravillosos para guiarme por el camino de la vida, mis padres.

A mis queridos padres Braulia y Rodolfo, por inculcarme buenos valores y principios, por enseñarme a ser perseverante y sobre todo por su gran amor y cariño. Agradecer a mis hermanos Alfredo, Lenis, Lady, Percy, Yerson, Doris y Jhanely; porque con ellos compartí momentos memorables y son compañeros incansables de toda mi vida.

Así mismo, agradecer ¹ a todos mis docentes de la facultad de Ciencias Económicas por su dedicación para compartir conmigo sus enseñanzas. Agradecer de manera muy especial a mis asesoras ² Lic. Adm. MBA. Seidy Janice Vela ²⁴ Reátegui y Lic. Adm. Mtra. Karla Patricia Martell Alfaro; por su apoyo y motivación para la culminación de mis estudios profesionales y para la elaboración de este trabajo de investigación.

¹ Índice general

Ficha de identificación	6
Dedicatoria.....	7
Agradecimiento	8
Índice general.....	9
Índice de tablas.....	11
Índice de figuras	13
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	16
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes de la investigación.....	19
2.2. Fundamentos teóricos	24
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS	36
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación	36
3.1.1. Ubicación política.....	36
3.1.2. Ubicación geográfica	36
3.1.3. Periodo de ejecución	36
3.1.4. Autorizaciones y permiso.....	36
3.1.5. Control ambiental y protocolo de bioseguridad	36
3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales	36
3.2. Sistema de variables.....	36
3.2.1. Variables principales.....	36
3.2.2. Variables secundarias	37
3.3 Procedimientos de la investigación	39
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	43
4.1. Análisis inferencial.....	43
³ 4.2. Objetivo específico 1	44

	10
4.3. Objetivo específico 2	44
4.5. Objetivo específico 4	45
4.6. Objetivo general	46
CONCLUSIONES	65
RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
ANEXOS	72

1 Índice de tablas

Tabla 1 Descripción de las variables por objetivo específico	38
Tabla 2 Descripción de las variables por objetivo específico	38
Tabla 3 Descripción de las variables por objetivo específico	39
Tabla 4 Descripción de las variables por objetivo específico	39
Tabla 5 Prueba de normalidad	43
Tabla 6 Vínculo relacional entre aceptación de las TICs con la competitividad empresarial	44
Tabla 7 Vínculo relacional entre disponibilidad de las TICs con la competitividad empresarial.....	44
Tabla 8 Vínculo relacional entre el uso de las TICs con la competitividad empresarial ...	45
Tabla 9 Vínculo relacional entre formación en el uso de las TICs con la competitividad empresarial.....	45
Tabla 10 Vínculo relacional entre Tecnologías de la Información y Comunicación hacia la competitividad empresarial.....	46
Tabla 11 Edad vs Tecnologías de la Información y Comunicación	46
Tabla 12 Sexo vs Tecnologías de la Información y Comunicación	47
Tabla 13 Edad vs dimensión aceptación de las TICs.....	47
Tabla 14 Sexo vs dimensión aceptación de las TICs	48
Tabla 15 Edad vs dimensión disponibilidad de las TICs	48
Tabla 16 Sexo vs dimensión disponibilidad de las TICs.....	49
Tabla 17 Edad vs dimensión uso de las TICs	49
Tabla 18 Sexo vs dimensión uso de las TICs.....	50
Tabla 19 Edad vs dimensión formación en el uso de las TICs.....	50
Tabla 20 Sexo vs dimensión formación en el uso de las TICs	51
Tabla 21 Edad vs competitividad empresarial	51
Tabla 22 Sexo vs competitividad empresarial	52
Tabla 23 Edad vs dimensión planeación estratégica	52
Tabla 24 Sexo vs dimensión planeación estratégica.....	53
Tabla 25 Edad vs dimensión producción y operaciones	53
Tabla 26 Sexo vs dimensión producción y operaciones.....	54
Tabla 27 Edad vs dimensión aseguramiento de la calidad	54
Tabla 28 Sexo vs dimensión aseguramiento de la calidad.....	55
Tabla 29 Edad vs dimensión comercialización.....	55
Tabla 30 Sexo vs dimensión comercialización	56
Tabla 31 Edad vs dimensión contabilidad y finanzas	56

Tabla 32 Sexo vs dimensión contabilidad y finanzas	57
Tabla 33 Edad vs dimensión recursos humanos	57
Tabla 34 Sexo vs dimensión recursos humanos	58
Tabla 35 Edad vs dimensión gestión ambiental	58
Tabla 36 Sexo vs dimensión gestión ambiental	59
Tabla 37 Edad vs dimensión sistemas de información.....	59
Tabla 38 Sexo vs dimensión sistemas de información.....	60
Tabla 39 Estadísticas de fiabilidad: Tecnologías de la Información y Comunicación	81
Tabla 40 Estadísticas de fiabilidad: Competitividad empresarial.....	81
Tabla 41 Frecuencia de las dimensiones de tecnologías de la información y comunicación	82
Tabla 42 Frecuencia de las dimensiones de la competitividad empresarial.....	83

Índice de figuras

Figura 1 Beneficios de las TICs en una organización	26
---	----

RESUMEN

"Impacto de las TICs en la Competitividad Empresarial de las Pymes del Distrito de Tarapoto, 2020".

Las empresas se esfuerzan constantemente por diferenciarse en el mercado ofreciendo bienes e igualmente servicios de alta calidad que satisfagan las demandas de los clientes, pero para ello deben adaptarse al uso de herramientas informáticas y de comunicación. Al hacer esto, buscan nuevas oportunidades con el propósito de destacar entre las demás y ser confiables para los clientes. Por eso, se planteó como objetivo principal: determinar el vínculo relacional entre impacto de tecnologías de la información y comunicación hacia la competitividad empresarial; cuyos objetivos específicos ostentaron: identificar el vínculo relacional entre aceptación, disponibilidad, uso y formación en el uso de TICs hacia la competitividad empresarial. La metodología fue de tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental; con una muestra de 41 pymes encargadas de producir alimentos y bebidas, se empleó como técnica la encuesta, en tanto como instrumentos el cuestionario. Se emplearon análisis descriptivos e inferenciales para evaluar las variables y responder a los objetivos correlacionales fijados. Los principales hallazgos desplegaron una relación de connotación significativa y positiva entre aceptación, disponibilidad, uso y formación en el uso de las TICs hacia la competitividad empresarial (Rho=0.605; 0.576; 0.557 y 0.591; sig=0.000). Concluyéndose que, que existe relación significativa y positiva entre las variables con un coeficiente Rho Spearman igual a 0.605.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y Comunicación, competitividad empresarial, Pymes.

ABSTRACT

"Impact of TICs on the Business Competitiveness of SMEs in the District of Tarapoto, 2020".

Companies constantly strive to differentiate themselves in the market by offering high-quality goods and services that meet customer demands, but to do so they must adapt to the use of computer and communication tools. By doing this, they look for new opportunities to stand out from the crowd and earn the trust of customers. For this reason, the main objective was: to determine the relational link between the impact of information and communication technologies towards business competitiveness; whose specific objectives were: to identify the relational link between acceptance, availability, use and training in the use of ICTs towards business competitiveness. The methodology was of the applied type, descriptive-correlational level and non-experimental design; With a sample of 41 SMEs in charge of producing food and beverages, the survey was used as a technique, while the questionnaire was used as instruments. Descriptive and inferential analyzes were used to evaluate the variables and respond to the established correlational objectives. The main findings displayed a significant and positive connotation relationship between acceptance, availability, use and training in the use of ICTs towards business competitiveness (Rho=0.605; 0.576; 0.557 and 0.591; sig=0.000). Concluding that there is a significant and positive relationship between the variables with a Rho Spearman coefficient equal to 0.605.

Keywords: Information and Communication Technologies, business competitiveness, SMEs.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

Las empresas continuamente buscan destacar en el sector que se desempeñan ¹² con el otorgamiento de productos y servicios de calidad que cumplan con las expectativas que demandan los clientes, pero para que esto sea posible, tienen que adaptarse al uso de herramientas informáticas y de comunicación, y de esta manera busquen nuevas oportunidades para ofrecer sus productos o servicios, y sean más relevantes y confiables ante los clientes. Hace tan solo algunos años, las empresas ²⁹ en todo el mundo empezaron a usar el correo electrónico y el chat para transmitir y recibir información, quienes llegaron a reemplazar a la mensajería escrita y el fax. Posteriormente, con el auge del internet, las empresas entrarían a una nueva era con mayor rapidez logrando gran prioridad en su competitividad (Rojas, 2016).

El manejo de la información permite que las empresas identifiquen sus fortalezas y debilidades, así como también aquellos aspectos que generan mayor vulnerabilidad, con el propósito de que planifiquen de acuerdo a la realidad que presentan y controlen sus actividades para alcanzar las metas deseadas. Por lo tanto, que las empresas gestionen adecuadamente la información, significa que llevan una comunicación eficaz y con mucho entendimiento, el cual repercute en su rendimiento y crecimiento conllevando a obtener mayores ganancias económicas y a posicionarse mejor en el sector que se desempeñan, convirtiendo esto en una ventaja competitiva. Desde hace muchos años se vino incorporando en el ámbito empresarial herramientas tecnológicas e informáticas, sin embargo, aún existen ciertas empresas que demuestran recelos con su implementación, siendo esta un obstáculo para el desarrollo empresarial y para la competitividad en el mercado que se desempeña (Pacheco & Rodríguez, 2019).

Respecto a la ¹² competitividad, en los resultados obtenidos del Ranking de Competitividad Mundial 2020, ¹² el Perú se ubicó en el puesto 52° de 63 países, escalando tres posiciones respecto al año 2019; pero, el puntaje alcanzado es menor: 57,2 puntos en 2019 y 54,9 en 2020 en una escala de 0 a 100 puntos. ⁷⁷ Sin embargo, los resultados no son alentadores porque se observó un estancamiento en el ¹² bajo desempeño en los factores de infraestructura científica y tecnológica, lo cual se evidencia en la capacidad limitada que posee el Perú para enfrentar situaciones críticas como la crisis sanitaria por efectos del COVID-19 (Marquina et al., 2020).

¹² La crisis sanitaria producida por el Covid-19 hizo que en el Perú muchas empresas cambien su modo de operar, y tuvieran que adoptar el uso de las herramientas tecnológicas para volverse competitivas y responder satisfactoriamente a las demandas que se encuentran presentes actualmente en el mercado. ⁴⁵ Las Tecnologías de la Información y Comunicación son fundamentales para transformar el sector empresarial, aún más durante esta crisis sanitaria, pero, las Pymes aún demuestran tener cierto rezago para adoptar e implementar estas herramientas que les permitirá incrementar su productividad y volverse más competitivas. Para que las Pymes adopten estas herramientas, es importante considerar tres factores que son la estructura de la organización, el factor técnico y el factor ambiental. El primer factor que se mencionó involucra a la cultura que se encuentra establecida en una organización y al interés que se tiene por implantar tecnologías novedosas. En cuanto al segundo, se enfoca en los conocimientos que dispone el personal de una organización sobre el manejo de las herramientas tecnológicas. Finalmente, el factor ambiental involucra a la presión competitiva que es generada por los clientes, proveedores y socios, los cuales obligan que la empresa adopte nuevas estrategias para ubicarse por delante de la competencia (Sociedad de Comercio Exterior del Perú, 2020).

La crisis sanitaria ocasionada por el Covid 19 ha golpeado fuertemente la región San Martín, sobre todo a la ciudad de Tarapoto, sin embargo, los efectos que dejó el Covid 19 no fue solamente ⁷³ en el plano sanitario, sino también en el plano económico, porque debido a las fuertes medidas sanitarias adoptadas por el Gobierno, obligó a que muchas empresas cesen temporalmente sus actividades y que acoplen el desarrollo de las nuevas medidas de salubridad, siendo principalmente aquellas encargadas de producir bebidas y alimentos, ya que por su actividad empresarial exigen tener mayores protocolos sanitarios y brindan mayores puesto de trabajo. Este nuevo escenario representó un gran reto para el sector empresarial, sobre todo para las Pymes que tienen por actividad la producción de alimentos y bebidas, quienes tuvieron que adaptar el desarrollo de sus actividades a las nuevas exigencias del mercado, puesto que los clientes además de exigir productos y servicios de calidad, exigían que estos no pongan en riesgo su salud por el contagio del Covid 19. Por lo tanto, mantener la competitividad de las Pymes en tiempos de crisis sanitaria se convirtió en un enorme problema. En cuanto a los procesos, demostraron tener deficiencias en implementar una logística que permita entregar los productos y servicios de manera eficiente y respetando las medidas de salubridad; reflejando esto que las Pymes presentan poca capacidad de innovación para adaptarse al escenario actual.

Entonces la dificultad que presentan las Pymes para mantener su competitividad sobre todo en el panorama actual, podría estar siendo influenciada por la inadecuada gestión de ¹⁹ las Tecnologías de la Información y Comunicación, ya que, no serían consientes que

adoptar las herramientas tecnológicas facilitaría la ejecución de tareas y mejoraría la ³ calidad de vida de los trabajadores dentro de la organización. Sin embargo, el reto más grande que tienen las Pymes es que no disponen de la cantidad y calidad de recursos tecnológicos necesarios para mejorar el desarrollo de las actividades y operaciones, siendo considerada esta como un obstáculo para lograr la eficiencia esperada. Ante todo, lo mencionado, también es importante resaltar el factor humano, es decir la capacidad y el nivel de formación que tendrían los empleados de las Pymes ⁶⁴ para hacer uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, ya que estos estarían demostrando deficiencias para darle un uso adecuado. Por lo tanto, a raíz de lo observado surge la necesidad de desarrollar esta investigación, puesto que, de no otorgar pronta solución al problema evidenciado, las Pymes corren con el riesgo de cerrarse, y con ello también se perderían puestos de trabajo que agravaría más a la situación económica local.

La investigación tuvo como hipótesis general: ¹⁵ Las Tecnologías de la Información y Comunicación impacta de manera significativa en la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020. Así mismo, se ¹⁸ planteó como objetivo general, determinar la relación del impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020 y como objetivos específicos resaltaron: identificar el vínculo relacional entre aceptación, disponibilidad, uso y formación en el uso ¹ de las TICs hacia la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.

52 CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En el ámbito internacional Fajardo, Cuellar y Vargas (2017), en su investigación titulada: *Las TIC como estrategia en la mejora y desarrollo de las pymes del Municipio de Florencia Caquetá para su mayor competitividad*. (Artículo científico). Universidad de la Amazonía, Florencia, Colombia; como objetivo general se planteó analizar si las Tecnologías de la Información y Comunicación como una herramienta fundamental para mejorar la competitividad empresarial; teniendo como metodología que se consideró como un estudio del tipo aplicada, con un alcance descriptivo y correlacional y diseñado para ejecutarse como un estudio de corte transversal, por su parte se estableció una muestra de estudio estructurada por 375 empresas, en quienes se aplicaron una serie de cuestionarios. Como principales resultados se obtuvo que el 34.9% de los gerentes tienen edades entre los 50 y 59 años y consideraron que el uso de las TICs no es de gran importancia para el desarrollo de las empresas que pertenecen al Municipio de Florencia. Por lo tanto, en esta investigación se concluyó que la utilidad que se le otorga a las TICs no es considerado como un elemento muy significativo que permita el desarrollo empresarial, porque la prueba Rho de Spearman terminó arrojando un coeficiente de correlación de 0.228, denotando ello el bajo nivel de conocimientos que tienen los dueños o gerentes sobre el manejo de las TICs para que puedan comprender su importancia dentro de los procesos que ejecutan las pymes, ya que según al juicio que tuvieron los investigadores, el uso adecuado de las TICs si llegaría a mejorar la productividad y la gestión de estas empresas para volverlas más competitivas.

López (2016), en su investigación titulada: *Tecnología de la Información y Comunicaciones en la actividad de las Ferreterías PYMES en Bogotá*. (Tesis de post grado). Universidad de la Sabana, Chía, Colombia; como objetivo general se llegó a plantear analizar la relación entre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones con el desempeño de las Ferreterías Pymes en Bogotá; teniendo como metodología que se consideró como un estudio del tipo aplicada, con un alcance descriptivo y correlacional y diseñado para ejecutarse como un estudio no experimental, por su parte se estableció una muestra estructurada por 50 ferreterías y se

aplicó como instrumento al cuestionario. Como principales resultados se obtuvo que el 100% de las Pymes tienen computadoras, el 92% cuenta con acceso al internet, el 78% posee Página Web, y el 52% usa las redes sociales. Por lo tanto, esta investigación concluyó que las ferreterías Pymes de la ciudad de Bogotá cuentan con pocos elementos disponibles de las tecnologías de la información y las comunicaciones, ya que se determinó que son muy pocos los que emplean los teléfonos, el correo electrónico, la banca por internet, las redes sociales, las páginas web, y solo disponen del computador y esto no suele ser suficiente para poder tener un adecuado desarrollo empresarial en la actualidad en donde se exige mucho el uso de herramientas tecnológicas.

Cuñis (2016), en su investigación titulada: *Implementación de las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación TICs y su incidencia en el desarrollo económico de las Pymes sector hotelero de la ciudad de Riobamba, Periodo 2014-2015*. (Tesis de post grado). Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador; como objetivo general se llegó a plantear implementar las Tecnologías de la Información y Comunicación, mediante el diseño y aplicación de las herramientas tecnológicas en las Pymes del sector hotelero; teniendo como metodología que se consideró un estudio aplicado, con un alcance descriptivo, y diseñado para ejecutarse como un estudio no experimental, mientras que fue establecido una muestra de estudio de 84 Pymes hoteleras y se aplicó como instrumento al cuestionario. Como principales resultados se obtuvo que el 58% de las empresas hoteleras no conocen de herramientas tecnológicas y que el uso más frecuente de las herramientas tecnológicas es el internet en un 99%. Por lo tanto, en esta investigación la mayoría de las Pymes hoteleras que son el 58% han mostrado su desconocimiento de las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación, ya que existe una gran necesidad de capacitación a los trabajadores sobre dicho tema, así mismo, las Pymes que sí vinieron usando las TICs han presentado un mejor conocimiento del contexto económico, ya que pudieron minimizar sus costos para mejorar su rendimiento, por lo tanto, en base a lo mencionado las TICs resultó ser muy importante para el desarrollo empresarial.

Moyón (2017), en su investigación titulada: *El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el sector comercial y su aporte al posicionamiento empresarial, periodo enero-julio 2016*. (Tesis de pre grado). Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador; como objetivo general se llegó a plantear determinar el uso de las TICs en el sector comercial y su aporte al posicionamiento empresarial en el periodo enero-julio 2016; la metodología considerada fue de estudio básico, de

alcance descriptivo, y diseñado para ejecutarse como un estudio no experimental, mientras ²⁰ que fue establecido una muestra de estudio conformada por 158 empresas y se aplicó como instrumento al cuestionario. Como principales resultados se obtuvo que el 49% de las empresas tienen dificultades para emplear las TICs por problemas económicos y que el 64% de las empresas no vienen empleando ningún medio ³⁰ tecnológico para hacerse conocidos. Por lo tanto, esta investigación concluyó que las tecnologías de la información y comunicación facilitan la ejecución de los procesos de una organización, puesto ¹⁰ que esto se automatiza, conllevando al ahorro de recursos, tiempo y dinero, por lo tanto, el uso de dichas tecnologías genera una mayor innovación empresarial, conllevando esto a la mejora de la competitividad y productividad, porque ⁸ se transmiten, procesan y circulan información de manera inmediata, como es el caso del uso de las redes sociales para dar a conocer un ³⁴ producto o marca con la finalidad de poder generar ventas.

En el ámbito nacional ⁸ Ruíz y Trinidad (2017), en su investigación titulada: *Efecto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la competitividad internacional de las PYMES agroexportadoras de espárragos frescos de Lima Metropolitana y Callao*. (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú; ³⁴ como objetivo general se llegó a plantear evaluar la relación entre el efecto de las Tecnologías de la Información y Comunicación con la competitividad internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y Callao; teniendo como ⁶ metodología que se consideró como un estudio aplicado, de alcance correlacional, y diseñado para ejecutarse como estudio de corte transversal, mientras que fue establecido ⁶ una muestra conformada por 40 pymes y se aplicó como instrumento al cuestionario. Como principales resultados se obtuvo que el 57.5% de las pymes tienen base actualizada de los datos de sus clientes y el 45% de las pymes tienen un éxito bueno en el extranjero. Por lo tanto, en esta investigación se concluyó que la implementación y el uso de las TICs resultó ser muy útil para incrementar la exportación de los espárragos frescos del Perú, generando esto que las empresas locales se vuelvan competitivas en el exterior, porque mediante el uso estas tecnologías se mejoran los procesos administrativos y productivos al volverlos más eficientes.

Chugden y Warthon (2019), en su investigación titulada: ¹⁵ *Tecnologías de la Información y Comunicación en la competitividad de las Mypes de la Asociación de Exportadores de Gamarra, 2019*. (Tesis de pre grado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú; ¹ como objetivo general se llegó a plantear determinar la relación que existe entre las tecnologías de la información y comunicación y la competitividad de las Mypes de la

Asociación de Exportadores de Gamarra; teniendo como metodologías que se consideró como un estudio aplicado, de alcance correlacional, y diseñado para ser ejecutado como un estudio no experimental, mientras que fue establecido la muestra estudiada por un total de 70 Mypes, y se aplicó como instrumento al cuestionario. Como principales resultados se llegó a obtener que el 54.3% consideraron que el nivel de uso de las TICs es alto y que el 47.1% manifestaron que el nivel de competitividad es alto. Por lo tanto, esta investigación concluyó que, se estableció que si existe relación significativa entre las TICs y la competitividad de las Mypes que forman parte de la Asociación de Exportadores de Gamarra, esto porque se obtuvo un nivel de significancia que fue inferior a 0.05, y que además el coeficiente de correlación que se denomina Rho de Spearman resultó ser de 0,634, por lo tanto, se llegó a aceptar la hipótesis de investigación, significando esto que a un mayor uso de las TICs, las Mypes desarrollaron una mayor competitividad.

Párraga (2017), en su investigación titulada: *La implementación de las tecnologías de la información y comunicación en las PYMES de la zona 4 del Ecuador y su impacto en la competitividad empresarial*. (Tesis de post grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú; como objetivo general se llegó a plantear determinar el impacto de las tecnologías de la información y comunicación en la competitividad empresarial de las PYMES de la zona 4 del Ecuador; la metodología empleada fue de un estudio básico, de alcance descriptivo y explicativo, y diseñado para ser ejecutado como un estudio no experimental, mientras que el tamaño de la muestra se estableció por 120 empresas, y se aplicó como instrumento al cuestionario. Como principales resultados se obtuvo que el 86% de las empresas tienen empleados que no están capacitados para realizar un uso eficiente de las herramientas tecnológicas y de información y que el 38% de las empresas emplean eficientemente los recursos que disponen volviéndoles más competitivas. Por lo tanto, en esta investigación se concluyó que las personas encuestadas manifestaron que el uso de las TICs fue de gran ayuda para los trabajadores encargados de gestionar las empresas, porque pudieron observar que existió mejoras en la parte comercial, ventas de diseño e innovación de los productos, sin embargo, aún hace falta incrementar su efectividad y realizar una mayor inversión en ella para elevar el nivel de competitividad de las PYMES de la zona 4 del Ecuador.

Mendoza (2018), en su investigación titulada: *Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y la imagen corporativa en la empresa Activa S.A., en Lima Metropolitana, periodo 2018*. (Tesis de post grado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú; como objetivo general se llegó a plantear determinar la relación entre las variables

⁶ tecnologías de información y comunicación y la imagen corporativa; la metodología fue ⁴⁴ de un estudio aplicado, de alcance correlacional, y diseñado para ser ejecutado como no experimental de corte transversal, siendo considerado el tamaño de la muestra por 110 clientes y se aplicó como instrumento al cuestionario. Como principales resultados se logró obtener que, según el 60.9% de los encuestados, la empresa tiene un uso moderado de las TICs y que el 59.1% consideró que el nivel de imagen corporativa es moderado. ² Por lo tanto, en esta investigación se concluyó que el estudio logró establecer la existencia de una relación positiva y significativa entre el uso de las TICs y la dimensión que se denominó como componente estratégico, debido en que se obtuvo un “p” valor inferior a 0.05, conllevando esto a la aceptación de la hipótesis específica que fue formulada, el cual consistió en que el uso moderado de las TICs no permitió que se establezcan estrategias adecuadas para la distribución de los inventarios y la organización del personal para poder otorgar un servicio más eficiente ¹² en la ejecución de proyectos inmobiliarios.

En el ámbito local Gálvez y Sajamí (2017), en su investigación titulada: *Uso de las tecnologías de la información y comunicación por internet en la promoción de los Hoteles* caracterizados de 3 y 4 estrellas en la provincia de San Martín, año 2013. (Tesis de pre grado) Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú; con el objetivo de identificar el efecto existente entre el uso de las TIC por internet en la promoción de los Hoteles caracterizados de 3 y 4 estrellas de la provincia de San Martín; el estudio fue básico, descriptivo, y diseño no experimental, la muestra tomada fue de 381 usuarios y se aplicó como instrumento el cuestionario. Los resultados mostraron que el 22.83% de los usuarios visitaron la red social de Facebook de las empresas hoteleras y 27.30% de su Página Web. Concluyeron que las TICs no se encuentran muy desarrolladas en la promoción de los hoteles, debido que los dos ítems mencionados anteriormente no sobrepasan ni el 50%.

Flores (2019), en su tesis que lleva por título *“Eficacia de las herramientas digitales y posicionamiento de marca en la empresa Procesadora de Alimentos y Bebidas Tarapoto S.A.C., 2018”*. (Tesis de maestría). Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú; tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la eficiencia de las herramientas digitales y el posicionamiento de marca en la empresa Procesadora de Alimentos y Bebidas Tarapoto S.A.C., 2018. El tipo de investigación manejada fue básica, correlacional, cuantitativo, transversal y orientada a la comprobación, con diseño correlacional y una muestra de 216 usuarios, el instrumento utilizado fue el cuestionario. Se encontró como resultados que existe relación entre el uso de las herramientas digitales y el posicionamiento de marca de la empresa Procesadora de

Alimentos y Bebidas Tarapoto S.A.C., 2018, la correlación fue positiva baja con un Rho de Spearman de 0,038 que indica falta de desarrollo de herramientas digitales, que sin tener mayores costos pueden resultar muy útiles para un posicionamiento de marca. Así mismo, la eficiencia encontrada al utilizar herramientas digitales por parte de los clientes es “bajo” y “medio” con un 66,7% y 33,3% correspondientemente. Ya que no existen herramientas digitales al alcance del cliente, por lo que el cliente desconoce de estos servicios.

Sánchez (2020), en su tesis “*Las tecnologías de la comunicación e información y el nivel de crecimiento de las Pymes del Sector Comercio. Tarapoto, 2019*”. (Tesis de grado). Universidad Alas Peruanas, Tarapoto, Perú; el objetivo propuesto fue determinar la relación entre el uso de las tecnologías de la comunicación e información y el nivel de crecimiento de las Pymes del sector comercio. Tarapoto, 2019. La investigación es de tipo básica y diseño correlacional, con una muestra de 42 pymes comerciales. Se utilizó como instrumento el cuestionario. Como resultados se ha encontrado que existe relación entre la variable uso de las tecnologías de información y comunicación y el crecimiento de las Pymes comerciales, pues el valor de P fue 0.00, siendo menor a 0.05 el cual indica una relación positiva entre variables, así mismo, el valor de r fue de 0.818 indicando significancia considerable, lo que indica que el crecimiento de la Pymes va de la mano con el uso de las tecnologías de comunicación e información. Otro dato obtenido fue que el uso de las TIC es bajo con un 44% en las Pymes comerciales, lo que indica que no se está aprovechando como una herramienta de crecimiento económico y empresarial para un mejor posicionamiento.

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Tecnologías de la Información y Comunicación

Definición conceptual

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación que también son denominadas como TIC, se consideran a una serie de tecnologías que fueron desarrolladas con la finalidad de gestionar la información y transferirla de un lugar a otro (Sarmiento et al., 2017, p. 113). Según Gil (2002), citado por Cano-Pita (2018), menciona que también se denominan como TICs, que se encuentra conformado por una serie de aplicaciones, sistemas, herramientas, métodos y técnicas que se vinculan con el proceso que digitaliza los diferentes sonidos, textos y las imágenes. Las TICs involucran actividades sobre los procesos de desarrollo, implementación y gestión de todos los sistemas de información que se encuentran basadas en la manipulación de los computadores, por lo tanto, esto conlleva en que las organizaciones mejoren su nivel de competitividad y se vuelvan más flexibles al cambio

(García, 2013, p. 324). ⁵⁵ Las Tecnologías de la Información y Comunicación son un conjunto de herramientas que pueden llegar a ser empleadas en distintas actividades, principalmente en aquellas en donde se utilicen y se maneje información (Delgado, Campoy, & Subires, 2015, p. 149).

Aportaciones de las TICs en las organizaciones

Córdova, Taopanta y Rojas (2019), ⁶ mencionaron que el impacto que genera las TICs en las organizaciones se vuelve cada vez más significativa, ya que mediante ella se facilitan el desarrollo de actividades dentro de una organización, convirtiéndose ello en un elemento clave para poder sobresalir en un entorno bastante competitivo. Actualmente, las empresas que hacen un mayor uso de las herramientas tecnológicas son las más competitivas, porque se implantan mejores estrategias y se ordenan las actividades y los recursos para el cumplimiento de los objetivos, siendo el punto clave entre todos ellos la fluidez de la comunicación. La información que se gestiona mediante las TICs ayuda a tomar mejores decisiones, se ejecuta un mejor control de las actividades que desarrolla el personal y se tiene un mejor panorama de las inversiones. Por otra parte, las TICs mejoran la interacción que tienen los clientes con la empresa, y permite mejorar los conocimientos del personal de la organización.

Entre los principales aportes de las TICs a una organización son los siguientes:

- Es un facilitador para el acceso a la información.
- Otorga una mayor rapidez y fiabilidad a la transmisión de datos.
- Se mejoran los canales de comunicación.
- Se posee una mayor capacidad de almacenamiento.
- El desarrollo de los trabajos se automatiza.
- Se mejora la interactividad que tiene la empresa con los grupos de interés.
- Se digitaliza la información de una organización (p.4).

Beneficios de las TICs

Botello, Pedraza y Contreras (2015), ¹⁶ mencionaron que la implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación permite incrementar el almacenamiento de la información, asimismo, tener un rápido acceso y manipulación de ella. Otros de los beneficios son la reducción de costos y tiempo que se invierte. Sin embargo, en algunas empresas el beneficio se limita a los costos que se encuentra inmerso en la instalación y mantenimiento de las herramientas tecnológicas y en la capacitación del personal. Además de generar un ahorro de tiempo y dinero, se mejora la transmisión de información y se reduce la incertidumbre en la organización, el cual suele ser beneficioso para tomar

decisiones acertadas (p. 6). A continuación, se presenta una gráfica sobre los beneficios que se genera por la adopción y uso de las TICs en una organización.

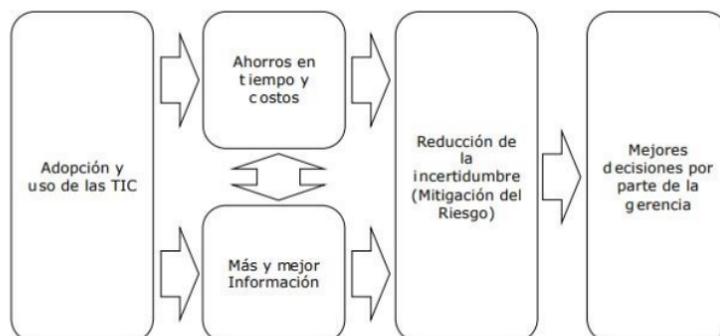


Figura 1. Beneficios de las TICs en una organización
Fuente. Obtenido de Botello et al., 2015.

Importancia de innovar

Bernal y Rodríguez (2019), mencionaron que la innovación en una empresa permite generar valor, es por este motivo que las empresas deben pensar en el modo, medio y forma para optimizar cada uno de sus procesos. Cuando una empresa innova, se generan múltiples cambios que pueden ser al nivel organizacional, productivo y tecnológico. A continuación, se presentan los efectos que se generan con el cambio mediante las TICs:

- Transformación: Son los cambios que se generan sobre los recursos humanos y tecnológicos, los cuales permitirá que una organización alcance un mayor crecimiento (Bernal y Rodríguez, 2019, p.2).
- Crecimiento: Representa al éxito generado de la transformación de una organización sobre los recursos que tiene a su disposición. Con las TICs se logra incrementar las ventas para generar una mayor rentabilidad de la organización (Bernal y Rodríguez, 2019, p.2).
- Competitividad: Ocurre cuando se empieza a consolidar las estrategias que fueron tomadas en la fase de presentación. Por lo tanto, se necesita llegar a satisfacer las necesidades para lograr una mayor competitividad (Bernal y Rodríguez, 2019, p.2).

Características de las TICs.

De acuerdo a lo plasmado por Zambrano y Zambrano (2019), indicaron que las características que poseen el uso de las TICs son los siguientes:

- Su mayor interés es el transmitir información.

- Se considera como interactiva, porque constantemente se intercambia la comunicación entre el usuario y el ordenador.
- La comunicación es desarrollada de manera inmediata, porque se superan barreras sobre el tiempo, el espacio y la cultura.
- Se encuentra en constante innovación, porque las herramientas tecnológicas se acoplan a la necesidad que presenta el usuario.

Impulsa a la automatización y la interconectividad, porque permite ahorrar tiempo y recursos en las actividades que se ejecutan a diario en una organización y permite que los usuarios se mantengan conectados a kilómetros de distancia (p. 220).

³⁶ Dimensiones de las Tecnologías de la Información y comunicación

Según Sarmiento et al. (2017), mencionaron que la gestión de las Tecnologías de la Información y Comunicación se encuentra conformada por las dimensiones aceptación, disponibilidad, uso y formación en el uso de las TICs. A continuación, se detalla cada una de ellas:

a. Aceptación de las TICs.

Sarmiento et al. (2017), indicaron que se refiere a la forma en como las TICs facilita la ejecución de tareas del personal y a la mejora de su calidad de vida dentro de la organización. Como indicadores se tiene a lo siguiente.

- Facilita la ejecución de tareas: El desarrollo de las actividades del personal se vuelven más rápidas y sencillas.
- ⁴⁶ Mejora de la calidad de vida en la organización: Se refiere al incremento de los ³⁹ niveles de bienestar de los trabajadores en la ejecución de sus actividades (p. 4).

b. Disponibilidad de las TICs.

Sarmiento et al. (2017), mencionaron que representa a ⁴¹ la cantidad y calidad de los recursos tecnológicos que una organización pone a disposición de sus trabajadores para la ejecución de sus actividades. Como indicadores se tiene a los siguientes.

- Cantidad de recursos tecnológicos: Se refiere al número de recursos tecnológicos que necesita una organización para que el personal ejecute adecuadamente sus actividades.
- Calidad de recursos tecnológicos: Representa a los estándares que poseen los recursos tecnológicos para que el personal obtenga los resultados esperados de la ejecución de sus actividades (p.4).

c. Uso de las TICs.

Sarmiento et al. (2017), señalaron que se refiere a la manera en cómo será usada y a la efectividad que significa ello dentro de una organización. Como indicadores se tiene a los siguientes:

- Programación en el uso: Se refiere a la manera o ¹⁹ forma en que será empleada las Tecnologías de la Información y Comunicación.
- Efectividad ^{en} el uso: Hace referencia a la relación de los resultados obtenidos y a la cantidad de recursos tecnológicos y de información que se emplean para obtener dichos resultados.

d. Formación en el uso de las TICs.

Sarmiento et al. (2017), indicaron que se refiere al nivel de conocimientos y grado de formación que tienen los individuos de una organización que les capacite para hacer uso de las TICs. Como indicadores se tiene a los siguientes:

- Capacitación: Hace referencia a la actualización de conocimientos que reciben los individuos de una organización sobre el manejo de las TICs.
- Nivel de formación: Se refiere al grado de instrucción académica que recibieron los individuos de una organización para el uso de las TICs.

2.2.2. Competitividad empresarial

Según Arriagada y González (2012), mencionaron que en el sector empresarial la competitividad es vinculada con la capacidad que tienen las empresas para adaptarse y demostrar flexibilidad ante la aparición de entornos dinámicos, los cuales aseguran su posicionamiento ⁵⁶ y la optimización en el empleo de los recursos tecnológicos. Este término parte a raíz ^{de} la ventaja competitiva que desarrolla una empresa en vinculación a los métodos ^{de} producción y organización que emplean (como por ejemplo aquello que se refleja ^{en} el precio y la calidad que posee el producto final) teniendo como referencia a los ^{rivales} que posee en su determinado sector o mercado.

⁵³ Cantillo y Daza (2011), mencionaron (como se citó en Molina & Sánchez, 2016, p. 110), que la competitividad empresarial se define como la capacidad que posee una empresa para ¹⁰ poder comercializar los productos y servicios que elabora, y que mediante ello incrementa su participación en el mercado sin que exista la necesidad de sacrificar las utilidades.

Morales y Pech ¹⁴ (como se citó en Molina y Sánchez, 2016, p.110), indicaron que la competitividad se refiere a la capacidad que tienen las empresas para establecer algunos atributos que conlleven a obtener un mejor desempeño que les permita generar ventaja

frente a sus competidores, gracias todo ello a la creación de valor. La competitividad es analizada como la eficiencia en el uso de los recursos y la capacidad de gestión de una empresa mediante la perspectiva de los clientes, colaboradores, inversionistas y proveedores (Buitrago, Rodríguez, & Serna, 2019, p. 101).

Evolución del concepto de competitividad

Cuando se menciona el término competitividad, se hace alusión a la capacidad de poder competir para conseguir un determinado fin. El concepto de competitividad fue evolucionando con el tiempo y se encuentra ligada principalmente con la productividad, esto se entiende como la capacidad que tienen las empresas para producir bienes y servicios al presentar un mejor aprovechamiento de los recursos con que disponen; por lo tanto, esos recursos tienen que encontrarse en las mejores condiciones de costo, calidad y precio a comparación de los demás competidores. El concepto de competitividad fue aplicado en un principio por los planteamientos que otorgó Porter, quien fue un catedrático eminente de la Harvard Business School, en el cual plantea que la competitividad se desarrolla en una sociedad globalizada (que sufre cambios constantemente). A partir de ello, diversos autores fueron acuñando nuevos conocimientos, tomando en cuenta esquemas mentales, factores socio económicos y la eficiencia y eficacia de las organizaciones en el sector que se desempeñan (Rodríguez, 2015, p. 5).

Alcance de la competitividad

De acuerdo a Ibarra et al. (2017), mencionaron que la competitividad tiene los siguientes alcances dentro de una organización:

- Planeación estratégica. Se establecen los propósitos de la organización, que orientan las actividades que en ella se ejecutan en el corto, mediano y largo plazo.
- Producción y operaciones. Permite la producción de bienes y servicios, mediante la adquisición y utilización de los recursos, de tal modo, una organización puede alcanzar una ventaja competitiva a través de procesos de producción que sean flexibles.
- Aseguramiento de la calidad. Una organización puede tener una ventaja competitiva con sus competidores si es que llega a producir bienes o servicios que estén libres de defectos y que satisfagan con las necesidades que tengan los clientes.
- Gestión de la comercialización. La competitividad permite a la organización mejorar las relaciones que existen entre los clientes, la marca y el mercado.
- Contable y financiera. Una organización crea una ventaja competitiva cuando tiene sus reportes contables y financieros ordenados, porque solo de esta manera se

tomarán decisiones acertadas sobre los niveles de liquidez, rentabilidad y uso de los recursos con que la organización dispone.

- Talento humano. La competitividad también abarca las políticas de gestión y dirección de los trabajadores, porque mediante ella permite que se atraiga al personal competente, se otorgue una formación continua y se motive en el desarrollo de sus actividades frente a lo que puede ofrecer las demás organizaciones de un sector.
- Gestión ambiental. Una organización competitiva, es aquella que desarrolla sus actividades respetando el medio ambiente que le rodea, por lo tanto, la organización tiene que desarrollar políticas que estén enfocadas a ello como parte de la responsabilidad ambiental.
- Tecnologías de la Información y comunicación. Con el uso de las TICs las organizaciones tienen una ventaja competitiva, porque tienen un mayor acceso a la información y se mejora la comunicación con los grupos de interés, haciendo esto que los procesos que se desarrollan en una empresa se vuelvan más flexibles (p. 3).

Factores competitivos

La competitividad empresarial es considerada como un fenómeno con alta complejidad, ya que se basa en las interrelaciones que se crean en los factores internos y externos de la organización.

Los factores externos permiten que se identifique las oportunidades y amenazas del ambiente en donde opera la organización, siendo esta los factores socioeconómicos o el macro ambiente. Por lo tanto, los gerentes tienen una ardua labor de identificar aquellas oportunidades y amenazas, encontrándose dentro de ellas las variables sociales, económicas, políticas, legales que modifican o atentan contra el funcionamiento de la organización (Medina, Morales, & Ulibarri, 2016, pp. 6 - 8)..

Los factores internos están involucrados los recursos físicos, los conocimientos y habilidades del personal, los recursos financieros, las herramientas tecnológicas y de información y el liderazgo directivo. Es decir, que los factores internos de una organización se relacionan con su capacidad de gestión, planeación, innovación y tecnología (Medina, Morales, & Ulibarri, 2016, pp. 6 - 8).

Características de la competitividad empresarial

De acuerdo a Ibarra et al. (2017), mencionaron que la competitividad empresarial posee las siguientes características:

- Administra exitosamente los flujos de producción y los inventarios que tiene disponible.
- Integra exitosamente la planeación estratégica del mercado y las actividades que pertenecen a la investigación y desarrollo, para que de esta manera exista innovación y prosperidad en el negocio.
- Capacidad para gestionar y crear alianzas estratégicas con instituciones locales para la innovación y desarrollo de nuevas tecnologías que aporten a brindar mejor producto o servicio.
- Capacidad para poder incorporar cambios en la demanda y de esta manera poder generar una evolución de los mercados.
- Diseñar esquemas que permitan mejorar la asociación entre otras empresas, proveedores y clientes (p. 112).

10

Dimensiones de la competitividad empresarial

Ibarra et al. (2017), menciona que “el nivel de competitividad a nivel micro o empresarial se pueden distinguir ocho dimensiones, las cuales de manera combinada determinan qué tan competitiva en una empresa, así como el grado de éxito que esta presenta respecto al resto del mercado” (p. 114). Dichas dimensiones son las siguientes:

a. Planeación estratégica

“Se refiere a si las organizaciones tienen objetivos y metas a plazo, políticas para su cumplimiento y seguimiento. Se considera si han realizado estudios sobre el entorno, amenazas y planes de contingencia” (Ibarra et al., 2017, p. 114).

Son procedimientos estructurados usados para aprovechar la inteligencia de una empresa en la búsqueda de respuestas a preguntas esenciales como son el diseño, la dirección y la estructura, que son los responsables de la dinámica del cambio social en un escenario actual como en un entorno futuro (Franklin, 2009).

Arriaga y Gonzáles (2012), indicaron que las decisiones que se toman son de manera global, es decir que abarca a toda la organización, ya que involucra conocer su entorno económico, implantar el liderazgo dentro de la organización, asimismo diseñar estrategias de comercialización y organizar a los recursos humanos para que cumplan eficientemente su función. Como indicadores o sub categorías de la gestión empresarial se tiene a lo siguiente:

- Conocimiento del entorno económico. Se refiere a la información de los actores económicos externos que van a influir en las decisiones de compra de los clientes

y en el desenvolvimiento del mercado.

- Liderazgo interno. Hace referencia a la forma en como es orientado el esfuerzo de los empleados de una organización para lograr obtener una meta común.
- Estrategias de comercialización. Es el modo o los canales para poner a disposición el producto o servicio al cliente final.
- Organización ¹⁷ de los Recursos Humanos. Representa a la gestión de los conocimientos del personal y a la entrega de materiales o herramientas indispensables para la ejecución de sus trabajos.

b. Producción y operaciones

“Su importancia sobre la competitividad de la empresa radica en la complejidad de los procesos de producción, uso de herramientas modernas de producción, certificaciones, flexibilidad en procesos productivos, planeación de materias primas e insumos, desarrollo de nuevos productos, manejo de inventarios, entre otros factores” (Ibarra et al., 2017, p. 114).

Cabrera, López y Ramírez (2011), considera ²⁴ que tiene como finalidad la producción de bienes y servicios, permitiendo que las organizaciones logren alcanzar sus metas a través de una eficiente adquisición y uso de los recursos, de manera que las organizaciones tengan ventajas competitivas con procesos de producción más flexibles, ajustados a los requerimientos de las operaciones, de esta manera se podrá responder a las exigencias de los clientes, quienes recibirán su producto a tiempo y con buena calidad.

Arriaga y Gonzáles (2012), indicaron que son decisiones que se toman en la parte operativa los cuales permiten elaborar productos y servicios de calidad. Como indicadores o sub categorías de la gestión de procesos se tiene a los siguientes:

- Calidad de productos y servicios. Representa a los estándares que se deben respetar para la elaboración de un producto o servicio que al final cumplan con las expectativas del cliente final.
- Relación con los proveedores. Es la negociación que entabla una organización con su proveedor el cual le garantiza una eficiente cadena de suministro.
- Capacidad productiva. Capacidad que tiene una empresa para elaborar mayores cantidades de productos en menos tiempo y con los recursos que se dispone.
- Logística en la entrega de los productos. Es la gestión de los recursos como las herramientas y el personal para poner a disposición el producto al cliente final en menos cantidad de tiempo.

c. Aseguramiento de la calidad

“En esta dimensión se determina el nivel de implementación de normas de calidad, grupos de trabajo al respecto, certificaciones, programas para enfrentar contingencias” (Ibarra et al., 2017, p. 114).

Según Cadena (2018), el aseguramiento de la calidad surge cuando la dirección de la empresa toma conciencia de la importancia que tiene la calidad, a partir de ello busca implementar un sistema de gestión de calidad, como por ejemplo las normas ISO 9000. Estas necesidades pueden surgir por la exigencia que pide un cliente o porque se encuentran convencidos de que es bueno para la empresa. Sin embargo, la calidad es considerada una ventaja competitiva mas no una inversión, ya que su finalidad es certificar un modelo de calidad que implementó la empresa.

d. Comercialización

“Consiste en el análisis de las políticas de venta, vías de distribución, formas de pago, relación con clientes y proveedores, definición del mercado meta, estudios de mercado, uso de estrategias de mercadeo, satisfacción del cliente” (Ibarra et al., 2017, p. 115).

OIT (2016), Tiene como finalidad crear lealtad con el cliente, en otras palabras, buenas relaciones entre clientes-proveedores, para que estos primeros no solo regresen sino también recomienden el producto, de manera que su negocio crezca y sea rentable. En conclusión, la comercialización busca identificar las necesidades que tiene el cliente y satisfacerlas de la mejor manera y obteniendo beneficios para la empresa.

e. Contabilidad y finanzas

“Se estudia si las empresas tienen definida su estructura de costos, margen de ganancias, planeación y administración financiera, estrategias fiscales, pago de impuestos, etc.” (Ibarra et al., 2017, p. 115).

Saavedra, Milla y Tapia (2013), Es el encargado de brindar el reporte de los informes para la toma de decisiones, en corto, mediano y largo plazo, de esta manera se podrán cubrir las necesidades de liquidez y las empresas podrán seguir operando sin dificultades.

f. Recursos humanos

Según lo mencionado por Chiavenato (2011), los recursos humanos son las personas que ingresan, permanecen y participan en la empresa, indistintamente de su nivel jerárquico o labores. Se encuentran distribuidos por niveles: institucional (dirección), intermedio (gerencia y asesoría) y operacional (empleados, técnicos y obreros). Son considerados el único recurso vivo y dinámico de la empresa, así mismo son los que decidirán como se

mueven los demás recursos que son inertes y estáticos.

g. **Gestión ambiental**

“Las nuevas exigencias en esta materia son de mayor relevancia para los consumidores, las empresas deben ser competitivas y a la vez responsables con el medio ambiente” (Ibarra et al., 2017, p. 115).

De acuerdo a lo mencionado por Saavedra et al. (2013), para una mejor gestión ambiental, las Naciones Unidas buscan promover el uso de los recursos naturales (energía y agua dulce) de manera responsable. Por su parte, los gobiernos nacionales y locales, así como las industrias deberán adoptar estrategias y políticas que contribuyan con una manera más eficiente de utilizar los recursos comunes, un manejo más adecuado de los insumos químicos, asuman los costos ambientales y se reduzcan la contaminación y el peligro que pueda ocasionar a los humanos y el medio ambiente.

h. **Sistemas de información**

“Existe una amplia evidencia de la importancia de la tecnología como mecanismo de competitividad empresarial” (Ibarra et al., 2017, p. 115).

Según Chiavenato (2011), su finalidad es reunir, procesar, acumular y difundir la información de manera que las personas encargadas de tomar las decisiones, lo puedan hacer de manera adecuada y eficaz, con pleno conocimiento de toda la situación. Existe mucha necesidad de información amplia y heterogénea, por lo que será necesaria la presencia de investigadores de mercado, contadores, auditores, analistas, etc. para analizar, investigar y definir cuáles serán las estrategias y acciones a tomar. Es así, que los sistemas de información juegan un rol importante en el desempeño de los gerentes, especialmente en la planeación

Arriaga y González (2012), mencionaron que las decisiones tomadas permiten crear nuevos procesos, productos o marcas que serán de gran novedad para el mercado y generar de esta manera una ventaja frente a la competencia. Como indicadores o sub categorías de la gestión de procesos se tiene a los siguientes:

- Capacidad de innovación. Es el nivel de disposición que tiene una organización para generar cambios novedosos en su esquema productivo y la manera en cómo distribuye el producto o servicio al cliente.
- Capacidad tecnológica. Representa a la disposición de herramientas tecnológicas y de información que tiene una organización para la ejecución de sus actividades.
- Administración de marcas. Representa al método que utiliza la organización para

conectar su marca con los clientes y de esta manera poder incrementar sus ventas.

25 CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Ámbito y condiciones de la investigación

3.1.1. Ubicación política

3.1.2. Ubicación geográfica

A nivel geográfico, este estudio se ubica concretamente en la ciudad de Tarapoto, región San Martín. De forma específica, en pymes productoras de alimentos y bebidas.

3.1.3. Periodo de ejecución

La investigación se llevó a cabo en el período 2021.

3.1.4. Autorizaciones y permiso

En este estudio, se solicitó autorización para realizar encuestas y para que el consultor realizara su trabajo. También se solicitó permiso a los gerentes de dichas pymes para encuestarlos.

25 3.1.5. Control ambiental y protocolo de bioseguridad

No aplica.

3.1.6. Aplicación de principios éticos internacionales

El presente estudio respetó los derechos de los autores citados siguiendo las normas APA 7. Además, se tomará en cuenta los siguientes principios éticos de investigación: (i) El respeto a las personas, pues las encuestas se realizarán con el consentimiento del participante, respetando su autonomía; (ii) la beneficencia, dado que se utilizarán implementos de bioseguridad, al momento de realizar los cuestionarios con el fin de proteger el bienestar físico del participante; y, (iii) la justicia, porque se respetarán los derechos de los participantes de la investigación (Miranda & Villasís, 2019, p.117).

1 3.2. Sistema de variables

3.2.1. Variables principales

Variable Independiente: Tecnologías de la Información y Comunicación

Variable empírica 1: Aceptación de las TICs cuyos indicadores son facilita la ejecución de tareas y mejora la calidad de vida en la organización.

Variable empírica 2: Disponibilidad de las TICs cuyos indicadores son, cantidad de recursos tecnológicos y calidad de recursos tecnológicos.

Variable empírica 3: Uso de las TICs cuyos indicadores son, programación en el uso y efectividad en el uso

Variable empírica 4: Formación en el uso de las TICs, cuyos indicadores son capacitación y nivel de formación.

1

3.2.2. Variables secundarias

Variable dependiente: Competitividad empresarial

11

Variable empírica 1: Planeación estratégica cuyos indicadores son objetivos, metas, políticas, análisis del entorno y planes de contingencia.

Variable empírica 2: Producción y operaciones cuyos indicadores son procesos de producción, certificaciones, flexibilidad productiva, desarrollo de nuevos productos y procesos y planeación de materiales, insumos, etc.

Variable empírica 3: Aseguramiento de la calidad cuyos indicadores son normatividad, grupos de trabajo y retroalimentación, por último, procesos certificados.

Variable empírica 4: Comercialización cuyos indicadores son, políticas de venta, distribución, relaciones clientes-proveedores, satisfacción de clientes e investigación de mercados

Variable empírica 5: Contabilidad y finanzas cuyos indicadores son, estructura de costos, administración financiera, estrategias fiscales, pago de impuestos e inventarios.

Variable empírica 6: Recursos humanos cuyos indicadores son, procesos de selección y reclutamiento; capacitación y adiestramiento; rotación y clima laboral; seguridad e higiene, por último, compensaciones.

Variable empírica 7: Gestión ambiental, cuyos indicadores son, programa de manejo de desechos, políticas de reciclaje y normatividad.

Variable empírica 8: Sistemas de información, cuyos indicadores son, tecnologías de la información, sistematización y planes de contingencia.

Tabla 1*Descripción de las variables por objetivo específico*

Objetivo específico N° 1: Identificar la relación entre la aceptación de las TICs y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Aceptación de las TICs	Facilita la ejecución de tareas.	Cuestionario	Ordinal
	Mejora la calidad de vida en la organización		

Tabla 2*Descripción de las variables por objetivo específico*

Objetivo específico N° 2: Identificar la relación entre la disponibilidad de las TICs con la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Disponibilidad de las TICs	Cantidad de recursos tecnológicos	Cuestionario	Ordinal
	Calidad de recursos tecnológicos		

1
Tabla 3

Descripción de las variables por objetivo específico

1
Objetivo específico No 3: Identificar la relación entre el uso de las TICs y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Uso de las TICs	Programación en el uso	Cuestionario	Ordinal
	Efectividad en el uso		

Tabla 4

Descripción de las variables por objetivo específico

1
Objetivo específico No 4: Identificar la relación entre la formación en el uso de las TICs y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Formación en el uso de las TICs	Capacitación	Cuestionario	Ordinal
	Nivel de formación		

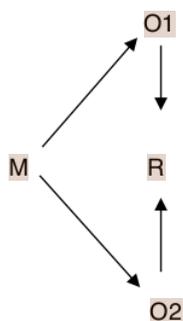
3 **3.3 Procedimientos de la investigación**

3.3.1. Tipo y nivel de la investigación

El presente estudio fue considerado como aplicada, porque se planteó aplicar aquellos conocimientos que se adquirieron mediante las teorías existente para brindar solución a la problemática presentada. Por su parte Sánchez y Reyes (2015), mencionaron que los estudios aplicados permiten demostrar la utilidad de los conocimientos provenientes de las investigaciones básicas para abordar y brindar una solución a un determinado problema (p. 37).

La ejecución de este estudio se realizó bajo un alcance descriptivo y correlacional, porque se empezó por recoger información de manera independiente de cada variable estudiada, con la finalidad de poder analizarlas y evaluarlas y que después se procedió a medir si existe una relación entre ellas. En cuanto Hernández, Fernández y Baptista (2010),

manifestaron que los estudios descriptivos son ejecutados con el propósito de brindar conocimientos sobre el conjunto de cualidades y propiedades que pertenecen a un elemento o variable, y que a partir de ello parten los estudios correlacionales, que cumplen el propósito de medir la fuerza de relación que pueda existir entre dos a más variables (p. 92-93). En tal sentido, y en base a todo lo explicado, el esquema de este tipo de investigación es el siguiente:



Dónde:

M	=	Muestra
O₁	=	TICs
O₂	=	Competitividad empresarial
r	=	Relación

3.3.2. Población y muestra

Según Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero (2018), manifestaron que la población se comprende como el conjunto de las unidades que se estudian y que mantienen características similares requeridas en una investigación. Estas unidades pueden ser denominadas como objetos, sucesos, animales, personas, plantas, documentos, entre otros (p. 334).

La población estuvo conformada por los gerentes de 41 Pymes productoras de alimentos y bebidas de la ciudad de Tarapoto, según los datos proporcionados por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria durante el periodo 2020.

Por otro lado, los criterios de selección, estuvieron categorizados en criterios de inclusión, asociado a empresas activas que tienen como actividad económica la producción de bebidas y alimentos y criterios de exclusión: refleja empresas que fueron dadas de baja y que cuya actividad económica sea diferente a la de producción de bebidas y alimentos.

Alusivo a la muestra se consideró al fragmento representativo de la población estudiada, el cual llega a ser calculada mediante diferentes métodos o técnicas (Carrasco y Rodríguez, 2018, p. 238).

⁷⁸ El tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia del investigador, porque la cantidad de la población de estudio es reducida y manejable, es decir que la muestra estuvo integrada por gerentes de 41 Pymes productoras de alimentos y bebidas de la ciudad de Tarapoto, según los datos proporcionados por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria durante el periodo 2020.

³ 3.3.3. Diseño analítico, muestral y experimental

La investigación tuvo un diseño no experimental de corte transversal, porque se procedió a analizar a partir de la información que fue recogida por los instrumentos aplicados, sin incurrir a una manipulación deliberada de las variables estudiadas, asimismo, el recojo de la información correspondió a un solo periodo de estudio. Palella y Martins (2012), mencionaron que en los estudios con diseño no experimental el investigador no plantea sustituir de manera intencional las variables estudiadas, es decir que se procede al análisis de los hechos tal y como se manifiestan en su entorno (p. 87). Por su parte Bernal (2010) indicó que los diseños de corte transversal corresponden al recojo de información de la muestra de estudio por única vez en un tiempo establecido (p. 118).

3.3.4. Procesamiento y análisis de datos

Para procesar la información recogida fue necesario contar con las herramientas necesarias, como son las laptops que tengan instalados los programas estadísticos Excel y SPSS en su versión 25. Para el análisis descriptivo se procedió a tabular las encuestas en el sistema Excel, el cual agrupó la información en tablas de frecuencias y figuras de porcentajes, que permitieron conocer el estado de las variables estudiadas. Para el análisis inferencial, se empleó la información procesada del análisis descriptivo, el cual mediante el SPSS se estuvo ejecutando la prueba de normalidad, que en base a su significancia permitió conocer si existe o no datos normalmente distribuidos en las variables y dimensiones estudiadas; y debido a que ⁶⁵ es menor a 0.05 los datos no tuvieron una distribución normal y se procedió a aplicar Rho de Spearman. Ahora bien, independientemente de la prueba estadística que se aplicó, se estuvo tomando el "p" valor

3 para determinar la existencia de una relación significativa, puesto que esto tiene que ser menor a 0.05 para afirmar que existe relación, por otra parte, se empleó el coeficiente de correlación, como valor de referencia para medir la fuerza de relación entre variables o variable con dimensión.

1 CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis inferencial

Tabla 5

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Aceptación de las TICs	,194	41	,000
Disponibilidad de las TICs	,172	41	,004
51 Uso de las TICs	,145	41	,029
Formación en el uso de las TICs	,196	41	,000
Tecnologías de la Información y Comunicación	,156	41	,014
38 Planeación estratégica	,183	41	,001
Producción y operaciones	,166	41	,006
Aseguramiento de la calidad	,189	41	,001
Comercialización	,160	41	,010
Contabilidad y finanzas	,172	41	,004
Recursos Humanos	,166	41	,006
Gestión ambiental	,200	41	,000
Sistemas de información	,174	41	,003
Competitividad Empresarial	,185	41	,001

Los resultados de la Tabla 5 indican que el tamaño de la muestra es inferior a 50 elementos, por lo que se recurrió a la prueba Shapiro-Wilk para determinar la normalidad de las variables tecnologías de la información y comunicación e igualmente competitividad empresarial. La sig. (bilateral) para la mayoría de indicadores que constituyen cada variable son inferiores a 0,05, lo que sugiere que los datos no se distribuyen normalmente. Por tanto, se utilizó en su lugar el coeficiente de correlación Rho Spearman

4.2. Objetivo específico 1

Tabla 6

Vínculo relacional entre aceptación de las TICs con la competitividad empresarial

		Competitividad empresarial	
		Correlación	0.605**
Spearman	Aceptación de las TICs	Valor de p	,000
		N	41

***. Se tiene una significancia menor al margen de 1%.*

Respecto a la información de la presente tabla, se muestran los hallazgos a partir de la aplicación del estadístico de Spearman, en donde se presenta el valor de p, identificado a partir de contar con un margen por debajo del 1% (0.01). Asimismo, a ello se le puede adicionar que el coeficiente hallado es positivo (0.605) entre aceptación de las TICs y competitividad empresarial. Por lo tanto, la adopción y el uso efectivo de las TICs se convierte en una estrategia para mejorar la competitividad en el entorno empresarial.

4.3. Objetivo específico 2

Tabla 7

Vínculo relacional entre disponibilidad de las TICs con la competitividad empresarial

		Competitividad empresarial	
		Correlación	0.576**
Spearman	Disponibilidad de las TICs	Valor de p	,000
		N	41

***. Se tiene una significancia menor al margen de 1%.*

Respecto a la información de la presente tabla, se muestran los hallazgos a partir de la aplicación del estadístico de Spearman, en donde se presenta el valor de p, identificado a partir de contar con un margen por debajo del 1% (0.01). Asimismo, a ello se le puede adicionar que el coeficiente hallado es positivo (0.576) entre disponibilidad de las TICs y competitividad empresarial, en otras palabras, es esencial que invertir en nuevos equipos tecnológicos que permita otorgar un mayor soporte a las tareas que realizan y de este modo optimizar la competitividad empresarial.

4.4. Objetivo específico 3

Tabla 8

Vínculo relacional entre el uso de las TICs con la competitividad empresarial

		Competitividad empresarial	
		Correlación	0.557**
Spearman	Uso de las TICs	Valor de p	,000
		N	41

** Se tiene una significancia menor al margen de 1%.

Respecto a la información de la presente tabla, se muestran los hallazgos a partir de la aplicación del estadístico de Spearman, en donde se presenta el valor de p, identificado a partir de contar con un margen por debajo del 1% (0.01). Asimismo, a ello se le puede adicionar que el coeficiente hallado es positivo (0.557), es decir, se propicia el cumplimiento en programación de utilización en TICs, asimismo se distribuye a todos los colaboradores para mejorar en tiempo que en efecto conlleva a alcanzar los objetivos trazados

4.5. Objetivo específico 4

Tabla 9

Vínculo relacional entre formación en el uso de las TICs con la competitividad empresarial

		Competitividad empresarial	
		Correlación	0.591**
Spearman	Formación en el uso de las TICs	Valor de p	,000
		N	41

** Se tiene una significancia menor al margen de 1%.

Respecto a la información de la presente tabla, se muestran los hallazgos a partir de la aplicación del estadístico de Spearman, en donde se presenta el valor de p, identificado a partir de contar con un margen por debajo del 1% (0.01). Asimismo, a ello se le puede adicionar que el coeficiente hallado es positivo (0.591), en otras palabras, la disposición de los colaboradores en interés para comprender el funcionamiento de dichas herramientas tecnológicas ostenta adaptación que confiere ser efectiva para alcanzar una mejor competitividad en el entorno empresarial.

4.6. Objetivo general

Tabla 10

Vínculo relacional entre Tecnologías de la Información y Comunicación hacia ⁴² la competitividad empresarial.

		Competitividad empresarial	
		Correlación	0.605**
Spearman	Tecnologías de la Información y Comunicación	Valor de p	,000
		N	41

⁴ **. Se tiene una significancia menor al margen de 1%.

Respecto a la información de la presente tabla, se muestran los hallazgos a partir de la aplicación del estadístico de Spearman, en donde se presenta el valor de p, identificado a partir de contar con un margen por debajo del 1% (0.01). Asimismo, a ello se le puede adicionar que el coeficiente hallado es positivo (0.605), en otras palabras, se rescata la importancia estratégica de las TICs como herramientas que impulsan el rendimiento empresarial y favorecen la posición competitiva de las organizaciones en el mercado.

Resultados descriptivos

Variable ³⁰ Tecnologías de la Información y Comunicación

Tabla 11

Edad vs Tecnologías de la Información y Comunicación

		Calificación				
		bajo	regular	alto		
Edad	20-30 años	Recuento	2	3	1	6
		% del total	4,9%	7,3%	2,4%	14,6%
	⁹ 31-40 años	Recuento	3	11	2	16
		% del total	7,3%	26,8%	4,9%	39,0%
	41-50 años	Recuento	0	2	6	8
		% del total	0,0%	4,9%	14,6%	19,5%
	Más de 50 años	Recuento	2	8	1	11
		% del total	4,9%	19,5%	2,4%	26,8%
	¹³ Total	Recuento	7	24	10	41
		% del total	17,1%	58,5%	24,4%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en tecnologías de la información y comunicación la

categoría regular, donde el 26.8% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente el 19.5 % tienen más de 50 años y en menores proporciones se situaron entre 20 a 30 años con 7.3%, también entre 41 a 50 años con 4.9%. Si bien la categoría alta es en menor cantidad, predominan las edades de 41 a 50 años con 14.6%, mientras que la categoría baja prevalece entre los 31 a 40 años con 7.3%.

Tabla 12
Sexo vs *Tecnologías de la Información y Comunicación*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
Sexo	Femenino	Recuento	4	6	3	13
		% del total	9,8%	14,6%	7,3%	31,7%
	Masculino	Recuento	3	18	7	28
		% del total	7,3%	43,9%	17,1%	68,3%
	5 Total	Recuento	7	24	10	41
		% del total	17,1%	58,5%	24,4%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en tecnologías de la información y comunicación la categoría regular con 43.9% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 14.6% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría alta es un poco más del 20%, se rescata el sexo masculino (17.1%) y en la categoría baja prevalece el sexo femenino (9.8%).

Tabla 13
Edad vs *dimensión aceptación de las TICs*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
	20-30 años	Recuento	4	1	1	6
		% del total	9,8%	2,4%	2,4%	14,6%
9	31-40 años	Recuento	8	8	0	16
		% del total	19,5%	19,5%	0,0%	39,0%
Edad	41-50 años	Recuento	6	2	0	8
		% del total	14,6%	4,9%	0,0%	19,5%
	Más de 50 años	Recuento	6	4	1	11
		% del total	14,6%	9,8%	2,4%	26,8%
	5 Total	Recuento	24	15	2	41
		% del total	58,5%	36,6%	4,9%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en aceptación de las TICs la categoría bajo, donde el 19.5% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente el 14.6% se ubicaron entre los 41 a 50 años, asimismo tienen más de 50 años y en menores proporciones se situaron entre 20 a 30 años con 9.8%. Si bien la categoría regular es en menor cantidad, predominan las edades de 31 a 40 años con 19.5%, mientras que en la categoría alta prepondera entre los 20 a 30 años con 2.4% e igualmente más de 50 años con 2.4%

Tabla 14*Sexo vs dimensión aceptación de las TICs*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
Sexo	Femenino	Recuento	6	7	0	13
		% del total	14,6%	17,1%	0,0%	31,7%
	Masculino	Recuento	18	8	2	28
		% del total	43,9%	19,5%	4,9%	68,3%
Total	Recuento	24	15	2	41	
	% del total	58,5%	36,6%	4,9%	100,0%	

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en aceptación de las TICs la categoría bajo con 43.9% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 14.6% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 35%, se rescata el sexo masculino (19.5%) y en la categoría alta prevalece el sexo masculino (4.9%).

Tabla 15*Edad vs dimensión disponibilidad de las TICs*

			Calificación		Total
			bajo	regular	
Edad	20-30 años	Recuento	4	2	6
		% del total	9,8%	4,9%	14,6%
	31-40 años	Recuento	9	7	16
		% del total	22,0%	17,1%	39,0%
	41-50 años	Recuento	7	1	8
		% del total	17,1%	2,4%	19,5%
	Más de 50 años	Recuento	9	2	11
		% del total	22,0%	4,9%	26,8%
	Total	Recuento	29	12	41
		% del total	70,7%	29,3%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en disponibilidad de las TICs la categoría bajo, donde el 22% se encuentran en las edades de 31 a 40 años e igualmente más de 50 años, seguidamente el 17.1% se ubicaron entre los 41 a 50 años y en menores proporciones se situaron entre 20 a 30 años con 9.8%. Si bien la categoría regular es un poco más del 25%, predominan las edades de 31 a 40 años con 17.1%.

Tabla 16

Sexo vs dimensión disponibilidad de las TICs

			Calificación		Total
			bajo	regular	
Sexo	Femenino	Recuento	9	4	13
		% del total	22,0%	9,8%	31,7%
	Masculino	Recuento	20	8	28
		% del total	48,8%	19,5%	68,3%
5 Total		Recuento	29	12	41
		% del total	70,7%	29,3%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en disponibilidad de las TICs la categoría bajo con 48.8% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 22.0% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 25%, se rescata el sexo masculino (19.5%) y sexo femenino (9.8%).

Tabla 17

Edad vs dimensión uso de las TICs

			Calificación			Total	
			bajo	regular	alto		
50 Edad	20-30 años	5 Recuento	4	2	0	6	
		% del total	9,8%	4,9%	0,0%	14,6%	
	31-40 años	Recuento	11	5	0	16	
		% del total	26,8%	12,2%	0,0%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	7	1	0	8	
		% del total	17,1%	2,4%	0,0%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	9	1	1	11	
		% del total	22,0%	2,4%	2,4%	26,8%	
	Total		Recuento	31	9	1	41
			% del total	75,6%	22,0%	2,4%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en el uso de las TICs la categoría bajo, donde el 26.8% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 22% se ubicaron más de 50 años, en tanto 17.1% entre los 41 a 50 años y en menores proporciones se situaron entre 20 a 30 años con 9.8%. Si bien la categoría regular es un poco más del 20%, predominan las edades de 31 a 40 años con 12.2% y en la categoría alto, más de 50 años (2.4%).

Tabla 18*Sexo vs dimensión uso de las TICs*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
Sexo	Femenino	Recuento	9	4	0	13
		% del total	22,0%	9,8%	0,0%	31,7%
	Masculino	Recuento	22	5	1	28
		% del total	53,7%	12,2%	2,4%	68,3%
Total		Recuento	31	9	1	41
		% del total	75,6%	22,0%	2,4%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en el uso de las TICs la categoría bajo con 53.7% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 22.0% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 20%, se rescata el sexo masculino (12.2%) y sexo femenino (9.8%). Mientras que la categoría alto, alcanza el 2.4% el sexo masculino.

Tabla 19*Edad vs dimensión formación en el uso de las TICs*

			Calificación		Total	
			bajo	regular		
Edad	20-30 años	Recuento	4	2	6	
		% del total	9,8%	4,9%	14,6%	
	31-40 años	Recuento	11	5	16	
		% del total	26,8%	12,2%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	7	1	8	
		% del total	17,1%	2,4%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	9	2	11	
		% del total	22,0%	4,9%	26,8%	
	Total		Recuento	31	10	41
			% del total	75,6%	24,4%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la formación en el uso de las TICs la categoría bajo, donde el 26.8% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 22% se ubicaron más de 50 años, en tanto 17.1% entre los 41 a 50 años y en menores proporciones se situaron entre 20 a 30 años con 9.8%. Si bien la categoría regular es un poco más del 24%, predominan las edades de 31 a 40 años con 12.2%.

Tabla 20*Sexo vs dimensión formación en el uso de las TICs*

			Calificación		Total
			bajo	regular	
Sexo	Femenino	Recuento	9	4	13
		% del total	22,0%	9,8%	31,7%
	Masculino	Recuento	22	6	28
		% del total	53,7%	14,6%	68,3%
5 Total		Recuento	31	10	41
		% del total	75,6%	24,4%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la formación en el uso de las TICs la categoría bajo con 53.7% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 22.0% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 24%, se rescata el sexo masculino (14.6%) y sexo femenino (9.8%).

Variable competitividad empresarial**Tabla 21***Edad vs competitividad empresarial*

			Calificación			Total	
			bajo	regular	alto		
Edad	20-30 años	Recuento	2	3	1	6	
		% del total	4,9%	7,3%	2,4%	14,6%	
	9 31-40 años	Recuento	0	11	5	16	
		% del total	0,0%	26,8%	12,2%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	0	6	2	8	
		% del total	0,0%	14,6%	4,9%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	1	7	3	11	
		% del total	2,4%	17,1%	7,3%	26,8%	
	13 Total		Recuento	3	27	11	41
			% del total	7,3%	65,9%	26,8%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la competitividad empresarial la categoría regular, donde el 26.8% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 17.1% se ubicaron más de 50 años, en tanto 14.6% entre los 41 a 50 años y en menores proporciones se situaron entre 20 a 30 años con 7.3%. Si bien la categoría alto es un poco más del 25%, predominan las edades de 31 a 40 años con 12.2% y en la categoría bajo el 4.9% pertenecen entre los 20 a 30 años.

Tabla 22*Sexo vs competitividad empresarial*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
Sexo	Femenino	Recuento	2	8	3	13
		% del total	4,9%	19,5%	7,3%	31,7%
	Masculino	Recuento	1	19	8	28
		% del total	2,4%	46,3%	19,5%	68,3%
Total		Recuento	3	27	11	41
		% del total	7,3%	65,9%	26,8%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la competitividad empresarial la categoría regular con 46.3% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 19.5% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría alto es un poco más del 25%, se rescata el sexo masculino (19.5%) y sexo femenino (7.3%). Mientras tanto la categoría baja, predomina el sexo femenino (4.9%) y sexo masculino (2.4%).

Tabla 23*Edad vs dimensión planeación estratégica*

			Calificación			Total	
			bajo	regular	alto		
Edad	20-30 años	Recuento	5	0	1	6	
		% del total	12,2%	0,0%	2,4%	14,6%	
	31-40 años	Recuento	10	4	2	16	
		% del total	24,4%	9,8%	4,9%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	4	4	0	8	
		% del total	9,8%	9,8%	0,0%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	6	5	0	11	
		% del total	14,6%	12,2%	0,0%	26,8%	
	Total		Recuento	25	13	3	41
			% del total	61,0%	31,7%	7,3%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la planeación estratégica la categoría bajo, donde el 24.4% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 14.6% se ubicaron más de 50 años, en tanto 12.2% entre los 20 a 30 años y en menores proporciones se situaron entre 41 a 50 años con 9.8%. Si bien la categoría regular es un poco más del 30%, predominan las edades más de 50 años con 12.2% y en la categoría alto, el 4.9% pertenecen entre los 31 a 40 años.

Tabla 24*Sexo vs dimensión planeación estratégica*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
Sexo	Femenino	Recuento	9	3	1	13
		% del total	22,0%	7,3%	2,4%	31,7%
	Masculino	Recuento	16	10	2	28
		% del total	39,0%	24,4%	4,9%	68,3%
	5 Total	Recuento	25	13	3	41
		% del total	61,0%	31,7%	7,3%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la planeación estratégica la categoría bajo con 39.0% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 22.0% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 30%, se rescata el sexo masculino (24.4%) y sexo femenino (7.3%). Mientras tanto la categoría alta, predomina el sexo masculino (4.9%) y sexo femenino (2.4%).

Tabla 25*Edad vs dimensión producción y operaciones*

			Calificación			Total	
			bajo	regular	alto		
Edad	20-30 años	Recuento	5	0	1	6	
		% del total	12,2%	0,0%	2,4%	14,6%	
	9 31-40 años	Recuento	9	5	2	16	
		% del total	22,0%	12,2%	4,9%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	5	3	0	8	
		% del total	12,2%	7,3%	0,0%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	7	3	1	11	
		% del total	17,1%	7,3%	2,4%	26,8%	
		13 Total	Recuento	26	11	4	41
			% del total	63,4%	26,8%	9,8%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la producción y operaciones la categoría bajo, donde el 22.2% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 17.1% se ubicaron más de 50 años, en tanto 12.2% entre los 20 a 30 años e igualmente de 41 a 50 años. Si bien la categoría regular es un poco más del 25%, predominan las edades de 31 a 40 años con 12.2% y en la categoría alto, el 4.9% pertenecen entre los 31 a 40 años.

Tabla 26*Sexo vs dimensión producción y operaciones*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
Sexo	Femenino	Recuento	9	3	1	13
		% del total	22,0%	7,3%	2,4%	31,7%
	Masculino	Recuento	17	8	3	28
		% del total	41,5%	19,5%	7,3%	68,3%
Total		Recuento	26	11	4	41
		% del total	63,4%	26,8%	9,8%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la producción y operaciones la categoría bajo con 41.5% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 22.0% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 25%, se rescata el sexo masculino (19.5%) y sexo femenino (7.3%). Mientras tanto la categoría alto, predomina el sexo masculino (7.3%) y sexo femenino (2.4%).

Tabla 27*Edad vs dimensión aseguramiento de la calidad*

			Calificación		Total	
			bajo	regular		
Edad	20-30 años	Recuento	5	1	6	
		% del total	12,2%	2,4%	14,6%	
	31-40 años	Recuento	14	2	16	
		% del total	34,1%	4,9%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	8	0	8	
		% del total	19,5%	0,0%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	10	1	11	
		% del total	24,4%	2,4%	26,8%	
	Total		Recuento	37	4	41
			% del total	90,2%	9,8%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en el aseguramiento de la calidad la categoría bajo, donde el 34.1% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 24.4% se ubicaron más de 50 años, en tanto 19.5% entre los 41 a 50 años y en menores proporciones 12.2% que corresponden entre 20 a 30 años. Si bien la categoría regular es relativamente baja en porcentaje, predominan las edades de 31 a 40 años con 4.9%, mientras que 2.4% oscila entre 20 a 30 años y más de 50 años.

Tabla 28*Sexo vs dimensión aseguramiento de la calidad*

			Calificación		Total
			bajo	regular	
Sexo	Femenino	Recuento	12	1	13
		% del total	29,3%	2,4%	31,7%
	Masculino	Recuento	25	3	28
		% del total	61,0%	7,3%	68,3%
Total		Recuento	37	4	41
		% del total	90,2%	9,8%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en el aseguramiento de la calidad la categoría bajo con 61.0% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 29.3% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es en menor proporción, se rescata el sexo masculino (7.3%) y sexo femenino (2.4%).

Tabla 29*Edad vs dimensión comercialización*

			Calificación			Total	
			bajo	regular	alto		
Edad	20-30 años	Recuento	5	0	1	6	
		% del total	12,2%	0,0%	2,4%	14,6%	
	31-40 años	Recuento	9	5	2	16	
		% del total	22,0%	12,2%	4,9%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	4	4	0	8	
		% del total	9,8%	9,8%	0,0%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	5	5	1	11	
		% del total	12,2%	12,2%	2,4%	26,8%	
	Total		Recuento	23	14	4	41
			% del total	56,1%	34,1%	9,8%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la comercialización la categoría bajo, donde el 22% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 12.2% se posicionaron entre 20 a 30 años e igualmente más de 50 años y en menores proporciones 9.8% que corresponden entre 41 a 50 años. Si bien la categoría regular es mayor a 30%, predominan las edades de 31 a 40 años e igualmente más de 50 años con 12.2% respectivamente. En tanto la categoría alto prevalece con 4.9% entre 31 a 40 años.

Tabla 30*Sexo vs dimensión comercialización*

	Sexo		Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
	Femenino	Recuento	8	4	1	13
		% del total	19,5%	9,8%	2,4%	31,7%
	Masculino	Recuento	15	10	3	28
		% del total	36,6%	24,4%	7,3%	68,3%
	5 Total	Recuento	23	14	4	41
		% del total	56,1%	34,1%	9,8%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en la comercialización la categoría bajo con 36.6% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 19.5% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 30%, se rescata el sexo masculino (24.4%) y sexo femenino (9.8%). Mientras tanto la categoría alto, predomina el sexo masculino (7.3%) y sexo femenino (2.4%).

Tabla 31*Edad vs dimensión contabilidad y finanzas*

	Edad		Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
	20-30 años	Recuento	5	0	1	6
		% del total	12,2%	0,0%	2,4%	14,6%
	9 31-40 años	Recuento	10	4	2	16
		% del total	24,4%	9,8%	4,9%	39,0%
	41-50 años	Recuento	5	3	0	8
		% del total	12,2%	7,3%	0,0%	19,5%
	Más de 50 años	Recuento	6	5	0	11
		% del total	14,6%	12,2%	0,0%	26,8%
	13 Total	Recuento	26	12	3	41
		% del total	63,4%	29,3%	7,3%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en contabilidad y finanzas la categoría bajo, donde el 24.4% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 14.6% se posicionaron más de 50 años y en menores proporciones 12.2% que corresponden igualmente entre 20 a 30 años e igualmente 41 a 50 años. Si bien la categoría regular es mayor a 25%, predominan más de 50 años con 12.2% respectivamente. En tanto la categoría alto prevalece con 4.9% entre 31 a 40 años.

Tabla 32*Sexo vs dimensión contabilidad y finanzas*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
Sexo	Femenino	Recuento	9	3	1	13
		% del total	22,0%	7,3%	2,4%	31,7%
	Masculino	Recuento	17	9	2	28
		% del total	41,5%	22,0%	4,9%	68,3%
Total		Recuento	26	12	3	41
		% del total	63,4%	29,3%	7,3%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en contabilidad y finanzas la categoría bajo con 41.5% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 22.0% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 25%, se rescata el sexo masculino (22%) y sexo femenino (7.3%). Mientras tanto la categoría alto, predomina el sexo masculino (4.9%) y sexo femenino (2.4%).

Tabla 33*Edad vs dimensión recursos humanos*

			Calificación			Total	
			bajo	regular	alto		
Edad	20-30 años	Recuento	5	0	1	6	
		% del total	12,2%	0,0%	2,4%	14,6%	
	31-40 años	Recuento	10	4	2	16	
		% del total	24,4%	9,8%	4,9%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	6	2	0	8	
		% del total	14,6%	4,9%	0,0%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	7	4	0	11	
		% del total	17,1%	9,8%	0,0%	26,8%	
	Total		Recuento	28	10	3	41
			% del total	68,3%	24,4%	7,3%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en recursos humanos la categoría bajo, donde el 24.4% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 17.1% se posicionaron más de 50 años, luego 14.6% para las edades de 41 a 50 años y en menores proporciones 12.2% que corresponden entre 20 a 30 años. Si bien la categoría regular es mayor a 20%, predominan las edades de 31 a 40 años e igualmente más de 50 años con 9.8% respectivamente. En tanto la categoría alto prevalece con 4.9% entre 31 a 40 años.

Tabla 34*Sexo vs dimensión recursos humanos*

			Calificación			Total
			bajo	regular	alto	
Sexo	Femenino	Recuento	10	2	1	13
		% del total	24,4%	4,9%	2,4%	31,7%
	Masculino	Recuento	18	8	2	28
		% del total	43,9%	19,5%	4,9%	68,3%
Total		Recuento	28	10	3	41
		% del total	68,3%	24,4%	7,3%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en recursos humanos la categoría bajo con 43.9% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 24.4% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 20%, se rescata el sexo masculino (19.5%) y sexo femenino (4.9%). Mientras tanto la categoría alto, predomina el sexo masculino (4.9%) y sexo femenino (2.4%).

Tabla 35*Edad vs dimensión gestión ambiental*

			Calificación		Total	
			bajo	regular		
Edad	20-30 años	Recuento	5	1	6	
		% del total	12,2%	2,4%	14,6%	
	31-40 años	Recuento	14	2	16	
		% del total	34,1%	4,9%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	8	0	8	
		% del total	19,5%	0,0%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	10	1	11	
		% del total	24,4%	2,4%	26,8%	
	Total		Recuento	37	4	41
			% del total	90,2%	9,8%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en gestión ambiental la categoría bajo, donde el 34.1% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 24.4% se posicionaron más de 50 años, luego 19.5% para las edades de 41 a 50 años y en menores proporciones 12.2% que corresponden entre 20 a 30 años. Si bien la categoría regular es un poco más del 5%, predominan las edades de 31 a 40 años con 4.9%, en tanto 2.4% para las edades de 20 a 30 años e igualmente más de 50 años, respectivamente y entre 41 a 50 años (0%).

Tabla 36*Sexo vs dimensión gestión ambiental*

			Calificación		Total
			bajo	regular	
Sexo	Femenino	Recuento	12	1	13
		% del total	29,3%	2,4%	31,7%
	Masculino	Recuento	25	3	28
		% del total	61,0%	7,3%	68,3%
Total		Recuento	37	4	41
		% del total	90,2%	9,8%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en gestión ambiental la categoría bajo con 61.0% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 29.3% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 5%, se rescata el sexo masculino (7.3%) y sexo femenino (2.4%).

Tabla 37*Edad vs dimensión sistemas de información*

			Calificación		Total	
			bajo	regular		
Edad	20-30 años	Recuento	5	1	6	
		% del total	12,2%	2,4%	14,6%	
	31-40 años	Recuento	14	2	16	
		% del total	34,1%	4,9%	39,0%	
	41-50 años	Recuento	8	0	8	
		% del total	19,5%	0,0%	19,5%	
	Más de 50 años	Recuento	10	1	11	
		% del total	24,4%	2,4%	26,8%	
	Total		Recuento	37	4	41
			% del total	90,2%	9,8%	100,0%

Respecto a la edad de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en sistemas de información la categoría bajo, donde el 34.1% se encuentran en las edades de 31 a 40 años, seguidamente en 24.4% se posicionaron más de 50 años, luego 19.5% para las edades de 41 a 50 años y en menores proporciones 12.2% que corresponden entre 20 a 30 años. Si bien la categoría regular es un poco más del 5%, predominan las edades de 31 a 40 años con 4.9%, en tanto 2.4% para las edades de 20 a 30 años e igualmente más de 50 años, respectivamente y entre 41 a 50 años (0%).

Tabla 38

Sexo vs dimensión sistemas de información

			Calificación		Total
			bajo	regular	
Sexo	Femenino	Recuento	12	1	13
		% del total	29,3%	2,4%	31,7%
	Masculino	Recuento	25	3	28
		% del total	61,0%	7,3%	68,3%
	⁵ Total	Recuento	37	4	41
		% del total	90,2%	9,8%	100,0%

Respecto al sexo de los gerentes encuestados de diversas pymes en producción de alimentos y bebidas, predominó en sistemas de información la categoría bajo con 61.0% que pertenecen al sexo masculino, seguidamente 29.3% corresponden al sexo femenino. Si bien el total de encuestados con categoría regular es un poco más del 5%, se rescata el sexo masculino (7.3%) y sexo femenino (2.4%).

Discusión

En cumplimiento del primer objetivo específico, mostraron una correlación significativa y positiva ($\rho = 0.605^{**}$) entre aceptación de las TICs y competitividad empresarial, esto indica que incorporar las tecnologías digitales en las operaciones comerciales permite respaldar el éxito e igualmente el crecimiento de la empresa en un entorno empresarial cada vez más digital. Este resultado se asemeja a lo descubierto en el estudio nacional de Mendoza (2018), al hallar que la empresa utiliza las TIC moderadamente en 60.9%, extendiéndose en un vínculo significativo y positivo entre aceptar la utilización de TICs y el componente estratégico, en otras palabras, el uso moderado de las TIC no permitía establecer estrategias adecuadas para la distribución eficiente de los productos e igualmente un servicio eficiente en su distribución. Este resultado se respalda en lo expuesto por Sarmiento et al. (2017), quienes hacen alusión a cómo las TIC ayudan a los

empleados a completar sus tareas, también mejorar su calidad de vida mientras trabajan para la empresa, por lo tanto, facilita y agiliza la realización de las tareas, permitiendo elevar los niveles de bienestar de los trabajadores en el desempeño de sus funciones. En efecto, la aceptación y aplicación de las TIC en las empresas tiene un efecto favorable en la competitividad empresarial, de modo que, contribuye al desarrollo y éxito de la empresa en un mundo donde el comercio es cada vez más digital.

Asimismo, en el segundo objetivo específico, hallaron una correlación significativa y positiva ($\rho = 0.576^{**}$) entre disponibilidad de las TICs y competitividad empresarial, esto destaca la importancia de contar con una infraestructura tecnológica sólida e igualmente actualizada, así como invertir en recursos y capacitación relacionados con las TIC como parte de la estrategia empresarial, estas medidas permiten mejorar la eficiencia, productividad y capacidad de adaptación a los desafíos del entorno empresarial actual. Mientras tanto, López (2016), examinó la disponibilidad de tecnologías de información y comunicación hacia el desempeño en Pymes vinculadas al sector ferretero de la ciudad de Bogotá, en tanto revelaron que el 100% de las pymes tenían computadoras, el 92% contaba con acceso a internet, el 78% poseía página web y 52% utilizaba redes sociales. Sin embargo, se determinó que el uso de otras herramientas tecnológicas como teléfonos, correo electrónico, banca por internet, etc., era muy bajo, estos hallazgos indican que las ferreterías tienen pocos elementos disponibles de las TIC, lo cual limita su desarrollo empresarial en un entorno donde se exige el uso de herramientas tecnológica. Este resultado se puede entender a partir de lo expresado por Sarmiento et al. (2017), cuando se centró en la cantidad y calidad de los recursos tecnológicos que una organización pone a disposición de sus trabajadores para la ejecución de sus actividades, tales como la cantidad de recursos tecnológicos e igualmente calidad de los mismos para que el personal pueda llevar a cabo sus actividades adecuadamente, llegando a obtener resultados esperados. En efecto, tener un acceso adecuado y generalizado a las TIC permite impulsar la competitividad empresarial con el propósito de llevar índices de productividad, eficiencia y la capacidad de respuesta a los nuevos desafíos, estos enfatizan la necesidad de promover el uso de las TIC en el entorno empresarial.

Respecto al tercer objetivo específico, revelaron una correlación significativa y positiva ($\rho = 0.557^{**}$); entre uso de las TICs y competitividad empresarial, por lo tanto, cuanto más activamente utilizan las empresas las TIC en sus operaciones y estrategias, es más probable que logren una mayor competitividad en el mercado. Además, se encontró que el uso de las TIC permite optimizar los procesos empresariales, fortalecer la capacidad de innovación y adaptarse rápidamente a los cambios del entorno empresarial, siendo vital para alcanzar el éxito a largo plazo. Ello es semejante al estudio nacional de Ruíz y Trinidad

(2017), resaltando que el 57.5% de las pymes tenían una base actualizada de los datos de sus clientes y el 45% de las pymes tenían un buen nivel de éxito en el extranjero, deduciéndose que la implementación y el uso de las TIC resultaron ser muy útiles para incrementar las exportaciones de espárragos frescos, lo que permitió que las empresas locales se volvieran competitivas en el mercado internacional. Mientras tanto en el estudio internacional de Moyón (2017), halló que el 64% de las empresas no han utilizado ningún medio tecnológico para aumentar su visibilidad y que el 49% de las empresas tiene problemas para usar las TIC por problemas financieros, debido a la naturaleza automatizada de estos procesos, que redundan en el ahorro de recursos, tiempo y dinero, por ende, las tecnologías de la información y la comunicación facilitan la ejecución de los procesos organizacionales. porque la información se transmite, procesa y circula de forma instantánea, como es el caso del uso de las redes sociales para dar a conocer un producto o marca con la intención de poder generar ventas, aumenta la innovación empresarial, mejorando la competitividad y la productividad. Ahora bien, en el estudio local de Sánchez (2020), comprobó que existe una conexión entre la variable uso de las tecnologías de la información y la comunicación y el crecimiento de las pymes comerciales, enfatizando que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación está asociado al crecimiento de las PYMES, cabe destacar que el 44% de las pymes comerciales reportaron utilizar las TIC, lo que sugiere que no se están utilizando como herramienta para promover el crecimiento empresarial y mejorar el posicionamiento. Además, como sustento teórico tenemos a Sarmiento et al. (2017), quién aludió que la efectividad del uso de las TIC dentro de una organización comprende de eficacia que mide la información, al igual que los recursos tecnológicos permiten obtener un resultado dentro de una organización. En conclusión, efectuar el uso activo de las TIC permite impulsar la competitividad empresarial, también mejorar los procesos, impulsar el potencial de innovación y adaptarse

En tanto, el cuarto objetivo específico, revelaron una correlación significativa y positiva ($\rho = 0.591^{**}$); entre formación en el uso de las TICs y competitividad empresarial. Esto podría atribuirse a que la formación en TIC permite adquirir las habilidades necesarias para aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles ha mejorado la productividad, eficiencia e incluso adaptabilidad del negocio. Por tanto, una fuerza laboral capacitada en TIC también puede fomentar la innovación y la adopción de nuevas estrategias basadas en tecnología, fortaleciendo la posición competitiva de la empresa, asegurando un desempeño sostenible a largo plazo. Este resultado se asemeja al estudio de Párraga (2017), quién reveló que el 86% de las empresas encuestadas tenían empleados que no estaban capacitados para utilizar eficientemente las herramientas tecnológicas y de información. Sin embargo, se encontró que el 38% de las empresas que emplearon

eficientemente los recursos disponibles se volvieron más competitivas. Estos resultados indican que la capacitación en el uso de las TICs es crucial para mejorar la competitividad empresarial, debido a que aún hay margen para mejorar la efectividad y realizar una mayor inversión en TICs en las pymes de la zona 4 del Ecuador. Mientras tanto en el estudio local de Flores (2019) quien halló que existe una relación entre el uso de herramientas digitales y el posicionamiento de marca en una empresa dedicada a procesar alimentos y bebidas. Sin embargo, la correlación fue baja ($Rho = 0.038$), lo que indica una falta de desarrollo de herramientas digitales en la empresa, igualmente la eficiencia de los clientes al utilizar herramientas digitales también fue baja y media (66,7% y 33,3% respectivamente) debido a la falta de herramientas digitales disponibles para los clientes. Este resultado se puede entender a partir de lo manifestado por, Sarmiento et al. (2017), quienes aludieron que se refiere tanto a los conocimientos como la formación del individuo en una determinada organización, haciendo énfasis a la capacitación que se refiere a la actualización de conocimientos que reciben los individuos de una organización sobre el manejo de las TICs, además del nivel de formación, vinculado al grado de instrucción académica que recibieron los individuos de una organización para el uso de las TICs. En conclusión, la formación en TIC fomenta la innovación y la adopción de nuevas tácticas basadas en la tecnología, esto pone de relieve la necesidad de formación y un aumento en la accesibilidad de las herramientas digitales tanto para clientes como para empleados.

Finalmente, en respuesta al objetivo general, se ha revelado una conexión significativa y positiva entre tecnologías de la información y comunicación hacia la competitividad empresarial ($\rho = 0.605^{**}$). Esto explicó que la implementación de tecnologías digitales accede a las empresas aumentar la eficacia operativa, mejorar los procesos, acceder a nuevos mercados y fomentar la innovación. Además, las TIC promueven la comunicación y la colaboración interna y externa, lo que se traduce en una mayor agilidad, igualmente capacidad de respuesta a los cambios en el entorno empresarial, actuando como una herramienta estratégica para aumentar la competitividad y lograr un crecimiento sostenible en el mercado actual. Este hallazgo se discrepa con lo hallado por, Fajardo et al. (2017), quienes aludieron que uso de las TIC no era considerado de gran importancia por parte de los gerentes de las organizaciones, debido a que la prueba de correlación de Spearman arrojó un coeficiente de correlación de 0.228, lo que indica un bajo nivel de conocimientos sobre el manejo de las TIC por parte de los dueños o gerentes. Sin embargo, los investigadores señalaron que el uso adecuado de las TIC podría mejorar la productividad y gestión de estas empresas, volviéndolas más competitivas. No obstante, Chugden y Warthon (2019), encontraron que el 54,3 % de los encuestados pensaba que el nivel de uso de las TIC era alto y que el 47,1 % decía que el nivel de competitividad era alto. Por lo

tanto, este estudio encontró que existe un vínculo significativo entre el impacto de las TICs y la competitividad de las Mypes que forman parte de la Asociación de Exportadores de Gamarra. Esto fue confirmado por un nivel de significancia menor a 0.05, y debido a que el coeficiente de correlación conocido como Rho de Spearman resultó ser de 0.634, se aceptó la hipótesis de investigación, es decir que las mypes serán más competitivas con un mayor uso de las TIC. Esto se puede entender según lo explicado por Córdoba et al. (2019), quienes expresaron que el impacto de las TIC en las organizaciones es cada vez más significativo, ya que las empresas que hacen un mayor uso de las herramientas tecnológicas son las más competitivas, ya que logran implantar mejores estrategias, ordenar actividades e incluso optimizar la fluidez de la comunicación. Por tanto, ayuda a tomar decisiones más acertadas, controlar las actividades del personal y tener una visión más clara de las inversiones. En efecto, las empresas que han adoptado tecnologías digitales han mostrado beneficios para aumentar la efectividad operativa, los procesos, el acceso a nuevos mercados y la capacidad de innovación, asimismo, es importante señalar que el uso adecuado de estas tecnologías puede impulsar la competitividad y el crecimiento empresarial.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que a medida que las empresas adoptan y utilizan de manera efectiva las TIC, es más probable que logren una mayor competitividad en el mercado. La relación destacada entre la aceptación de las TIC y la competitividad empresarial, significa que es importante aprovechar las tecnologías digitales para que las empresas puedan impulsar su éxito e igualmente crecimiento en un entorno empresarial cada vez más digitalizado.
2. Se constató que cuando las empresas tienen un acceso adecuado y amplio a las TIC, es más probable que logren una mayor competitividad en el mercado. Asimismo, contar con recursos tecnológicos de calidad e invertir en capacitación relacionados con las TIC, como parte de la estrategia empresarial, permite mejorar su eficiencia, productividad y capacidad para adaptarse a los desafíos del entorno empresarial actual, impulsando así al rendimiento general.
3. Se halló que cuanto más activamente utilizan las empresas las TIC en sus actividades diarias, es más probable que logren una mayor competitividad en el mercado, igualmente permite optimizar sus procesos, fortalecer su capacidad de innovación y adaptarse rápidamente a los cambios del entorno empresarial. Por ende, al aprovechar las ventajas de las TIC, las empresas pueden posicionarse de manera más favorable y obtener una ventaja competitiva en su industria e impulsar su éxito a largo plazo.
4. Se demostró que, cuando las empresas brindan oportunidades de formación y capacitación en el uso de las TIC a su personal, es más probable que logren una mayor competitividad en el mercado; ya que, permite adquirir las habilidades necesarias para aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles, lo que a su vez mejora la eficiencia, productividad y garantizar un rendimiento sostenible a largo plazo.
5. Finalmente, la adopción de tecnologías digitales permite a las empresas mejorar sus procesos, acceder a nuevos mercados y fomentar la innovación. Además, las TIC facilitan la comunicación entre los trabajadores y clientes, lo que contribuye a una mayor agilidad y capacidad de respuesta de la empresa. Permitiendo así impulsar su competitividad y lograr un crecimiento sostenible en el mercado actual.

RECOMENDACIONES

1. Se sugiere que los propietarios y gerentes de las Pymes deben de capacitarse sobre las ventajas y oportunidades de las TIC, para que conozcan cuales son y como usar las herramientas tecnológicas disponibles para el sector de producción de alimentos y bebidas, y así puedan mejorar la eficiencia y la competitividad de sus negocios dentro del mercado.
2. Los propietarios y gerentes de las diversas Pymes deben planificar e invertir en equipos informáticos modernos, acceso a Internet confiable y rápido, además de implementar el uso de un software y sistemas de información actualizados y de calidad. Esto implica identificar áreas específicas donde las tecnologías digitales puedan generar mayores beneficios y establecer metas claras y realistas para su implementación.
3. Los propietarios y gerentes de las Pymes deben de distribuir de manera equitativa los recursos tecnológicos para que pueden realizar sus funciones de manera eficiente y en el menor tiempo posible, lo cual permitirá que la productividad de cada trabajador se incremente y, por ende, pueda competir eficazmente dentro del mercado.
4. Es necesario que los propietarios y gerentes de las Pymes brinden capacitación permanente a sus colaboradores sobre el uso eficiente de las TIC de manera trimestral, con el propósito de mejorar las habilidades digitales, también fomentar una cultura de uso de las TIC en todo el negocio. Asimismo, los empresarios pueden compartir conocimientos y experiencias que permita obtener nuevas ideas y enfoques para mejorar la competitividad.
5. Se sugiere que los empresarios de las Pymes deben de fomentar una cultura de innovación y adaptabilidad de las TICs en los procesos de las mismas lo cual permitirá una mejor comunicación e información actualizada sobre los ingresos, gastos y otras operaciones propias del negocio. Lo cual permitirá a la empresa mantenerse competitiva en un entorno empresarial que está en constante evolución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arriagada, K., & Gonzáles, T. (2012). Diseño y Validación de Instrumento para Medir el Nivel de Competitividad en Pequeñas Empresas del Sector TIC de la Región Metropolitana. *Revista Gestión de Las Personas y Tecnología*, 5(13), 7. <https://www.redalyc.org/pdf/4778/477847114013.pdf>
- Avedaño, W. (2012). Innovación: un proceso necesario para las pequeñas y medianas empresas del municipio de San José de Cúcuta, Norte de Santander (Colombia). *Semestre Económico*, 15(31), 187–208. <https://doi.org/10.22395/seec.v15n31a8>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed). Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bernal, M., & Rodríguez, D. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia et Technica*, 24(1), 85–95. <https://doi.org/10.22517/23447214.20401>
- Botello, H., Pedraza, A., & Contreras, O. (2015). Análisis empresarial de la influencia de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios en Colombia. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 45(6), e503–e510. <https://doi.org/10.1111/aos.13438>
- Buitrago, A., Rodríguez, M., & Serna, H. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. *Podium*, 35, 97–118. <https://doi.org/10.31095/podium.2019.35.7>
- Cabrera, A., López, P., & Ramirez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio* (Primera ed). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2016597>
- Cadena, O. (2018). *Gestión de la calidad productividad*. <http://www.espe.edu.ec>
- Cano-Pita, G. (2018). Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Revista Científica*, 4, 499–510. <https://doi.org/10.23857>
- Carrasco, J. ., & Rodríguez, T. . (2018). *Estrategias de aplicación de herramientas de internet para integrar la gestión comercial en la empresa AGROSOLTEC S.R.L - Lambayeque*. Universidad César Vallejo.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos* (octava edi). Rio de Janeiro - Brasil.: Elsevier Editora Ltda.

- Chugden, M., & Warthon, L. (2019). Tecnologías de Información y Comunicación en la Competitividad de las Mypes de la Asociación de Exportadores del Emporio de Gamarra, 2019 (Universidad César Vallejo). <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/40587>
- Córdova, A., Taopanta, G., & Rojas, L. (2019). Tecnologías de la Información y Comunicación. *Contribuciones a La Economía*, (2019–01), 1–13. <https://www.hacienda.go.cr/Sidovih/uploads//Archivos/Articulo/tics-organizaciones-empresariales.pdf>
- Cuñis, F. (2016). Implementación de las herramientas de las tecnologías de la información y comunicación TICs y su incidencia en el desarrollo económico de las Pymes sector hotelero de la ciudad de Riobamba, Periodo 2014-2015. (Universidad Nacional de Chimborazo; Vol. 151). <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Delgado, J., Campoy, R., & Subires, M. (2015). Geografía, TICs e inclusión social: empoderamiento ciudadano desde el ámbito educativo para una regeneración urbana. *Cuadernos Geográficos*, 54(1), 307–336. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5164035>
- Fajardo, M., Cuellar, Y., & Vargas, G. (2017). Las TIC como estrategia en la mejora y desarrollo de las pymes del Municipio de Florencia Caquetá para su mayor competitividad. *Memoria Del XI Congreso de La Red Internacional de Investigadores En Competitividad*, 402–423. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1451/1112>
- Flores, F. (2019). "Eficacia de las herramientas digitales y posicionamiento de marca en la empresa Procesadora de Alimentos y Bebidas Tarapoto S.A.C., 2018." *Universidad César Vallejo*.
- Franklin, E. (2009). *Organizacion de empresas* (Tercera ed). México D.F.: McGraw-Hill.
- Gálvez, T., & Sajamí, K. (2017). *Uso de las tecnologías de la información y comunicación por internet en la promoción de los Hoteles caracterizados de 3 y 4 estrellas en la provincia de San Martín, año 2013* (Universidad Nacional de San Martín.; Vol. 1). http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2236/TP_TUR_00003_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, M. (2013). El rol de las tecnologías de la información y comunicación en la gestión del conocimiento: un desafío estratégico en el nuevo contexto empresarial. *Revista*

- de *Ciencias Sociales*, XIX, 322–333.
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992011.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edic, Vol. 3). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Hernández, R. S., Fernández, C. C., & Baptista, P. L. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta). <https://doi.org/-> ISBN 978-92-75-32913-9
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107–130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- López, J. (2016). *Tecnología de la Información y Comunicaciones en la actividad de las Ferreterías PYMES en Bogotá*. (Universidad de la Sabana). <https://doi.org/10.22517/23447214.5649>
- Marquina, P., Avolio, B., Del Carpio, L., Fajardo, V., Chumbipuma, D., & Salas, A. (2020). *Resultados del ranking de competitividad mundial 2020*. Lima - Perú.
- Medina, M., Morales, M., & Ulibarri, H. (2016). Importancia del capital humano como factor de competitividad en la empresa manufacturera en Yucatán. *21° Encuentro Nacional Sobre Desarrollo Regional En México.*, 21. <http://ru.iiec.unam.mx/3427/1/178-Medina-Morales-Ulibarri.pdf>
- Mendoza, C. (2018). *Uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y la imagen corporativa en la empresa Activa S.A en Lima Metropolitana período 2018*. (Universida César Vallejo). https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22754/Mendoza_CE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Miranda, M. & Villasís, M. (2019). El protocolo de investigación VIII. La ética de la investigación en seres humanos. *Revista Alergia México*, 66(1), 115-122. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v66n1/2448-9190-ram-66-01-115.pdf>
- Molina, D., & Sánchez, A. (2016). Factores de competitividad orientados a la pequeña y mediana empresa (PYME) en Latinoamérica : Revisión de la literatura. *Revista San Gregorio*, 15, 104–111.
- Moyón, E. (2017). *El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) en el sector comercial y su aporte al posicionamiento empresarial, periodo enero-julio*

2016. (Universidad Nacional de Chimborazo).
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/4476>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, D. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (5a.Edición, Vol. 53). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- OIT, O. I. del T. (2016). *Comercialización* (Primera ed).
https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
- Pacheco, D., & Rodríguez, R. (2019). Las TIC como estrategia competitiva en la gestión empresarial. *Revista Enfoques*, 3(12), 286–298.
<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i12.72>
- Parella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (Tercera ed; FEDUPEL., Ed.). <https://es.calameo.com/read/000628576f51732890350>
- Párraga, L. (2017). *La implementación de las tecnologías de la información y comunicación en las PYMES de la zona 4 del Ecuador y su impacto en la competitividad empresarial* (Universidad Nacional Mayor de San Marcos).
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/7612/Parraga_zl.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Rodríguez, R. (2015). *Competitividad y productividad en el sector empresarial*. Cusco.
- Rojas, M., Jaimes, L., & Valencia, M. (2018). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Espacios*, 39(6), 1–15.
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Rojas, V. (2016). Las Tecnologías de la Información y las comunicaciones (TIC) como herramientas para la competitividad empresarial. *Holos*, 8, 1–6.
<https://doi.org/10.15628/holos.2015.3660>
- Ruíz, B., & Trinidad, F. (2017). *Efecto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la competitividad internacional de las PYMES agroexportadoras de espárragos frescos de Lima Metropolitana y Callao*. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Saavedra, M., Milla, S., & Tapia, B. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México. *Faedpyme International Review*, 2(4), 38–52. <https://doi.org/10.15558/fir.v2i4.38>

- Sánchez, H., & Reyes, C. (2015). *Metodología y diseños en la investigación científica*. (5ta. Edici). Lima, Perú: Business Support Aneth SRL.
- Sánchez, R. (2020). *Las tecnologías de la comunicación e información y el nivel de crecimiento de las pymes del sector Comercio*. Tarapoto, 2019. Universidad Alas Peruanas.
- Sarmiento, M., Santafé, A., & Tuta, L. (2017). Influencia de las TIC en la competitividad organizacional. *Revista de La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 17(2), 110–119. <https://doi.org/10.24054/01204211.v2.n2.2017.2652>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (2020, June). Las Mype peruanas y la adopción de nuevas tecnologías. *ComexPerú*, 1028. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-mype-peruanas-y-la-adopcion-de-nuevas-tecnologias>
- Zambrano, D., & Zambrano, M. (2019). Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) en la educación superior: Consideraciones teóricas. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa (REFCaE)*, 213–228. <http://www.refcale.ulead.edu.ec/index.php/refcale/article/view/2750/1795>

ANEXOS

Anexo N° 01. Matriz de consistencia

Impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>3 Problema general</p> <p>2 ¿Cómo es la relación de impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es la relación entre la aceptación de las TICs y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la disponibilidad de las TICs con la competitividad empresarial de las</p>	<p>18 Objetivo general</p> <p>Determinar la relación del impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Identificar la relación entre la aceptación de las TICs y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020?</p>	<p>15 Hi: Las tecnologías de la información y comunicación impacta de manera significativa en la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.</p> <p>15 Ho: Las tecnologías de la información y comunicación no impacta de manera significativa en la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.</p>	<p>16 Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Nivel de investigación: Descriptivo-Correlacional</p> <p>Diseño de investigación: No experimental de corte transversal</p> <p>Método: Deductivo e Inductivo</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>	<p>Población:</p> <p>Gerentes de 41 Pymes productoras de alimentos y bebidas de la ciudad de Tarapoto, según los datos proporcionados por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria durante el periodo 2020</p> <p>Muestra:</p> <p>Gerentes de 41 Pymes productoras de alimentos y bebidas de la ciudad de Tarapoto, según los datos</p>	<p>57 Tecnologías de la Información y Comunicación</p>	<p>Aceptación de las TICs</p> <p>Disponibilidad de las TICs</p> <p>Uso de las TICs</p> <p>Formación en el uso de las TICs</p> <p>45 Planeación estratégica</p> <p>Producción y operaciones</p>	<p>- Facilita la ejecución de tareas.</p> <p>- Mejora la calidad de vida en la organización</p> <p>- Cantidad de recursos tecnológicos</p> <p>- Calidad de recursos tecnológicos</p> <p>- Programación en el uso</p> <p>- Efectividad en el uso</p> <p>- Capacitación</p> <p>- Nivel de formación</p> <p>10</p> <p>- Objetivos</p> <p>- Metas</p> <p>- Políticas</p> <p>- Análisis del entorno</p> <p>- Planes de contingencia</p> <p>- Procesos de producción</p> <p>- Certificaciones</p> <p>- Flexibilidad productiva</p>

<p>1 Pymes del distrito de Tarapoto, 2020? ¿Cuál es la relación entre el uso de las TICs y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020? ¿Cuál es la relación entre la formación del uso de las TICs y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020?</p>	<p>distrito de Tarapoto, 2020. Identificar la relación entre la disponibilidad de las TICs con la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020. Identificar la relación entre el uso de las TICs y la competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020. Identificar la relación entre el uso de las TICs y la</p>	<p>del distrito de Tarapoto, 2020.</p>		<p>pro 27) ionados por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria durante el periodo 2020</p>		<p>- Desarrollo de nuevos productos y procesos - Planeación de materiales, insumos, etc. - Normatividad - Grupos de trabajo y retroalimentación - Procesos certificados - Políticas de venta - Distribución - Relaciones clientes-proveedores - Satisfacción de clientes - Investigación de mercados - Estructura de costos - Administración financiera - Estrategias fiscales - Pago de impuestos - Inventarios - Procesos de selección y reclutamiento</p>
					<p>14 Aseguramiento de la calidad</p> <p>Comercialización</p> <p>Contabilidad y finanzas</p> <p>Recursos humanos</p>	

	<p>1 Competitividad empresarial de las Pymes del distrito de Tarapoto, 2020.</p>				<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación y adiestramiento - Rotación y clima laboral - Seguridad e higiene - Compensaciones - Programa de manejo de desechos - Políticas de reciclaje - Normatividad - Tecnologías de la información - Sistematización - Planes de contingencia
				<p>10 Gestión ambiental</p>	
					<p>Sistemas de información</p>

Anexo N° 02. Instrumento de la variable Tecnologías de la Información y Comunicación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Sr. (a)

Reciba usted mi más cordial saludo y al mismo tiempo le solicito su colaboración para que responda con sinceridad el siguiente cuestionario sobre Tecnologías de la Información y Comunicación.

A continuación, se presentan las indicaciones para el llenado del cuestionario.

Marque con una equis (X) el número de su elección y trate de contestar de acuerdo al enunciado que mejor refleje su punto de vista.

Datos generales:

Edad _____ Sexo _____ Fecha _____

Escalas de respuestas:

Ítem	Completamente de desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
Escala	1	2	3	4	5

N°	ACEPTACIÓN DE LAS TICs	Respuestas				
01	Las TICs facilita el desarrollo de las actividades dentro de la empresa					
02	Con el uso de las TICs se reduce el tiempo de ejecución de las actividades dentro de la empresa					
03	Las TICs mejoran las relaciones laborales dentro de la empresa.					
04	Las TICs mejoran las relaciones con los clientes que tiene la empresa.					
05	Las TICs mejoran las relaciones que tiene la empresa con sus proveedores.					

DISPONIBILIDAD DE LAS TICs		Respuestas				
06	La cantidad de recursos tecnológicos que dispone la empresa son suficientes para brindar soporte a las actividades que se ejecutan.					
07	Considera usted que es necesario invertir en la compra de más equipos tecnológicos para alcanzar una mejor competitividad empresarial.					
08	Los equipos tecnológicos que dispone la empresa no necesitan de mayores mantenimientos para encontrarse operativos.					
09	Los recursos tecnológicos cumplen con las expectativas en el cumplimiento de las funciones por la cual fueron destinadas.					
USO DE LAS TICs		Respuesta				
10	Existe cumplimiento en la programación del uso de las TICs					
11	Considera usted que los recursos tecnológicos se encuentran debidamente distribuidos para ser empleados de manera eficiente					
12	Las TICs permiten que la empresa utilice menos recursos y tiempo para alcanzar sus objetivos.					
13	Las TICs permite que la empresa cometa menos errores en la ejecución de sus actividades					
FORMACIÓN EN EL USO DE LAS TICs		Respuesta				
14	La empresa diseña continuamente programas de capacitación para su personal en el manejo de las TICs					
15	Los trabajadores demuestran interés por capacitarse en el uso de las TICs					
16	Los trabajadores de la empresa demuestran tener la formación académica suficiente para comprender el funcionamiento de las herramientas tecnológicas.					
17	Los trabajadores de la empresa demuestran tener la formación académica suficiente para comprender la importancia del uso de las TICs para lograr obtener una mejor competitividad empresarial.					

N°	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	Respuestas
1	Los colaboradores tienen acceso al cumplimiento de los objetivos de la empresa por canales virtuales	
02	Los responsables de cumplir con las metas pueden ver o recibir su avance por medios virtuales	78
03	Los colaboradores internos y externos pueden leer las políticas de la empresa en medios virtuales	
04	La empresa tiene una base de datos estadísticas que facilita el análisis del entorno interno y externo	
05	Los planes de contingencia son comunicados por medios virtuales de manera simultánea a los interesados	
	PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	Respuestas
06	Los stocks, insumos complementarios, ingresos y salidas de productos son registrados en medios virtuales	
07	Las certificaciones de la empresa son compartidas con los clientes internos y externos	
08	El personal recibe información virtual de los cambios de horarios, productos, personal y otros	
09	Los colaboradores reciben información virtual del ingreso de nuevos productos y promociones	
10	El área de abastecimiento tiene información actualizada diaria del stock de productos que distribuye la empresa	
	ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	Respuesta
11	Los colaboradores tienen acceso virtual a las normas de la empresa	
12	Los colaboradores comparten grupos de trabajo y retroalimentación mediante WhatsApp, Facebook, otros	
13	Los procesos de certificación se comparten vía virtual para todos los interesados	
	COMERCIALIZACIÓN	Respuesta
14	Los nuevos clientes reciben información de las políticas de venta por medios virtuales	
15	Los clientes pueden ver información por medios virtuales los productos que nuestra empresa distribuye	
16	A través de medios virtuales, los clientes seleccionan y pagan los productos que compran a nuestra empresa	
17	La empresa tiene medios virtuales para que los clientes expresen su satisfacción o descontento de los productos y servicios	
18	Los medios virtuales permiten determinar cuáles son los productos más buscados y solicitados por nuestros clientes	
	CONTABILIDAD Y FINANZAS	Respuesta
19	La empresa tiene una base de datos actualizada de la estructura de costos, para la toma de decisiones estratégicas	
20	La empresa tiene información virtual de sus finanzas, que le permiten tener acceso rápido a créditos bancarios	
21	El manejo virtual de las finanzas le permite aplicar estrategias fiscales en beneficio de la empresa	
22	El manejo virtual de las finanzas evita riesgos de omisión de pago de impuestos de la empresa	
23	Los inventarios virtuales reducen tiempo y dinero en la ubicación de los bienes de la empresa	
	RECURSOS HUMANOS	Respuesta
24	La empresa realiza la publicación virtual de los procesos de selección y reclutamiento de personal	

	La empresa utiliza plataforma virtual como zoom, meet, email etc. para la formación y adiestramiento de sus colaboradores					
	Los grupos virtuales como WhatsApp o Facebook se publica la rotación de y se intercambian opiniones respecto al trabajo					
	Los grupos virtuales como WhatsApp o Facebook se promueve la aplicación de seguridad e higiene en bien de los colaboradores					
28	Los reconocimientos y compensaciones se publican en los grupos virtuales como WhatsApp o Facebook y se envían al email del interesado					
GESTIÓN AMBIENTAL						Respuesta
29	El uso de medios virtuales redujo los desechos por el menor uso de papel y menor tráfico de personas en los ambientes					
30	En los grupos virtuales como WhatsApp o Facebook se promueven políticas de reciclaje de desechos de logística					
31	La normatividad del cuidado del medio ambiente que la empresa promueve se comunica en los grupos virtuales y se envían al email personal					
SISTEMAS DE INFORMACIÓN						Respuesta
32	La empresa cuenta con tecnologías de la información actualizadas y disponibles para clientes internos y externos					
33	El sistema virtual de la empresa se actualiza de acuerdo a sus necesidades					
34	La empresa tiene planes de contingencia que involucra a todos los colaboradores					

Instrumento de la variable Competitividad Empresarial

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTIN FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Sr. (a)

31 Reciba mi más cordial saludo y al mismo tiempo le solicito su colaboración para que responda con sinceridad el siguiente cuestionario sobre la Competitividad empresarial.

A continuación, se presentan las indicaciones para el llenado del cuestionario.

3 Marque con una equis (X) el número de su elección y trate de contestar de acuerdo al enunciado que mejor refleje su punto de vista.

Datos generales:

Edad _____ Sexo _____ Fecha _____

Escalas de respuestas:

Ítem	Completamente de desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
------	-----------------------------------	------------	-----------------------------------	---------------	-----------------------------

Escala	1	2	3	4	5
--------	---	---	---	---	---

Fuente: Basado en Sarmiento, Ibarra, González y Demuner (2017).

Anexo N° 03: Confiabilidad de instrumentos

Tabla 39

Estadísticas de fiabilidad: Tecnologías de la Información y Comunicación

Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	17

Tabla 40

Estadísticas de fiabilidad: Competitividad empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
,926	34

De acuerdo a las tablas 1 y 2, los coeficientes Alfa de Cronbach resultaron 0.977 y 0.976 en el caso de la encuesta sobre tecnologías de la información y comunicación e igualmente competitividad empresarial, aplicada a una prueba piloto de 21 mypes. De manera que, ambas escalas presentan una confiabilidad alta.

Anexo N° 04: Resultado de frecuencias por dimensiones

Tabla 41

Frecuencia de las dimensiones de tecnologías de la información y comunicación

Dimensiones	Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Aceptación de las TICs	Bajo	5	11	24	58.5%
	Regular	12	19	15	36.6%
	Alto	20	25	2	4.9%
	Total			41	100%
Disponibilidad de las TICs	Bajo	4	9	25	61.0%
	Regular	10	15	13	31.7%
	Alto	16	20	3	7.3%
	Total			41	100%
Uso de las TICs	Bajo	4	9	24	58.5%
	Regular	10	15	13	31.7%
	Alto	16	20	4	9.8%
	Total			41	100%
Formación en el uso de las TICs	Bajo	4	9	25	61.0%
	Regular	10	15	11	26.8%
	Alto	16	20	5	12.2%
	Total			41	100%

De acuerdo con la Tabla 41 sobre dimensiones en ⁷⁰ tecnologías de la información y comunicación, se obtuvo que en la dimensión aceptación de las TICs destaca el nivel bajo ostentado en 58.5% ya que no se está priorizando la implementación de la tecnología dentro del ambiente laboral, por lo tanto, ocasiona deficiencias en la relación de la empresa hacia sus proveedores, seguidamente destaca el nivel regular con 36.6%, mientras que el nivel alto equivale al 4.9%. Con respecto a la dimensión disponibilidad de las TICs prevalece el nivel bajo representado en 61.0% debido a la escasez de recursos tecnológicos que dispone la empresa para las labores que ejecutan, mientras que el 31.7% pertenece al nivel regular y 7.3% al nivel alto. Ahora bien, respecto a la dimensión uso de las TICs, destaca el 58.5% en el nivel bajo, es decir, posee déficit para el correcto manejo de las TICs y mucho menos se encuentran distribuidos de manera eficiente, consecutivamente destaca el nivel regular y alto con 31.7% y 9.8%. Por último, la dimensión formación en el uso de las TICs comprende el 61% en el nivel bajo, al denotar desinterés para capacitarse respecto al uso en tecnologías, entre tanto está el nivel regular y alto con 26.8% y 12.2% respectivamente.

Tabla 42
Frecuencia de las dimensiones de la competitividad empresarial

Dimensiones	Nivel	Desde	Hasta	Frecuencia	%
Planeación estratégica	Bajo	5	11	25	61.0%
	Regular	12	19	13	31.7%
	Alto	20	25	3	7.3%
	Total			41	100%
Producción y operaciones	Bajo	5	11	26	63.4%
	Regular	12	19	11	26.8%
	Alto	20	25	4	9.8%
	Total			41	100%
21 Aseguramiento de la calidad	Bajo	3	7	31	75.6%
	Regular	8	12	7	17.1%
	Alto	13	15	3	7.3%
	Total			41	100%
Comercialización	Bajo	5	11	23	56.1%
	Regular	12	19	14	34.1%
	Alto	20	25	4	9.8%
	Total			41	100%
Contabilidad y finanzas	Bajo	5	11	26	63.4%
	Regular	12	19	12	29.3%
	Alto	20	25	3	7.3%
	Total			41	100%
Recursos humanos	Bajo	5	11	28	68.3%
	Regular	12	19	10	24.4%
	Alto	20	25	3	7.3%
	Total			41	100%
Gestión ambiental	Bajo	3	7	30	73.1%
	Regular	8	12	7	17.1%
	Alto	13	15	4	9.8%
	Total			41	100%
Sistemas de información	Bajo	3	7	31	75.6%
	Regular	8	12	8	19.5%
	Alto	13	15	2	4.9%
	Total			41	100%

De acuerdo con la Tabla 42 sobre dimensiones de competitividad empresarial, se obtuvo que en la dimensión producción y operaciones, destaca el nivel bajo ostentado en 61%, es decir, la empresa no posee una base de datos que permita facilitar el análisis interno y externo de la empresa, continuamente destaca el nivel regular y alto con 31.7% y 7.3%. En tanto, la

dimensión producción y operaciones, es prevalente el nivel bajo con 63.4% alusivo a que las certificaciones de la empresa no están siendo compartidas con clientes internos y externos, mientras que el nivel regular con 26.8% y nivel alto en 9.8%. Ahora bien, la dimensión aseguramiento de la calidad se ubicó en el nivel bajo con 75.6%, debido a que los procesos de certificación no se están compartiendo de modo virtual para todo aquel que esté interesado, y en menores proporciones está el nivel regular y alto con 17.1% y 7.3%. La dimensión comercialización se posicionó en el nivel bajo con 56.1% debido a que los clientes no pueden visualizar los productos mediante las plataformas digitales, denotando insatisfacción, seguidamente el nivel regular con 34.1% y nivel alto en 9.8%. La dimensión contabilidad y finanzas fue de nivel bajo en 65.4% puesto que las empresas no poseen una base de datos actualizada respecto a costos que ayude a tomar óptimas decisiones estratégicas, mientras que, el 29.3% es de nivel regular y 7.3% de nivel alto. Por otro lado, la dimensión recursos humanos predomina el 68.3% la estimaron de nivel bajo, debido a que, no se está priorizando la publicación virtual **de los procesos de reclutamiento y selección de personal**, continuamente el nivel regular y alto en 24.4% y 7.3%. También la dimensión gestión ambiental se situó en el nivel bajo con 73.1%, ostentado en el déficit de promoción al cuidado del medio ambiente a través de grupos virtuales, y en menores proporciones destaca el nivel regular y alto en 17.1% y 9.8%. Por último, la dimensión sistemas de información, se ubicó en el nivel bajo con 75.6% ya que las empresas no cuentan con la tecnología de la información actualizada y disponible para los clientes e igualmente colaboradores, consecutivamente destaca el nivel regular y alto con 19.5% y 4.9%.

Base de datos de la variable: Competitividad Empresarial

	Planeación estratégica		Producción y operaciones		Aseguramiento de la calidad		Comercialización		Contabilidad y finanzas		Recursos humanos		Gestión ambiental		Sistemas de información									
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	p11	p12	p13	4	5	6	7	8	9	0	1	p32	p33	p34
MYPE	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
S1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
MYPE	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	3	5	4	5
S2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	4	3	5	4	5
MYPE	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1
S3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1
MYPE	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
S4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
MYPE	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2
S5	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2
MYPE	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2
S6	3	2	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2
MYPE	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2
S7	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2
MYPE	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2
S8	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2
MYPE	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4
S9	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4
MYPE	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
S10	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
MYPE	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	4	5
S11	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	4	5
MYPE	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
S12	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1
MYPE	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
S13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
MYPE	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
S14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
MYPE	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3
S15	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3

Impacto de las TICs en la competitividad empresarial de las Pymes del Distrito de Tarapoto, 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD

22%

INDICE DE SIMILITUD

21%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	theibfr.com Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
8	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	1%
9	www.tdx.cat Fuente de Internet	

1 %

10

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

1 %

11

ref.uabc.mx

Fuente de Internet

<1 %

12

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

repositorio.upao.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

14

repositorio.esan.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

15

Submitted to Universidad Tecnologica del Peru

Trabajo del estudiante

<1 %

16

repositorio.upagu.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

17

repositorio.autonoma.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

18

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

19

issuu.com

Fuente de Internet

<1 %

20

polodelconocimiento.com

Fuente de Internet

<1 %

21

repositorio.unjbg.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

22

www.esemanal.com.mx

Fuente de Internet

<1 %

23

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

24

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

25

Submitted to Universidad Nacional de San
Martín

Trabajo del estudiante

<1 %

26

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

27

repositorio.ulasamericas.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

28

Submitted to Universidad Nacional de
Tumbes

Trabajo del estudiante

<1 %

29

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

30

repositorio.esge.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

31	www.dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
32	dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
33	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1 %
34	Submitted to Universidad Global del Cusco S.A.C. Trabajo del estudiante	<1 %
35	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	Submitted to Universidad Católica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	<1 %
37	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
38	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Ecuador - PUCE Trabajo del estudiante	<1 %
39	shcp.gob.mx Fuente de Internet	<1 %
40	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

42	revistas.utp.edu.co Fuente de Internet	<1 %
43	www.gaedpyme.upct.es Fuente de Internet	<1 %
44	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
45	www.theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
46	pt.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
47	repositorio.cidecuador.org Fuente de Internet	<1 %
48	bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083 Fuente de Internet	<1 %
49	tecnocientifica.com.mx Fuente de Internet	<1 %
50	buleria.unileon.es Fuente de Internet	<1 %
51	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
52	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
53	www.conacyt.mx Fuente de Internet	<1 %

54	Submitted to UNIVERSIDAD DE COLIMA Trabajo del estudiante	<1 %
55	Submitted to Universidad Cooperativa de Colombia Trabajo del estudiante	<1 %
56	bibdigital.epn.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
57	wn.com Fuente de Internet	<1 %
58	www.unach.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
59	1library.co Fuente de Internet	<1 %
60	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
61	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1 %
62	digibug.ugr.es Fuente de Internet	<1 %
63	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
64	e-formadores.redescolar.ilce.edu.mx Fuente de Internet	<1 %

65	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
66	sedici.unlp.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
67	www.asimet.cl Fuente de Internet	<1 %
68	www.dominiodelasciencias.com Fuente de Internet	<1 %
69	Hugo Alberto Martínez-Jaramillo, Johana Moreno-Duarte. "Uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como factor de competitividad en la gestión del sector hotelero en Villavicencio, Colombia", Revista Escuela de Administración de Negocios, 2020 Publicación	<1 %
70	repositorio.unemi.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
71	www.copiasgratis.com.ar Fuente de Internet	<1 %
72	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
73	www.imsersomayores.csic.es Fuente de Internet	<1 %
74	www.wto.org	

Fuente de Internet

<1 %

75

"Tendencias en la Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica", Alianza de Investigadores Internacionales SAS, 2020

Publicación

<1 %

76

cathi.uacj.mx

Fuente de Internet

<1 %

77

centrum.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

78

repositorio.unac.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

79

repositorio.unesum.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

80

www.fumc.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

81

www.minambiente.gov.co

Fuente de Internet

<1 %

82

www.researchgate.net

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo