

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y EMPRESARIALES

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial

**ANÁLISIS SITUACIONAL DEL USO DE LAS TICS EN
LAS MYPES DEL SECTOR CONFECCIONES DE LA
CIUDAD DE TACNA, AÑO 2016**

TESIS

Presentada por:

Bach. YUDI EUGENIA JULI ESPINOZA

Para optar el Título Profesional de:

INGENIERO COMERCIAL

TACNA – PERÚ

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN-TACNA

Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial

TESIS

**ANÁLISIS SITUACIONAL DEL USO DE LAS TICs EN
LAS MYPES DEL SECTOR CONFECCIONES DE
LA CIUDAD DE TACNA, AÑO 2016**

TESIS SUSTENTADA Y APROBADA EL 08 DE MAYO DEL 2018,
SIENDO EL JURADO CALIFICADOR:

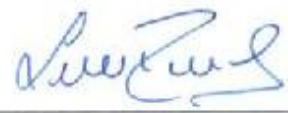
PRESIDENTE:


Mgr. GERÓNIMO VÍCTOR DAMIÁN LÓPEZ

SECRETARIO:


Dr. MANUEL SEGUNDO CAIPA RAMOS

VOCAL:


Dr. LUIS ALBERTO ROCCHETTI HERRERA

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme culminar esta etapa muy importante en mi vida, la cual me llena de orgullo y felicidad; a mi madre por ser el eje fundamental de mi vida, ejemplo de lucha y superación constante.

CONTENIDO

DEDICATORIA	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE ANEXOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1. Descripción del problema	3
1.2. Formulación del problema	6
1.2.1. Problema general	6
1.2.2. Problemas específicos	6
1.3. Justificación e Importancia de la investigación	7
1.3.1 Justificación	7
1.3.2 Importancia	8
1.4. Alcances y Limitaciones	9
1.4.1 Alcances	9
1.4.2 Limitaciones	9
1.5. Objetivos de la investigación	9
1.5.1 Objetivo general	9
1.5.2 Objetivos específicos	10
1.6. Hipótesis	11
1.6.1 Hipótesis general	11
1.6.2 Hipótesis específicas	11

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del estudio	13
2.1.1 A Nivel Internacional	13
2.1.1 A Nivel Nacional	22
2.1.2 A Nivel Regional	25
2.2 Bases Teóricas	26
2.2.1 La Micro y Pequeña empresa – MYPE	26
2.2.2 Caracterización de las MYPEs formales en el Perú	27
2.2.3 Caracterización de las MYPEs en la región Tacna	37
2.2.4 Industria Textil Confecciones en Perú	42
2.2.5 Definición de Tecnologías de Información y Comunicación	44
2.2.6 Componentes de las TICs	46
2.2.7 Las TICs en el ámbito de las MYPEs	49
2.2.7.1 Importancia de la adopción de las TICs	51
2.2.7.2 Criterios para incorporar las TICs en la gestión de las MYPEs	53
2.2.7.3 Niveles para la apropiación de TICs en las MYPEs	56
2.2.7.4 Áreas de aplicación de las TICs en las MYPEs	57
2.2.7.5 Influencia de las TICs en la competitividad y productividad de las MYPEs	59
2.2.7.6 Beneficios de las TICs en las MYPEs	63
2.2.7.7 Barreras que intervienen en la adopción de TIC	67
2.2.7.8 Proveedores de TICs	71
2.2.8 Desarrollo del Sector TIC en Perú	73
2.3. Definición de términos	75

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Tipo, Nivel y Diseño de investigación	78
3.1.1 Tipo de investigación	78
3.1.2 Nivel de investigación	78
3.1.3 Diseño de investigación	78
3.2 Población y Muestra	79
3.2.1 Población	79
3.2.2 Muestra	79
3.3 Operacionalización de variable	79
3.4 Técnica e Instrumento de recolección de datos	80
3.4.1 Técnica	80
3.4.2 Instrumento	81
3.5 Métodos de análisis de datos	83
CAPITULO IV: RESULTADOS	
4.1 Presentación	84
4.2 Análisis e interpretación de resultados	85
4.2.1. Disposición de TICs	85
4.2.2. Utilización de TICs con los grupos de interés	94
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	
5.1 Discusión de resultados	112
CONCLUSIONES	122
RECOMENDACIONES	125
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	127
ANEXOS	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	MYPEs según estrato empresarial, 2015	28
Tabla 2	MYPEs según tipo de contribuyente, 2015	29
Tabla 3	MYPEs según número de trabajadores, 2014	31
Tabla 4	Distribución de las MIPYME por regiones	32
Tabla 5	Distribución Sectorial de las MIPYME, 2010 y 2014	36
Tabla 6	Según Tipo de Contribuyente y Organización, 2014	38
Tabla 7	MYPEs según actividad económica, 2014	39
Tabla 8	MYPEs formales según sector manufactura 2014	42
Tabla 9	Tipos de aplicaciones dentro de cada área funcional de la empresa	59
Tabla 10	Costos y beneficios de la innovación y mantenimiento de las TICs	71
Tabla 11	Escala de Alpha de Cronbach	82
Tabla 12	Alpha de Cronbach: Uso de las TICs	82
Tabla 13	Disposición de TICs Básicas	85
Tabla 14	Disposición de las TICs Avanzadas	86
Tabla 15	Disposición de las Sistemas de Información (software)	86
Tabla 16	Resumen de Disposición de TICs en MYPEs	87
Tabla 17	Tabla cruzada Género / Disposición de TICs Básicas	88
Tabla 18	Tabla Cruzada Género / Disposición de TICs Avanzadas	88
Tabla 19	Tabla Cruzada Género / Disposición de Software	89

Tabla 20	Tabla Cruzada Edad / Disposición de TICs Básicas	90
Tabla 21	Tabla Cruzada Edad / Disposición de TICs Avanzadas	90
Tabla 22	Tabla cruzada Edad / Disposición de Software	91
Tabla 23	Tabla cruzada Nivel de Educación / Disposición de TICs Básicas	92
Tabla 24	Tabla Cruzada Nivel de Educación / Disposición TICs Avanzadas	92
Tabla 25	Tabla Cruzada Nivel Educación / Disposición de Software	93
Tabla 26	Utilización de TICs Básicas con clientes	94
Tabla 27	Utilización de TICs Avanzadas con los clientes	95
Tabla 28	TICs utilizadas para promocionar su marca y productos	97
Tabla 29	Utilización de TICs básicas con sus proveedores	98
Tabla 30	Utilización de TICs Avanzadas con sus proveedores	99
Tabla 31	Utilización del correo electrónico y el internet con proveedores	100
Tabla 32	Utilización de TICs Básicas con sus trabajadores	102
Tabla 33	Utilización de TICs Avanzadas con sus trabajadores	103
Tabla 34	Utilización de software en las áreas o departamentos	104
Tabla 35	Utilización de TICs Básicas con agentes externos	107
Tabla 36	Utilización de TICs Avanzadas con asesores contables	108
Tabla 37	Actividades realizadas a través del internet	109

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	MYPEs, Promedio de años en el mercado	33
Figura 2	MYPEs según rango de edad y estrato empresarial	34
Figura 3	Tasa de creación, según estrato empresarial, 2013 – 2014	35
Figura 4	Tasa de salida, según estrato empresarial, 2013 – 2014	36
Figura 5	Actividades que componen el sector manufacturero.	37
Figura 6	MYPEs por sector manufactura 2014	41
Figura 7	Progreso de la adopción de TICs	57
Figura 8	Utilización de TICs Básicas con clientes	94
Figura 9	Utilización de TICs Avanzadas con los clientes	96
Figura 10	TICs utilizadas para promocionar su marca y productos	97
Figura 11	Utilización de TICs Básicas con sus proveedores	98
Figura 12	Utilización de TICs Avanzadas con proveedores	99
Figura 13	Utilización del correo electrónico e internet con proveedores	101
Figura 14	Utilización de TICs Básicas con sus trabajadores	102
Figura 15	Utilización de TICs Avanzadas con sus trabajadores	103
Figura 16	Utilización de software en las áreas o departamentos	105
Figura 17	Utilización de TICs Básicas con agentes externos	107
Figura 18	Utilización de TICs Avanzadas con asesores contables	108
Figura 19	Actividades realizadas a través del internet	110

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Matriz de consistencia	134
Anexo 2	Cuestionario	136
Anexo 3	Validación de instrumento	140
Anexo 4	Validación de instrumento	141
Anexo 5	Carta de presentación 1 para el recojo de información	142
Anexo 6	Carta de presentación 2 para el recojo de información	143

RESUMEN

El presente estudio tiene por objetivo indagar si las TICs están presentes en las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016. El tipo de investigación es básica, el nivel de investigación es descriptivo y el diseño de la investigación no experimental transversal. Como parte de la metodología, se aplicó una guía de entrevista estructurada a 56 dueños o responsables de las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, que operan en las instalaciones de los centros comerciales Augusto B. Leguía y Tacna Centro. Los resultados del estudio confirman la idea que las TICs están presentes en las MYPEs del sector confecciones; sin embargo, su disposición y uso es principalmente de herramientas consideradas básicas como el teléfono fijo, el celular y la computadora, y lo usan para actividades rutinarias. Asimismo, se encontró la falta de una cultura de innovación tecnológica en los empresarios, sumado al hecho de que existe una escasa visión y pocas proyecciones sobre la relevancia de las TICs en la competitividad, siendo solo algunas MYPEs las más interiorizadas en esta perspectiva.

Palabras clave: Tecnologías de Información y Comunicación (TICs), Micro y pequeñas empresas (MYPEs), competitividad, uso y acceso.

ABSTRACT

The present study aims to investigate if ICTs are present in the MSEs of the textile sector of Tacna city, 2016. The type of research is basic, the level of research is descriptive and the design of the transversal non-experimental research. As a part of the methodology, a structured interview guide was applied to 56 owners or heads from the MSEs of the textile sector of Tacna city, who operates the facilities of the shopping centers Augusto B. Leguía and Tacna Centro. The results of the study confirm the idea that ICTs are present in the MSEs of the textile sector; however, its disposition and use is mainly from tools considered basic such as the land line, the cell phone, and the computer, which are used for routine activities. Likewise, it was found a lack of a culture of technological innovation in entrepreneurs, added to the fact that there is not enough vision and future projection on the relevance of ICTs in competitiveness, being only some MSEs the most internalized in this perspective.

Keywords: Information and Communication Technologies (ICTs), Micro and small companies (MSEs), competitiveness, usage and access

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado como el que ahora nos toca vivir, el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (en adelante TICs), juegan un papel crucial en las sociedades, empresas y en la vida de los individuos; esto se refleja en las comunicaciones, en el trabajo y en las actividades que se realiza diariamente.

Por ende, para tener éxito en una economía cada vez más globalizada y con un alto nivel de competitividad, las empresas necesitan desarrollar nuevas ideas y trasladarlas a sus estrategias empresariales, para aprovechar las oportunidades de negocio que genera el mercado.

Sin embargo, el uso de las TICs, se visualiza de una manera limitada, es decir, no se utiliza como un elemento fundamental para la empresa en ramas distintas a los técnicos, solamente se aplica como elemento de obtención de información, sin lograr explotar su verdadero potencial de negocio.

En ese sentido, en el presente trabajo se pretende dar a conocer hasta qué punto las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, usan las TICs en sus diversas actividades, asimismo dentro de ese

panorama general se intenta responder a preguntas como: ¿Qué obstáculos existen para la incorporación de las TICs en las MYPEs?, ¿qué tan importantes son las TICs dentro de las MYPEs para crear una ventaja competitiva? o ¿son las MYPEs un nicho de mercado significativo para las empresas que producen tecnologías de información? así como dar a conocer los beneficios que trae consigo implantar nuevas tecnologías. Por lo antes referido el presente trabajo de investigación posee los siguientes capítulos:

El Capítulo I, trata del planteamiento del problema, que considera, la descripción y formulación del problema, así como la justificación e importancia, los alcances y limitaciones, los objetivos y las hipótesis. El Capítulo II, expone el marco teórico que considera los antecedentes del estudio, bases teóricas y definición de términos. El Capítulo III, puntualiza el Marco metodológico, que considera el tipo y diseño de la investigación, población y muestra, operacionalización de variables, técnica e instrumento de recolección de datos y el método de análisis de datos. El Capítulo IV, muestra los resultados de acuerdo a la variable y sus indicadores. El Capítulo V, refiere sobre la discusión de resultados, de acuerdo a la variable e indicadores Finalmente, las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

A nivel internacional, el uso de las TICs está transformando paulatinamente la forma de actuar y relacionarnos en los ámbitos económico, social, político y educativo. Este impacto es claramente visible en el mundo empresarial, donde Internet y las demás TICs, con su capacidad prácticamente ilimitada de obtener, procesar, almacenar y compartir información, están configurando un nuevo entorno competitivo en donde las barreras geográficas desaparecen, facilitando el acceso a un mercado más amplio, que a su vez genera una mayor competencia.

Asimismo, el perfil del consumidor de hoy en día ha cambiado en cuanto a sus actitudes, comportamientos y conocimientos hacia los productos y servicios que se ofrecen en el mercado, se caracterizan principalmente por ser clientes más informados, exigentes y actualizados en el uso de las nuevas tecnologías, lo que implica que adquieran nuevos estilos de vida y hábitos de consumo (Cortés 2011, p. 6).

Ante este escenario pensar en una empresa grande o inclusive mediana que no haga uso intensivo de las TICs es casi inconcebible, pero en el caso de las MYPEs la situación cambia radicalmente.

Las MYPEs en el Perú tienen importantes incidencias económicas y sociales para el proceso de desarrollo nacional. En efecto, constituyen más del 98 % de todas las empresas existentes en el país, crea empleo alrededor del 75 % de la Población Económicamente Activa (PEA) y genera riqueza en más de 45 % del Producto Bruto Interno (PBI). En tal sentido, las MYPEs se constituyen en el brazo productivo del país y en la mejor alternativa para hacer frente al desempleo nacional, especialmente en el sector juvenil (Diario El Peruano, 2016, pág.24. PYME: problemas y ventajas de su desarrollo en el Perú).

De acuerdo al Consejo Nacional de la Competitividad (2012) “Esta elevada tasa de MYPEs, refleja no tanto la capacidad emprendedora del peruano, sino sobre todo la estrategia de supervivencia con la que responde a la falta de empleo dependiente de calidad” (p.24). Se considera esta afirmación cierta, debido a que la mayoría de estas unidades empresariales, muchas veces familiares, son bastante vulnerables y tienen claras desventajas en cuanto a acceso a información, producción a gran escala y acceso al crédito financiero o recurso humano

calificado, limitaciones que no facilita su desarrollo competitivo ni la creación de mayor valor agregado; lo cual condiciona su presencia en el mercado haciéndolas muy frágiles frente a escenarios de apertura comercial.

El panorama de las MYPEs en Tacna no es tan diferente, según la Dirección Mi Empresa – Tacna, señala que existe la tendencia a que las MYPEs no cuenten con TICs, y las que la tienen, no hacen el debido uso de ellas para mejorar su competitividad; originando que éstas se conviertan en simples herramientas de automatización de oficina y no sean el instrumento para la mejora de su negocio.

Por ello, hay que considerar que la introducción de TICs en las empresas no es un proceso homogéneo ni automático, razón por la cual lograr este cambio en muchas ocasiones les resulta imposible por una serie de factores internos y externos, entre los que destacan: El alto costo que ella tiene, la ausencia de soluciones informáticas que se adapten a los requerimientos, la resistencia al cambio y la determinación deficiente de los requerimientos.

Así pues, si las MYPEs no se modernizan y no mejoran su estrategia competitiva, corren el riesgo de ser desplazadas del mercado por la competencia que sí utiliza la tecnología digital.

Por otro lado, se encuentran las empresas proveedoras de TICs y soluciones tecnológicas, las cuales poseen un papel muy relevante en el esfuerzo de ofrecer soluciones que sean asequibles y eficientes a la realidad de las MYPEs. Razón por la cual, cada empresa, en función de su tamaño y actividad, deberá adoptar soluciones diferentes en este campo.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Las TICs están presentes en las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016?

1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los clientes?

- b) ¿Qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus proveedores?

- c) ¿Qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus trabajadores?

- d) ¿Qué tipo de Software utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 en las áreas o departamentos?

- e) ¿Qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los bancos, SUNAT y otros agentes?

1.3 Justificación e Importancia de la investigación

1.3.1 Justificación

Esta investigación permitirá conocer la situación de las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, respecto del uso de TICs en la

gestión de sus negocios, y verificar si estos recursos tecnológicos son empleados correctamente con el objetivo de proporcionar valor para la empresa.

Otra justificación es que las MYPEs participantes podrán acceder a este documento con los hallazgos correspondientes, con el fin de ayudarles a reconocer su situación actual y verificar la forma de acortar brechas productivas, de eficiencia y competitividad al compararse con sus competidores de similar o mayor tamaño, lo cual les hará tomar conciencia de sus deficiencias y abrir la posibilidad de una redefinición de sus estrategias y planificar posibles mejoras en la administración y gestión de sus procesos a través de la implementación de herramientas tecnológicas que les permitiría responder a las necesidades actuales y de largo plazo del mercado local, regional, nacional e internacional.

Asimismo éste proyecto servirá de base para el desarrollo de futuros proyectos de investigación sobre el uso de TICs en el sector empresarial.

1.3.2 Importancia

El presente trabajo de investigación es primordial desarrollarlo, porque constituirá un aporte para los dueños de las MYPEs, con los resultado del

diagnóstico, se brindará recomendaciones para promover que las TICs siempre estén presentes en el contexto empresarial, específicamente, en el sector de confecciones, pues de lograrlo, incidirá favorablemente en elevar la productividad, y por ende, el éxito empresarial.

1.4 Alcances y Limitaciones

1.4.1 Alcances

El estudio solo abarcó el uso de las TICs en las MYPEs del sector Confecciones de la ciudad de Tacna.

1.4.2 Limitaciones

En el presente estudio se tuvo escaso financiamiento para el trabajo de campo.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar si las TICs están presentes en las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016.

1.5.2. Objetivos específicos

- a) Verificar qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los clientes.

- b) Determinar qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus proveedores.

- c) Verificar qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus empleados.

- d) Establecer qué tipo de Software utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 en las áreas o departamentos.

- e) Verificar qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los bancos, SUNAT y otros agentes.

1.6 Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Las TICs están presentes en las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016.

1.6.2. Hipótesis específicas

- a) El tipo de TICs que utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los clientes, en cuanto a TICs básicas es el celular y en cuanto a TICs avanzadas es Facebook.
- b) El tipo de TICs que utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus proveedores, en cuanto a TICs básicas es el celular y en cuanto a TICs avanzadas es el whatsapp.
- c) El tipo de TICs que utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus trabajadores, en cuanto a TICs básicas es el celular y en cuanto a TICs avanzadas es el whatsapp.

- d) El tipo de Software que utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 en las áreas o departamentos, es el software contable.

- e) El tipo de TICs que utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los bancos, SUNAT y otros agentes, en cuanto a TICs básicas es el celular y en cuanto a TICs avanzadas es el correo electrónico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

2.1.1 A Nivel Internacional

Ayo (2015), en su tesis *“Adaptación del uso de las TICs en PYMEs dedicadas a las actividades de exportación y comercialización textil de jeans confeccionados en la ciudad de Pelileo”*, de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito- Ecuador. El autor concluye en lo siguiente:

- Las empresas textiles dedicadas a la fabricación de jeans en la ciudad de Pelileo, tienen una limitada comercialización y exportación de sus productos debido al escaso conocimiento e implantación de las TICs.
- Una de las razones por las cuales las PYMEs no han adoptado las TICs es debido a la falta de capacitación de los empleados, ya que las PYMEs no cuentan con un presupuesto anual asignado para capacitaciones.

- Por ello concluye que las PYMEs deben apostar por la aplicación de la tecnología a todos sus ámbitos para, de este modo, poder ser más competitivas y entrar más fácilmente en el mercado exterior.

Ortiz (2014) , en su tesis titulada *“Estudio Exploratorio sobre el Uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en PYMES de la Región de Valparaíso al Año 2014”*, presentada en la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso – Chile. El estudio exploratorio tiene como objetivo indagar sobre la situación actual de las PYMEs de la región de Valparaíso en lo que respecta al uso de las TIC y como estas últimas pueden mejorar su competitividad. En base a los resultados obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones:

- Los hallazgos demuestran que la oferta de servicios por parte de los proveedores de TIC es diversa, sin embargo aún existe un desconocimiento por parte de las PYMES sobre estas tecnologías.
- Se destaca que pese a existir una amplia oferta proveedora de Sistemas Integrados (software tipo ERP, SCM, CRM y BI), la mayoría de las PYMES no los adquieren de forma completa, sino que prefieren contratarlas para el área administrativa por sobre la productiva.

- Existe una escasa visión y pocas proyecciones sobre la relevancia de las TICs en la competitividad, siendo de manera levemente superior las medianas empresas, las más interiorizadas en esta perspectiva.

Coral, Perdomo y Galvis (2013), desarrollaron el estudio *“Gestión de Recursos TIC en PYMEs del sector de confecciones de Ropa Formal (Hombre/Mujer), de la ciudad de Bogotá”*. Universidad del Rosario – Colombia. El estudio se realizó con el fin de entender inicialmente la visión mundial y de país de la importancia de las TIC para luego asentarlos en un escenario particular, esencialmente en el sector textil y de confecciones de Bogotá, llegando a las siguientes conclusiones:

- Las empresas Colombianas han entendido la necesidad de adquirir herramientas TIC que gracias a la globalización y el avance de la tecnología han llevado a un mayor nivel de adaptación a los requerimientos del mercado y al entendimiento del consumidor, por medio de optimización y digitalización de contenidos de los procesos corporativos básicos y claves en el actuar empresarial.
- Una estrategia para apoyar el crecimiento de las pymes es mediante la integración de TIC como soporte para la eficiencia en operaciones básicas, desde un punto de venta hasta la gestión

misma de los clientes. Las TIC son una poderosa herramienta que de ser aprovechada desde políticas públicas permitirían un soporte real para la innovación en las empresas.

- Una decisión corporativa en términos tecnológicos, debe ser guiada por un plan de implementación acorde a las necesidades específicas de renovación de la empresa, junto con la asesoría de la compañía prestadora de servicios TIC; a fin de lograr entender si es factible o no realizar una inversión en software y hardware.

Saavedra y Tapia (2013), *“El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas”*. El objetivo de este trabajo consistió en determinar el dominio sobre el uso de las TIC en la MIPyME industrial para comprobar su posición competitiva en este aspecto. El estudio concluye en lo siguiente:

- Dentro de las limitaciones que encuentran las MIPyME para el uso de las TIC se encuentran la cultura prevaleciente que no visualiza el impacto de sus beneficios. Se considera que la inversión es muy elevada y que los beneficios se obtendrán en el largo plazo.

- En cuanto a las tecnologías utilizadas en las plantas, de las 19 que se consideraron únicamente destaca la aplicación de conexiones de internet (33.5 %), planeación de recursos – ERP (30.5 %), costeo basado en actividades (28.4 %), intercambio electrónico de datos con proveedores (19 %) e intercambio electrónico de datos con clientes (18 %). Sin embargo, como podemos ver, estos porcentajes son muy bajos.
- La mayoría de las MIPYME industriales no aplican las TIC en su proceso productivo, lo que estaría restándoles competitividad, si consideramos que hoy en día representan un elemento fundamental para incrementar la competitividad de tales empresas.

Romero (2011), *“La Administración y el Posicionamiento de las empresas por medio de Tecnologías de Información”*, del Instituto Politécnico Nacional de México (Tesis de maestría). El trabajo de investigación, parte de la necesidad de las empresas de lograr un posicionamiento en el mercado, para mejorar su condición de competencia o inclusive lograr su supervivencia.

A lo largo de la tesis se presenta una propuesta que integra el uso de las TICs de vanguardia, acorde a las verdaderas necesidades de cualquier organización, el cual se utilizará como elemento de ventaja

competitiva y factor decisivo en el posicionamiento de las empresas. La correcta aplicación del ciclo de la información ha permitido comprobar los siguientes hechos:

- Las nuevas tecnologías son viables en su aplicación y sustentables en su uso cuando son adecuadamente diagnosticadas y se utilizan de acuerdo a un diagnóstico empresarial correcto.
- Es posible y necesario que una nueva tecnología de información y comunicación tenga, siempre, un retorno de la inversión.
- El ciclo de la información puede ser un factor decisivo en el posicionamiento de las organizaciones si va acompañado de un correcto diagnóstico organizacional y tiene como fin fundamental incidir en el logro de los objetivos organizacionales.

Celi y Sánchez (2010), desarrollaron el estudio *“El Impacto de las TICs en el Desempeño de las Pymes en el Ecuador, sector 2 del Cantón Loja, provincia de Loja, año 2010”*, de la Universidad Técnica Particular de Ecuador (Tesis de grado), concluyendo en lo siguiente:

- Las pequeñas y medianas empresas poseen TICs en un 75%, pero de este porcentaje la mayoría de las empresas a pesar de poseerlas no hacen un correcto uso de las mismas; sin embargo,

existen empresas que son consideradas como modelo en el uso de las TICs.

- Asimismo señalan que existen diversas circunstancias y factores que dificultan su mayor uso: problemáticas técnicas, falta de formación, problemas de seguridad, barreras económicas, barreras culturales: el idioma dominante, el inglés, en el que vienen muchas referencias e informaciones del uso de instrumentos tecnológicos.

Robles y Uribe (2009), en su tesis titulada *“Explorando la adopción y uso de las TICs en la agricultura: un estudio empírico en los productores de tomate del estado de Jalisco, México”*. El trabajo se acercó a la problemática planteada a partir de dos niveles; el primero que tiene que ver con la accesibilidad respecto a los recursos tecnológicos y el segundo, tiene que ver con las representaciones que tienen respecto a su uso.

Se aplicó una encuesta a 61 productores de tomate del estado de Jalisco, tales resultados llevaron a establecer las siguientes conclusiones:

- El grado de adopción de TICs que presentan los productores de tomate en el estado de Jalisco, es aún básico o primitivo. Es decir, si bien los productores utilizan herramientas tecnológicas básicas como el teléfono fijo (100 %) y el móvil (100 %); radio (64 %), fax

(100 %) y la computadora (91 %), lo hacen para actividades rutinarias y operativas más que para actividades estratégicas. El caso del Internet a pesar que todos los productores cuentan con conexión a Internet (100 %), su uso no va más allá del correo electrónico (91 %), la banca electrónica (81 %), la consulta del clima (100 %) y la búsqueda de información, ésta última al parecer con serias deficiencias. En el caso del e-commerce, el 63 % de los agricultores han realizado compras vía Internet Ningún agricultor vendió o comercializó sus productos por internet.

- Respecto a las barreras para la adopción de tecnologías, se encontró que existe una barrera cultural y el desconocimiento sobre las ventajas que ofrecen las TICs, (en el caso del internet, el 45 % no percibe ninguna ventaja en lo referente al aumento de producción, el 36 % a la agilización de trámites. La mayor ventaja percibida es la posibilidad de evitar intermediarios 27,27 %, la obtención de información de primera mano y optimización de tiempos 18,2 %). No se trata sólo de la resistencia natural que cualquier persona pudiera tener al cambio, sino que la barrera más importante fue sin duda la ignorancia respecto a las TICs que tienen los agricultores, a pesar de que la gran mayoría cuentan con estudios de educación superior.

Ríos, Toledo, Campos y Alejos (2009) *“Nivel de Integración de las TICs en las MiPyMEs, un Análisis Cualitativo”*, presentado en el Instituto Tecnológico de Celaya – México. Los autores llegaron a las siguientes conclusiones:

- El principal inhibidor para la adopción de TICs es la falta de interés de los mismos micro empresarios, derivado del desconocimiento de lo que la tecnología puede hacer por la micro empresa.
- El uso de las TICs pueden ayudar a las MiPyMEs a reducir costos y generar ingresos adicionales usando Internet para vender sus productos y servicios, con ello alcanzar nuevos clientes e incrementar su cobertura en el mercado.
- El hecho de que alguna MiPyMEs del estado de Guanajuato y de México adquiera alguna de las TICs, no garantiza el éxito de la misma, ni se asegura que aproveche el máximo de todo su potencial. Ya que la falta de conocimiento y dominio de dichas tecnologías puede provocar una elección inadecuada y mala utilización en algún proceso productivo.
- La falta de adquisición de las TICs por parte de los micro empresarios se debe al desconocimiento de los beneficios que las mismas le brindan a las MiPyMEs.

2.1.2 A Nivel Nacional

Ruiz (2017), en su tesis titulada *“Efecto de las tecnologías de información y comunicación (TICs) en la competitividad internacional de las PYMES agroexportadoras de espárragos frescos en Lima metropolitana y Callao”*, presentada en la universidad San Ignacio de Loyola. El objetivo de la presente investigación mixta es evaluar la relación entre el efecto de las TICs con la competitividad internacional en las PYMES agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y Callao. Se realizaron entrevistas a profundidad y cuestionarios a los responsables de 52 PYMEs exportadoras.

- Los resultados de la investigación han demostrado que el efecto de las TIC si tiene relación positiva con la competitividad internacional de las PYMEs agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y Callao.
- El uso de TIC está relacionado con la colaboración del sector. Los resultados muestran que la importancia de los clientes y competidores internacionales puede determinar el continuo uso, mejora e implementación de nuevas TIC. Muchas de estas pymes adoptan estrategias exitosas de sus competidores.

Muñoz (2016) *“Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las MYPES del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana - año 2016”*. Universidad Mayor de San Marcos Lima .Tesis de pregrado. El objetivo de la investigación es determinar de qué manera el uso de las TIC influye en la participación en el mercado internacional de la MYPE del Sector Textil y Confecciones de Lima Metropolitana. El estudio concluye en lo siguiente:

- Los resultados obtenidos concluyen que efectivamente el uso de las TIC influye significativamente en la participación en el mercado internacional de la MYPE en este sector. Es por ello que su desempeño en el mercado internacional cuando deciden adoptar y usar las TIC se verá influenciado de acuerdo a su nivel de uso que poseen y su experiencia previa con herramientas tecnológicas; la alineación del uso de las TIC con la estrategia u objetivos del negocio; la capacitación y conocimientos del dueño, gerente y miembros de la empresa en el uso de las TIC.
- El nivel de uso de las TIC en las MYPES de este sector es bajo, enfocado en la adquisición de computadoras, teléfonos, Internet y correo electrónico; lo cual demuestra que se debe mejorar el acceso y nivel de uso a herramientas más avanzadas como comercio electrónico o sistemas integrados de gestión.

Lagos (2008), desarrolló la tesis denominada *“Propuesta de implementación de un CRM para PYMEs en el sector textil”*, presentada en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Lima. El presente trabajo busca diseñar una propuesta de implementación de un CRM para integrar y gestionar la relación entre una PYME y el cliente de una forma personalizada, para construir relaciones duraderas en el tiempo y así consolidar su negocio en el mercado. El autor llegó a las siguientes conclusiones:

- Las PYMEs deben entender y comprender la importancia de obtener toda la información posible referente a sus clientes, desde sus datos personales, familiares, laborales y necesidades ya que estos datos si se manejan de forma correcta constituyen una ventaja competitiva determinante a la hora de ofrecer nuevos productos o servicios y lograr establecer su segmento de mercado.
- Con la implementación y el uso de CRM las organizaciones pueden conservar y conseguir más clientes, y de esa manera permanecer en el mercado competitivo que estamos viviendo.

2.1.3 A Nivel Regional

Lanchipa (2015), desarrolló el trabajo de investigación denominado *“Las TICs y la Gestión de calidad de las MYPEs del sector agroindustrial de la provincia de Tacna 2013 - 2014”*, de la Universidad Privada de Tacna – Perú. El autor, entre sus conclusiones formula lo siguiente:

- Determinó que las TICs influyen significativamente en la gestión de calidad de las MYPEs del sector agroindustrial de la provincia de Tacna y así mismo la mayoría de MYPEs que poseen las TICs no tienen un correcto uso de las mismas.
- En un contexto de globalización, los empresarios de las MYPEs tienen que pensar que no hay una calidad para el mercado local y otra para el mercado internacional. Es decir, toda su producción debe tener permanentemente calidad de exportación.
- Para cosechar el propósito de entregar productos y servicios con calidad competitiva, en el cumplimiento de normas y procedimientos que ayudan a asegurar la calidad, mediante un sistema de gestión de calidad y además la utilización de las TICs.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 La Micro y Pequeña Empresa – MYPE

De acuerdo al artículo 4° de la Ley 30056: “La MYPE son aquellas unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o servicios”.

Silupú (2011) brinda un relevante alcance al exponer:

En el contexto peruano, las MYPEs se definen como unidades económicas constituidas por personas naturales o jurídicas que tienen una actividad legal y cumplen con su obligación fiscal, es decir, están inscritas en el RUC y se acogen a alguna de las modalidades de pago de tributos por ingresos derivados de rentas de tercera categoría correspondientes a negocios de personas naturales y jurídicas. (p.4)

Según el artículo 5° de la Ley 30056; estas unidades económicas para ser considerada como tal, deben reunir las siguientes características concurrentes:

- Microempresa: Son aquellas que tienen ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- Pequeña Empresa: Son aquellas que tienen ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta un monto máximo de 1 700 UIT.

2.2.2 Caracterización de las MYPEs formales en el Perú

a) Según Estrato Empresarial

Según el informe anual del Ministerio de la Producción al 2015, en el Perú el tejido empresarial formal estaba conformado en un 99,5 % por micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes¹). De las cuales la gran mayoría son microempresas con un 95 %. El estrato de las PYME presenta una baja participación, con 4,3 % de pequeñas empresas y 0,2 % de medianas empresas. Se trata de un segmento bastante dinámico en cuanto a sus tasas de creación y cierre; pero igualmente heterogéneo en cuanto a sus características y desempeño.

¹ Micro ,pequeña y mediana empresa

Tabla 1
Según estrato empresarial, 2015

Estrato Empresarial ¹	N° de empresas	%
Microempresa	1 607 305	95,0
Pequeña Empresa	72 664	4,3
Total MYPE	1 679 969	99,3
Mediana Empresa	2 712	0,2
Total de Mipymes	1 682 681	99,5
Gran Empresa	8 781	0,5
Total	1 691 462	100

1 / El estrato empresarial determinado de acuerdo con la Ley N° 30056
Fuente: PRODUCE, Anuario Las MIPYMES en cifras 2015
Elaboración propia

La Agenda de Competitividad (2012 - 2013) sostiene: “Esta elevada tasa refleja no tanto la capacidad emprendedora del peruano, sino sobre todo la estrategia de supervivencia con la que responde a la falta de empleo dependiente de calidad” (p.25). Concordamos con esta afirmación, debido a que una gran mayoría de empresarios MYPEs creó su propio puesto de trabajo ante la falta de un empleo que le brinde calidad de vida y una remuneración acorde a sus capacidades.

b) Según Tipo de Contribuyente

Una empresa puede estar constituida legalmente como persona natural o jurídica. Por lo general, dicha elección depende de la actividad económica que realiza, del capital disponible, de la cantidad de personas que invierten en la empresa, entre otros factores.

En la tabla 2, se observa que la gran mayoría de MYPEs se constituye como persona natural (70,6 %). Sin embargo, este porcentaje varía según el estrato empresarial, donde el 73,2 % de las microempresas se constituyeron como persona natural, en tanto, la cifra para la pequeña empresa bordeó el 14,3 %. Por el contrario, solo el 26,8 % de las microempresas se constituyen como persona jurídica; en cambio, en el caso de la pequeña empresa, el 85,7 % se constituye como persona jurídica. En conclusión, los datos demuestran que a mayor estrato empresarial, mayor es la probabilidad de que la empresa se constituya como persona jurídica.

Tabla 2
Según Tipo de Contribuyente, 2015

Tipo de contribuyente	Micro	%	Pequeña	%	Total MYPE	%
Persona Natural	1 176 735	73,2	10 372	14,3	1 187 107	70,6
S.A.C	205 478	12,8	34 171	47,0	239 649	14,3
E.I.R.L.	143 649	8,9	14 752	20,3	158 401	9,4
S.C.R.L.	54 369	3,4	8 385	11,5	62 754	3,7
S.A.	14 377	0,9	3 885	5,3	18 262	1,1
Otros	12 697	0,7	1 099	1,6	13 796	0,8
Total	1 607 305	100	72 664	100	1 679 969	100

Fuente: PRODUCE: Anuario Las MIPYMES en cifras 2015
Elaboración propia.

c) Las MYPEs como generadoras de Empleo

Actualmente, es de indiscutible la relevante labor que llevan a cabo las MYPEs, no solo teniendo en cuenta su contribución a la generación de empleo, sino también considerando su participación en el desarrollo socioeconómico de las zonas en donde se ubican (Avolio, Mesones y Roca, s/f).

A este respecto, Okpara y Wynn (2007, citados por Avolio et al., s/f) afirman:

Que los pequeños negocios son considerados como la fuerza impulsora del crecimiento económico, la generación de empleo y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando un empresario de la micro o pequeña empresa crece, genera más empleo, porque demanda mayor mano de obra. Además, sus ventas se incrementan, y logra mayores beneficios, lo cual contribuye, en mayor medida, a la formación del Producto Bruto Interno. (p.71)

Según la Tabla 3, el 88,3 % de las MYPEs formales tienen hasta cinco trabajadores. De esta manera, la importancia de las MYPEs en términos de empleo está más vinculada al gran número de empresas que existen de manera agregada que a su capacidad individual para contratar trabajadores.

Tabla 3
MYPEs según número de trabajadores, 2014

Rango de Trabajadores	Micro	%	Pequeña	%	Total MYPE	%
[0 5]	1 394 279	86,7	10 449	14,4	1 404 728	88,3
[6 10]	24 591	1,5	1 653	2,3	26 244	1,6
[11 20]	78 938	4,9	6 625	9,1	85 563	5,3
[21 50]	80 744	5,0	16 878	23,2	97 622	6,1
[51 100]	21 479	1,3	14 498	2,0	35 977	2,3
[101 200]	5 813	0,4	12 164	16,7	17 977	1,1
Mayor a 201	1 461	0,1	10 397	14,3	11 858	0,7
Total	1 607 305		72 664		1 589 597	100

Fuente: PRODUCE Anuario Las MIPYMES en cifras 2015
 Elaboración propia

d) Distribución de las MIPYME por Regiones

La tabla 4, permite realizar un análisis detallado de la estructura empresarial en cada región. Las regiones con mayor número de Mipyme son Lima (47,4 %), Arequipa (5,7 %), La Libertad (5,2 %), Cusco (4,1 %) y Piura (3,9 %), las que en conjunto constituyen el 66,3% del total de las Mipyme peruanas.

Estos resultados reflejan la ausencia relativa de PYMEs en el país, lo que representa una debilidad para el desarrollo del sistema privado y de la economía en general, pues este segmento da consistencia y densidad a las relaciones inter-empresariales; permitiendo la articulación entre la micro y la gran empresa (Villarán ,2000).

El estrato de la microempresa refleja una participación exagerada, lo que debilita el aparato productivo privado, pues este sector está mayoritariamente constituido por actividades de subsistencia con bajos niveles de ventas, carencia de capacidades empresariales y productivas.

Tabla 4
Distribución de las MIPYME por Regiones (Según estrato empresarial)

Región	Estrato Empresarial				Total	MIPYME Part. %
	Micro	Pequeña	Mediana	Grande		
Amazonas	9 135	305	12	18	9 470	0,6
Áncash	45 770	1 359	38	71	47 238	2,8
Apurímac	13 746	406	5	19	14 176	0,8
Arequipa	92 002	3 545	104	283	95 934	5,7
Ayacucho	20 202	625	21	36	20 884	1,2
Cajamarca	34 569	1 197	37	82	35 885	2,1
Callao	51 693	2 278	92	364	54 427	3,2
Cusco	67 539	1 554	41	103	69 237	4,1
Huancavelica	6 997	123	1	4	7 125	0,4
Huánuco	22 677	693	15	48	23 433	1,4
Ica	42 165	1 453	39	124	43 781	2,6
Junín	57 713	1 598	55	95	59 461	3,5
La Libertad	84 681	3 110	80	256	88 127	5,2
Lambayeque	54 352	1 625	46	132	56 155	3,3
Lima	752 047	43 709	1 808	6 343	803 907	47,4
Loreto	27 730	1 385	43	114	29 272	1,7
Madre de Dios	11 277	420	21	38	11 756	0,7
Moquegua	10 862	268	8	23	11 161	0,7
Pasco	10 194	303	7	10	10 514	0,6
Piura	63 019	2 313	80	195	65 607	3,9
Puno	34 749	1 172	66	161	36 148	2,1
San Martín	31 592	1 149	31	91	32 863	1,9
Tacna	26 412	705	15	57	27 189	1,6
Tumbes	12 176	340	10	26	12 552	0,7
Ucayali	24 006	1 029	37	88	25 160	1,5
Total	1 607 305	72 664	2 712	8781	1 691 462	100

Fuente: PRODUCE : Anuario Las MIPYMES en cifras 2015

e) Experiencia de las Empresas en el Mercado

Si bien las MYPEs tienen un papel muy importante en la economía, el terreno donde se desarrollan todavía es muy frágil, pues se observan bajos índices de supervivencia y consolidación empresarial. En la figura 1, se muestra que existe relación directa entre el estrato empresarial y la permanencia de la empresa en el mercado, pues mientras la gran empresa tiene en promedio 13 años en el mercado, la microempresa solo tiene la tercera parte.

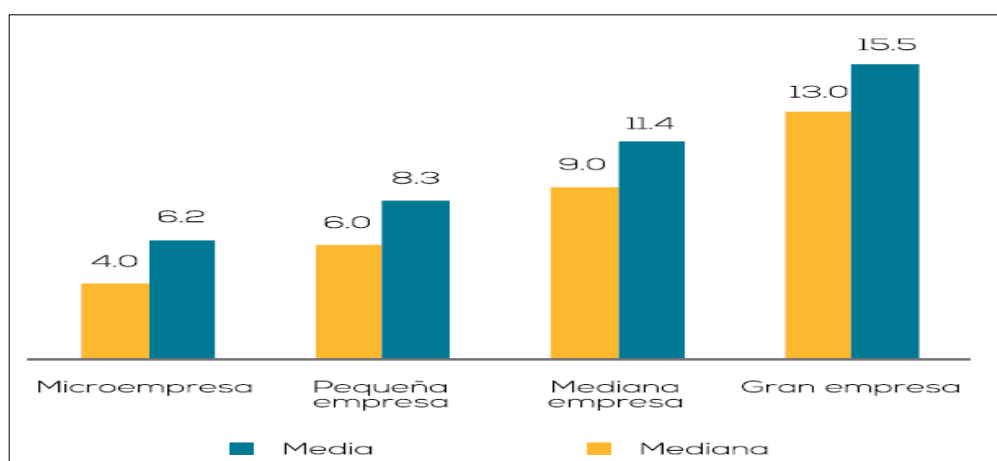


Figura 1. MYPEs, Promedio de años en el mercado (según estrato, 2014)

Fuente: PRODUCE Anuario Las MIPYMES en cifras 2014

El tejido empresarial peruano se caracteriza por tener empresas jóvenes. Por ello, la mayor parte de las micro, pequeñas y medianas empresas tienen hasta cinco años de experiencia en el mercado.

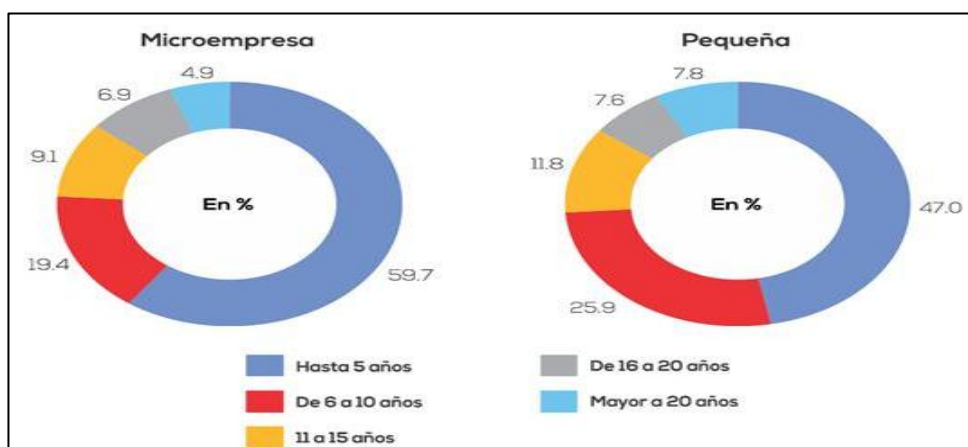


Figura 2. MYPEs según rango de edad y estrato empresarial ,2014.
Fuente: PRODUCE Anuario Las MIPYMES en cifras 2014.

f) Creación y Destrucción de MYPEs en Perú

Las MYPEs enfrentan una serie de obstáculos que limitan su supervivencia y su desarrollo a largo plazo. Estudios indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios es mayor en los países en desarrollo que en los países desarrollados (Arinaitwe, 2006 citado por Avolio et al., s/f).

Por ello, las MYPEs deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una empresa involucra un nivel de riesgo, y sus posibilidades de perdurar más de cinco años son bajas (Sausser, 2005 citado por Avolio et al., s/f. p.71)

Para el 2014, la tasa de creación empresarial tuvo un valor de 12,4%; esto quiere decir, que, por cada 100 empresas existentes, se crearon 12 nuevas empresas. Dicha tasa es explicada por los avances en la reducción de los costos administrativos burocráticos para iniciar un negocio formal de manera más fácil, especialmente para las MYPES.

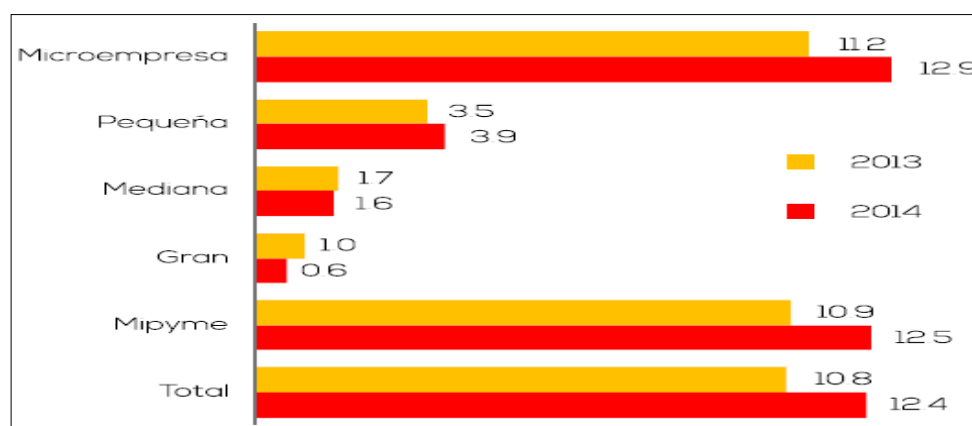


Figura 3. Tasa de creación, según estrato empresarial, 2013 - 2014
Fuente: PRODUCE Anuario Las MIPYMES en cifras 2014.

En lo que respecta a la tasa de salida empresarial en Perú, en el año 2014 se tuvo un valor de 5,6%. Esto es, por cada 100 empresas existentes, salieron seis empresas del mercado. La mayor salida de empresas, al igual que en el caso de la entrada, se da en aquellas de menor estrato.

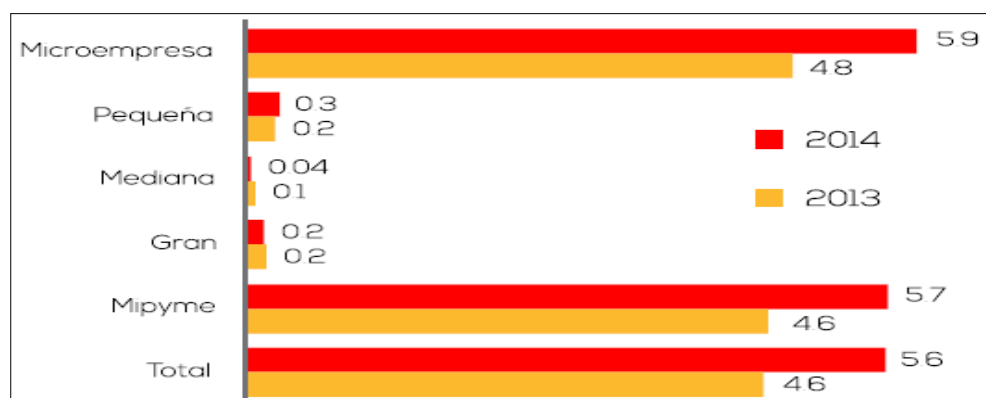


Figura 4. Tasa de salida según estrato empresarial 2013 - 2014

Fuente: PRODUCE Anuario Las MIPYMES en cifras 2014

g) Distribución Sectorial de las MIPYME

En el último quinquenio, los sectores comercio y servicios concentraron aproximadamente el 85 % de las MIPYME formales, en tanto el sector manufacturero aumentó en 24 257, equivalente a un crecimiento anual promedio de 4,7 %, siendo este sector el tercero en concentrar el mayor número de MIPYME.

Tabla 5

Distribución Sectorial de las MIPYME, 2010 y 2014

Sector Económico	Mipyme 2010		Mipyme 2014		VAP ¹ 2010/2014
	N°	%	N°	%	
Comercio	547 651	45,8	720 299	7,1	7,1
Servicios	462 850	38,7	636 336	40,0	8,3
Manufactura	121 242	10,1	145 499	9,1	4,7
Construcción	31 898	2,7	49 150	3,1	11,4
Agropecuario	22 202	1,9	23 879	1,5	1,8
Minería	6 375	0,5	13 530	0,8	20,7
Pesca	3 493	0,3	3 539	0,2	0,3
Total	1 195 711	100	1 592 232	100	7,4

¹Variación anual promedio

Fuente: PRODUCE Anuario Las MIPYMES en cifras 2014

A continuación se muestra el desglose de las distintas actividades que componen el sector manufacturero según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), donde la fabricación de prendas de vestir (división CIIU 18) concentra el mayor número de MIPYMEs.

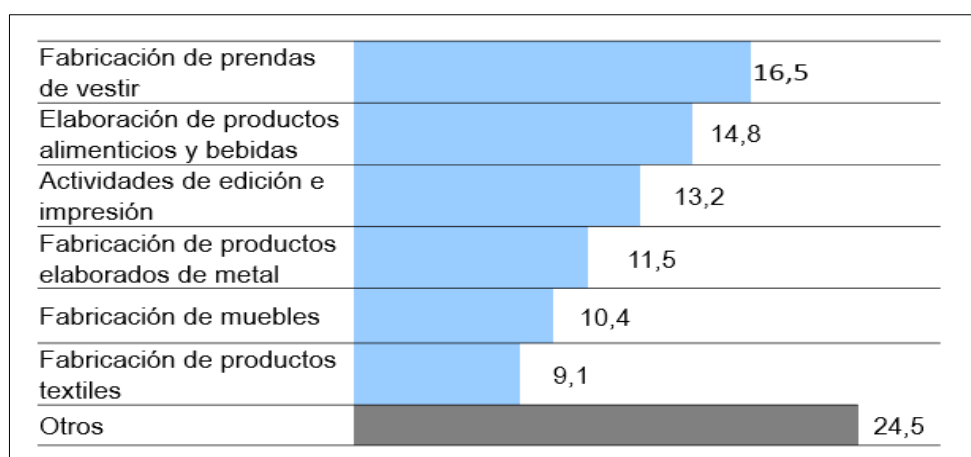


Figura 5. Actividades que componen el sector manufacturero. Según división CIIU, 2014 (Participación porcentual)
Fuente: PRODUCE Anuario Las MIPYMEs en cifras 2014

2.2.3 Caracterización de las MYPEs en la región Tacna

a) Según Tipo de Contribuyente

Según la Tabla 6, las MYPEs organizadas como persona natural representan el 79,94 % y sólo el 20,07 % de las MYPEs se constituyen como persona jurídica, de las cuales, el 4,87 % se organizan como S.A.C., el 9,48 % como E.I.R.L., el 3,58 % como S.C.R.L., mientras que

las sociedades: anónima, irregular y otras representan el 0,61 %, 0,07% y 1,46 % respectivamente. A nivel regional el 94,29 % de las MYPEs tienen preferencia por las siguientes formas de organización: Persona Natural, S.A.C. y E.I.R.L.

Tabla 6
Según Tipo de Contribuyente y Organización, 2014

TIPO DE ORGANIZACIÓN Y CONTRIBUYENTE	MYPE	
	N°	%
EMPRESAS INDIVIDUALES	24 636	89,41%
Persona Natural	22 025	79,94%
E.I.R.L.	2 611	9,48%
EMPRESAS EN FORMA SOCIETARIA	2 516	9,13%
Sociedad Anónima Cerrada	1 342	4,87%
S.C.R.L.	986	3,58%
Sociedad Anónima	169	0,61%
Sociedades Irregulares	19	0,07%
OTROS	401	1,46%
TOTAL MYPE	27 553	100%

Fuente: Dirección Regional de Producción de Tacna / Dirección de Industria

b) Actividades Económicas de la MYPE de la Región de Tacna

Según la clasificación CIIU, la tabla 7, muestra la distribución de las empresas por actividad económica a nivel regional, apreciándose que el 55,50 % de las MYPEs desarrollan actividades de comercio, mostrando una contracción de 1,35 % en comparación al año 2013, en tanto que el 33,85 % están orientadas a la generación de servicios con un crecimiento de 1,59 % en comparación con el año anterior; es decir el sector terciario representan el 89,35 % de las MYPEs.

El sector secundario representa el 9,87 % de MYPEs, donde el sector de manufactura aporta el 7,91 % y el sector construcción el 1,42%. Las empresas del sector primario representan el 1,31 %, en donde el sector agropecuario representa el 0,96 %, la minería y la pesca tienen el 0,26 % y 0,09 % respectivamente; las actividades extractivas se han contraído en un 0,12 % en comparación al año anterior.

Tabla 7
MYPE según actividad económica, 2014

ACTIVIDAD ECONOMICA	MYPE	
	N°	%
Comercio	15 293	55,50 %
Servicios	9 327	33,85 %
Manufactura	2 179	7,91 %
Construcción	391	1,42 %
Pesca	26	0,09 %
Minería	72	0,26 %
Agropecuario	265	0,96 %
TOTAL	27 553	100 %

Fuente: Dirección Regional de Producción de Tacna /Dirección de Industria.

c) Sector Manufactura

El sector manufactura representa el 7,91 % de las MYPEs a nivel regional (2 179 empresas), el mismo que agrupa a las actividades económicas que transforman la materia prima e insumos diversos, en bienes orientados al consumo humano o al consumo de la industria.

Las empresas dedicadas a la fabricación de alimentos representan el 20,65 % de las MYPEs de manufactura, donde la elaboración de productos de panadería contribuye con el 9,22 % mientras que otros productos alimenticios contribuyen con 11,43 %.

Los entes vinculados a la elaboración de confecciones textiles y calzado son el 25,56% de las MYPEs, donde la fabricación de prendas de vestir contribuye con el 21,11%, la fabricación de calzado con el 1,33% y la fabricación de otros productos textiles representa el 3,12%.

Las actividades de muebles y aserradero representan el 18,04 %, de las cuales la fabricación de muebles aporta el 14,46 % y la actividad de aserrado y acepilladura de madera participan con el 0,92 % y la fabricación de otros productos de madera contribuye con el 1,38 %.

Las actividades de Impresión y Edición concentran el 10,28 % de las MYPEs, donde el rubro actividades de impresión contribuye con el 8,90% y servicios para la impresión aporta en 1,17 %.

Las actividades de metalmecánica aportan el 14,04 %, de las MYPE conformado por el 9,45 % la fabricación de productos metálicos de uso estructural, fabricación de otros productos de metal con 2,66 % y fabricación de partes y piezas de carpintería para edificio y construcción 1,93 %.

La clasificación “Otras actividades de manufactura” concentra el 11,43% de las MYPE y agrupa actividades de fabricación de: metales comunes, maquinaria, equipo de oficina, aparatos eléctricos, instrumental médico, equipos de transporte, reciclamiento de desperdicios, metálico y no metálico, entre otros.

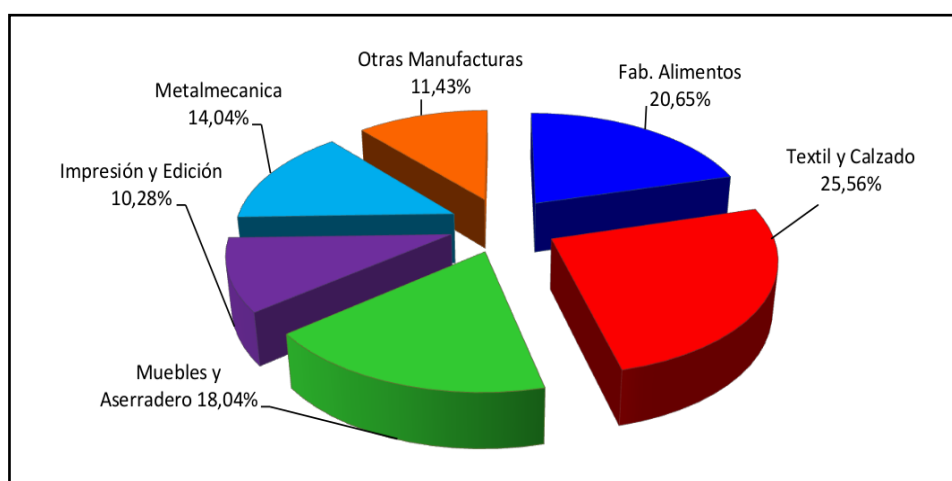


Figura 6. MYPEs por sector manufactura 2014

Fuente: Dirección Regional de Producción de Tacna / Dirección de Industria

Tabla 8

MYPEs formales según sector manufactura 2014

CIUU	ACTIVIDAD ECONOMICA	MYPE	
		N°	%
14	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR	460	21,11%
18	ACTIVIDADES DE IMPRESIÓN	194	8,90%
10	ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERIA	201	9,22%
31	FABRICACION DE MUEBLES	315	14,46%
25	FABRICACION PROD. METAL,USO ESTRUCTURAL	206	9,45%
15	FRABRICACION DE CALZADO	29	1,33%
13	FABRICACION DE OTROS PROD. TEXTIL NEOP.	68	3,12%
10,11	ELABORACION DE OTROS PROD. DE ALIMENTICIOS	249	11,43%
24	FABRICACION OTROS PROD. DE METAL NCP.	58	2,66%
16	FABRICACION PARTES Y PIEZAS DE CARPINTERIA	42	1,93%
17,16	FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS DE MADERA	58	2,66%
18	SERVICIOS REFERIDOS CON IMPRESIÓN	30	1,38%
13	FAB. ART. CONFECCIONADOS	37	1,70%
27,32,35,36	OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	212	9,73%
16	ASERRADO Y CEPILLADURA MADERA	20	0,92%
TOTAL		2 179	100,00%

Fuente: Dirección Regional de Producción de Tacna / Dirección de Industria

2.2.4 Industria Textil - Confecciones en Perú

El sector textil y de confecciones abarca una serie de actividades que incluye el tratamiento de fibras naturales o artificiales para la elaboración de hilos, continúa con la fabricación y acabado de telas, y finaliza con la confección de prendas de vestir y otros artículos.

Se puede distinguir dos grandes subsectores dentro de la gran cadena de valor que constituye la actividad manufacturera textil: La industria textil propiamente dicha y la industria de la confección. La primera abarca

desde la etapa inicial del desmonte del algodón hasta la elaboración de telas acabadas e incluye a su vez, a las actividades de hilado, tejido y teñido acabado. De otra parte, la segunda comprende todas las actividades vinculadas a la confección de prendas de vestir (Pérez, Rodríguez y Ingar, 2010).

Perú es un país textil por tradición, reconocido por la alta calidad de sus fibras, como el algodón pima y la alpaca; lo que unido a las inversiones en innovación tecnológica y alta especialización de la mano de obra textil, le permitirán ingresar a nuevos mercados y diferenciarse en los ya existentes frente a los productos chinos de menores precios.

2.2.4.1 Subsectores de la industria peruana del sector textil

La industria peruana del sector textil se encuentra compuesta por dos grandes sub-sectores:

- Sub Sector Textil - CIU: 17: Hilados, Tejidos y Confecciones distintas a prendas de vestir. Capítulos: 50-60 y 63 del Arancel de Aduanas
- Sub Sector Prendas de Vestir - CIU: 18: Prendas de vestir, excepto las de cuero. Capítulos: 61 y 62 del Arancel de Aduanas

2.2.5 Definición de Tecnologías de Información y Comunicación (TICs)

Tecnología: Aplicación de los conocimientos científicos para facilitar la realización de las actividades humanas. Supone la creación de productos, instrumentos, lenguajes y métodos al servicio de las personas.

Información: Datos que tienen significado para determinados colectivos. La información resulta fundamental para las personas, ya que a partir del proceso cognitivo de la información que obtenemos continuamente con nuestros sentidos vamos tomando las decisiones que dan lugar a todas nuestras acciones.

Comunicación: Transmisión de mensajes entre personas. Como seres sociales las personas, además de recibir información de los demás, necesitamos comunicarnos para saber, expresar nuestros pensamientos, sentimientos y deseos, coordinar los comportamientos de los grupos en convivencia, etc.

Por lo antes referido, a continuación, se presenta la definición de las Tecnologías de Información y comunicación:

Thompson y Strickland (2004) son aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización.

Según Gil (2002), comprende aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real. Asimismo se relaciona con equipos de computación, software, telecomunicaciones, redes y bases de datos, lo que trae consigo transformaciones a nivel comercial, educativo, cultural, social y económico, por su carácter global, accesible y universal.

Marqués Graells (2003) refiere que es la agrupación de avances tecnológicos que nos proporcionan la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, que comprenden los avances relacionados con los ordenadores, Internet, la telefonía, las aplicaciones multimedia y la realidad virtual.

2.2.6 Componentes de las TICs

a) Disposición de TICs

La disposición de TICs hace referencia a la posesión de equipos tecnológicos (hardware) y sistemas de información (software) por parte de la empresa. La disposición de TICs tiene los siguientes componentes:

- **Disposición de TICs Básicas**

Cuando la empresa dispone de teléfonos fijos y móviles, para comunicarse con los clientes, proveedores, etc. Asimismo dispone de una computadora con software básico (procesadores de texto y hojas de cálculo).

- **Disposición de TICs Avanzadas**

Cuando la empresa dispone de aplicaciones tales como whatsApp, Facebook, Skype, correo electrónico y página web, los usa como medio de comunicación electrónica y un canal para dar a conocer su marca y productos.

- **Disposición de Sistemas de Información (Software)**

Cuando la empresa dispone de softwares en las áreas clave (ventas, producción, compras y/o logística) para la automatización

de actividades. Asimismo, dispone de una base de datos de sus clientes para generar promociones y ofertas, etc.

b) Utilización de TICs con los grupos de interés

La utilización de TICs con los grupos de interés considera lo siguiente:

- **Utilización de TICs con los Clientes**

Considera el uso de TICs básicas y avanzadas, en la gestión de sus actividades con los clientes. Respecto al uso de TICs básicas, se consideran el teléfono y celular para la gestión de pedidos, consulta, etc. Por otro lado la utilización de TICs avanzadas, considera el uso de whatsapp y correo electrónico en la gestión de pedidos, también usa el Facebook (fanpage empresarial) y la página web para la promoción de su marca y productos.

- **Utilización de TICs con los Proveedores**

Considera el uso de TICs básicas y avanzadas por parte de la empresa para estar en contacto con sus proveedores.

La empresa utiliza TICs básicas (teléfono y celular) para contactarse con sus proveedores. La utilización de TICs avanzadas se da cuando la empresa usa whatsapp, correo electrónico y Facebook en la gestión de pedidos y comunicación con sus

proveedores. Asimismo considera las actividades realizadas como el envío o recepción de documentación sobre transporte, entrega de pedidos, recepción de cotizaciones a través del correo electrónico.

- Utilización de TICs con los trabajadores

Considera el uso de TICs básicas, cuando la empresa proporciona dispositivos como el teléfono y celulares de uso empresarial a sus trabajadores para estar en constante comunicación. En cuanto a la utilización de TICs avanzadas, se refiere al uso de whatsApp, correo electrónico y herramientas de colaboración para estar en comunicación con los trabajadores. También considera el uso de softwares en las áreas clave (ventas, producción, compras, contabilidad y gestión de personal), con la finalidad de automatizar y optimizar los procesos y facilitar la obtención de información.

- Utilización de TICs con los bancos, SUNAT y otros agentes externos

La empresa utiliza (TICs básicas) teléfono fijo y celular para realizar gestiones con la SUNAT, bancos, asesores contables y otros. La empresa utiliza (TICs avanzadas) como whatsApp y correo electrónico para intercambiar información con sus asesores contables, legales etc.

La empresa utiliza el internet para obtener información de los bancos sobre el estado de sus cuentas, seguimiento de los gastos de tarjeta de crédito, realiza pagos y transferencias bancarias online; también utiliza el internet para tener acceso a oportunidades de negocio de la administración pública/privada (ventas al estado), para realizar trámites en el portal de la SUNAT como la declaración de impuesto, autorizaciones para la emisión de comprobantes de venta, etc., para obtener información sobre las tendencias/modas en productos del sector y para publicar información sobre ofertas de empleos.

2.2.7 Las TICs en el ámbito de las MYPEs

Las Tecnologías de la Información y Comunicación han revolucionado las relaciones de la empresa con su entorno. Sin lugar a dudas las TICs representan hoy en día una forma diferente de hacer negocios, no sólo porque cambian las estructuras industriales tradicionales, sino porque complementa a los negocios de muchas formas diferentes. (Ríos, Toledo, Campos y Alejos, 2009, p.160)

Las empresas actualmente se desenvuelven en entornos complejos, dinámicos e inciertos que hacen difícil competir. La economía digital cada vez tiene mayor presencia en el mundo de los negocios,

entonces, los pequeños empresarios deben diseñar estrategias basadas en las TICs, particularmente el uso de Internet, para mejorar el desempeño de la empresa. (Duarte, 2010, p.76)

No obstante, a que las TICs son asumidas como herramientas para fortalecer la competitividad y mejorar la productividad empresarial en el país, su incorporación por parte de las MYPEs ha sido relativamente baja.

La falta de información sobre sus beneficios o sencillamente producto de sus altos costos, son los principales motivos que llevan a estas empresas a hacer uso insuficiente, o simplemente no implementar este tipo de tecnologías. (Ortiz, 2014, p. 34)

Es primordial analizar en qué grado la utilización de la tecnología de las comunicaciones y de gestión de la información pueden coadyuvar de forma efectiva a la mejora substancial de la actividad productiva en el país.

2.2.7.1 Importancia de la adopción de las TICs

Las TICs tienen el poder de convertirse en los nuevos motores de desarrollo y progreso, no solo por generar más y mejor valor agregado, que beneficia el crecimiento de las economías, sino que además permite potenciar el conocimiento y el desarrollo social de los ciudadanos, de allí la importancia de que los países no se queden rezagados en su uso, sino que más bien posibiliten el rápido crecimiento del acceso a las TICs, en especial a Internet y a los móviles.

Atendiendo a estas consideraciones, Guillén (2007) señala: “Las TICs son piezas fundamentales en el mundo económico y empresarial actual” (p.18). Su implementación en la empresa permite la modernización y agilización de los procesos, incrementar los niveles de productividad y en definitiva, aumentar la competitividad de la empresa en un mercado cada vez más globalizado, y en consecuencia mucho más competitivo.

Para Alvarez & Llenera (2010) la importancia de la adopción de tecnologías basadas en la computación e Internet (adopción de TICs) radica en su potencial impacto sobre la productividad y la competitividad de las empresas.

Por su parte, Rios *et al.*, (2009) menciona:

La importancia de las TICs en las empresas no está en tela de juicio, se puede considerar que hoy en día representa un aspecto básico de competitividad, quizás la cuestión a revisar sería si realmente las empresas y especialmente las MiPyMEs están contando con la capacidad suficiente para hacer uso y acceder a dichas tecnologías. (p.161)

Asimismo, Murelaga (2001) sostiene que las tecnologías de información y comunicación representan un aporte significativo en los procesos de producción, educación, gestión y gerencia dentro de las organizaciones.

Pedraza, Sánchez & García (2006) señala que la importancia trasciende en la medida en que las organizaciones, por su tamaño, giro y sector, sean capaces de incorporarla a su estrategia competitiva.

Heeks (2002, citado por Monge *et al.*, 2005) señala: “La importancia de la adopción de las TICs para el mejoramiento de la productividad de las empresas, al resaltar el papel que la información juega en los procesos y en los resultados de cualquier gestión empresarial” (p.9). Este autor señala la importancia de las TICs en el procesamiento de datos, así como

en la comunicación, como mecanismo para transferir datos desde una fuente hasta un receptor. Además, con respecto al papel de las TICs en los resultados de la gestión de una empresa, éste está relacionado con el proceso de aprendizaje y con la toma de decisiones. Por ello, se argumenta que el apoyo de las TICs al aprendizaje, a la toma de decisiones y a las acciones, constituye su verdadera contribución a la mejora de la productividad.

Por otro lado, Kaushik y Singh (2003, citado por Monge *et al.*, 2005) señalan: “El acceso, uso y adopción de las TICs generan ganancias de índole económica no solo para las empresas involucradas, sino también para la economía en general” (p.29).

2.2.7.2 Criterios para incorporar las TICs en la gestión de las MYPEs

De acuerdo a Cimoli (2010, citado por Slusarczyk *et al.*, 2015) afirma: “En el proceso de adopción de estas tecnologías es indispensable considerar: el entorno en que se desempeñan los entes, las características de los sectores económicos a los que pertenecen las unidades productivas y las especificidades de las empresas” (p.78).

Según Saravia (2000), los criterios que se deben tomar en cuenta para incorporar las TICs en la gestión de MYPEs son:

- **Identificar una necesidad / problema**

Hay que adoptar una solución sabiendo antes cual es la necesidad o problema que se quiere atender. Es muy caro para las MYPEs adoptar tecnología por moda.

- **Buscar la tecnología apropiada**

No siempre lo más avanzado en tecnología responderá mejor a una necesidad concreta. Hay que asesorarse respecto de cuál es la tecnología más adecuada para los fines perseguidos.

- **Planificar su incorporación**

Adoptar una solución tecnológica requiere de un proceso de adopción que debe ser planificado, de manera tal que la empresa no pierda su capacidad de operación. Hay que prever un periodo de entrenamiento en el uso, un periodo de prueba y luego incorporarla definitivamente en la gestión.

- **Evaluar y comparar los resultados**

En cada etapa de la adopción hay que tener claridad respecto de que resultados se esperan alcanzar. De esa forma podremos evaluar cuan positiva ha sido la adopción y si se está resolviendo el problema o no.

- **Darle continuidad a la aplicación**

Si se ha obtenido éxito, es muy importante mantener la aplicación de tal manera que se incorpore definitivamente en la práctica de gestión de las MYPEs.

Al respecto Slusarczyk et al. (2015) menciona:

Que un aprovechamiento real de estas tecnologías, solo es posible si se realizan cambios profundos en los procesos internos de las empresas y en sus relaciones con los proveedores, clientes y socios. Estos cambios son parte de un proceso, que no es automático ni fácil, y los costos y tiempos de adaptación pueden ser elevados. (p.78)

El éxito de una estrategia de incorporación de TICs supone invertir en forma simultánea en cambios en la empresa, en innovación en las estrategias de negocios, en la obtención de soluciones digitales específicas, en formación de capital humano (ejecutivos y empleados) y en la producción de bienes y servicios para apoyar nuevos modelos de negocios.

2.2.7.3 Niveles para la apropiación de TICs en las MYPEs

La adopción de la tecnología es un proceso complejo que requiere no solamente inversión económica, sino también que la empresa tenga la capacidad de realizar los cambios que demanda el uso de la tecnología en las diferentes áreas empresariales (Ca' Zorzi, 2010). “Considerando que no solo importa la cantidad de TICs, sino también los tipos de tecnologías adoptadas y la manera en que estas se incorporan en las empresas y modifican las rutinas y el modelo de negocio” (Slusarczyk *et al.*, 2015, p.75).

Ca' Zorzi (2010) refiere que no todas las empresas tienen que llegar a niveles de sofisticación elevada en su inversión en TICs. Cada empresa, sin importar su tamaño, se encuentra en un nivel diferente de apropiación de las TICs en sus procesos productivos.

Kotelnikov (2007, citado por Agüero *et al.*, 2010) identifica etapas y niveles de adopción de las TICs, como se aprecia en la figura 8. Esto constituiría, en buena cuenta, el proceso completo por el que pasan las empresas para alcanzar TICs más avanzadas.



Figura 7. Progreso de la adopción de TICs

Fuente: Kotelnikov (2007 citado por Agüero *et al.*, 2010)

2.2.7.4 Áreas de aplicación de las TICs en las MYPES

De acuerdo a Plascencia, J. (2012), las áreas de aplicación de las TICs, son las siguientes:

- **Administrativa:** Contable, financiera, procedimientos, ERP.
- **Procesos productivos:** CAD, CAM, entrega de productos.
- **Relaciones Externas:** Mercadeo y CRM, proveedores y aliados, confidencialidad.
- **Control y Evaluación Gerencial:** Sistemas de información y MIS, gestión de calidad, formación del equipo humano.

En América Latina se está aplicando cada vez más en sus modelos de negocios los servicios de comunicación y de pago, como:

- Mercado Pago y Paypal, que permiten realizar transacciones con clientes de todo el mundo.
- Skype y Hangouts, para realizar videoconferencias.
- WhatsApp para facilitar el contacto con los clientes en vez de utilizar el mail o el teléfono.
- Youtube, Vine y Wideo para hacer y promocionar videos corporativos.
- Mercado Libre, e-Bay, Amazon y Alibaba para comprar y vender.
- Páginas web, LinkedIn, Facebook, Google Ads y blogs con notas, utilizados para informar a los clientes, mantener una comunicación periódica y promocionar sus productos y servicios.
- Mailchimp para enviar newsletters.
- Trello y Google Calendar para organizar eventos y tareas.

En este apartado se define una panorámica de las diferentes herramientas que los fabricantes de software ponen a disposición de las empresas MYPEs. A continuación, se presenta los tipos de software más habituales dentro de cada área funcional de la empresa:

Tabla 9.

Tipos de aplicaciones dentro de cada área funcional de la empresa

Aplicaciones de comercio electrónico	E-business
Aplicaciones en marketing y comunicaciones	Boletines, M- mail, blogs, observatorios de mercado...
Aplicación de gestión de clientes	CRM(Customer Relationship Management)
Aplicaciones de procesos productivos y logísticos	ERP, GPS (Sistemas de Posicionamiento Global), Gestores de proyecto, Gestores documentales...
Aplicaciones de gestión de compras y proveedores	E- procurement
Aplicaciones de seguimiento y control	Cuadro de Mando Integral (CMI), Balanced Scorecard (BSC) y Business Inteligente (BI)
Aplicaciones de gestión de recursos humanos	Intranets, Portal del empleado, E-learning, Gestión del conocimiento...

Fuente: Guillén T. (2007).

2.2.7.5 Influencia de las TICs en la competitividad y productividad de las MYPEs

Es innegable que la implementación de nuevas tecnologías o TIC ha revolucionado la productividad de grandes empresas, pero también es posible aplicarlas en las MYPEs; por ende, el factor tecnológico es determinante para la competitividad en el mercado internacional, de allí que para lograrlo las organizaciones se basen en la capacidad de innovación que éstos posean.

En la Agenda de Competitividad (2014 - 2018) se menciona que:

La generación de conocimientos, la adopción y desarrollo de tecnologías y la innovación tecnológica en los procesos productivos son clave para el aumento de la productividad, lo cual se ve materializado en el desarrollo de productos, procesos y servicios de alto valor agregado, incluso en creación de nuevos sectores económicos. (p.32)

Al respecto, Gómez (2002, citado por Córdova, 2015) plantea que la tecnología se ha constituido en el factor clave para la diferenciación competitiva de la empresa. “Las TICs, como otras tantas herramientas, son indispensables para ser competitivos, habilitar las estrategias del negocio y facilitar la evaluación del desempeño de cualquier organización, sin importar su tamaño y giro” (Ríos *et al*, 2009, p.158).

La competitividad, es una condición para enfrentar con éxito el reto de penetrar los mercados internacionales, Hernández (1999, citado por De Vita, 2008) pero también es factor clave para liderar los mercados internos, de allí que ser competitivo es llegar al público, y a los clientes con productos y servicios que satisfagan sus requerimientos y expectativas (párr. 10) .

Por ello, Aguilar (2014) menciona que las MYPEs peruanas necesitan incorporar tecnologías en sus estrategias de negocio para poder ser más productivas y aumentar su grado de eficiencia. Representan cerca de la mitad de los ingresos del país, lo que las ubica en una posición de singular importancia, pues de conseguir que se modernicen, contribuirán a su vez, sin lugar a dudas, a la modernización del país.

Porter (1999 citado por Slusarczyk, Pozo & Perurena, 2014) señala: “En gran medida la competitividad de las empresas depende de la capacidad de la industria para innovar y mejorar” (p. 75). Por ello, las TIC se deben implantar como elemento fundamental de mejora continua, en busca de alcanzar mayor productividad y no basándonos en criterios de novedad o modernidad (Guillen, 2007).

Por tal razón, De Vita (2008) menciona: “En el hecho de ser competitivos están envueltos varios factores, entre ellos, el recurso humano y más específicamente el gerencial, el cual debe ser flexible e innovador para adaptarse a mercados con realidades y exigencias distintas y cambiantes” (párr. 15).

Los elementos de la competitividad de una empresa, para el IESA (1997 citado por De Vita, 2008) están íntimamente relacionados

con las actividades que ella realiza, su expectativa de crecimiento, la rentabilidad esperada, su capacidad para obtener y utilizar nuevas tecnologías, el equilibrio financiero, las formas de organización, la calidad de los recursos humanos, el entorno económico - social y el comportamiento del mercado. (párr.16)

La tecnología no solamente es comprar máquinas, sino darles el uso correcto para dar un servicio a tiempo y de calidad. El producto de calidad lo da la tecnología aplicada adecuadamente a nuestras materias primas; el servicio de calidad, lo da la gestión; somos gestores de alta calidad, señalo Ricardo Briceño (Director Ejecutivo de Textil del Valle).

De Vita (2008) menciona que la capacidad de gestión de TICs, es lo que proporciona una ventaja competitiva, y no tanto las capacidades técnicas o la infraestructura. Es fundamental el análisis de los factores afectados por la implementación del nuevo producto tecnológico, para saber cuál será la estrategia que debe adoptar la empresa frente al cambio. La tecnología por sí sola no beneficia a la empresa, es necesario que ésta se incorpore a las actividades cotidianas mediante la formación de los empleados, y se encuentre respaldada de planes de negocios que controlen y definan los objetivos de su uso.

2.2.7.6 Beneficios de las TICs en las MYPEs

Los estudios realizados sobre el impacto de las TICs en la economía de un país, obtienen una importante correlación entre el grado de digitalización y los aumentos en las tasa de empleo y crecimiento del PBI, considerando que el impacto económico de las TICs resulta de la adopción acumulada de todas las tecnologías, así como de la asimilación de contenidos y aplicaciones (Katz, 2013 citado en la Agenda de competitividad 2014-2018).

Las TICs acaparan el poder mundial por sus múltiples beneficios: acorta las distancias territoriales y lingüísticas-culturales, no existe problema con los horarios, e incluso reduce los espacios físicos permitiendo acceso a un libre flujo de información (Rojas, 1999 citado por Silvia).

“La adopción de las TICs puede contribuir al aumento de la productividad, como también favorece en forma indirecta las innovaciones complementarias” (Slusarczyk et al., 2015, p.75).

La implementación de las TICs ha revolucionado la productividad de las grandes empresas, pero también es posible aplicarlas en las pequeñas empresas.

Improven Consultores (2002 citado por Durbin, 2010) sostiene:

El aprovechamiento de las nuevas tecnologías no es cuestión de tamaño. La mayoría de las posibilidades que ofrecen Internet y las nuevas tecnologías, son aprovechables por las pequeñas y medianas empresas (PYME) aunque de manera distinta a como lo hacen las grandes empresas (p. 81).

Según, Llano (2008) son innumerables los beneficios que puede generar el uso de TICs en los procesos internos de las empresas; la innovación permanente hace que las empresas encuentren nuevas formas de hacer las cosas.

El uso de las TICs suele afectar fundamentalmente a los procesos de gestión interna y su utilización es tradicionalmente la forma más habitual de mejorar la productividad, dado que permiten reducir el tiempo de realización de las fundamentales tareas, operaciones y funciones de las empresas. (Ortiz, 2014, p.33)

A continuación, se listan algunos de los beneficios que se pueden obtener a través del uso de TICs en las empresas (Llano, 2008):

- Permiten aumentar las ventas, a través del comercio electrónico, el marketing electrónico, las páginas Web, el posicionamiento en buscadores, entre otros.
- Permiten disminuir los costos, al hacer más eficientes los procesos, disminuir las pérdidas de material y productos terminados, facilitar el análisis financiero, entre otras aplicaciones.
- Impactan sobre la satisfacción de clientes y proveedores y su fidelidad, a través de aplicaciones que facilitan la relación y conocimiento de sus clientes y proveedores.
- Hacen más eficientes las estructuras organizacionales, pues se disminuyen trámites innecesarios, y se disminuyen ostensiblemente envíos y demoras en la entrega de información entre empleados, o a clientes y proveedores.
- Facilitan el entrenamiento del personal, a través de herramientas de e-learning.
- Mejoran la comunicación al interior de la empresa, con clientes, proveedores, gobierno y otros aliados. Y por ende, se mejora la rentabilidad.

Asimismo, Pierano y Suárez (2006, citado en Saavedra & Tapia, 2013 y en Hurtado 2016), señalan que las vías por las cuales las TICs ayudan a mejorar el desempeño en las empresas son cuatro:

- Automatización: Influye sobre los procesos rutinarios. El aumento más que proporcional en la eficiencia respondería a la relación que surge a partir de la posibilidad de disminuir el trabajo humano directo, al tiempo que se generan registros.
- Accesibilidad a la información: La posibilidad de acceder a una gran variedad de información relevante y precisa con un costo bajo y en tiempo real, permite tomar decisiones más rápidas y certeras.
- Costos de transacción: La información se puede transmitir de manera instantánea y a bajo costo, reduciendo los costos de coordinación tanto al interior como al exterior de la empresa.
- Procesos de aprendizaje: Los ambientes virtuales y modelos de simulación facilitan el aprendizaje y reducen los costos. (p.88)

Una empresa, que permanentemente este innovando a través de las TICs, puede lograr ventajas competitivas que le permitan afrontar con fortaleza el ambiente de competencia tanto nacional o internacional, y superar con éxito las etapas de crisis, sin importar de qué tamaño sea; tanto las micro, pequeñas y medianas empresas, así como las grandes,

pueden acceder a herramientas TICs que se ajusten a sus necesidades específicas; la clave es definir una estrategia corporativa que se soporte en las TICs (Llano, 2008).

2.2.7.7 Barreras que intervienen en la adopción de TICs

La globalización ha venido a acortar distancias, y las tecnologías de información han venido a quitar cualquier obstáculo que se tenga en el camino.

Ca' Zorzi (2011) señala que el proceso de innovación en las MYPEs es complejo, no es lineal y generalmente se realiza en cada empresa individualmente, aunque no aisladamente y reaccionan de manera diferente según su predisposición a los cambios en su contexto competitivo.

Cuando se trata de inducir la innovación en las MYPEs, hay que tomar en cuenta las barreras a la innovación y a la adopción de TIC que particularmente caracterizan a este segmento y que pueden resumirse en los siguientes factores:

- Escasos recursos de la empresa para invertir en su propia modernización
- Las limitaciones de personal en cuanto a su cantidad, puede ser un escollo en las actividades de formación, asistencia técnica e implementación de procesos y de tecnología.
- La visión a corto plazo y muchas veces focalizadas en acciones de pura sobrevivencia de las MYPEs es una barrera cultural que afecta su capacidad de pensar de manera estratégica.
- Los dueños de las MYPEs muy frecuentemente no están acostumbrados o no cuentan con las capacidades para analizar los datos con el fin de corregir procesos o estrategias empresariales.
- Miedo al cambio, no solo de los directivos sino de los empleados, que pueden percibir una amenaza a su estabilidad laboral y posición en la empresa.
- Falta de condiciones que facilitan el cambio: por ejemplo la escasa tecnificación de la empresa o sistemas de gestión anticuados que dificultan la adopción de nuevos procesos y prácticas.
- Dificultades de acceso a Internet o a instrumentos de soporte tecnológicos en general, tanto por la ausencia en su entorno geográfico como por su elevado costo.
- Dificultad de determinar beneficios “inmediatos” del uso de la tecnología (principalmente, incrementos de ingresos/rentabilidad).

- Desconfianza hacia los proveedores de TICs por parte de las MYPEs que consideran que su único objetivo es de venderle un producto aun cuando no lo necesiten.
- Persuasión que la TICs no es pertinente para el negocio o el tamaño y que es demasiado dispendiosa para la MYPEs.

Monge et al., (2005) p. 33. Al estudiar las PYMEs en varios países en vías de desarrollo, se han identificado, cuatro importantes limitantes que enfrentan estas empresas a la hora de adoptar las TICs:

- Falta de conciencia sobre como las TICs pueden ayudar a mejorar el desempeño de sus negocios.
- Falta de recursos para invertir en hardware y software.
- Ausencia de facilidades de capacitación o altos costos de entrenamiento del personal de la empresa.
- Falta de acceso a servicios técnicos fuera de la empresa.

Por otro lado, Hernández et al., (2007 citado por Ibarra, Gonzáles & Cervantes, 2013) afirman:

Las PYMEs estarán dispuestas a invertir fuertemente en TICs sólo si se comprueba que los beneficios de su implementación serán relativamente mayores al costo de las mismas. Además, consideran que las PYMEs perciben los costos a corto plazo mientras que los beneficios se observan en el mediano, razón por la cual, muchas de ellas no apuestan por invertir en TICs a menos que visualicen rápidamente los efectos positivos.(párr.7)

Según, Monge et al., (2005) señala:

Las implicancias costo - beneficio de hacer negocios basados en el uso de las TICs constituyen la piedra angular del análisis del proceso de adopción de TICs por parte de las PYMEs. En general, una PYME invertirá recursos para alcanzar un nivel de adopción alto, si y solo sí, ésta prevé que tales costos serán más que compensadas por los beneficios derivados de tal acción. (p.33)

De esta forma, la decisión de invertir o no en la adopción de las TICs y participar en negocios por medio de las herramientas electrónicas puede ilustrarse por medio de la siguiente tabla:

Tabla 10

Costos y beneficios de la innovación y mantenimiento de las TICs

Costos	Versus	Beneficios
Inversión y costo de mantenimiento de las TICs	\leq Valor presente	Evitar pérdida de mercado Expansión del mercado Disminución de inventarios Disminución de costos promedios de la transacción Mejorar en la estrategia Otros beneficios intangibles

Fuente: Monge et al., (2005, p. 34)

2.2.7.8 Proveedores de TICs

En los últimos años las empresas de tecnologías de información han cambiado sus objetivos hacia las MiPYMEs, dado que el sector de las Grandes Empresas ya está saturado con sus soluciones. Esto se debe al gran potencial existente y a que, con una propuesta de solución de calidad, con costos accesibles y capacidad de soporte técnico pueden atacar un mercado que ha ido cobrando importancia. Las empresas de software comienzan a darse cuenta que pueden crear economías de escala que se verían reflejadas en importantes ganancias dentro de la industria de la informática.

Las empresas que proveen de tecnologías de información a las MYPEs no tienen una tarea fácil, pues la capacidad innovadora de las MYPEs puede variar de acuerdo con el sector en el cual ellas se insertan, dependiendo de los procesos de aprendizaje y de la organización de sus flujos de información. Por ello, tienen que estar conscientes de que la adquisición de tecnología por parte de las MYPEs tiene que estar justificada, ya que implica un gasto.

En los últimos años se ha visto que las expectativas generadas por las tecnologías no han sido alcanzadas de manera completa e incluso algunas no llegan a cumplirse. Esto se debe a que las empresas de TIC no han sido claras cuando venden la idea de la importancia de realizar una inversión en tecnología.

Además, para poder ofrecer una solución de calidad y a la medida de las MYPEs, las empresas proveedoras de TICs necesitan conocer realmente, mediante un análisis profundo, las necesidades del usuario de la tecnología. El reto para los proveedores es la diversificación y la orientación al segmento empresarial a través de la generación de soluciones prácticas y funcionales a los requerimientos.

2.2.8 Desarrollo del Sector TICs en Perú

2.2.8.1 Aspectos generales

Según el informe del Foro Económico Mundial (WEF), a través de la 14° edición del “Informe global de tecnología de la información 2015”, reporte que evalúa el impacto de las TICs en el proceso de desarrollo y competitividad de 148 economías del mundo, señaló que el Perú se encuentra en el puesto 90 del Índice de Preparación Tecnológica.

La propensión a innovar que muestra el tejido empresarial de nuestro país todavía sigue siendo muy baja en comparación con el promedio de los países de la región (Agenda de Competitividad 2014 - 2018).

Duarte (2010) afirma: “Los pequeños empresarios no han interiorizado y dudan del potencial estratégico de la tecnología para la supervivencia e internacionalización de la empresa” (p.77).

Un mayor uso de las herramientas TICs por parte de las MYPEs peruanas les ayudaría a reducir sus costos administrativos y promover adecuadamente sus productos y/o servicios, señaló, Eduardo Rocca (Especialista de la Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP).

Según el informe MIPYME Perú 2013, señala que más del 60 % de las MYPEs peruanas en Lima, Arequipa y Trujillo no usan las herramientas de la TIC, tales correo electrónico, páginas web, ventas por Internet, uso de banca electrónica, Intranet corporativa, redes sociales, entre otros. Asimismo el informe señala que solo el 21 % de MYPEs peruanas tiene una página web, lo cual fue considerado como “positivo” por Rocca, pero ese nivel sigue siendo “bajo” con relación a otros países con mayor presencia de MYPEs (Diario Gestión, 2014. MYPEs podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación).

Las MYPEs son las que más empleo han generado, sobre todo aquellas que ha incorporado a sus operaciones un mayor grado de tecnología, afirmó el gerente general de Microsoft Perú, Guillermo Guzmán-Barrón.

“Es indudable que el uso adecuado de las TICs tiene una profunda influencia en el potencial de un sector o región para el crecimiento económico de un país” (Ortiz, 2014, p.34).

2.3 Definición de términos

Brecha Tecnológica

Diferencia que existe entre las personas (comunidades, provincias, países) que cuentan con las condiciones óptimas para utilizar adecuadamente las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su vida diaria, y aquellas que no tienen acceso a las mismas o que, aunque lo tengan, no saben utilizarlas o aprovecharlas.

CRM (Customer Relationship Management)

Es una estrategia que permite a las empresas identificar, atraer y retener a sus clientes, además de ayudarles a incrementar la satisfacción de estos y optimizar así la rentabilidad de sus negocios.

Estrategia Empresarial

Patrón o modelo de decisiones de una empresa que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas, que define las principales políticas y planes para lograr estos objetivos y define el tipo de negocios que la empresa va a perseguir, la clase de organización económica y humana que es o intenta ser, y la naturaleza de la contribución económica y no económica que intenta aportar a sus accionistas, trabajadores, clientes y a la comunidad (K.R. Andrews, 1980).

ERP (Enterprise Resource Planning)

Los sistemas de planificación de recursos empresariales son sistemas de información gerenciales que integran y manejan muchos de los negocios asociados con las operaciones de producción y los aspectos de distribución de una compañía comprometida en la producción de bienes o servicios.

E-mailing

El correo directo es una variedad de marketing directo que consiste en enviar información publicitaria por correo; esto es, un folleto publicitario que suele ir acompañado de una carta personalizada que muestran los beneficios o las ventajas de determinado producto.

Ventaja Competitiva

Valor que una empresa es capaz de crear para sus clientes, en forma de precios menores que los de los competidores para beneficios equivalentes o por la previsión de productos diferenciados cuyos ingresos superan a los costes (Michael E. Porter, 1985).

Globalización

Tendencia de los mercados y las empresas a extenderse alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales (Real Academia de las Lengua).

Aplicaciones:

Son herramientas que permiten a los usuarios comunicarse, realizar trámites, entretenerse, orientarse, aprender, trabajar, informarse y realizar una serie de tareas de manera práctica.

Facebook:

Es un sitio web formado por muchas redes sociales relacionadas con una escuela, universidad, trabajo, región, etc. La gente utiliza Facebook para mantenerse al día con sus amigos compartiendo fotos, enlaces, vídeos, entre otros. Cualquier persona puede hacerse miembro de Facebook, lo único que se necesita es una dirección de correo electrónico.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es básica, ya que trata de profundizar las variables de estudio, con el fin de ampliar el conocimiento, y de esta forma permita analizar, describir y utilizar los fenómenos del estudio (Carrasco, 2009).

3.1.2 Nivel de la Investigación

Esta investigación es de nivel descriptivo porque se analiza y describe la situación respecto del uso de las TICs por parte de las MYPEs del sector confecciones.

3.1.3 Diseño de investigación

Este trabajo presenta un diseño no experimental porque no se manipularán las unidades de estudio en el proceso de recolección de datos; asimismo, será transversal porque se aplicarán los instrumentos de investigación en un momento y tiempo único (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población objeto de estudio estuvo comprendido por 106 dueños de MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, que operan en los centros comerciales Augusto B. Leguía y Tacna Centro.

3.2.2 Muestra

En el presente estudio se consideró una muestra no probabilística, siendo un total de 56 dueños de MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, que operan en los centros comerciales Augusto B. Leguía y Tacna Centro.

3.3 Operacionalización de la variable

También se consideraron las siguientes características contextuales de los dueños o responsables de las MYPEs:

- Información Demográfica (Género, Edad, Estado civil)
- Antecedentes Educativos (Nivel primario, secundario, técnico, univertario)
- Datos generales de la MYPE (Años de actividad de la empresa, fuentes de capital).

Variable	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Uso de las TICs	Hace referencia a la disposición de TICs Básicas, Avanzadas y Sistemas de Información. Asimismo, se considera la utilización con los grupos de interés.	Disposición de TICs	Disposición de TICs Básica
			Disposición de TICs Avanzadas
			Disposición de sistemas de información (Software)
		Utilización de TICs con los grupos de interés	Utilización de TICs con los clientes
			Utilización de TICs con los proveedores
			Utilización de TICs con los trabajadores
			Utilización de TICs con bancos, SUNAT y otros agentes.

Fuente: Elaboración propia

3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos

3.4.1 Técnica

Se utilizó la técnica de la encuesta, dirigido a los dueños de las empresas para evaluar el estado situacional del uso de las TICs en las MYPEs del Sector Confecciones de la ciudad de Tacna, al año 2016.

3.4.2 Instrumento

Se utilizó el instrumento cuestionario dirigido a los dueños de las empresas para evaluar el estado situacional del uso de las TICs en las MYPEs del Sector Confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016.

El cuestionario está constituido por 27 preguntas, la mayoría de ellas de opción múltiple restringida (en las que se solicita seleccionar sólo una opción) y dicotómicas (SI o No), además de las preguntas de identificación y caracterización de las unidades de análisis objeto de estudio.

3.4.3 Validez y confiabilidad de los instrumentos

- **Validez del instrumento**

Para la validez del instrumento, se utilizó el método de la validez de contenido, es decir, que se sometió a criterios de expertos (**Ver anexo**).

- **Confiabilidad del instrumento**

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos aplicados se utilizó el coeficiente de Alpha de Cronbach, cuya valoración fluctúa entre 0 y 1.

Tabla 11
Escala de Alpha de Cronbach

ESCALA	SIGNIFICADO
-1 a 0	No es confiable
0,01 - 0,49	Baja confiabilidad
0,50 - 0,69	Moderada confiabilidad
0,70 - 0,89	Fuerte confiabilidad
0,90 - 1,00	Alta confiabilidad

De acuerdo con la escala, se determina que los valores cercanos a (1) implican que el instrumento utilizado es de alta confiabilidad y si se aproxima a (0) significa que el instrumento es de baja confiabilidad.

- **Aplicación de coeficiente de Alpha de Cronbach**

Utilizando el coeficiente de Alpha de Cronbach, cuyo reporte del software SPSS 22 es el siguiente:

Tabla 12
Alpha de Cronbach: Uso de las TICs

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,953	32

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0.953 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable “Uso de las TICs” es de alta confiabilidad.

3.5 Métodos de análisis de datos

Se utilizaron las técnicas y medidas de la estadística descriptiva en las que se emplearon:

- Tablas de frecuencia absoluta y relativa (porcentual): Estas tablas sirvieron para la presentación de los datos procesados y ordenados según sus categorías, niveles o clases correspondientes.
- Tablas de contingencia: Se utilizó este tipo de tablas para visualizar la distribución de los datos según las categorías o niveles de los conjuntos de indicadores analizados simultáneamente.

Se organizó y presentará los resultados en tablas de frecuencias y gráficos, para su mejor comprensión e interpretación.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1 Presentación

En el presente capítulo se exponen los resultados del estudio, obtenidos a través de la aplicación del cuestionario. Para ello se desarrolla la interpretación de las respuestas obtenidas, mediante la estadística descriptiva, los mismos que pueden ser observados en las tablas y figuras elaboradas para tal fin.

Asimismo, dichos resultados son presentados en dos secciones. La primera corresponde a la disposición de las TICs por parte de las MYPEs, es decir, los soportes tecnológicos con los que cuentan, tales como: computadoras, teléfonos móviles, acceso a internet, etc. La segunda, hace referencia a la utilización de TICs por las MYPEs de la región de Tacna, es decir al uso propiamente dicho de los soportes tecnológicos para la gestión de sus procesos internos y externos.

4.2 Análisis e interpretación de resultados

4.2.1 Disposición de TICs

Indicador 1. Disposición de TICs Básicas

Tabla 13
Disposición de TICs Básicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	53	94,6	94,6
	No	3	5,4	100,0
	Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración propia

De la Tabla 13 se observa que el 94,6 % de las empresas del sector confecciones de la ciudad de Tacna, disponen de TICs básicas (teléfono fijo, celular y PC), se asume que este porcentaje alto es porque su implementación no les ha implicado mayor inversión. En tanto un 5,4 % de las empresas no disponen de TICs básicas. Por ende, los empresarios MYPEs deben comprender que la disposición de TICs básicas no es suficiente, y que cuentan con una gran gama de ofertas tecnológicas avanzadas que podrían mejorar sus procesos de gestión.

Indicador 2. Disposición de TICs Avanzadas

Tabla 14
Disposición de TICs Avanzadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	46	82,2	82,2
	No	10	17,8	100,0
Total		56	100,0	

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 14, se observa que el 82,2 % de las MYPEs entrevistadas disponen de TICs Avanzadas y el 17,8 % no disponen de TICs Avanzadas. Al respecto, se asume que los dueños de estas MYPEs reconocen y valoran la importancia de contar con soportes tecnológicos para mejorar la gestión de sus actividades y procesos.

Indicador 3. Disposición de Sistemas de Información (Software)

Tabla 15
Disposición de Sistemas de Información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	25	44,6	44,6
	No	31	55,4	100,0
Total		56	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la Tabla 15, de las MYPEs entrevistadas el 44,6 % disponen de sistemas de información (Software) para la sistematización de su información y el 55,4 % no disponen de ningún software. Por lo tanto, se observa que las MYPEs encuestadas muestran un nivel bajo respecto al uso de sistemas de información para la automatización de sus procesos de negocio, esto puede deberse al desconocimiento de las potencialidades y beneficios que tiene el uso de softwares o debido al tamaño de sus empresas, los dueños perciban que no son necesarias.

Tabla 16
Resumen de Disposición de las TICs en MYPEs

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Si	42	75,0	75,0
	No	14	25,0	100,0
	Total	56	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 16, se presenta un resumen de las Disposición de TICs Básicas y Avanzadas, del total de MYPEs entrevistadas (56); se observa que el 75 % de las empresas del sector confecciones poseen herramientas de TICs y un 25 % no cuenta con ningún tipo de TICs en el desarrollo de su actividad económica.

4.2.1.1 Disposición de TICs con variables demográficas

Tabla 17

Tabla cruzada Género / Disposición de TICs Básicas

Género	Disposición de TICs Básicas				TOTAL	
	SI		No			
Masculino	22	39,3%	0	0,0%	22	39,3%
Femenino	31	55,4%	3	5,4%	34	60,7%
TOTAL	53	94,6%	3	5,4%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 17, las MYPEs del sector confecciones dirigidas por mujeres muestran un porcentaje mayor (55,4 %) en la disposición de TICs Básicas, y un 33,9 % de MYPEs dirigidas por varones disponen de TICs Básicas. Al respecto, se observa que son más mujeres las que están emprendiendo sus propios negocios y a su vez priorizan disponer de soportes tecnológicos básicos; sin embargo, deben proyectarse a incorporar otros tipos de TICs más avanzadas en sus empresas.

Tabla 18

Tabla Cruzada Género / Disposición de TICs Avanzadas

Género	Disposición de TICs Avanzadas				TOTAL	
	SI		No			
Masculino	18	32,1%	4	7,1%	22	39,3%
Femenino	28	50,0%	6	10,7%	34	60,7%
TOTAL	45	82,1%	10	17,8%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 18, se aprecia que las MYPEs dirigidas por mujeres tienen un porcentaje mayor (50 %) en la disposición de TICs Avanzadas, respecto a las MYPEs que son dirigidas por varones que muestran un 32,1 % en la disposición de TICs avanzadas. Al respecto, las MYPEs que más disponen de TICs avanzadas desarrollan actividades más dinámicas, como por ejemplo utilizan las TICs para comunicarse con los clientes, proveedores, etc., no solo para informar, sino para desarrollar pedidos, consultas, etc.

Tabla 19.
Tabla Cruzada Género / Disposición de Software

Género	Disposición de TICs Software				TOTAL	
	SI		No			
Masculino	11	19,6%	11	19,6%	22	39,3%
Femenino	14	25%	20	35,7%	34	60,7%
TOTAL	25	44,6%	31	55,4%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la Tabla 19, un 25 % de MYPEs dirigidas por mujeres disponen de Sistemas de información (software) y el 19,6% de MYPEs que disponen de TICs Avanzadas están dirigidas por varones. Al respecto, se aprecia que las dueñas de estas MYPES muestran mayor interés en la inversión para la adquisición de software que les permita integrar de forma óptima sus tareas.

Tabla 20
Tabla Cruzada Edad / Disposición de TICs Básicas

Edad	Disposición de TICs Básicas				TOTAL	
	SI		No			
De 30 - 35 años	9	16,1%	0	0%	9	16,1%
De 36 - 40 años	16	28,6%	0	0%	16	28,6%
De 41 - 45 años	14	25%	0	0%	14	25%
De 46 - 50 años	9	16,1%	1	1,8%	10	17,9%
De 50 a más años	5	8,9%	2	3,6%	7	12,5%
TOTAL	53	94,6%	3	5,4%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la Tabla 20, según los rangos de edades de los dueños de las MYPEs que más disponen de TICs Básicas son de (36 – 40 años) con un 28,6 % seguido de (41 – 45 años) con un 25%.

Tabla 21
Tabla Cruzada Edad / Disposición de TICs Avanzadas

Edad	Disposición de TICs Avanzadas				TOTAL	
	SI		No			
De 30 - 35 años	9	16,1%	0	0%	9	16,1%
De 36 - 40 años	15	27%	1	1,8%	16	28,6%
De 41 - 45 años	13	23,2%	1	1,8%	14	25%
De 46 - 50 años	7	12,5%	3	5,4%	10	17,9%
De 50 a más años	2	3,6%	5	8,9%	7	12,5%
TOTAL	46	82,1%	10	17,9%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 21, respecto a la edad y la disposición de TICs avanzadas, los resultados muestran que los dueños cuyas edades oscilan en el rango de (36 – 40 años) con un 27 % y seguido de (41 – 45 años) con un 23,2 % muestran un mayor porcentaje en la disposición de TICs avanzadas.

Tabla 22
Tabla Cruzada Edad / Disposición de Software

Edad	Disposición de TICs Software				TOTAL	
	SI		No			
De 30 - 35 años	7	12,5%	2	3,6%	9	16,1%
De 36 - 40 años	9	16,1%	7	12,5%	16	28,6%
De 41 - 45 años	7	12,5%	7	12,5%	14	25%
De 46 - 50 años	2	3,6%	8	14,3%	10	17,9%
De 50 a más años	0	0%	7	12,5%	7	12,5%
TOTAL	25	44,6%	31	55,4%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 22, respecto a la edad y la disposición de software los resultados más representativos de las MYPEs que disponen de sistemas de información son: el 16,1% cuyas edades oscilan entre los 36 – 40 años y el 12,5 % que están entre los 41 – 45 años de edad respectivamente. Al respecto, se asume que estos empresarios valoran la utilización de sistemas de información (software) que sean capaces de integrar de forma óptima las tareas que se realizan en el sector confecciones.

Tabla 23

Tabla Cruzada Nivel de Educación / Disposición de TICs Básicas

Nivel de Educación	Disposición de TICs Básicas				TOTAL	
	SI		No			
Primaria	2	3,6%	1	1,8%	3	5,4%
Secundaria	28	51,8%	1	1,8%	30	53,6%
Técnico	17	30,5%	1	1,8%	18	32,1%
Universitario	5	8,9%	0	0%	5	8,9%
TOTAL	53	94,6%	3	5,4%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

De la Tabla 23 se aprecia que de las MYPEs entrevistadas que disponen de TICs Básicas, los dueños tienen en su mayoría niveles de estudio secundarios (51,8 %) y técnico (30,4 %) respectivamente. Por tanto, se asume que los dueños de las MYPEs con más nivel de instrucción son los que más disponen de TICs básicas, ya que desean que sus procesos diarios del negocio sean más efectivos y rápidos, pero deben comprender que todavía es insuficiente.

Tabla 24

Tabla Cruzada Nivel de Educación / Disposición de TICs Avanzadas

Nivel de Educación	Disposición de TICs Avanzadas				TOTAL	
	SI		No			
Primaria	1	1,8%	2	3,6%	3	5,4%
Secundaria	24	42,9%	6	10,7%	30	53,6%
Técnico	16	28,6%	2	3,6%	18	32,1%
Universitario	5	8,9%	0	0%	5	8,9%
TOTAL	46	82,1%	10	17,9%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 24, respecto a la disposición de TICs avanzadas se aprecia que los dueños de las MYPEs que tienen un nivel de educación secundaria son los que muestran un mayor porcentaje (42,9 %) seguido de los que tienen nivel de educación técnica (28,6%). Por tanto, se asume que los dueños de las MYPEs indistintamente del nivel de educación alcanzado muestran y son conscientes de la importancia de contar con soportes tecnológicos avanzados que los ayude a mejorar en su negocio.

Tabla 25
Tabla Cruzada Nivel de Educación / Disposición de Software

Nivel de Educación	Disposición de Software				TOTAL	
	SI		No			
Primaria	0	0%	3	5,4%	3	5,4%
Secundaria	9	16,1%	21	37,5%	30	53,6%
Técnico	12	21,4%	6	10,7%	18	32,1%
Universitario	4	7,1%	1	1,8%	5	8,9%
TOTAL	25	44,6%	31	55,4%	56	100%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 25, con respecto al nivel educativo y la disposición de software por parte de los dueños de las MYPEs, se aprecia que el 21,4% tienen un nivel de educación técnico y un 16,1% poseen un nivel educativo secundario. Por tanto, se asume que los dueños de las MYPEs que poseen un nivel de instrucción mayor, son las que más disponen de sistemas de información, ya que consideran importante la digitalización de su información para una mejor gestión de sus actividades.

4.3 Utilización de las TICs con los grupos de interés

Indicador 4. Utilización de TICs con los clientes

¿Qué TICs Básicas utilizan para estar en contacto con los clientes (gestión de pedidos, consultas, etc.?)

Tabla 26.
Utilización de TICs Básicas con Clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Teléfono	5	11,9	11,9
Celular	28	66,7	78,6
Ambos	9	21,4	100,0
TOTAL	42	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

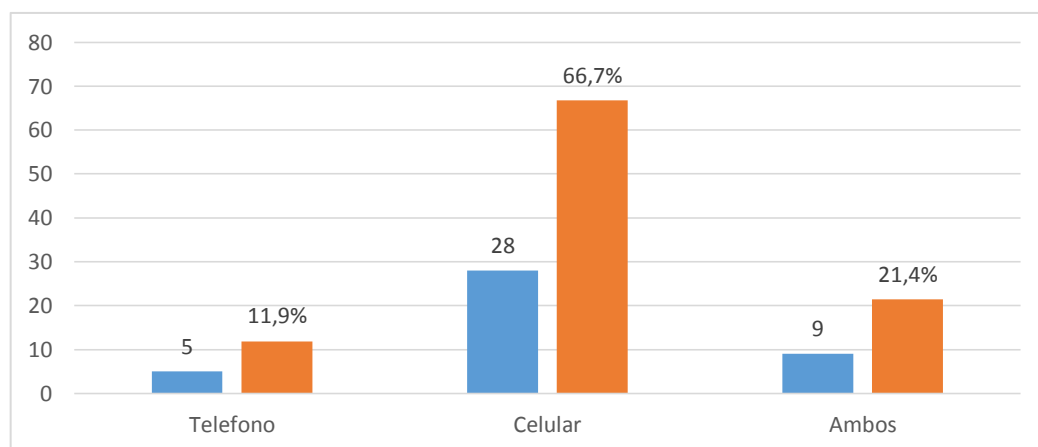


Figura 8. Utilización de TICs Básicas con clientes

Fuente: Tabla 26

En la Tabla 26 y Figura 8 se observa que de las TICs consideradas básicas, las MYPEs hacen mayor uso del celular en un 66,7%, seguidamente el 11,9% utilizan el teléfono fijo y el 21,4% manifiestan usar ambos equipos tecnológicos para estar en contacto con los clientes. Al respecto los dueños afirman que es fácil y accesible utilizar estos equipos, pues no requiere de mayores conocimientos para hacer uso de ellas.

¿Qué TICs Avanzadas utilizan para estar en contacto con los clientes (gestión de pedidos, consultas, etc.)?

Tabla 27.
Utilización de TICs Avanzadas con los clientes

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
WhatsApp	13	31,0	31,0
Correo electrónico	8	19,0	50,0
Facebook (fanpage empresarial)	10	23,8	73,8
Página web	4	9,5	83,3
Más de una opción	7	16,7	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

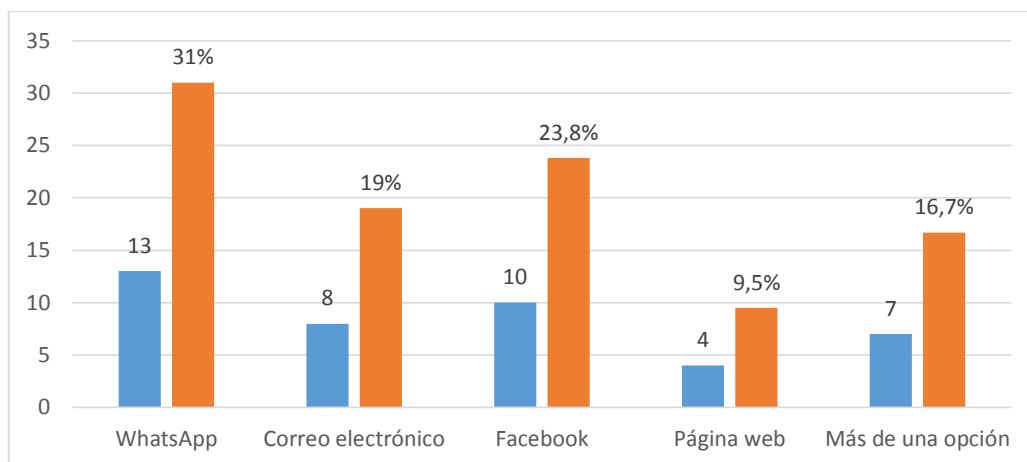


Figura 9. Utilización de TICs Avanzadas con los clientes
Fuente: Tabla 27

En la Tabla 27 y Figura 9, se puede evidenciar que las empresas registran un alto uso del whatsapp (31 %) y de facebook (23,8 %) para interactuar con los clientes, seguido del correo electrónico 19 %, el 9,5 % utiliza la página web y el 16,7 % manifiesta utilizar más de una opción. Los dueños de las MYPEs indican que el uso del whatsapp y Facebook ha mejorado considerablemente la comunicación con sus clientes haciéndola más fluida respecto a la gestión de pedidos y resolución de consultas, lo cual les ha permitido ampliar su cartera de clientes.

¿Qué TICs utilizan para promocionar su marca y productos?

Tabla 28.

TICs utilizadas para promocionar su marca y productos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Facebook	19	45,2	45,2
Página web	7	16,7	61,9
Base de datos	11	26,2	88,1
Más de una opción	5	11,9	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

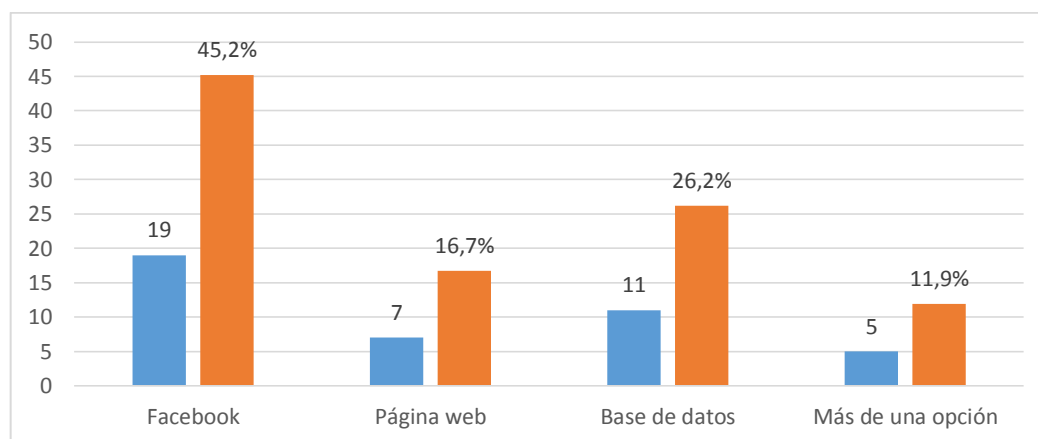


Figura 10. TICs utilizadas para promocionar su marca y productos

Fuente: Tabla 28

Como se observa en la Tabla 28 y Figura 10, las TICs avanzadas que los dueños de las MYPEs manifiestan utilizar en mayor medida para promocionar su marca y productos son el Facebook empresarial (45,2%) y su base de datos (26,2%) seguido del uso de la página web (16,7%).

Al respecto, los dueños de las MYPEs, consideran que el uso de Facebook les permite promocionar sus productos en la red, a un bajo costo y con un alto alcance, con lo cual lograron ampliar su cartera de cliente

Indicador 5. Utilización de TICs con los Proveedores

¿Qué TICs básicas utilizan para estar en contacto con sus proveedores?

Tabla 29.
Utilización de TICs básicas con sus proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Teléfono fijo	8	19,0	19,0
Celular	24	57,2	76,2
Ambos	10	23,8	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de sistematización de datos

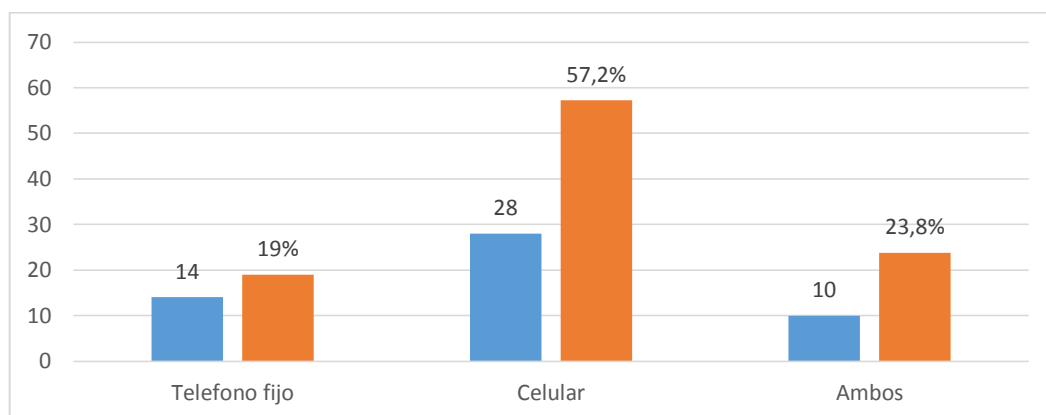


Figura 11. Utilización de TICs básicas con sus proveedores
Fuente: Tabla 29

En la Tabla 29 y Figura 11 se observa que las MYPEs utilizan con mayor frecuencia el celular (57,2 %), seguido en menor medida del teléfono fijo (19 %) y un 23,8 % utilizan ambos medios para estar en contacto con sus diferentes proveedores. Los dueños de las MYPEs utilizan más el celular porque les facilita y agiliza la comunicación y gestión de pedidos con sus proveedores.

¿Qué TICs Avanzadas utilizan para estar en contacto con sus proveedores?

Tabla 30.
Utilización de TICs Avanzadas con sus proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
WhatsApp	16	38,1	38,1
Correo electrónico	13	30,9	69,0
Facebook	8	19,1	88,1
Más de una opción	5	11,9	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de sistematización de datos

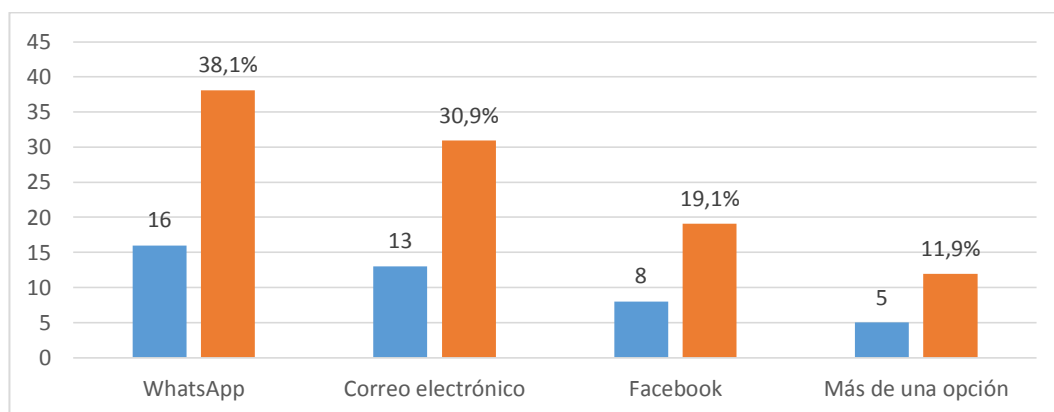


Figura 12. Utilización de TICs Avanzadas con proveedores
Fuente: Tabla 30

De la tabla 30 y figura 12, se observa que de las TICs Avanzadas las más usadas por las MYPEs para estar en comunicación con sus proveedores son el whatsApp (38,1 %), utilizan el correo electrónico un (30,9 %), utilizan el Facebook (19.1 %) y un 11,9 % de las MYPEs utilizan más de un medio. Por tanto, se aprecia que los dueños están apostando por el uso de medios de comunicación nuevos como es el whatsApp para gestionar sus requerimientos de materias primas e insumos.

¿Con qué finalidad utiliza el correo electrónico y el internet en relación a proveedores?

Tabla 31.
Utilización del correo electrónico e internet con proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Envió/Recepción de documentos	18	42,9	42,9
Cotizaciones	12	28,6	71,5
Identificación de proveedores	7	16,6	88,1
Más de una opción	5	11,9	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de sistematización de datos

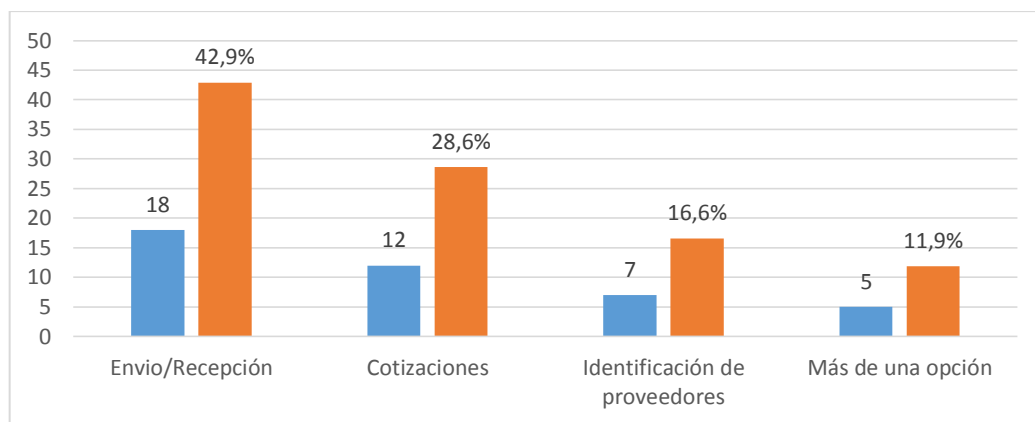


Figura 13. Utilización del correo electrónico e internet con proveedores
Fuente: Tabla 31

En la Tabla 31 y Figura 13 se observa que de las actividades que más realizan las MYPEs a través del correo electrónico son la recepción y envío de documentación e información de transporte, envío de pedidos con el 42,9 %, envío y recepción de solicitudes de cotización 28,6%; también el 16,6 % manifiesta utilizar el internet para identificar nuevos proveedores y el 11,9 % lo utilizan en más de una de las actividades señaladas. Por lo antes mencionado la encuesta muestra que las MYPEs están optando por el uso del internet y los sistemas de comunicación electrónica para el envío de documentación a sus proveedores, facilitando y agilizando el contacto con ellos.

Indicador 6. Utilización de TICs con los trabajadores

¿Qué TICs básicas utilizan para comunicarse con sus trabajadores?

Tabla 32.
Utilización de TICs básicas con sus trabajadores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Teléfono	5	11,9	11,9
Celular	31	73,8	85,7
Ambos	6	14,3	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de sistematización de datos

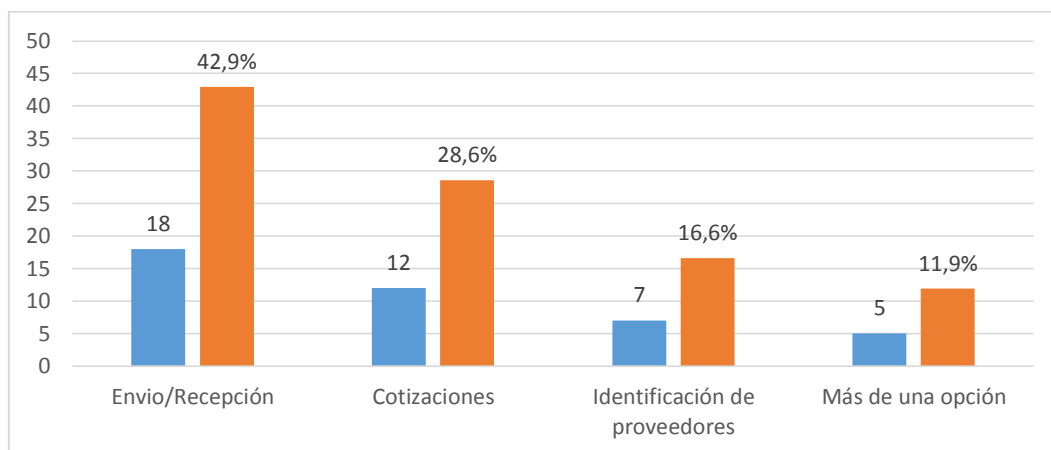


Figura 14. Utilización de TICs básicas con sus trabajadores
Fuente: Tabla 32

De la Tabla 32 y Figura 14 se observa que de las TICs denominadas básicas, el celular es el más usado por las MYPEs para comunicarse con sus trabajadores con un 73,8 %, seguido del uso del teléfono fijo con un

11,9 % y un 14,3 % utilizan ambos medios. Por ello, se asume que los dueños de las MYPEs utilizan más el celular por sus actividades estáticas, es decir, solo de información, etc.

¿Qué TICs Avanzadas utilizan para comunicarse con sus trabajadores?

Tabla 33.
Utilización de TICs Avanzadas con sus trabajadores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
WhatsApp	23	54,8	54,8
Correo electrónico	12	28,6	83,4
Herramientas de colaboración	2	4,8	88,2
Más de una opción	5	11,8	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de Sistematización de Datos

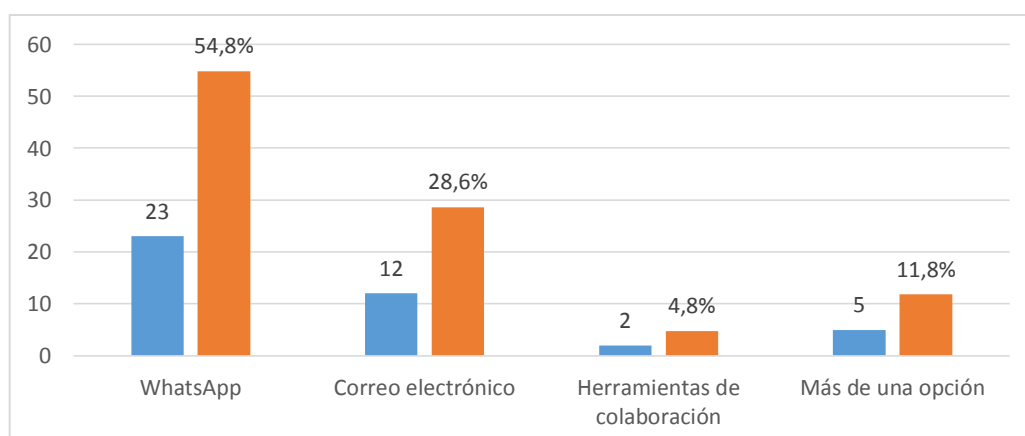


Figura 15. Utilización de TICs Avanzadas con sus trabajadores
Fuente: Tabla 33

Como se observa en la Tabla 33 y Figura 15, el 54,8 % de las MYPEs usan el whatsapp como medio de comunicación con sus trabajadores, seguido del correo electrónico (28,6 %), el 4,8 % utilizan las herramientas de colaboración (skype, video conferencia) y el 11,8 % utiliza más de una opción. Los dueños de las MYPEs manifestaron que el uso del whatsapp les facilita comunicarse con sus trabajadores y a un menor costo en comparación a realizar una llamada por celular o teléfono fijo.

¿Con qué software cuenta las áreas o departamentos de su empresa?

Tabla 34
Utilización de software en las áreas o departamentos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Software Contable	14	33,4	33,4
Software de Inventario	7	16,6	50,0
Software de Planillas electrónicas	5	11,9	61,9
Software de Facturación	2	4,9	66,8
Software de ventas y compras	7	16,6	83,4
Más de una opción	7	16,6	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de sistematización de datos

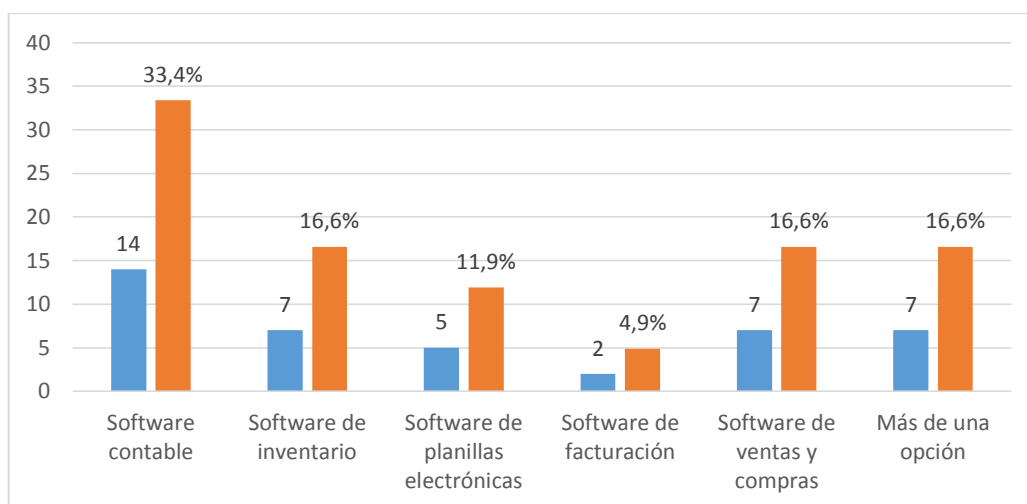


Figura 16. Utilización de software en las áreas o departamentos
Fuente: Tabla 34

En la Tabla 34 y Figura 16, respecto del uso de sistemas de información por parte de las MYPEs para la automatización de sus procesos de negocio, se observa un mayor uso del software contable en un 33.4 % permitiéndoles la gestión y administración de la información financiera-contable que facilita la elaboración de reportes, documentos financieros y digitar movimientos contables.

Solo un 11,9 % usan software de planillas electrónicas, este resultado es razonable, dado que la cantidad de empleados del cual disponen las MYPEs no lo justifica. Cabe, señalar que los dueños mencionaron que en su mayoría tercerizan dichas actividades, requiriendo de un contador externo.

El 16,6 % de MYPEs hacen uso de software de inventario, el cual les permite disponer del inventario en el momento oportuno y evitar inconvenientes con clientes y/o proveedores. El 16,6% manifiesta utilizar software de compras, este sistema de abastecimiento permite dar soporte a la gestión de compras permitiendo tener un suministro de bienes y servicios necesarios. Un 4,9 % de MYPEs utiliza el software de ventas - facturación, este sistema de ventas permite tener acceso a la lista de precios, descuentos permitidos y así evitar errores en precio y disminuir dificultades al momento de despacho y emisión de comprobantes de venta.

A pesar de la relevancia que podría tener el uso de estos sistemas de información (software) el estudio realizado revela que son pocas las MYPEs que los utilizan. Dichas empresas entrevistadas consideraron que los beneficios del uso de softwares son útiles para el desempeño y un adecuado orden en cada área de la empresa.

Indicador 8. Utilización de TICs con los bancos, SUNAT y otros agentes

¿Qué TICs Básicas utilizan para comunicarse con los bancos, SUNAT y otros agentes?

Tabla 35
Utilización de TICS Básicas con agentes externos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Teléfono	14	33,3	33,3
Celular	23	54,8	88,1
Ambos	5	11,9	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de sistematización de datos

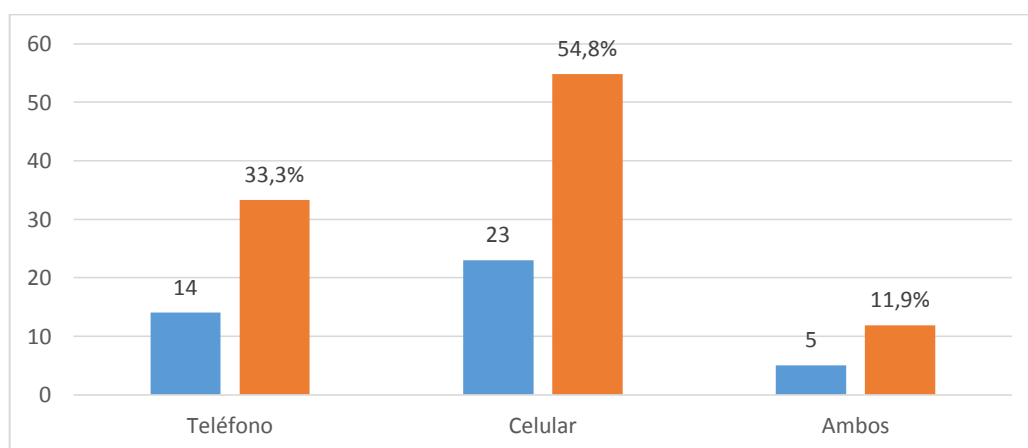


Figura 17. Utilización de TICs Básicas con agentes externos

Fuente: Tabla 35

Como se observa en la Tabla 35 y Figura 17 las MYPEs entrevistadas usan el teléfono fijo en un 33,3%, seguido del celular con un porcentaje mayor de 54,8% y el 11,9% utilizan ambos medios de comunicación para comunicarse con los bancos, SUNAT y otros entes externos.

¿Qué TICs avanzadas utilizan para comunicarse con sus asesores contables, legales, etc.?

Tabla 36.
Utilización de TICs Avanzadas con asesores contables

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
WhatsApp	15	35,7	35,7
Correo electrónico	23	54,8	90,5
Ambos	4	9,5	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de sistematización de datos

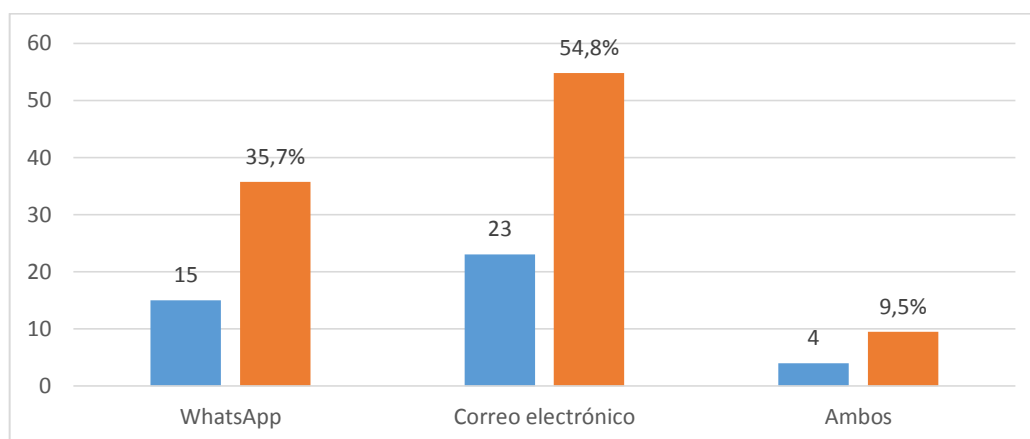


Figura 18. Utilización de TICs Avanzadas con asesores contables
Fuente: Tabla 36

En la tabla 36 y Figura 18 se observa que las TICs avanzadas más usadas por las MYPEs para intercambiar información con sus asesores contables, legales, etc., figuran el correo electrónico con el 54,8 %, el whatsApp con un 35,7 % y un 9,5 % utilizan ambos medios. Por ende, se asume que los dueños de las MYPEs usan más el correo electrónico con sus asesores contables y legales debido a que le facilita desarrollar intercambio de información y consultas en cuanto a los movimientos contables, información financiera y tributaria.

¿Qué actividades realiza a través del internet?

Tabla 37.
Actividades realizadas a través del internet

Categoría	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Estado de cuentas	12	28,6	28,6
Transferencias bancarias	1	2,4	31,0
Ventas al estado	9	21,4	52,4
Declaración de impuestos	4	9,5	61,9
Tendencias del sector	7	16,7	78,6
Ofertas de empleo	4	9,5	88,1
Más de una opción	5	11,9	100,0
Total	42	100,0	

Fuente: Matriz de sistematización de datos

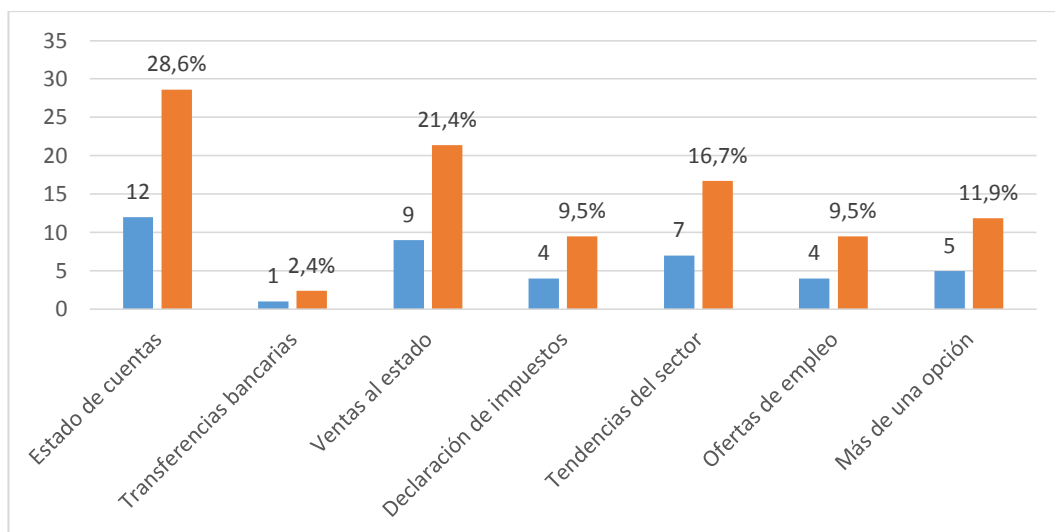


Figura 19. Actividades realizadas a través del internet
Fuente: Tabla 37

En la Tabla 37 y Figura 19 respecto al uso del internet se evidencia que los trámites relacionados con bancos y con el Estado son los más comunes. Referente a esto, los resultados permiten conocer que, para las MYPEs, uno de los trámites más frecuentes con los bancos es la revisión de estado de cuentas y saldos (28,6 %), por otro lado, la transferencia electrónica de fondos, como método más común al momento de comprar o vender por Internet, ha cobrado una ligera relevancia (2,4 %), sin embargo aún no se logra una adhesión total de este medio, pues sigue existiendo empresas que prefieren utilizar el efectivo o los cheques para cancelar este tipo de trámites.

El 21,4% de MYPEs utiliza el internet para navegar y acceder al portal de Ventas al Estado, y estar al tanto de las oportunidades de negocio que lanza las diferentes instituciones del estado.

Un 9,5% utiliza el internet para efectuar distintos trámites ante la SUNAT, como la declaración de impuestos, emisión de boletas o facturas entre otros, el 16,7% usa el internet para conocer las nuevas tendencias del sector confecciones, el 9,5% usa las diferentes plataformas de internet para anunciar sus ofertas de empleo y el 11,9% de MYPEs usa el internet para realizar más de una de las opciones mencionadas, ya que consideran que es más rápido y les facilita la optimización del tiempo.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de Resultados

A continuación, se estarán discutiendo los resultados obtenidos y las posibles explicaciones relativas a los hallazgos de esta investigación.

En cuanto a la disposición de TICs Básicas, se determinó que el 94,6% de las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, disponen de TICs Básicas (teléfono fijo, celular y PC); en tanto un 5,4 % de las empresas no disponen de TICs Básicas.

Con respecto a la disposición de TICs Avanzadas (whatsApp, correo electrónico, facebook y pagina web) el 82,2% de las MYPEs entrevistadas disponen de TICs Avanzadas y el 17,8% no disponen de TICs Avanzadas.

En cuanto a la disposición de sistemas de información (Software), se determinó que el 44,6 % de MYPEs disponen de software para la sistematización de su información y el 55,4 % no disponen de ningún tipo de software.

Al respecto (Ortiz, 2014) señala que la falta de información sobre sus beneficios o sencillamente producto de sus altos costos, son las principales razones que llevan a estas empresas a hacer uso insuficiente, o simplemente no implementar este tipo de software.

Según la Tabla 16, del total de MYPEs entrevistadas (56) respecto a la disposición de TICs Básicas y Avanzadas, se resume que el 75 % de MYPEs del sector confecciones, disponen TICs y el 25 % no cuenta con ningún tipo de TICs en el desarrollo de su actividad económica. Por lo tanto, se evidencia que las MYPEs han logrado “perder el miedo” frente al uso de estas tecnologías y las han ido incorporando gradualmente en diferentes ámbitos de sus procesos internos, aunque su nivel de implementación y uso es todavía reducido.

Tales resultados se relacionan con el estudio de Saavedra y Tapia (2013) en su tesis “El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas”, en donde concluyen que el grado de uso de TICs por parte de las MIPyMEs industriales en México es incipiente lo que estaría restándole competitividad para hacer frente a un mercado globalizado.

En contraste Celi y Sánchez (2010) en su tesis titulada “El Impacto de las TICs en el Desempeño de las Pymes en el Ecuador, sector 2 del Cantón Loja, provincia de Loja, año 2010,” en una de sus conclusiones menciona que pequeñas y medianas empresas poseen TICs en un 75 %, pero de este porcentaje la mayoría de las empresas a pesar de poseer las TICs no hacen un correcto uso de las mismas, para que realmente aporten a la generación de ventajas competitivas de la organización.

Por otro lado, Ca' Zorzi (2010) refiere que no todas las empresas tienen que llegar a niveles de sofisticación elevada en su inversión en TIC. Cada empresa, sin importar su tamaño, se encuentra en un nivel diferente de apropiación de las TICs en sus procesos productivos. Asimismo, Duarte (2010:77), afirma que los pequeños empresarios no han interiorizado y dudan del potencial estratégico de la tecnología para la supervivencia e internacionalización de la empresa.

Dentro de los factores que influyen en la adopción y uso de TICs también debemos considerar las características demográficas de los empresarios como sexo, edad y nivel de estudio. De las MYPEs entrevistas se observó que en su mayoría están dirigidas por mujeres (60.7%). Asimismo los rangos de edades que predominan en los empresarios MYPEs son de (36 – 40 años) y seguido de (41 – 45 años).

Con respecto al nivel de estudios de los empresarios MYPEs se encontró que en su mayoría cuentan con estudios de nivel secundario (53,6 %), seguido de los que cuentan con estudios técnicos (32,1 %) y un porcentaje reducido e empresarios con estudios universitarios (8,9 %).

Al contrario de lo que señala Ríos, Toledo, Campo y Alejo (2009) “*Nivel de Integración de las TICs en las MIPYMES, un Análisis Cualitativo*”. En donde concluyen que los productores de tomate del estado de Jalisco muestran un desconocimiento sobre las ventajas que ofrecen las TICs, a pesar de que la gran mayoría cuentan con estudios superiores.

En la Tabla 26 y Figura 8 se observa que de las TICs consideradas básicas, las MYPEs hacen mayor uso del celular en un 66,7 % para comunicarse con los clientes. Al respecto los dueños afirman que es fácil y accesible utilizar estos equipos, pues no requiere de mayores conocimientos para hacer uso de ellas.

En la Tabla 27 y Figura 9, respecto al uso de TICs Avanzadas se evidencia que las MYPEs registran un alto uso de whatsApp (31 %) y de facebook (23.8 %) para interactuar con los clientes, Los dueños indican que el uso de estas aplicaciones ha mejorado considerablemente la comunicación con sus clientes haciéndola más fluida respecto a la gestión

de pedidos y resolución de consultas, lo cual les ha permitido ampliar su cartera de clientes.

En contraste Lagos (2008) en su tesis denominada “Propuesta de implementación de un CRM para PYMES en el sector textil,” menciona que cada cliente es un mercado, por ello es importante construir relaciones duraderas mediante la comprensión de las necesidades y preferencias individuales de los clientes, y así dar una ventaja competitiva a la empresa y conseguir que los clientes sean fieles. En una de sus conclusiones menciona que, con la implementación y el uso de CRM, las organizaciones pueden conservar y conseguir más clientes, y de esa manera permanecer en el mercado competitivo que estamos viviendo.

En la Tabla 28 y Figura 10 las TICs avanzadas que los dueños de las MYPEs manifiestan usar en mayor medida para promocionar su marca y productos es el Facebook empresarial (45,2 %). Al respecto, los dueños de las MYPEs, consideran que el uso de Facebook les permite promocionar sus productos en la red, a un bajo costo y con un alto alcance a potenciales clientes.

En contraste Romero (2011) en su tesis "*La administración y el posicionamiento de las empresas por medio de tecnologías de información*", presenta una propuesta que integra el uso de TICs de vanguardia, acorde a las verdaderas necesidades de cualquier organización, y actuará como elemento generador de ventaja competitiva y factor decisivo en el posicionamiento de las organizaciones.

Según Hernández (1999, citado por De Vita, 2008) La competitividad, es una condición para liderar los mercados internos, de allí que ser competitivo es llegar al público, y a los clientes con productos y servicios que satisfagan sus requerimientos y expectativas.

En la Tabla 29 y Figura 11 se observa que las MYPEs utilizan con mayor frecuencia el celular (57.2 %), para comunicarse con sus diferentes proveedores. Los dueños manifiestan utilizar más el celular porque les facilita y agiliza la comunicación y gestión de pedidos con proveedores.

De la tabla 30 y figura 12, se observa que las TICs Avanzadas más usadas por las MYPEs para estar en comunicación con sus proveedores son whatsapp (38,1 %) y utilizan el correo electrónico un (30.9 %). Por tanto, se aprecia que los dueños están apostando por el uso de medios

de comunicación nuevos como whatsApp para gestionar la cadena de suministro con sus proveedores.

En la Tabla 31 y Figura 13 se observa que dentro de las actividades que más realizan las MYPEs a través del correo electrónico son la recepción y envío de documentos e información con el 42.9 %. Por lo antes mencionado la encuesta muestra que las MYPEs están optando por el uso de internet y los sistemas de comunicación electrónica para el envío de documentación a sus proveedores, pues facilita y agiliza el contacto con ellos.

De la Tabla 32 y Figura 14 se observa que de las TICs denominadas básicas, el celular es el más usado por las MYPEs para comunicarse con sus trabajadores con un 73.8 %, seguido el uso del teléfono fijo con un 11,9 % y un 14,3 % utilizan ambos medios. En la Tabla 33 y Figura 15, se observa que el 54,8 % de las MYPEs usan el whatsApp como medio de comunicación con sus trabajadores, seguido del correo electrónico (28.6%), el 4,8 % utilizan las herramientas de colaboración (skype, video conferencia) y el 11,8 % utiliza más de un medio. Los dueños de las MYPEs manifestaron que el uso del whatsApp les facilita comunicarse sus trabajadores y aun menor costo en comparación a realizar una llamada por celular o teléfono fijo.

En la Tabla 34 y Figura 16, respecto del uso de sistemas de información (software) por parte de las MYPEs para la automatización de sus procesos de negocio, se observa un mayor uso del software contable en un 33.4 % permitiéndoles la gestión y administración de la información financiera-contable que facilita la elaboración y presentación de documentos financieros, elaboración de reportes y digitalizar movimientos contables. Seguido del uso de software de inventario con un 16,6 %, el cual les permite disponer del inventario en el momento oportuno y evitar inconvenientes con clientes y/o proveedores y el 16,6 % manifiesta utilizar software de compras, este sistema de abastecimiento permite dar soporte a la gestión de compras facilitando tener un suministro de bienes y servicios necesarios.

A pesar de la relevancia que podría tener la utilización de estos sistemas de información, el estudio realizado revela que son pocas las MYPEs que utilizan estos softwares. Asimismo, dueños señalan que prefieren tercerizan sus procesos contables, debido a la falta de conocimiento y manejo que conlleva.

Tales resultados se relacionan con Ca' Zorzi, (2010), refiere que la adopción de la tecnología es un proceso complejo que requiere no solamente inversión, sino también que la organización tenga la capacidad

de realizar los cambios que exige el uso de la tecnología en las diferentes funciones empresariales. Por su parte, Slusarczyk et al., (2015) p.75 refiere que no solo importa la cantidad de TIC, sino también los tipos de tecnologías adoptadas y la manera en que estas se incorporan en las empresas y modifican las rutinas y el modelo de negocios.

Como se observa en la Tabla 35 y Figura 17, las MYPEs usan el celular en un porcentaje mayor de 54,8 % para comunicarse con los bancos, SUNAT y otros entes externos. Respecto a las TICs Avanzadas en la Tabla 36 y Figura 18 se observa que las más usadas por las MYPEs para intercambiar información con sus asesores contables, legales, etc., figuran el correo electrónico con el 54,8 % y el whatsapp 35,7 %. Por tanto, se asume que los dueños de las MYPEs utilizan más el correo electrónico para contactarse con sus asesores contables, legales, etc., debido a que le facilita desarrollar intercambio de información y consultas en cuanto a los movimientos contables, información financiera y tributaria.

En la Tabla 37 y Figura 19 en cuanto a la utilización del internet se evidencia que los trámites relacionados con bancos y con el Estado son los más comunes. Referente a esto, el análisis de los resultados permite conocer que, para las MYPEs, uno de los trámites más frecuentes con los bancos es la revisión de estado de cuentas y saldos (28,6 %). El 21,4 %

de MYPEs utiliza el internet para navegar y acceder al portal de Ventas al Estado, y estar al tanto de las oportunidades de negocio que lanza las diferentes instituciones del estado.

Tales resultados se complementan con Duarte (2010:76), menciona que los pequeños empresarios deben diseñar estrategias basadas en las TICs, particularmente el uso de Internet, para mejorar el desempeño de la empresa.

En la Agenda de Competitividad (2014 - 2018) se menciona que la generación de conocimientos, la adopción y desarrollo de tecnologías y la innovación tecnológica en los procesos productivos son clave para el aumento de la productividad, lo cual se ve materializado en el desarrollo de productos, procesos y servicios de alto valor agregado, incluso en creación de nuevos sectores económicos.

CONCLUSIONES

PRIMERA

Los resultados de la encuesta confirman la idea que las TICs están presentes en las MYPEs del sector confecciones; sin embargo, su disposición y uso es principalmente de herramientas consideradas básicas como el teléfono fijo, el celular y la computadora, y lo usan para actividades rutinarias.

SEGUNDA

Se encontró MYPEs del sector confecciones que están apostando por el uso de TICs Avanzadas para mejorar la comunicación e interacción con sus clientes y proveedores a través del uso de whatsapp, Facebook y correo electrónico, aunque su uso es todavía regular.

TERCERA

Las MYPEs están usando medios alternativos para estar en constante comunicación con sus trabajadores a través del uso de TICs Avanzadas como whatsapp, correo electrónico y esporádicamente vía skype.

CUARTA

Respecto del usos de Software para la gestión, automatización e integración de su información y procesos de negocio, las MYPEs encuestadas muestran un nivel de uso bajo, en donde se observa un mayor uso del software contable que facilita la administración de la información financiera-contable. Por lo tanto, la digitalización de información y procesos, todavía representa un gran desafío para las MYPEs pese a sus beneficios y posibilidades conferidas por estas tecnologías de la información.

QUINTA

A través del estudio se pudo evidenciar que del porcentaje de MYPEs del sector confecciones que disponen y usan canales digitales para promocionar sus productos por medio de TICs avanzadas como Facebook y página web, no han logrado explotar todos los beneficios que ofrecen dichas plataformas, ya que su utilización es más bien básica, lo cual supone la pérdida de un alto porcentaje de potenciales clientes por la falta de contenido (información) permanente para los usuarios que genere tráfico en la red y la poca interacción con los usuarios-clientes.

SEXTA

La utilización de Internet destaca por su simplicidad, efectividad y rapidez para realizar distintos trámites; según evidencia este estudio, la utilización que se le da al internet no va más allá de los trámites que efectúan las MYPEs con bancos comerciales (revisión de estado de cuentas y saldos), con el Estado (acceder al portal de Ventas al Estado, efectuar trámites ante la SUNAT) y la búsqueda de información.

SÉPTIMA

Gracias a las diversas políticas nacionales y regionales pro-MIPYME que buscan fomentar el desarrollo de éstas, por medio de mejores accesos a distintos tipos de soluciones TICs y capacitaciones, las MYPEs están logrando “perder el miedo” frente al uso de estas tecnologías y las han ido incorporando gradualmente en diferentes ámbitos de sus procesos internos, aunque su nivel de penetración es todavía reducida.

OCTAVA

En definitiva, se percibe la falta de una cultura de innovación tecnológica en los empresarios, sumado a que existe una escasa visión y pocas proyecciones sobre la relevancia de las TICs en la competitividad, siendo solo algunas MYPEs las más interiorizadas en esta perspectiva.

RECOMENDACIONES

- Los organismos estatales como el Ministerio de la Producción, Cámara de Comercio de Tacna y OCER Tacna, deben promover más proyectos e iniciativas de innovación tecnológica en las Mypes de la región Tacna, a través de capacitaciones, asistencia técnica, transferencia tecnológica y asesoría, generando así un apoyo concreto a las iniciativas de implementación y uso de TICs por parte de éstas, lo cual favorece a crear mayor conciencia y cultura de innovación tecnológica en los empresarios.
- A los dueños de las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, que operan en las instalaciones de los centros comerciales Augusto B. Leguía y Tacna Centro, deben hacer uso de las TICs, no solo a nivel básico, sino explorar a niveles más avanzados que les permita mejorar la gestión empresarial, ya que estas son la base para lograr innovaciones más flexibles y eficientes.
- Las MYPEs deben integrar el uso tanto de herramientas tradicionales, como de herramientas tecnológicas (TICs) para que tengan una experiencia completa en el logro de objetivos, y para esto deben ser capaces de desarrollar plataformas y mecanismos que permitan una

interacción más directa con los clientes, proveedores, trabajadores y agentes externos a través de canales que permitan a estos realizar consultas, reclamos, sugerencia, entre otros.

- Para finalizar se sugiere que cualquier Mype que quiera realizar una integración de TICs en su gestión empresarial, elabore un plan de integración único, que este acorde a las necesidades de la empresa, su capacidad en inversión y a una correcta capacitación de los trabajadores; esto se da debido a que todas las empresas son distintas y con necesidades diferentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

a) Bibliografía

Aguilar, A. (2014). *“Estudio cualitativo de las variables para el Uso de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones (TIC), por las empresas del segmento MYPE.”* Consultoría solicitada por el Consejo Nacional de la Competitividad.

Avolio, B., Mesones, A. & Roca, E. (s/f). *Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES)*. CENTRUM Católica.

Álvarez, A. & Llerena, M. (2010). *“Impacto de las TICs en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, Año 2010.”* Universidad Técnica Particular de Loja.

Ca' Zorzi, A. (2011). *“Las TIC en el desarrollo de la PYME.”* Algunas experiencias de América Latina.

Celi, D. y Sánchez, D. (2010). *El Impacto de las TICs en el Desempeño de las Pymes en el Ecuador, sector 2 del Cantón Loja, provincia de Loja, año 2010*. Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador.
Tesis de pregrado

- Coral, E., Perdomo, J. & Galvis R. (2013). *Gestión de Recursos TIC en Pymes del sector de confecciones de ropa formal (Hombre/Mujer) en la ciudad de Bogotá*. Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.
Tesis de grado
- Córdoba, M. (2015). *Implementación de tecnologías como estrategia para fortalecer la productividad y competitividad de las pymes de la confección en Medellín*. TRILOGÍA. Ciencia, Tecnología y Sociedad, 7(12), 105-119. Medellín, Colombia.
- Cortés, S. (2011). *Marketing Digital como herramienta de Negocio para PyMES*. Universidad de Chile. Tesis de grado.
- Alvarez. A., & Llerena P. (2010). *Impacto de las TICs en el desempeño de las PYMES en el Ecuador, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, Año 2010*. Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Técnica Particular de Loja - Guayaquil, Ecuador. Tesis de grado
- Agenda de la Competitividad (2012 – 2013) Lima, 9 de febrero de 2012.
- Agenda de la Competitividad (2014 – 2018) Lima 27 de Junio de 2014.
- Duarte, F. (2010). *Economía digital, sitios web y PYMES del sector artesanías en el Perú*. PUCP Contabilidad y Negocios (5) 9, 2010, pp. 76-84.

- Ibarra, A., Gonzáles, L. & Cervantes, K. (2013). *“La adopción de las tecnologías de la Información en las PYMES del sector manufacturero de Baja California”*. XVIII Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática. Universidad Autónoma de Baja California México D. F.
- Lagos, C. (2008). *Propuesta de implementación de un CRM para PYMES en el sector textil*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. (Tesis de grado).
- Llano, N. (2008) .*Política para la Promoción en el Acceso y Uso de TIC en Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Colombianas*.
- Ministerio de la Producción (2015). *Anuario las MIPYMES en cifras 2015*, Lima, Perú.
- Muñoz, M. (2016) *Las TIC y la participación en el mercado internacional de las MYPES del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana – año 2016*. Universidad Mayor de San Marcos, Lima. (Tesis de pregrado).
- Pérez, V., Rodríguez, C. & Ingar, B. (2010). *Reporte Financiero Burkenroad Perú – Sector Textil del Perú* .CENTRUM, Lima Perú.
- Romero, A. (2011). *La administración y el posicionamiento de las empresas por medio de tecnologías de información*. Instituto Politécnico Nacional, México D.F. (Tesis de maestría).

Ríos, M., Toledo, J., Campo, O. & Alejo, A. (2009). *Nivel de Integración de las TICS en las MIPYMES, un Análisis Cualitativo*. Instituto Tecnológico de Celaya, México. *Panorama Administrativo Journal*, 3(6), 157-179

Ruiz (2017). "Efecto de las tecnologías de información y Comunicación (TIC) en la competitividad Internacional de las PYMES agroexportadoras de espárragos frescos en Lima metropolitana y Callao". Universidad San Ignacio de Loyola, Lima (Tesis de pregrado).

Slusarczyk, M., Pozo, J. & Perurena, L. (2015). *Estudio de aplicación de las TIC en las PYMES*. 3C Empresa (Edición núm. 21) 4(1) ,70 87.

Silipú G. (2011). *Fortalecer para crecer, casos de éxito del programa MYPE*. Universidad de Piura, Perú, pág. 4.

Thompson, A. y Strickland, A. (2004). *Administración Estratégica*. Editorial Mc Graw Hill, México.

b) Lincografía

Agüero, A. y Pérez, P. (2010) *El Uso de Internet de los trabajadores independientes y microempresarios en el Perú*. Recuperado el 10 de Enero de 2017 en:

<http://www.acornrecom.org/papers/acornrecom2010aguero.pdf>

De Vita N. (2008). *Tecnologías de Información y Comunicación para las Organizaciones del siglo XXI*. CICAG, vol. 5 – Ed.1. Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo. Recuperado el 15 de enero de 2017 en: <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/cicag/article/viewArticle/545/1317>

Diario Gestión. *MYPEs podrían reducir sus costos si usaran más tecnologías de información y comunicación*. [Citada Abril 2014]. Recuperado el 14 de febrero de 2017 en: <http://gestion.pe/mercados/MYPEs-podrian-reducir-sus-costos-si-usaran-mas-tecnologias-informacion-y-comunicacion-2093444>

Foro Económico Mundial (2015). Informe Global de Tecnología de la Información 2015.WEF

Gil, E. (2002). *Identidad y Nuevas Tecnologías*. Recuperado el 14 de febrero de 2017 en: <http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>

Guillén, T. (2007). *Las TIC en la estrategia empresarial*. Ed. ANETCOM. Recuperado el 22 de enero de 2017 en: [http://video.anetcom.es/editorial/Las TIC en la estrategia empresarial.pdf](http://video.anetcom.es/editorial/Las_TIC_en_la_estrategia_empresa_rial.pdf)

Murelaga. J. (2001). La Radio frente a la Revolución Digital. Recuperado el 24 de enero de 2017 en <http://www.coranto.net> . Revista de Periodismo Digital. Año 1. No. 1.

Monge, R., Alfaro C. y Alfaro J. (2005). *TICs en las PYMES de Centroamérica*. CAATEC Costa Rica y IDRC-CRDI. Editorial Tecnológica. Disponible en: http://www.idrc.ca/en/ev-89287-201-1-DO_TOPIC.html

Pedraza, N., Sánchez, A & García, F (2006). “*La Importancia de la Adopción De TIC en las Pymes Mexicanas*” en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 66, agosto 2006. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2006/pmsagf.htm>

Saravia, M. (2002). *Hacia una PYME eficiente y bien conectada*. Disponible en: <http://www.solucionespracticas.org.pe/publicaciones/pdf/Hacia%20una%20PYME%20eficiente%20y%20bien.pdf>

Saavedra, M. & Tapia, B. (2013). *El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas*. Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 10 (1), 85-104. Recuperado el 5 de febrero de 2017 en: <http://www.3ciencias.com/wpcontent/uploads/2015/02/ESTUDIO-DE-APLICACION-DE-LAS-TIC-EN-LAS-PYMES.pdf>

Villarán, F. (2000) *Las PYMEs en la estructura empresarial peruana*. SASE. Lima. Recuperado el 20 marzo de 2017 en: <http://decon.edu.uy/network/panama/VILLARAN.PDF>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA
ANÁLISIS SITUACIONAL DEL USO DE LAS TICS EN LAS MYPES DEL SECTOR CONFECCIONES
DE LA CIUDAD DE TACNA, AÑO 2016

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	METODOLOGIA
<p>Problema General</p> <p>¿Las TICS están presentes en las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar si las TICS están presentes en las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Las TICS están presentes en las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016.</p>	<p>Variable Única</p> <p>Uso de las TICS</p>	<p>Tipo:</p> <p>Investigación Descriptiva</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>a) ¿Qué tipo de TICS utilizan las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los clientes?</p> <p>b) ¿Qué tipo de TICS utilizan las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus proveedores?</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>a) Verificar qué tipo de TICS utilizan las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los clientes.</p> <p>b) Determinar qué tipo de TICS utilizan las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus proveedores.</p>	<p>Hipótesis Específicas</p> <p>a) El tipo de TICS que utilizan las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los clientes, en cuanto a TICS básicas es el celular y en cuanto a TICS avanzadas es Facebook.</p> <p>b) El tipo de TICS que utilizan las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus proveedores, respecto a TICS básicas es el celular y en cuanto a TICS avanzadas es WhatsApp.</p>		<p>Diseño:</p> <p>No experimental, transeccional</p>
			<p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disposición de TICS • Utilización de TICS con los grupos de interés 	<p>Población:</p> <p>Comprendido por 106 dueños de MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, que operan en los centros comerciales Augusto B. Leguía y Tacna Centro.</p>

-
- | | | |
|--|---|--|
| <p>c) ¿Qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus trabajadores?</p> | <p>c) Verificar qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus trabajadores.</p> | <p>c) El tipo de TICs que utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con sus trabajadores, en cuanto a TICs básicas es el celular y en cuanto a TICs avanzadas es el whatsApp.</p> |
| <p>d) ¿Qué tipo de Software utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 en las áreas o departamentos?</p> | <p>d) Establecer qué tipo de Software utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 en sus áreas o departamentos.</p> | <p>d) El tipo de Software que utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 en las áreas o departamentos, es el software contable.</p> |
| <p>e) ¿Qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los bancos, SUNAT y otros agentes?</p> | <p>e) Verificar qué tipo de TICs utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los bancos, SUNAT y otros agentes.</p> | <p>e) El tipo de TICs que utilizan las MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016 para estar en contacto con los bancos, SUNAT y otros agentes, en cuanto a TICs básicas es el celular y en cuanto a TICs avanzadas es el correo electrónico.</p> |
-

Muestra:

Se consideró una muestra no probabilística, es decir, por conveniencia e intencional, siendo un total de 56 dueños de MYPEs del sector confecciones de la ciudad de Tacna.

Técnica (Instrumento) de recolección de datos:

Encuesta (Cuestionario)

ANEXO 2: CUESTIONARIO

ANÁLISIS SITUACIONAL DEL USO DE LAS TICS EN LAS MYPES DEL SECTOR CONFECCIONES DE LA CIUDAD DE TACNA, AL AÑO 2016

ESTIMADO SR. SRA. SRTA.:

Nos encontramos realizando un estudio, respecto al **Análisis Situacional del Uso de las TICs en las MYPES del sector confecciones de la ciudad de Tacna, año 2016**, es por ello que hemos elaborado las siguientes proposiciones con la finalidad de conocer su percepción.

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

I. PREGUNTAS GENERALES

a. Información Demográfica

Género: Masculino Femenino

Edad:

b. Antecedentes Educativos

Nivel de educación: Primaria Técnico
Secundaria Universitaria

c. Datos generales de la empresa textil

Años de actividad de la empresa:

Fuentes de capital: Propio Préstamos Bancarios

II. PREGUNTAS DE ESPECIFICACIÓN

En la siguiente sección se le realizara una serie de preguntas relacionadas a la disposición y uso de TICs en su empresa con respecto a los siguientes agentes:

DISPOSICIÓN DE LAS TICS

N°	Ítems	SI	NO
	Disposición de TICS Básicas		
1	Su empresa cuenta con teléfono fijo para comunicarse con los clientes, proveedores, etc.		

2	Su empresa cuenta con celulares para comunicarse con los clientes, proveedores, etc.		
3	Su empresa dispone de computadora con software y hardware básico (procesadores de texto y hojas de cálculo).		
	Disposición de TICS Avanzadas	SI	NO
4	Su empresa dispone de WhatsApp para comunicarse con los clientes, proveedores, etc.		
5	Su empresa dispone de un correo electrónico empresarial como medio para contactarse con clientes, proveedores, etc.		
6	Su empresa dispone de una cuenta de Facebook (fanpage empresarial).		
7	Su empresa dispone de una página en web		
8	Su empresa tiene acceso al servicio de internet		
9	Su empresa dispone de computadoras implementadas con software avanzado.		
	Disposición de sistemas de información (Software)	SI	NO
10	Su empresa dispone de un software para llevar la contabilidad.		
11	Su empresa dispone de un software para la gestión de inventarios.		
12	Su empresa dispone de planillas electrónicas para el pago de remuneraciones.		
13	Su empresa dispone de un software para la facturación de los comprobantes de venta, a partir de la información almacenada sobre sus productos y lista de precios.		
14	Su empresa dispone de un software de gestión de ventas y compra		
15	Su empresa dispone de una base de datos de sus clientes para generar promociones y ofertas, etc.		

UTILIZACIÓN DE TICS CON LOS CLIENTES

16. ¿Qué TICS básicas utilizan para estar en contacto con los clientes (gestión de pedidos, consultas, etc.)

- Teléfono fijo
 Celular
 Ambos

17. ¿Qué TICS avanzadas utilizan para estar en contacto con los clientes (gestión de pedidos, consultas, etc.)?

- WhatsApp
 Correo electrónico
 Facebook (fanpage empresarial)
 Página web
 Más de una opción

18. ¿Qué TICs utilizan para promocionar su marca y productos?

- Facebook(fanpage empresarial)
- Página en web
- Base de datos
- Más de una opción

UTILIZACIÓN DE TICS CON LOS PROVEEDORES

19. ¿Qué TICs básicas utilizan para estar en contacto con sus proveedores?

- Teléfono fijo
- Celular
- Ambos

20. ¿Qué TICs avanzadas utilizan para estar en contacto con sus proveedores?

- WhatsApp
- Correo electrónico
- Facebook (fanpage empresarial)
- Más de una opción

21. ¿Con qué finalidad utiliza el correo electrónico y el internet en relación a proveedores?

- Envío y recepción de formularios de cotizaciones de proveedores, a través del correo electrónico.
- Envío y recepción de documentación sobre transporte y entrega de pedidos a través del correo electrónico.
- Identificar a proveedores potenciales, a través del internet.

UTILIZACIÓN DE TICS CON LOS EMPLEADOS

22. ¿Qué TICs básicas utilizan para comunicarse con sus trabajadores?

- Teléfono fijo
- Celular
- Ambos

23. ¿Qué TICs avanzadas utilizan para comunicarse con sus trabajadores?

- Utilizamos whatsApp
- Utilizamos correo electrónico
- Utilizamos Herramientas de colaboración y formación (Skipe , video conferencias, reuniones online, e-learning, etc.)
- Más de una opción

UTILIZACIÓN DE SOFTWARES EN LAS AREAS O DEPARTAMENTOS

24. ¿Con qué software cuenta las áreas o departamentos de su empresa?

- Software contable
- Software de gestión de inventarios
- Software de planillas electrónicas
- Software para la facturación electrónica
- Software de gestión de ventas y compras
- Más de una opción

UTILIZACIÓN DE LAS TICs CON LOS BANCOS, SUNAT Y OTROS AGENTES

25. ¿Qué TICs básicas utilizan para comunicarse con los bancos, SUNAT y otros agentes?

- Teléfono fijo
- Celular
- Ambos

26. ¿Qué TICs avanzadas utilizan para comunicarse con sus asesores contables, legales, etc.?

- WhatsApp
- Correo electrónico
- Ambos

27. ¿Qué actividades realiza a través del internet?

- Obtener información de los bancos sobre el estado de sus cuentas
- Realizar pagos y transferencias bancarias
- Tener acceso a oportunidades de negocio de la administración pública/privada (ventas al estado)
- Realizar las declaraciones de impuestos en el portal de la SUNAT
- Obtener información sobre las tendencias/modas en productos del sector
- Publicar información sobre ofertas de empleo

¡Muchas gracias por su colaboración!

ANEXO 3: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

JULIAN L. VARGAS MAMANI, Doctor en Contabilidad Auditoría, identificado con DNI N° 01985682, por medio de la presente hago constar que realice la revisión de los cuestionarios del trabajo de tesis, elaborado por la Bach. **YUDI EUGENIA JULI ESPINOZA** de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Comercial, quien está realizando un trabajo de investigación titulado "**ANÁLISIS SITUACIONAL DEL USO DE LAS TIC EN LAS MYPE DEL SECTOR CONFECCIONES DE LA CIUDAD DE TACNA AL AÑO 2016**". Por lo que se determina que dichos instrumentos reúnen las características apropiadas en cuanto a la pertinencia y coherencia entre las variables, dimensiones e indicadores, además posee una adecuada redacción.

Por lo que considero que dichos cuestionarios son **VÁLIDOS** para su aplicación.

Tacna, enero 2017


.....
Dr. Julian L. Vargas Mamani
DNI N° 01985682

ANEXO 4: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

GLADYS P. LIMACHE AROCUTIPA, Magister, identificado con DNI N° 00493208, por medio de la presente hago constar que realice la revisión de los cuestionarios del trabajo de tesis, elaborado por la Bach. YUDI EUGENIA JULI ESPINOZA de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Comercial, quien está realizando un trabajo de investigación titulado "ANÁLISIS SITUACIONAL DEL USO DE LAS TIC EN LAS MYPE DEL SECTOR CONFECCIONES DE LA CIUDAD DE TACNA AL AÑO 2016". Por lo que se determina que dichos instrumentos reúnen las características apropiadas en cuanto a la pertinencia y coherencia entre las variables, dimensiones e indicadores, además poseen una adecuada redacción.





Por lo que considero que dichos cuestionarios son **VÁLIDOS** para su aplicación.

Tacna, enero 2017



.....
Mgr. Gladys P. Limache Arocutipá
DNI N° 00493208

ANEXO 5: CARTA DE PRESENTACIÓN 1 PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

	UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y EMPRESARIALES E.A.P. DE INGENIERÍA COMERCIAL	
<small>Av. Miraflores s/n (Ciudad Universitaria) Apartado N° 316 Telefax: 052-583000 Anexo: 2079</small>		
Año de la Consolidación del Mar de Grau		
CARTA DE PRESENTACIÓN ESCO-FCJE/UNJBG		
Tacna, 14 de diciembre del 2016		
Señores: CENTRO COMERCIAL TACNA CENTRO Ciudad.-		
ASUNTO : PRESENTACIÓN DE BACHILLER YUDI EUGENIA JULI ESPINOZA DE LA ESCO		
<p>Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y a la vez presentar a la Bachiller de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial- Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, quien viene desarrollando su tesis titulada "ANÁLISIS SITUACIONAL DEL USO DE LAS TICs En LAS MYPES DEL SECTOR CONFECIONES DE LA REGIÓN DE TACNA, AÑO 2016", por lo que agradeceré, se sirva otorgar permiso y acceso a su representada, a fin de que la bachiller en mención pueda desarrollar su proyecto de tesis.</p>		
1. YUDI EUGENIA JULI ESPINOZA DNI. N° 47416342		
<p>Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para agradecerle por su gentil atención y reiterarle mi saludo.</p>		
<p>Atentamente,</p>		
 <hr/> DR. JESÚS OLIVERA CACERES DIRECTOR (e) ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL		
<p>C.c.: Archi</p>		

ANEXO 6: CARTA DE PRESENTACIÓN 2 PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

 UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN – TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y EMPRESARIALES
E.A.P. DE INGENIERÍA COMERCIAL 
Av. Miraflores s/n (Ciudad Universitaria) Apartado N° 316 Telefax: 052-583000 Anexo: 2079

"AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DEL MAR DE GRAU"

CARTA DE PRESENTACIÓN ESCO-FCJE/UNJBG

Tacna, 14 de diciembre del 2016

Señores:
GALERÍA COMERCIAL AUGUSTO B. LEGUÍA
Ciudad.-

ASUNTO : PRESENTACIÓN DE BACHILLER YUDI EUGENIA JULI ESPINOZA DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

Es grato dirigirme a usted, para saludarlo cordialmente y a la vez presentar a la Bachiller de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial – Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann, que viene desarrollando su Tesis titulada "ANÁLISIS SITUACIONAL DEL USO DE LAS TICs EN LAS MYPES DEL SECTOR CONFECCIONES DE LA REGIÓN DE TACNA, AÑO 2016", por lo que agradeceré, se sirva otorgar permiso y acceso a su representada, a fin de que la Bachiller en mención pueda desarrollar su Tesis.

YUDI EUGENIA JULI ESPINOZA DNI N° 47416342

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para agradecerle por su gentil atención y reiterarle mi saludo.

Atentamente,



DR. JESÚS A. OLIVERA CÁCERES
DIRECTOR (E)
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL


16-01-17

c.c.: Arch.
JOC/-