



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“INFLUENCIA DE LAS TIC’S PARA MEJORAR LAS EXPORTACIONES DE ROPA INFANTIL DE LA EMPRESA KONSENTIDOS, LIMA 2018”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Lizeth Beatriz, Molina Cuellar

Asesor:

Mg. Lic. Jorge Malpartida Gutiérrez

Lima - Perú

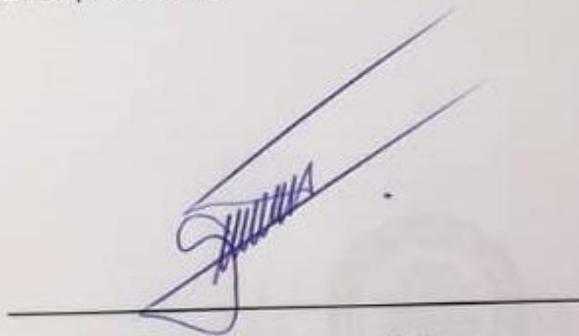
2018

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Mag. Jorge Malpartida Gutiérrez, Docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación del(os) estudiante(s):

- Lizeth Beatriz Molina Cuellar

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: "INFLUENCIA DE LAS TIC'S PARA MEJORAR LAS EXPORTACIONES DE ROPA INFANTIL DE LA EMPRESA KONSENTIDOS, LIMA 2018" para optar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas por lo cual **AUTORIZA** su presentación.



Mag. Jorge Malpartida Gutiérrez

Asesor

ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Sr(a) Mag. Berenice Cajavilca Gonzales; ha procedido a realizar la evaluación del trabajo de investigación del (los) estudiante(s): *Lizeth Beatriz Molina Cuellar*; para aspirar al grado de bachiller con el trabajo de investigación: INFLUENCIA DE LAS TIC'S PARA MEJORAR LAS EXPORTACIONES DE ROPA INFANTIL DE LA EMPRESA KONSENTIDOS, LIMA 2018.

Luego de la revisión del trabajo en forma y contenido expresa:

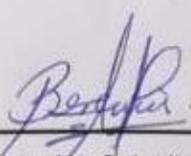
Aprobado

Calificativo: Excelente [18 -20]

Sobresaliente [15 - 17]

Buena [13 - 14]

Desaprobado


Mag. Berenice Cajavilca Gonzales



Coordinador Académico

DEDICATORIA

A Dios, por guiarme en mi camino. A mi madre por ser una luchadora y por su apoyo a todo lo que me propongo.

A mis hermanos, la mayor por ser mi ejemplo a seguir y por el apoyo incondicional, al menor por brindarme las alegrías y ser mi fuerza para seguir adelante.

A mi novio, por su apoyo y perseverancia, gracias amor.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar agradecimiento a cada uno de los maestros por su guía durante la realización de este proyecto y durante la carrera; a mis jefes por su gran aporte a mis conocimientos.

Y a todas las personas que colaboraron e hicieron posible la realización de este proyecto, por su apoyo, motivación e incentivo constante, para la culminación de mi carrera.

TABLA DE CONTENIDO

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema	15
1.2.1 Problema general	15
1.2.2 Problemas específicos	16
1.3. Objetivos	16
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivos específicos	16
1.4. Hipótesis	16
1.4.1. Hipótesis general	16
1.4.2. Hipótesis específicas	17
1.5. Justificación	17
1.5.1. Justificación teórica	17
1.5.2. Justificación práctica	17
1.6. Limitaciones	17
1.7. Antecedentes	18
1.7.1. Antecedentes nacionales	18
1.7.2. Antecedentes internacionales	21
1.8. Bases teóricas	26
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	32
2.1. Operacionalización de variables	32
2.2. Diseño de investigación	33

2.3. Unidad de estudio	35
2.4. Población	36
2.5. Muestra (muestreo o selección)	36
2.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	37
2.6.1 Técnicas	37
2.6.2 Instrumentos	38
2.6.3 Procedimientos de análisis de datos	39
CAPÍTULO III RESULTADOS	41
3.1. Variable Independiente	41
4.2. Variable Dependiente 1:	46
4.3. Variable Dependiente 2:	48
4.4. Análisis descriptivo bivariado:	50
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	52
4.1. DISCUSIONES	52
4.2. CONCLUSIONES	56
REFERENCIAS	57
ANEXOS	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Reporte de ventas de ropa infantil de la empresa Konsentidos	14
Tabla 2	Aplicaciones de las TIC’s en las Pymes	26
Tabla 3	Operacionalización de variables	32
Tabla 4	Ficha de Registro	38
Tabla 5	Base de datos antes de aplicar las TIC’s	39
Tabla 6	Base de datos después de aplicar las TIC’s	40
Tabla 7	Análisis de las Exportaciones antes de la variación	41
Tabla 8	Análisis de las Exportaciones después de la variación	43
Tabla 9	Análisis comparativo de las Exportaciones	45
Tabla 10	Análisis comparativo de la productividad	47
Tabla 11	Análisis comparativo de la rentabilidad	49
Tabla 12	Resultados Comparativos de las Exportaciones, Productividad y Rentabilidad	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Empresas según principales usos de internet	13
Figura 2	Comparación de las exportaciones de los años 2016 y 2017	15
Figura 3	Crecimiento de la productividad en la UE, EEUU y Japón	23
Figura 4	Principales factores influyentes en la Adopción de TIC’S	24
Figura 5	Diseño de investigación	33
Figura 6	Alcances que puede tener un estudio cuantitativo	34
Figura 7	Tipos de diseños experimentales	35
Figura 8	Diseño longitudinal de tendencia	36
Figura 9	Representación de una muestra	37
Figura 10	Exportación antes de variación	38
Figura 11	Exportación después de variación	44
Figura 12	Análisis comparativo de las Exportaciones	45
Figura 13	Análisis comparativo del promedio de las exportaciones	46
Figura 14	Análisis comparativo de la Productividad	47
Figura 15	Análisis comparativo del promedio de la Productividad	48
Figura 16	Análisis comparativo de la rentabilidad	49
Figura 17	Análisis comparativo del promedio de la Rentabilidad	50
Figura 18	Análisis de Resultados comparativos	51

RESUMEN

La investigación titulada “Influencia de las TIC’s para mejorar las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018”, plantea determinar cómo las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) son cada vez más importantes e imprescindibles, siendo herramientas claves para poder dar a conocer la empresa tanto en el ámbito nacional e internacional, el poder captar más clientes, conocer los deseos y las opiniones de los clientes directos y potenciales clientes, generar más ingresos económicos, esta situación no es indiferente a las empresas del sector textil.

El primer capítulo introduce al lector sobre la “Influencia de las TIC’s para mejorar las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018” y, se describe los problemas a solucionar, los antecedentes y marco teórico relacionados a la investigación, adicional a ello explicaré sobre las hipótesis, la justificación, limitaciones y los objetivos del mismo.

En el segundo capítulo explicaré la metodología, junto con el diseño de investigación, unidades de estudio e instrumentos que utilizaremos para la presente investigación. El tercer capítulo analizaremos los resultados de la investigación, y en el último capítulo realizaremos las discusiones respectivas con los antecedentes mencionados en el primer capítulo y terminaré con las conclusiones.

PALABRAS CLAVES: TIC’s, Exportación, Rentabilidad, Tecnología, Innovación.

ABSTRACT

The research entitled “Influence of ICTs to improve exports of children's clothing from the company KONSENTIDOS, Lima 2018”, proposes to determine how Information and Communication Technologies (ICT) are increasingly important and essential, being key tools to be able to publicize the company both nationally and internationally, to be able to attract more customers, know the wishes and opinions of direct customers and potential customers, generate more income, this situation is not indifferent to companies in the sector textile.

The first chapter introduces the reader on the “Influence of ICTs to improve exports of children's clothing from the company KONSENTIDOS, Lima 2018”, and describes the problems to be solved, the background and theoretical framework related to research, additional to this I will explain about the hypothesis, the justification, limitations and the objectives of it.

In the second chapter I will explain the methodology, together with the research design, study units and instruments that we will use for the present investigation. The third chapter will analyze the results of the investigation, and in the last chapter we will carry out the respective discussions with the antecedents mentioned in the first chapter and I will finish with the conclusions.

Keywords: ICT, Export, Profitability, Technology, Innovation.

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El Uso de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), cada vez son más relevantes en la rutina diaria de las personas, su difusión se ha extendido a todos los ámbitos y a amplios sectores de la industria textil, el internet es una TIC que todo negocio actualmente es fundamental e imprescindible, quien no usa las tecnologías se quedan viviendo en el pasado, es por ello que las industrias han aumentado los portales de compras en línea.

El rápido desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), su incremento en el uso por parte de las empresas, administraciones públicas y hogares y, más notablemente, el fuerte crecimiento de Internet, están teniendo un importante impacto económico y social, para tener una idea del impacto comercial ahora mismo, se pueden señalar unos datos abrumadores. Por ejemplo, en el caso de Estados Unidos, el 47% de los consumidores ya compra a través de dispositivos móviles. En el marco de la Unión Europea, Alemania y Reino Unido lideran el ranking con 9 millones de compradores cada uno, mientras que en España, la cifra supera los 3,2 millones de personas. Lejos de estancarse, el número de usuarios que utiliza su celular para contratar productos o servicios va a más. Según MarketLive, las ventas formalizada desde terminales móviles crecieron un 66,4% en el último año, aunque todavía representan un porcentaje muy residual del pastel: un 3,9%, lo que se traduce en 30.000 millones de dólares de facturación anual en todo el mundo.

Según la actividad económica, las empresas que más invirtieron en Ciencia y Tecnología fueron las que se dedican al suministro de electricidad (37,2%), información y

comunicaciones (34,3%), atención de la salud humana y de asistencia social (33,2%), la enseñanza privada (33,0%), suministro de agua y alcantarillado (32,4%), otras actividades de servicios (30,6%), actividades de servicios administrativos y de apoyo (29,3%) y actividades profesionales, científicas y técnicas (28,9%) entre los más importantes. En tanto que, las empresas que invirtieron menos fueron las dedicadas a las actividades inmobiliarias (16,8%), seguida de transporte y almacenamiento (17,2%), y agrícola y pesca (18,3%). (INEI 2016).

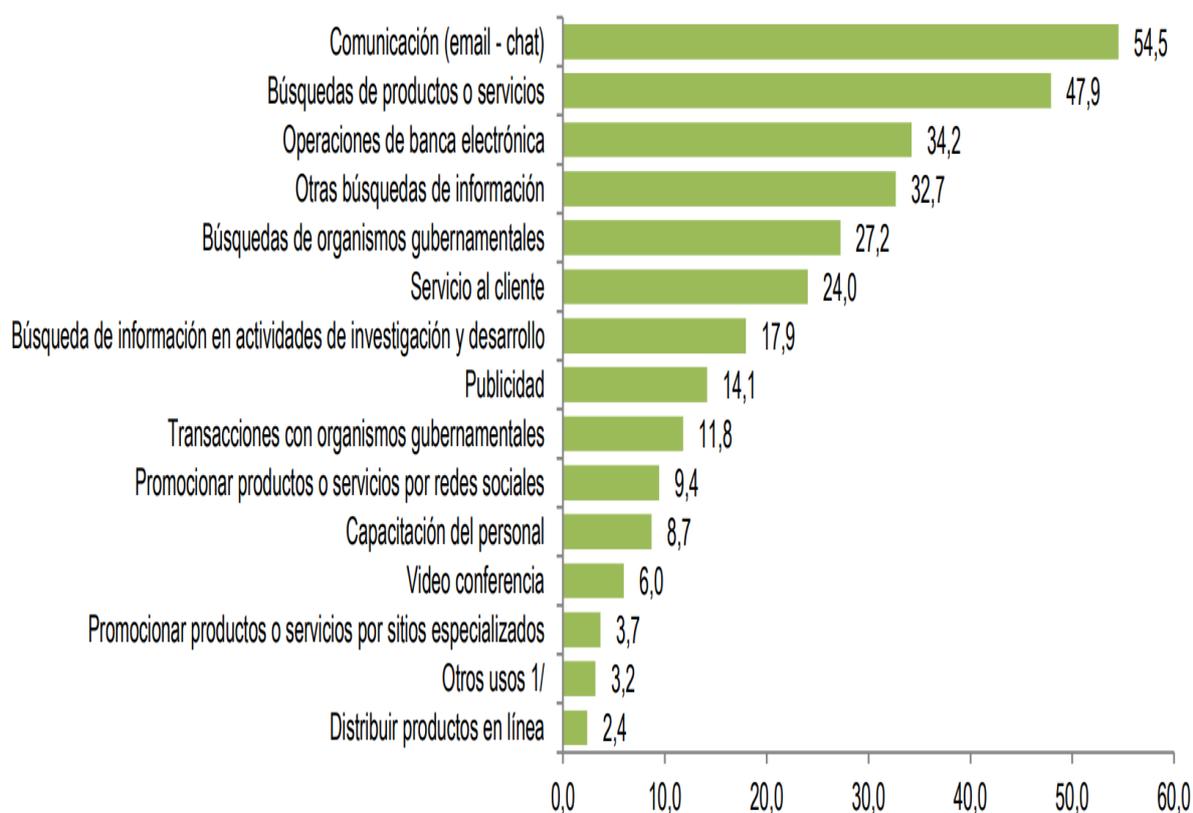


Figura 1. Empresas, según principales usos de Internet
Fuente: INEI (2016)

En relación con el contexto indicado, la presente investigación tiene como finalidad la evaluación de la aplicación de las TIC’s para mejorar las exportaciones de la empresa KONSENTIDOS Moda Infantil; la cual se constituye como una pequeña empresa iniciando sus actividades en el año 2015. Su giro principal es la confección, venta y exportación de ropa para niños de 1 hasta 6 años; cuenta con un taller en el distrito de Jesús María, así como una cuenta de Facebook como único canal de promoción y venta. Sin embargo, las estrategias

y medios comerciales actuales de la organización no generan la rentabilidad deseada, siendo insuficiente la utilización de los canales tradicionales, como venta directa, o a pedido a través de Facebook.

En esa línea, el nivel de ventas durante el año 2017 fue decayendo, afectando la rentabilidad, productividad y permanencia de la empresa en el mercado, tal como podemos ver el reporte de ventas del año 2016 y 2017.

Tabla 1:

Reporte de ventas de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS

VENTAS - ROPA INFANTIL		
MESES	2016	2017
Enero	11,577	9,560
Febrero	9,661	8,657
Marzo	12,655	9,650
Abril	11,754	10,658
Mayo	11,958	9,855
Junio	10,855	9,659
Julio	13,659	10,876
Agosto	12,876	11,660
Septiembre	13,660	10,577
Octubre	14,367	10,661
Noviembre	15,633	14,633
Diciembre	16,654	18,754
TOTAL	155,309	135,200

Fuente: Elaboración propia

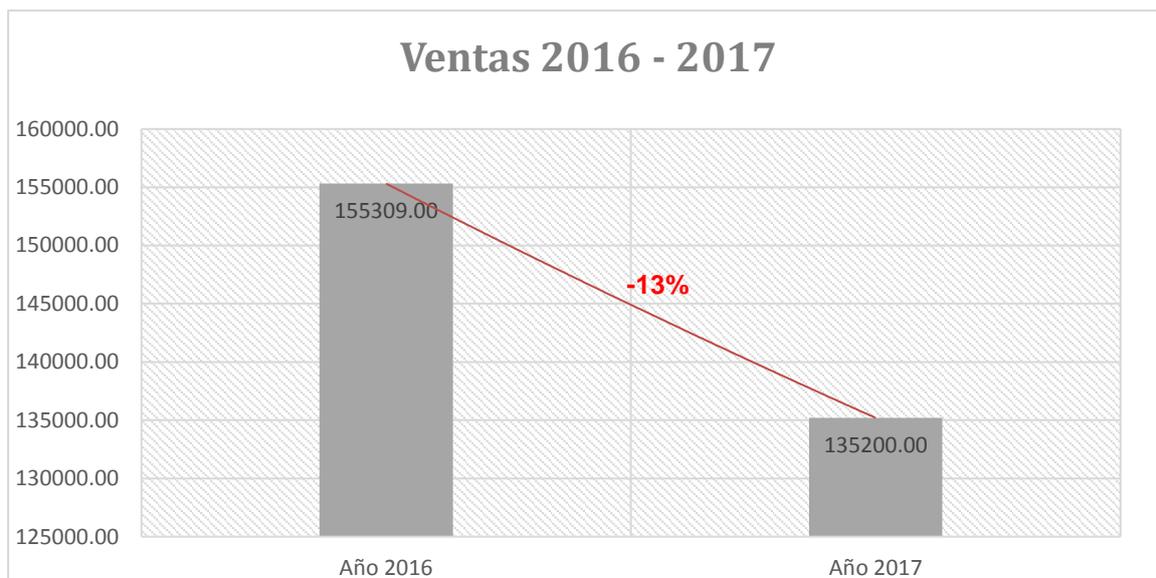


Figura 2. Comparación de las exportaciones de los años 2015 al 2016 de la empresa Konsentidos, donde podemos apreciar que en el 2017 disminuyó las exportaciones un 13% a comparación del 2016.

Fuente: Elaboración propia

Por lo antes expuesto y luego de identificado el problema, la presente investigación busca determinar estrategias alineadas a las TIC’s pueden incrementar el nivel de rentabilidad, así como las exportaciones de la empresa KONSENTIDOS.

1.2. Formulación del problema

Por ello, formulamos la siguiente pregunta asociada al problema en cuestión, a fin de iniciar nuestra investigación:

1.2.1 Problema general

¿Cómo la influencia de las TIC’s mejora las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo la influencia de las TIC’s mejora la productividad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018?

¿Cómo la influencia de las TIC’s mejora la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018?

1.3. Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar como la influencia de las TIC’s mejora las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar como la influencia de las TIC’s mejora la productividad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

Determinar como la influencia de las TIC’s mejora la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

La influencia de las TIC’s mejorará las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

1.4.2. Hipótesis específicas

La influencia de las TIC’s mejorará la productividad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

La influencia de las TIC’s mejorará la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación teórica

Se busca comprobar las teorías y conceptos planeados sobre la influencia de las TIC’s en las empresas, en este caso, las mejoras de exportación de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS; La tecnología y el rendimiento generan valor y ventajas que incrementan la productividad de la empresa, ganando más rentabilidad en sus operaciones, llegando a más clientes de difícil acceso.

1.5.2. Justificación práctica

Se basa es determinar si la influencia de las TIC’s mejora la Productividad y rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, ya que las TIC’s hoy en día se han convertido en una opción necesario e interesante para las empresas y sobre todo para las exportaciones.

1.6. Limitaciones

Debido de que KONSENTIDOS es una pequeña empresa, no cuenta con muchos antecedentes para realizar la investigación al 100%, Sin embargo, se considera que es

importante desarrollar esta investigación para determinar si la influencia de las TIC’s mejora las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS.

1.7. Antecedentes

1.7.1. Antecedentes nacionales

Muñoz, M. (2017) presenta la investigación titulada *Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana – año 2016*. Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales.

Objetivo de la investigación: 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.

Metodología: En esta investigación se utiliza el enfoque cuantitativo que es secuencial y probatorio, no experimental, Transversal, Descriptivo y Correlacional.

Conclusión: El avance tecnológico, el uso de las TIC e Internet están siendo cada día más imprescindibles en las empresas. Estas tecnologías están inmersas en todas las actividades y procesos de la organización haciéndolas más productivas y competitivas. El Sector Textil y Confecciones peruano es un sector manufacturero con gran potencial, representa el 8% del PBI industrial, el 1,2% del PBI nacional y es el segundo sector no tradicional con las mayores exportaciones hacia mercados como Estados Unidos, Brasil, Ecuador, Venezuela y países europeos. Asimismo, también que generan un gran aporte al

empleo nacional entre trabajos directos e indirectos. El Perú posee el algodón y la fibra de alpaca que son materias primas de gran valor en el mercado internacional por su alta calidad.

Rodríguez, D. (2016) presenta la investigación titulada *Uso de las Tecnologías de información y comunicaciones y su efecto en el comportamiento exportador de las MYPES agroindustriales de la Libertad al año 2016*. Tesis para la obtención el título profesional de Licenciada en Negocios Internacionales;

Objetivo de la investigación: El objetivo es Analizar el efecto del uso Tecnologías de Información y Comunicaciones en el comportamiento exportador de las MYPES del sector agroindustrial en La Libertad al año 2016.

Metodología: Para sistematizar la información de acuerdo a la formulación del problema y el logro de los objetivos En este proyecto de investigación el procesamiento de la información se realizó a través de Excel, (Estadísticas Cualitativo Exploratorio) teniendo en cuenta que la información fue obtenida en trabajo de campo a través del instrumento del cuestionario el cual fue aplicado a 78 Empresas Agroindustriales las cuales tienen la sede administrativa en la provincias de Trujillo; la información obtenida fue procesada utilizando los criterios de medición de las teorías implantadas para medir uso de las TICS y Comportamiento exportador; luego fue ordenada y codificada para el estudio de cada variable Para tener una mejor visualización del tema a investigar, se analizó los resultados presentados en tablas y figuras estadísticas y de esa manera se llegó a cumplir con los objetivos esta investigación.

Conclusión: El 20% de las MYPES utilizan las tecnologías de información y comunicaciones como soporte en el desarrollo de estrategias de exportación para sus empresas; y son las Mypes Exportadoras. Las tecnologías de información y comunicaciones más utilizadas por las Empresas en un 100% son el uso del ordenador, el uso de la telefonía móvil, acceso a internet y las con menos índice de uso el cloud computing (15%) y capacitación TIC a los colaboradores (21%). El 22% de las Empresas del sector agroindustrial de la región la Libertad poseen un comportamiento exportador positivo ya que tienen implementadas las principales estrategias de exportación dentro de su empresa; sin embargo se observa cierta deficiencia en cuanto a posicionamiento de marca en mercados extranjeros y estandarización de procesos y ventas por internet ;por otro lado, adquirir alguna certificación internacional bajo normativas internacionales debido a la falta de conocimiento técnico y asesoría comercial por parte de las Mypes agroindustriales. Las Tecnologías de información y comunicaciones tienen un efecto positivo en el uso de las TICS; ya que el 22% de las empresas que poseen estas tecnologías son las que desarrollan en su mayoría las estrategias de exportación. Ya que sostienen que facilita el comercio agiliza sus operaciones y procedimientos y mejora la infraestructura para el comercio electrónico.

Gonzales, C., Pacheco, F., (2016) presenta la investigación *titulada políticas públicas de tecnologías de la información y comunicación para la internacionalización de las empresas peruanas de software: estudio de caso del periodo 2003-2013*. Tesis para obtener el título profesional en Gestión.

Objetivo de la investigación: La investigación tiene por objetivo analizar las políticas públicas de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) desarrolladas por las principales entidades del Estado vinculadas al sector, en el periodo 2003-2013.

Metodología: Dicho análisis se realiza en el marco del desarrollo de siete Factores Críticos de Éxito para la internacionalización de las empresas de software, propuestos en un modelo basado en experiencias internacionales exitosas.

Conclusión: El proceso de institucionalización de las TIC tiene sus inicios en el año 2003 con la creación de la Codesi y la Ongei. En cuanto a la primera, es preciso resaltar que la creación de una Comisión no fue suficiente para dotar al sector de un marco institucional, y menos aún si se considera que esta no contaba con los recursos necesarios para cumplir la finalidad encargada. Asimismo, en relación a la segunda, cabe señalar que hubo un importante grado de avance en cuanto al diseño de políticas públicas como la Agenda Digital Peruana, la Agenda Digital 2.0 y el Plan Nacional de Gobierno Electrónico. Cabe resaltar que las dos primeras reconocieron la transversalidad de las TIC y concibieron a la industria de software como un sector productivo.

1.7.2. Antecedentes internacionales

Vicente, D. (2017) Presenta la investigación titulada: *Impacto de las Tecnologías de la información en la productividad del establecimiento comercial minorista, para la obtención de Doctorado de la facultad de ciencias Económicas y Empresariales, Madrid.*

Objetivo de la investigación: El objetivo ha sido poder aportar al mundo académico y empresarial, una nueva visión de la gestión y organización del local comercial, utilizando para ello, propuestas y teorías académicas que, apoyadas con el análisis empírico de nuestras hipótesis, sirvan de ayuda a investigadores y empresarios, para entender mejor la

complementariedad entre Tecnología, Cambio Organizativo y Productividad del establecimiento.

Metodología: se basa en el análisis de la productividad en el establecimiento comercial minorista, distribuidas por todo el territorio nacional y con diversas tipologías de formatos y segmentación de productos, para ello, hemos analizados 248 tiendas, sabiendo que en España la población de tiendas no especializadas son de 5.390, esto implica un error muestral del 6% para un 95% del nivel de confianza.

Conclusión: Los resultados obtenidos han servido para discutir y/o refrendar planteamientos de múltiples estudios previos teóricos y prácticos, y que nos han permitido, entre otras cosas, poner de manifiesto la importancia del contraste empírico para eliminar ideas preconcebidas y no contrastadas, acerca de la gestión operativa de las tiendas, que podrían suponer premisas falsas en el proceso de toma de decisiones. En nuestro caso, es decir, en el ámbito de la distribución minorista, hemos sido capaces de contrastar la relación directa entre tecnologías de la información y la productividad, así como la relación inversa entre productividad, experiencia media de la tienda y el nivel salarial medio del establecimiento comercial.

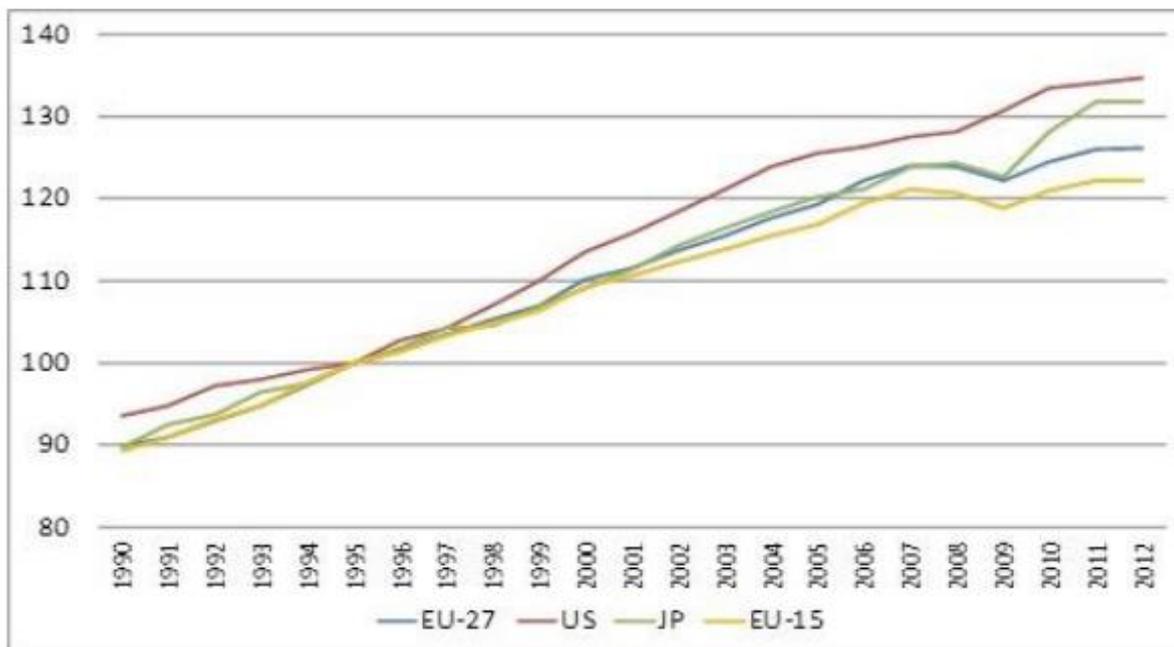


Figura 3: Crecimiento de la productividad en la UE, EEUU y Japón 1990-2012 (1995=100)

Fuente: EU (2013)

Medina, M. (2014) Presenta la investigación titulada: *Análisis de la Gestión de las Tecnologías de la información y comunicación en el sector del aceite de oliva ecológico*, para la obtención del grado de Doctorado de la Facultad de Ciencias sociales y jurídicas departamento de Organización de empresa, Marketing y Sociología, España.

Objetivo de la investigación: El objetivo general que nos proponemos con la realización de esta tesis doctoral es obtener un conocimiento profundo de cómo las empresas comercializadoras de aceite de oliva ecológico están haciendo uso de las TIC para ayudar y mejorar el proceso de comercialización de sus productos, tanto en el mercado nacional como en el extranjero. En la investigación se sostiene que la utilización de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) para la comercialización del aceite de oliva ecológico y la participación de la empresa en el comercio exterior, que a su vez puede ser impulsada por el comercio electrónico, puede dar respuestas a los anteriores problemas.

Metodología: Para la realización de esta tesis se ha utilizado tanto fuentes primarias como secundarias. Las fuentes secundarias nos han permitido justificar el estudio y definir la tesis e hipótesis, sirviéndonos de base para establecer los objetivos de investigación.

Conclusión: Los resultados extraídos de esta investigación muestran que la participación de la empresa en el comercio exterior y en el comercio electrónico se relaciona positivamente con la eficiencia de la empresa, siendo, por tanto, estas estrategias decisivas para el avance del sector. Asimismo, el estudio realizado muestra que las empresas analizadas no hacen un uso masivo, intenso y adecuado del comercio exterior, ni de las TIC para mejorar la comercialización. Además, existe una importante deficiencia organizativa y estructural, que, de acuerdo con la literatura, pueden ser factores explicativos del escaso aprovechamiento del actual entorno tecnológico por parte de estas empresas.

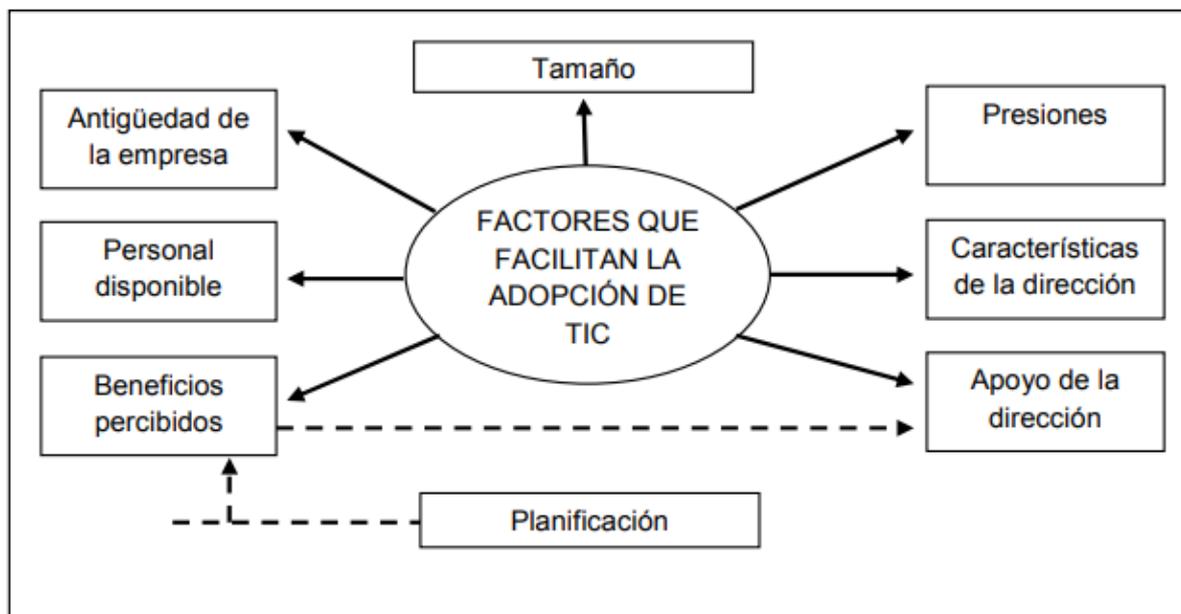


Figura 4: Principales factores Influyentes en la Adopción de TIC’S

Fuente: Medina, M (2014)

Vicente, A. (2010) Presenta la investigación titulada: *La Influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales: La banca Online y su aplicación en las cooperativas de crédito, para la obtención de Doctorado de la facultad de Económicas de Dirección de Empresas, Valencia.*

Objetivo de la investigación: La tesis propuesta supone, por tanto, analizar la relación entre dos factores de contingencia claves en el diseño organizativo de la empresa: la tecnología y la estrategia. En este sentido, la principal aportación de nuestra tesis es el estudio entre estos dos factores de contingencia, aspecto éste que apenas ha sido tratado en la literatura sobre Organización de empresas.

Metodología: Establecer las siguientes etapas en nuestro análisis cualitativo: recolección de la información (trabajo de campo), estructuración y organización de los datos, codificación de los datos (comparación de datos con las proposiciones), conceptualización y explicación del problema y socialización y ajuste de los resultados.

Conclusión: Las TIC son incuestionables y se encuentran en todo nuestro entorno, formando parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir. Amplían las capacidades físicas y mentales, posibilitando un mayor desarrollo social. Así como las máquinas ampliaron nuestras capacidades físicas, las TIC amplían nuestras capacidades intelectuales. Siguiendo el ritmo de los continuos avances científicos y en un marco de globalización económica y cultural, las TIC contribuyen a la rápida obsolescencia de los conocimientos y a la emergencia de nuevos valores, provocando continuas transformaciones en nuestras estructuras económicas, sociales y culturales, incidiendo en casi todos los aspectos de nuestra vida: el acceso al mercado de trabajo, la sanidad, la gestión

burocrática, la gestión económica, el diseño industrial y artísticos, el ocio, la comunicación, la información, la manera de percibir la realidad y de pensar, la organización de las empresas e instituciones, sus métodos y actividades, la forma de comunicación interpersonal, la calidad de vida, la educación, etc. Su gran impacto en todos los ámbitos de nuestra vida hace cada vez más difícil que podamos actuar eficientemente prescindiendo de ellas.

Tabla 2:

Aplicaciones de las TIC’s en las Pymes

Aplicaciones de comercio electrónico	<i>E-Business</i>
Aplicaciones en marketing y comunicación	Boletines, M-mail, Blogs, Observatorios de mercado...
Aplicaciones de gestión de clientes	CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)
Aplicaciones de procesos productivos y logísticos	ERP, GPS (Sistemas de posicionamiento global), Gestores de proyecto, Gestores documentales...
Aplicaciones de gestión de compras y proveedores	<i>E-procurement</i>
Aplicaciones de seguimiento y control	Cuadro de Mandos Integral (CMI), <i>Balance Scorecard (BSC)</i> y <i>Business Intelligence (BI)</i>
Aplicaciones de gestión de recursos humanos	Intranets, Portal del empleado, <i>E-learning</i> , Gestión del conocimiento...

Fuentes: Anet.com

1.8. Bases teóricas

1.8.1. Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICS)

Filion, Cisneros y Mejía (2011, p.316) definen a las tecnologías de la información y comunicación (TICS) como una parte integral del negocio, sea en actividades de apoyo (función operativa) o en actividades estratégicas que generan ventajas competitivas. La importancia de las TICS en el éxito de los negocios la podemos notar en el hecho que diversos gobiernos y organismos internacionales se encuentran realizando estudios al

respecto y estableciendo planes en pro de impulsar la implantación de las TICS en las Empresas.

1.8.2. Uso de las TIC’s

Según la literatura revisada, *Tecnologías de la persuasión: Uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas*; De acuerdo de la lectura revisada según **Fernández Quijada, D. (2013)** conceptualiza: Pese al impacto que la tecnología ha tenido en la comunicación comercial, su estudio dentro del campo de la publicidad y las relaciones públicas ha sido limitado, lo que impulsa y justifica el trabajo que el lector tiene entre sus manos. Porque, aunque existe una gran cantidad de libros, artículos y blogs relacionados con las tecnologías y la comunicación, lo cierto es que la mayoría tiene un carácter práctico que, generalmente, no incita a la reflexión sobre su impacto real. Si a esto le unimos la confusión terminológica con conceptos relacionados con el marketing, se entiende la dificultad para encontrar obras de referencia sobre la comunicación comercial y las nuevas tecnologías. (p.16).

1.8.3. Impacto de las TIC’s

Según la literatura revisada *Actualización del impacto de las Tecnologías de información y comunicación en el Perú*; **Instituto Nacional de Estadística e informática (2002)** conceptualiza: El análisis incluye también los factores no tecnológicos, económicos y sociales que el país son pre-requisitos o colaterales importantes para la implantación de las TIC, así como las políticas y acciones desarrolladas por el Estado con relación de las TIC’s, la actitud y posición que el estado debería asumir frente al escenario actual y las iniciativas que puede lanzar y desarrollar para impulsar su uso en las actividades y servicios que brinda

la administración pública y facilitar la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el país. (p.13).

1.8.4. TIC’s en el desarrollo de la PYME

Según la literatura revisada, *Las TIC en el desarrollo de la Pyme*; **Antonio Ca’ Zorzi (2011)** conceptualiza: La contribución de la inversión en TIC al crecimiento de la productividad también varía según el sector, pudiéndose observar además una correlación entre el nivel de inversión en TIC en un sector y su contribución al incremento de la productividad del trabajo. (p.11).

1.8.5. Las TIC’s como instrumento de facilitación del comercio

Según la literatura revisada *Las TIC como instrumento para acceder al mercado mundial*; **Doris Osterlof Obregón (2011)**, conceptualiza: El desarrollo acelerado del comercio internacional exige un acceso a servicios de facilitación expeditos, fiables y a costos razonables dada la alta competencia que hay entre las diversas empresas exportadoras en el mercado mundial. Las TIC son instrumentos fundamentales en este proceso. Entre las medidas que ofrecen las TIC de facilitación al comercio, así como en el transporte de las mercancías, según la UNCTAD, se encuentra la automatización de aduanas, el seguimiento de las mercancías, la tramitación del despacho antes de la llegada, el análisis de riesgo, la presentación electrónica de documentos, la gestión de información, las operaciones de las terminales, y las ventanillas electrónicas únicas. En las aduanas, la automatización es un instrumento vital para el desarrollo del comercio exterior de un país, facilitando que se presten servicios más complejos y de una forma más ágil.

1.8.6. Exportaciones

“La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas” (Daniels y Radebaugh, p.714).

“Exportar es simplemente vender es decir en el mercado magnífico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente” (Bancomext, p23.)

1.8.7. Negocios Internacionales

Según la literatura revisada, *Introducción a los Negocios Internacionales*; **Gallego Saldarriaga, J. (2014)** conceptualiza: Las Causas y características de la Globalización:

- Creciente densidad del intercambio organizacional
- Poder cada vez mayor de las multinacionales
- Revolución permanente de las TIC’s
- Aparición de nuevos actores transnacionales
- Fuertes procesos de concentración de capitales financieros e industriales
- Fragmentación y deslocalización de los procesos de producción
- Intensificación de los flujos migratorios
- Importancia creciente del conocimiento
- Presiones crecientes de los consumidores
- Mayor cooperación entre países (p.12)

1.8.8. Exportaciones

Según la literatura revisada, *Negocios internacionales*. Competencia en el mercado global (8va edición); **Charles W.L. Hill (2011)** conceptualiza: La globalización de los mercados consiste en la fusión de mercados nacionales, que por tradición eran distintos y estaban separados, en un solo mercado mundial enorme. La supresión de las barreras al comercio entre fronteras facilita las ventas internacionales. Desde hace tiempo se ha dicho que los gustos y preferencias de los consumidores de diversos países convergen en alguna norma mundial, lo que sirve para crear un mercado global. Los productos de consumo, como las tarjetas de crédito Citigroup, refrescos de Coca-Cola, videojuegos de PlayStation de Sony, hamburguesas de McDonald’s, café Starbucks y muebles IKEA, se citan a menudo como ejemplos característicos de esta tendencia. Empresas como las mencionadas son más que meros beneficiarios de esta tendencia; también la facilitan, pues al ofrecer el mismo producto básico en todo el mundo, contribuyen a conformar un mercado mundial. (p.6).

1.8.9. Rentabilidad

Según (Gitman, 2012) “la rentabilidad es la relación entre los ingresos y los costos generados por el uso de los activos de la compañía (tanto corrientes como fijos) en actividades productivas. Las utilidades de una empresa pueden aumentar: 1. Al incrementar los ingresos, o 2. Al disminuir los costos”.

Desde el punto de vista gerencial y estratégico refiere que el análisis de rentabilidad es la evaluación del impacto de diferentes estrategias o programas de marketing sobre la contribución en utilidades que se puede esperar de un producto o línea de producto. Al considerar el papel que desempeña el análisis de rentabilidad, los gerentes deben ser

conscientes de que este análisis es importante en relación con el tipo de objetivo de producto que se ha establecido. (Guiltinan, 1998).

1.8.10. Productividad

Según la literatura revisada, *Modelo tecnológico de integración de servicios para la Mypes peruana*; Yamakawa, P.; Del Castillo, C.; Baldeón, J.; Espinoza, L.; Granda, J.; Vega, L. (2010) conceptualizan: La intensificación de la competencia lleva a la necesidad de un permanente aumento de la productividad a través de innovaciones constantes de procesos, productos y gestiones. Los rápidos cambios en las tendencias de los mercados y las exigencias de segmentos de clientes cada vez más especializados obligan a las empresas a personalizar y diferenciar los productos y flexibilizar su organización y estructura (Codemype, 2005). (p.15).

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

2.1. Operacionalización de variables

Tabla 3:

Operacionalización de Variables

VARIABLES		DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable Independiente	Influencia de las TIC’s	Las tecnologías de la información y comunicación (TICS) como una parte integral del negocio, sea en actividades de apoyo (función operativa) o en actividades estratégicas que generan ventajas competitivas. La importancia de las TICS en el éxito de los negocios la podemos notar en el hecho que diversos gobiernos y organismos internacionales se encuentran realizando estudios al respecto y estableciendo planes en pro de impulsar la implantación de las TICS en las Empresas. (Filion, Cisneros y Mejía. 2011, p.316)	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de nuevas TIC’s
			Ventajas competitivas	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación en el mercado • Incrementando los clientes
Variable Dependiente	Exportaciones	La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas” (Daniels y Radebaugh, p.714).	Incremento	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de ventas realizadas antes y después • Incremento de ventas
			Productividad	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de horas trabajadas por el personal de ventas, antes y después. • Incremento de producción.

Fuente: Elaboración propia

2.2 Diseño de investigación

(Hernández Sampieri Roberto & Fernandez Collado Carlos & Baptista Lucio Pilar, 2014), nos definen el diseño de a investigación como el paso siguiente luego de determinar la naturaleza del estudio, las hipótesis y el alcance de la investigación. Con el diseño de la investigación, se busca plantear los procesos o métodos que cuando se realicen, nos ayuden a responder todos los cuestionamientos que surjan de las hipótesis y objetivos.

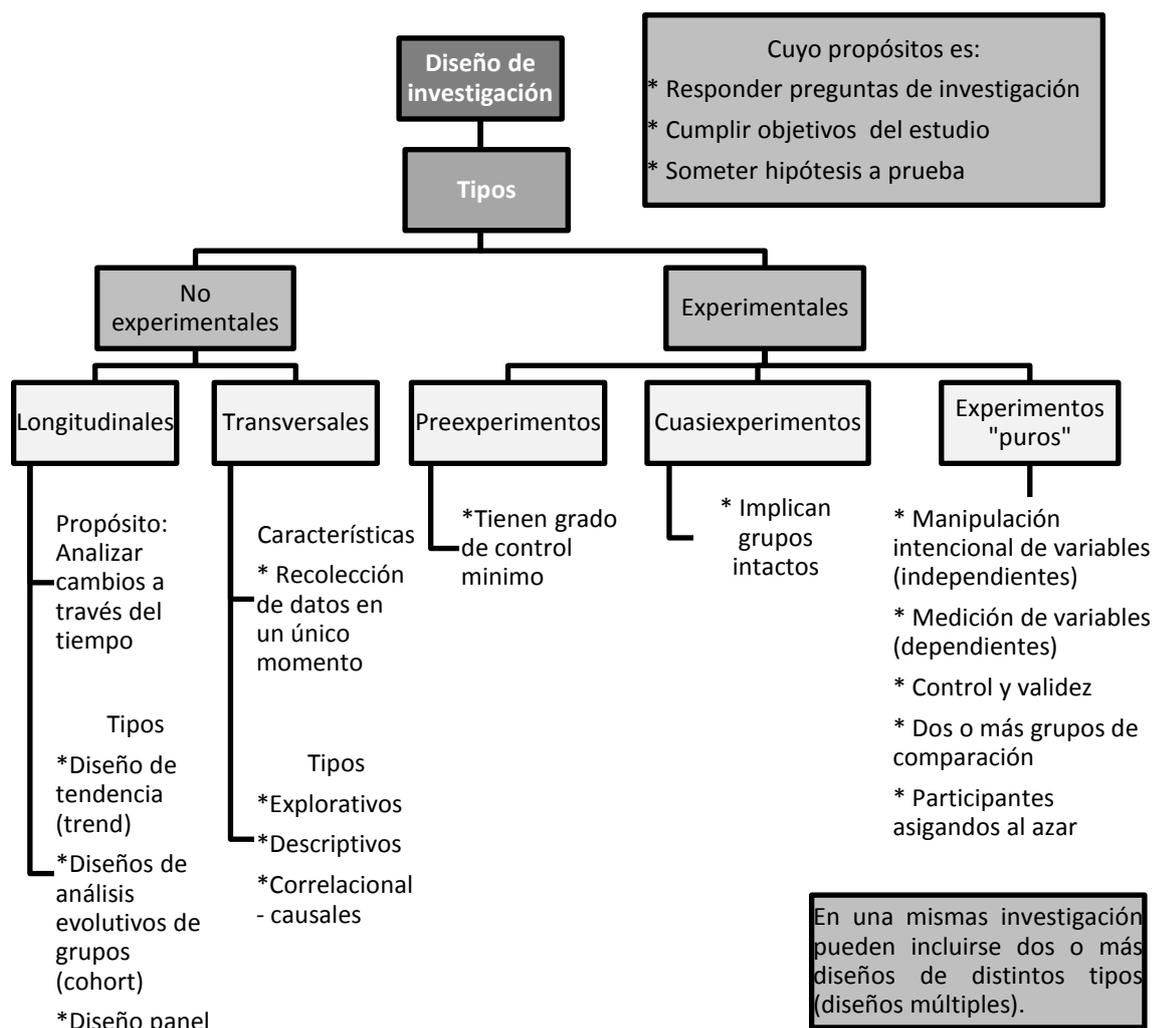


Figura 5: Diseño de la Investigación. En el gráfico vemos el diagrama de como determinar y armar un diseño de la investigación, teniendo en consideración las diferentes alternativas que se pueden desarrollar y considerando los tipos y características que se pueden optar para el presente estudio. Fuente: Roberto Hernández Sampieri.

(Bernal, 2010) Nos define el tipo de investigación transversal como aquella en donde la recolección de los datos se realiza en un determinado momento y por un período de tiempo establecido, con la finalidad de que el comportamiento de las variables estudiadas sea descrito y analizado, determinando su incidencia y variaciones en el período de tiempo determinado.

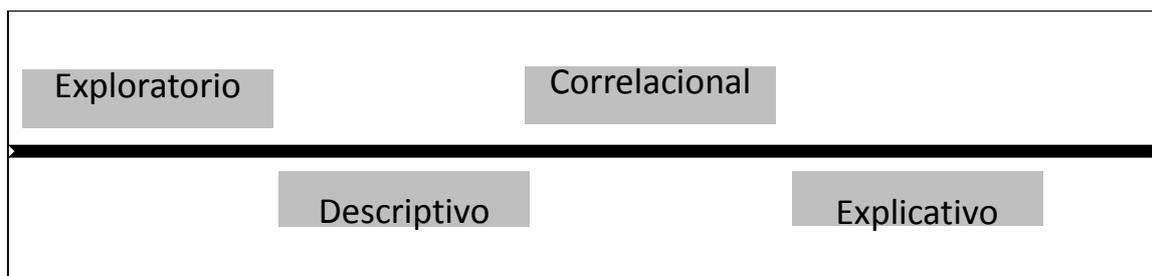


Figura 6: Alcances que puede tener un estudio cuantitativo. En el gráfico vemos los diferentes alcances que puede tener la presente investigación, teniendo como objeto de estudio las variables cuantitativas que se han determinado al inicio de la tesis. Fuente: Roberto Hernández Sampieri.

(Donald Campbell & Julian Stanley, 1995) Nos propone un diseño de investigación, denominado cuasi experimental, el cual es un modelo de diseño en donde por cada variable dependiente se realizan registros antes y después de la aplicación de la variable independiente, a través de este diseño se mide el impacto ocasionado por el tratamiento de la variable aplicada, en este caso la independiente, en el tiempo determinado.

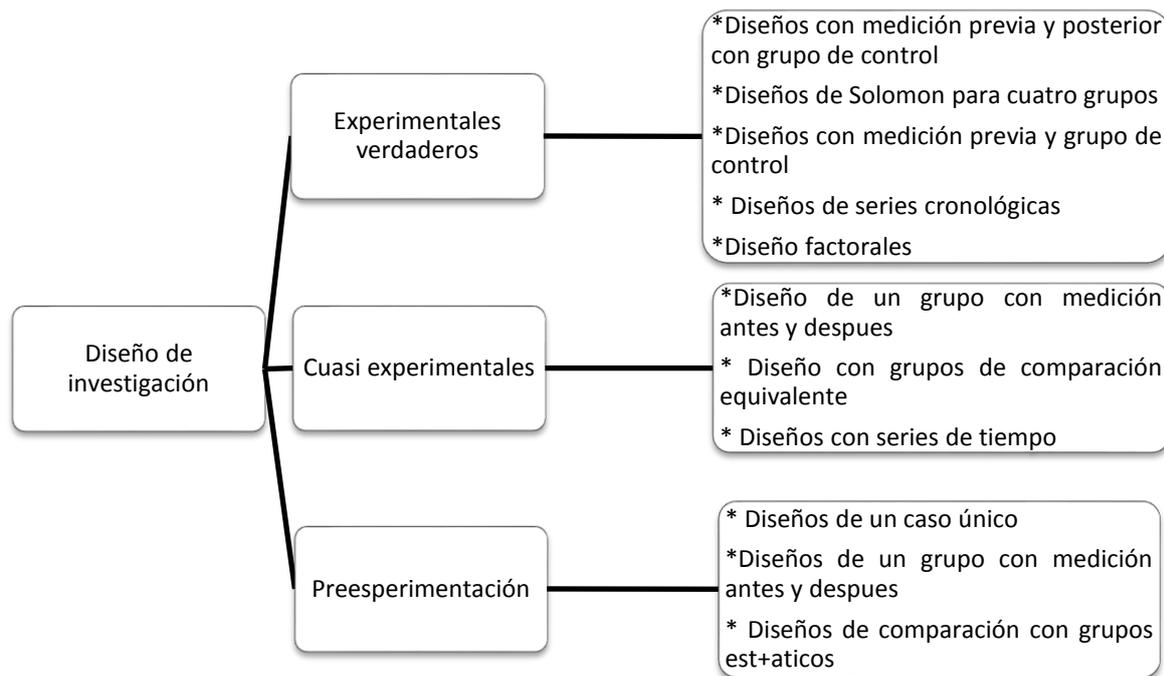


Figura 7: Tipos de diseños experimentales.

Fuente: Cesar A. Bernal.

En base a las definiciones presentadas, la presente investigación reúne las características necesarias para ser calificada como una investigación con diseño descriptivo, correlacional, cuasi experimental y transversal, se va a recoger la información de las ventas realizadas 30 días antes y 30 días después de aplicar las TIC’s para comprobar si mejora la exportación de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, como también recoger información de la cantidad de trabajadores del área de ventas y la cantidad horaria por día, y analizar estas variables para luego concluir sobre los cambios que observamos.

2.3. Unidad de estudio

La unidad de estudio de la presente investigación es la influencia de las TIC’s para mejorar las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018, es recopilar toda la información necesaria en dos escenarios dados, para analizar como la influencia de las TIC’s mejora en la productividad y rentabilidad de la ropa infantil de la

empresa KONSENTIDOS, con la finalidad de estudiar su comportamiento al momento de aplicar la variable independiente.

2.4. Población

Según Hernández, et al. (2014) definen: “Una vez que se ha definido cuál será la unidad de análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Las poblaciones deben situarse claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo” (p.174).

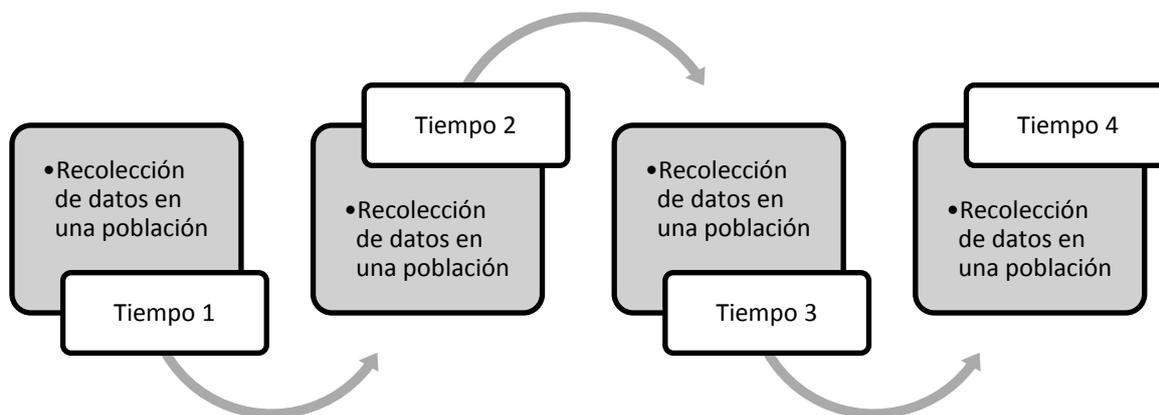


Figura 8: Diseño longitudinal de tendencia. Muestras distintas, misma población.
Fuente: Roberto Hernández Sampieri

Ante esta definición, el presente estudio está conformado por las ventas realizadas por los 2 colaboradores de la empresa KONSENTIDOS.

2.5. Muestra (muestreo o selección)

Para (Behar Rivero, 2008), la muestra es “un subgrupo de la población. Se puede decir que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus necesidades al que llamamos población. (P. 51).

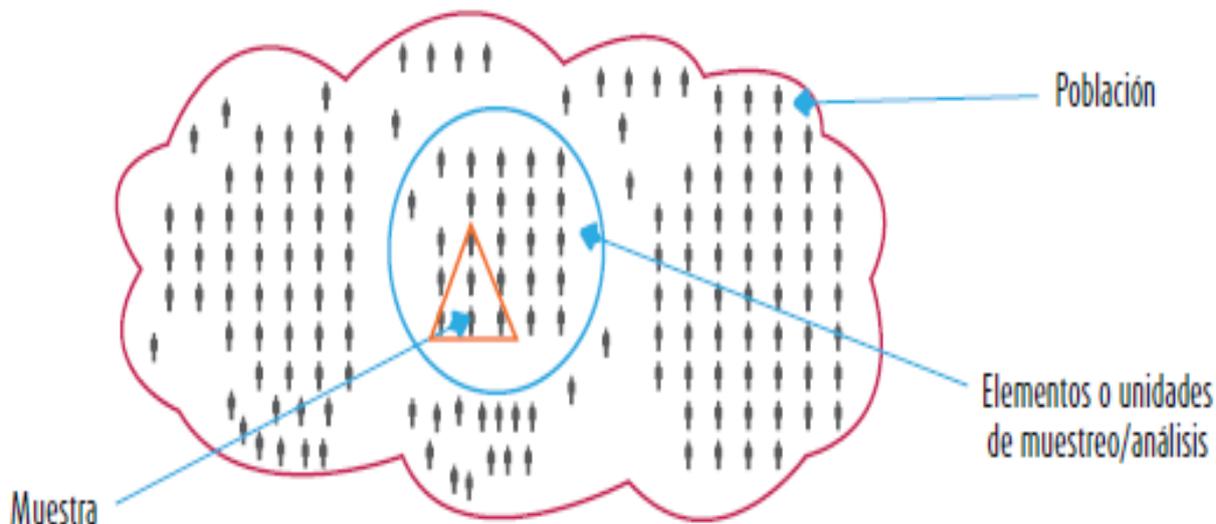


Figura 9: Representación de una muestra

Fuente: Roberto Hernández Sampieri

Siguiendo con el libro *Metodología de la Investigación*, tenemos que dividen a la muestra en dos grupos definidos como: las probabilísticas y las no probabilísticas. Siendo las muestras probabilísticas aquella parte de la población en donde todos los elementos escogidos tienen la misma posibilidad de formar parte del muestreo.

Para la presente investigación se ha determinado de una muestra de 30 días antes y 30 días después de observaciones que se encuentran comprendidas dentro de la influencia de las TIC’s para mejorar las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS.

2.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

2.6.1 Técnicas

El presente estudio se ha realizado en base a la técnica de la observación, en donde los datos recolectados y ordenados en la ficha de registro son analizados y el resultado es revisado y comparado en las dos situaciones propuestas: antes y después de la aplicación de la variable independiente.

2.6.2 Instrumentos

El instrumento usado para procesar la información de la presente investigación es la Ficha de Registro elaborada en una hoja de cálculo Excel. El objetivo de esta ficha de registro es la comparación de medias o promedios para contrastar con la hipótesis planteada, además de medir la influencia de las variables entre sí.

En este registro se detalla todos los campos necesarios y requeridos para realizar un análisis específico sobre la materia en estudio, que es la mejora de la productividad del área comercial de la empresa KONSENTIDOS.

Tabla 4:

Ficha de Registro

DIAS	Ventas programadas	Ventas Producidas	Rentabilidad	H-H reales	H-H estimadas	Productividad	Exportaciones
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							

Fuente: elaboración propia

2.6.3 Procedimientos de análisis de datos

Para los resultados se utilizará el software Excel serán presentados en cuadros de frecuencias y porcentajes con su respectiva interpretación, así como con gráficos que nos permitan representar los datos obtenidos. Se aplicará la prueba estadística de Rho de Spearman que es una versión no paramétrica del coeficiente de Pearson, que permitirá ver si es que hay relación entre las variables de estudio (Caballero, 2009, p. 284).

Los resultados obtenidos después del procesamiento estadístico de los datos serán representados mediante gráficos para facilitar su interpretación.

Tabla 5:

Base de Datos elaboración antes de aplicar las TIC’s

ANTES	DIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Ventas programadas	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850
	Ventas Producidas	685	450	685	755	550	352	975	785	75	325
	Rentabilidad	0.81	0.53	0.81	0.89	0.65	0.41	1.15	0.92	0.09	0.38
	H-H reales	16	16	16	16	16	16	16	16	16	8
	H-H estimadas	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Productividad	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.50
	Exportaciones	0.81	0.53	0.81	0.89	0.65	0.41	1.15	0.92	0.09	0.19
ANTES	DIAS	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	Ventas programadas	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850
	Ventas Producidas	755	855	325	455	352	450	315	550	352	685
	Rentabilidad	0.89	1.01	0.38	0.54	0.41	0.53	0.37	0.65	0.41	0.81
	H-H reales	16	16	16	16	8	16	16	16	16	16
	H-H estimadas	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Productividad	1.00	1.00	1.00	1.00	0.50	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	Exportaciones	0.89	1.01	0.38	0.54	0.21	0.53	0.37	0.65	0.41	0.81
ANTES	DIAS	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	Ventas programadas	850	850	850	850	850	850	850	850	850	850
	Ventas Producidas	450	435	75	150	350	455	455	685	352	450
	Rentabilidad	0.53	0.51	0.09	0.18	0.41	0.54	0.54	0.81	0.41	0.53
	H-H reales	8	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	H-H estimadas	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Productividad	0.50	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	Exportaciones	0.26	0.51	0.09	0.18	0.41	0.54	0.54	0.81	0.41	0.53

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6:

Base de Datos elaboración después de aplicar las TIC’s

DESPUÉS	DIAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Ventas programadas	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
	Ventas Producidas	1475	985	1550	1350	1450	1450	1355	1455	1150	975
	Rentabilidad	0.98	0.66	1.03	0.90	0.97	0.97	0.90	0.97	0.77	0.65
	H-H reales	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	H-H estimadas	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Productividad	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	Exportaciones	0.98	0.66	1.03	0.90	0.97	0.97	0.90	0.97	0.77	0.65
DESPUÉS	DIAS	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	Ventas programadas	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
	Ventas Producidas	875	1405	955	875	895	1455	755	855	1375	989
	Rentabilidad	0.58	0.94	0.64	0.58	0.60	0.97	0.50	0.57	0.92	0.66
	H-H reales	16	16	16	8	16	16	16	16	16	16
	H-H estimadas	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Productividad	1.00	1.00	1.00	0.50	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	Exportaciones	0.58	0.94	0.64	0.29	0.60	0.97	0.50	0.57	0.92	0.66
DESPUÉS	DIAS	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	Ventas programadas	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500
	Ventas Producidas	765	885	935	855	675	785	1075	1475	1675	1875
	Rentabilidad	0.51	0.59	0.62	0.57	0.45	0.52	0.72	0.98	1.12	1.25
	H-H reales	16	8	16	16	16	16	16	16	16	16
	H-H estimadas	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
	Productividad	1.00	0.50	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	Exportaciones	0.51	0.30	0.62	0.57	0.45	0.52	0.72	0.98	1.12	1.25

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III RESULTADOS

3.1. Variable Independiente

Determinar como la influencia de las TIC’s mejora las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

Tabla 7:

ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES ANTES DE LA VARIACIÓN

DIAS	Ventas programadas	Ventas Producidas	Rentabilidad	H-H reales	H-H estimadas	Productividad	Exportaciones
1	850	685	0.81	16	16	1.00	0.81
2	850	450	0.53	16	16	1.00	0.53
3	850	685	0.81	16	16	1.00	0.81
4	850	755	0.89	16	16	1.00	0.89
5	850	550	0.65	16	16	1.00	0.65
6	850	352	0.41	16	16	1.00	0.41
7	850	1050	1.24	16	16	1.00	1.24
8	850	785	0.92	16	16	1.00	0.92
9	850	75	0.09	16	16	1.00	0.09
10	850	325	0.38	8	16	0.50	0.19
11	850	755	0.89	16	16	1.00	0.89
12	850	855	1.01	16	16	1.00	1.01
13	850	325	0.38	16	16	1.00	0.38
14	850	455	0.54	16	16	1.00	0.54
15	850	352	0.41	8	16	0.50	0.21
16	850	450	0.53	16	16	1.00	0.53
17	850	315	0.37	16	16	1.00	0.37
18	850	550	0.65	16	16	1.00	0.65
19	850	352	0.41	16	16	1.00	0.41
20	850	685	0.81	16	16	1.00	0.81
21	850	450	0.53	8	16	0.50	0.26
22	850	435	0.51	16	16	1.00	0.51
23	850	75	0.09	16	16	1.00	0.09
24	850	150	0.18	16	16	1.00	0.18
25	850	350	0.41	16	16	1.00	0.41
26	850	455	0.54	16	16	1.00	0.54
27	850	455	0.54	16	16	1.00	0.54
28	850	685	0.81	16	16	1.00	0.81
29	850	352	0.41	16	16	1.00	0.41
30	850	450	0.53	16	16	1.00	0.53

La tabla nos muestra el análisis realizado a los datos obtenidos de las exportaciones de ropa infantil de la empresa Konsentidos del mes de noviembre del 2017. Esta información corresponde al momento antes de aplicarse las TIC’s. Fuente: Elaboración propia.

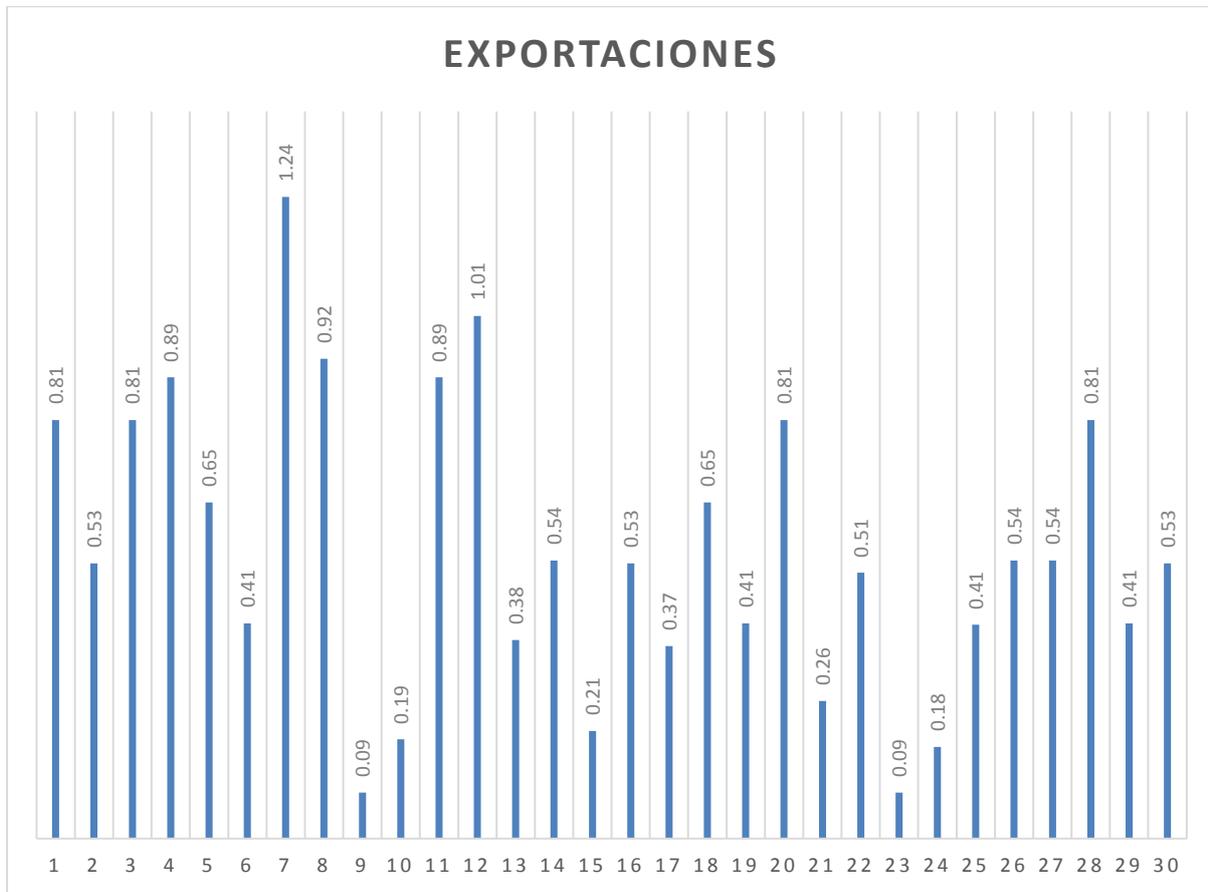


Figura 10: Exportaciones de ropa infantil de la empresa Konsentidos antes de Variación. En el gráfico observamos que las exportaciones oscilan entre los 50% y 80%, siendo un promedio 55%, esta variación es determinada por dos factores: El horario de trabajo (08 horas diarias) del personal del área de venta y la cantidad de trabajadores (02 vendedores). Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8:

ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES DESPUÉS DE LA VARIACIÓN

DIAS	Ventas programadas	Ventas Producidas	Rentabilidad	H-H reales	H-H estimadas	Productividad	Exportaciones
1	1500	1475	0.98	16	16	1.00	0.98
2	1500	985	0.66	16	16	1.00	0.66
3	1500	1550	1.03	16	16	1.00	1.03
4	1500	1350	0.90	16	16	1.00	0.90
5	1500	1450	0.97	16	16	1.00	0.97
6	1500	1450	0.97	16	16	1.00	0.97
7	1500	1355	0.90	16	16	1.00	0.90
8	1500	1455	0.97	16	16	1.00	0.97
9	1500	1150	0.77	16	16	1.00	0.77
10	1500	975	0.65	16	16	1.00	0.65
11	1500	875	0.58	16	16	1.00	0.58
12	1500	1405	0.94	16	16	1.00	0.94
13	1500	955	0.64	16	16	1.00	0.64
14	1500	875	0.58	8	16	0.50	0.29
15	1500	895	0.60	16	16	1.00	0.60
16	1500	1455	0.97	16	16	1.00	0.97
17	1500	755	0.50	16	16	1.00	0.50
18	1500	855	0.57	16	16	1.00	0.57
19	1500	1375	0.92	16	16	1.00	0.92
20	1500	989	0.66	16	16	1.00	0.66
21	1500	765	0.51	16	16	1.00	0.51
22	1500	885	0.59	8	16	0.50	0.30
23	1500	935	0.62	16	16	1.00	0.62
24	1500	855	0.57	16	16	1.00	0.57
25	1500	675	0.45	16	16	1.00	0.45
26	1500	785	0.52	16	16	1.00	0.52
27	1500	1075	0.72	16	16	1.00	0.72
28	1500	1475	0.98	16	16	1.00	0.98
29	1500	1675	1.12	16	16	1.00	1.12
30	1500	1875	1.25	16	16	1.00	1.25

La tabla nos muestra el análisis realizado a los datos obtenidos de las exportaciones de ropa infantil de la empresa Konsentidos del mes de mayo del 2018. Esta información corresponde al momento después de aplicarse las TIC’s. Fuente: Elaboración propia.

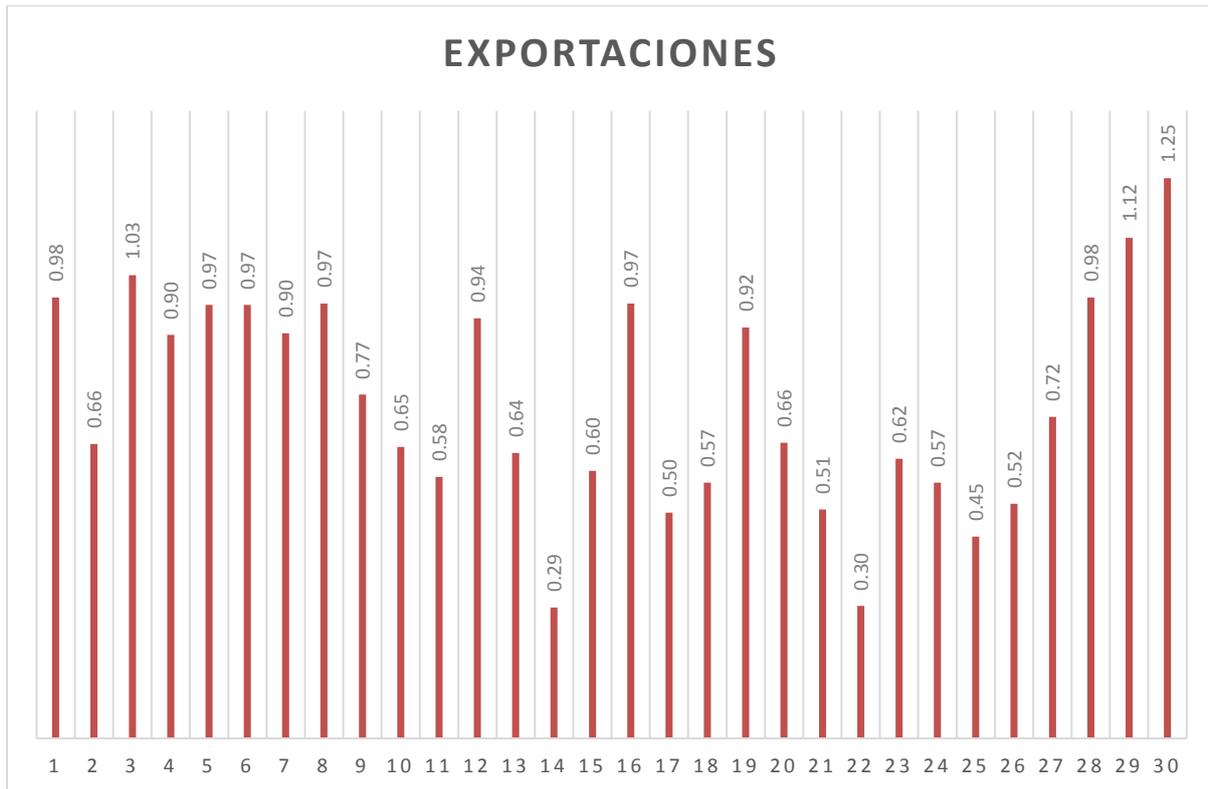


Figura 11: Exportaciones de ropa infantil de la empresa Konsentidos después de Variación. En el gráfico se aprecia que luego de aplicar la variable independiente, mejora las exportaciones de la empresa Konsentidos; antes de la Aplicación de las TIC’s, tenía promedio del 55%, actualmente está en promedio del 75%. Fuente: Elaboración propia

Habiendo realizado el análisis de la variable dependiente en las dos situaciones propuestas, es decir antes y después de la influencia del TIC’s para mejorar las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, en los siguientes gráficos, vamos a apreciar el comparativo en una sola figura de ambas alternativas para hacer un análisis más directo y específico.

Tabla 9:

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS EXPORTACIONES

DIAS	DESPUES	ANTES	DIAS	DESPUES	ANTES
1	0.98	0.81	16	0.97	0.53
2	0.66	0.53	17	0.50	0.37
3	1.03	0.81	18	0.57	0.65
4	0.90	0.89	19	0.92	0.41
5	0.97	0.65	20	0.66	0.81
6	0.97	0.41	21	0.51	0.26
7	0.90	1.24	22	0.30	0.51
8	0.97	0.92	23	0.62	0.09
9	0.77	0.09	24	0.57	0.18
10	0.65	0.19	25	0.45	0.41
11	0.58	0.89	26	0.52	0.54
12	0.94	1.01	27	0.72	0.54
13	0.64	0.38	28	0.98	0.81
14	0.29	0.54	29	1.12	0.41
15	0.60	0.21	30	1.25	0.53

Fuente: Elaboración propia

VARIACION 26.27

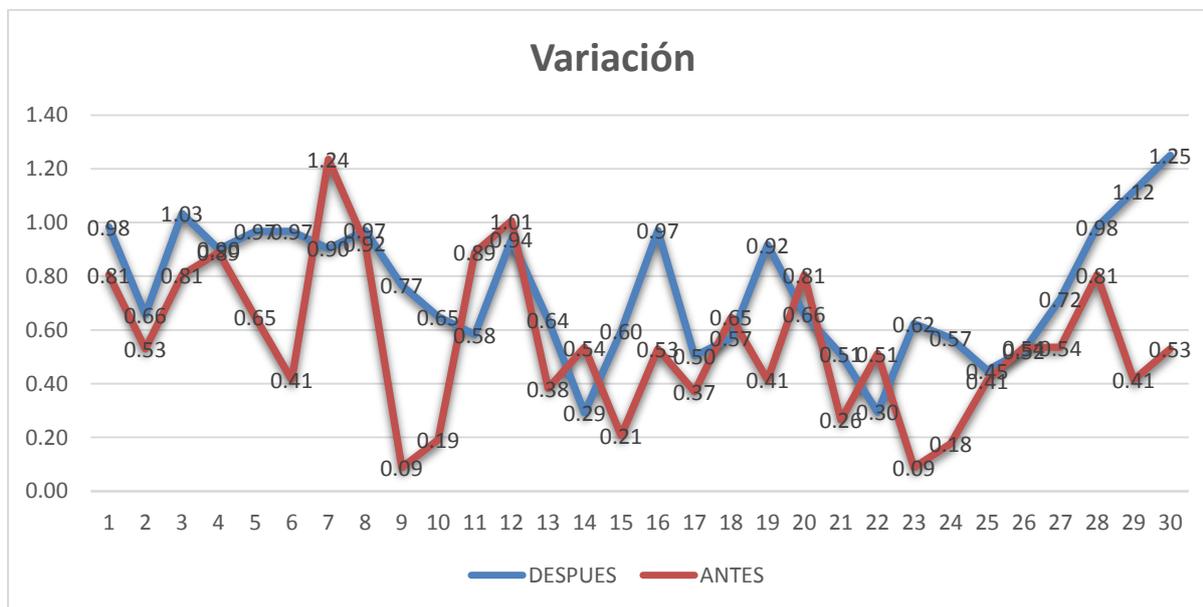


Figura 12: Análisis comparativo de las exportaciones de ropa infantil de la empresa Konsentidos. En este gráfico estamos realizando la comparación de la misma variable, se aprecia el beneficio que obtiene la empresa al momento de aplicar las TIC’s para mejorar las exportaciones de ropa infantil. Fuente: Elaboración propia.

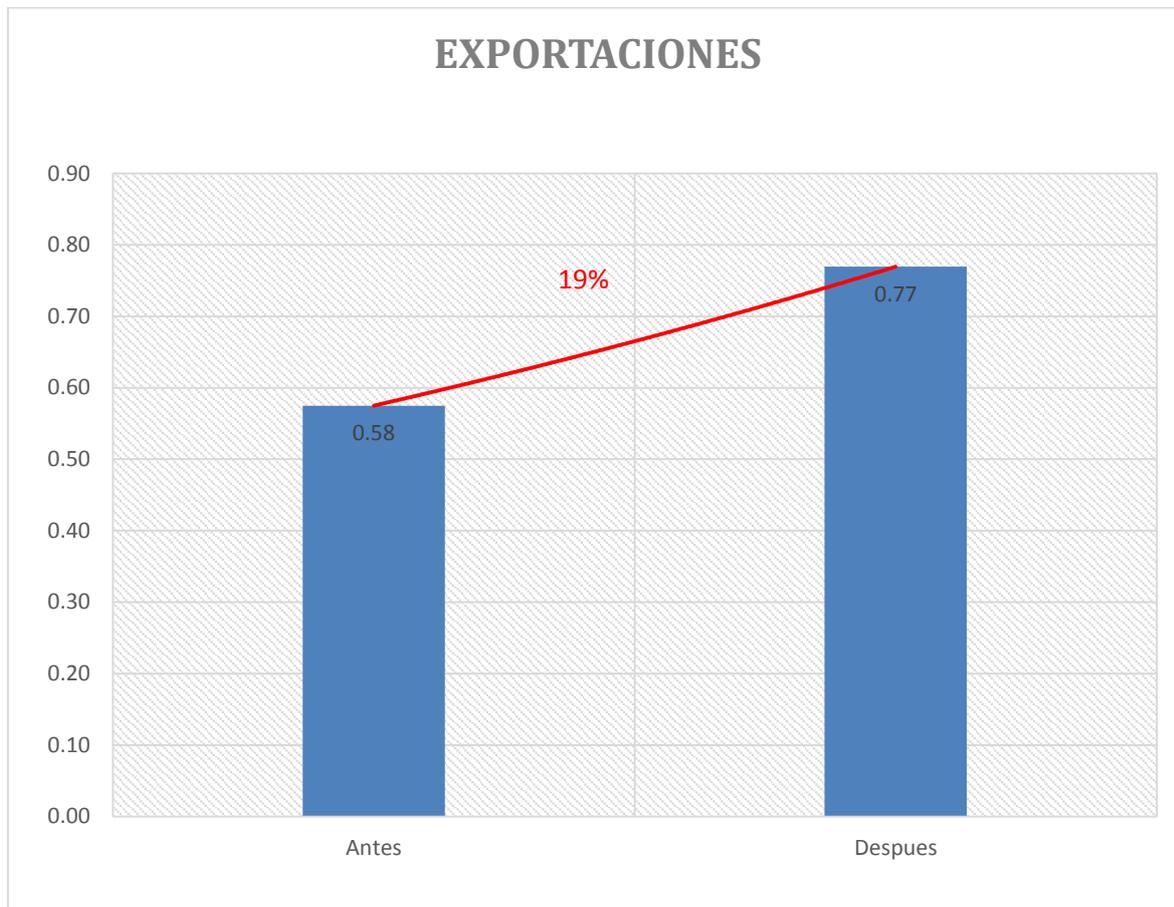


Figura 13: Análisis comparativo del promedio de las exportaciones de ropa infantil de la empresa Konsentidos. En este gráfico estamos realizando la comparación de la misma variable, se aprecia el aumento promedio es de las exportaciones hasta un 19% después de aplicar las TIC’s para mejorar las exportaciones de ropa infantil. Fuente: Elaboración propia.

4.2. Variable Dependiente 1:

Determinar como la influencia de las TIC’s mejora la productividad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

Tabla 10:

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRODUCTIVIDAD

DIAS	DESPUES	ANTES
1	1.00	1.00
2	1.00	1.00
3	1.00	1.00
4	1.00	1.00
5	1.00	1.00
6	1.00	1.00
7	1.00	1.00
8	1.00	1.00
9	1.00	1.00
10	1.00	0.50
11	1.00	1.00
12	1.00	1.00
13	1.00	1.00
14	0.50	1.00
15	1.00	0.50

DIAS	DESPUES	ANTES
16	1.00	1.00
17	1.00	1.00
18	1.00	1.00
19	1.00	1.00
20	1.00	1.00
21	1.00	0.50
22	0.50	1.00
23	1.00	1.00
24	1.00	1.00
25	1.00	1.00
26	1.00	1.00
27	1.00	1.00
28	1.00	1.00
29	1.00	1.00
30	1.00	1.00

Comparación de la eficacia de la empresa Konsentidos, con el fin de verificar la mejora con respecto a la variable de productividad de ropa infantil de la empresa Konsentidos. Fuente: Elaboración propia

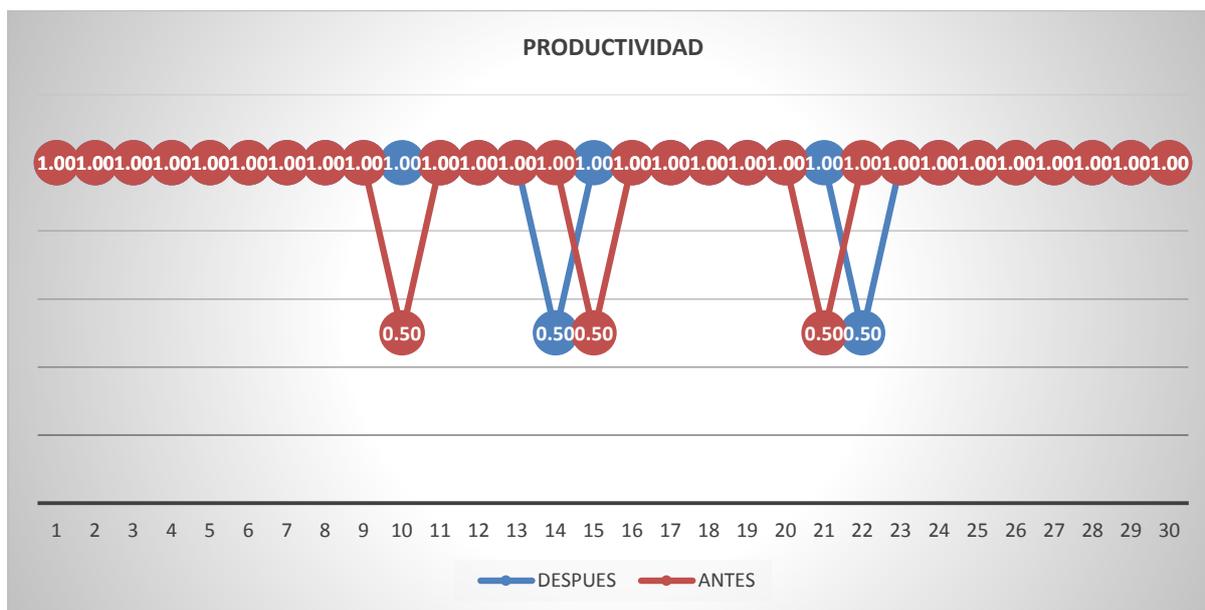


Figura 14: Análisis comparativo de la Productividad de ropa infantil de la empresa Konsentidos. En el gráfico podemos comparar la variación que existe antes y después de aplicar las TIC’s, para comprobar la productividad de la empresa Konsentidos y verificamos que efectivamente después de aplicar las TIC’s existe un crecimiento de productividad en la empresa Konsentidos. Fuente: Elaboración propia.

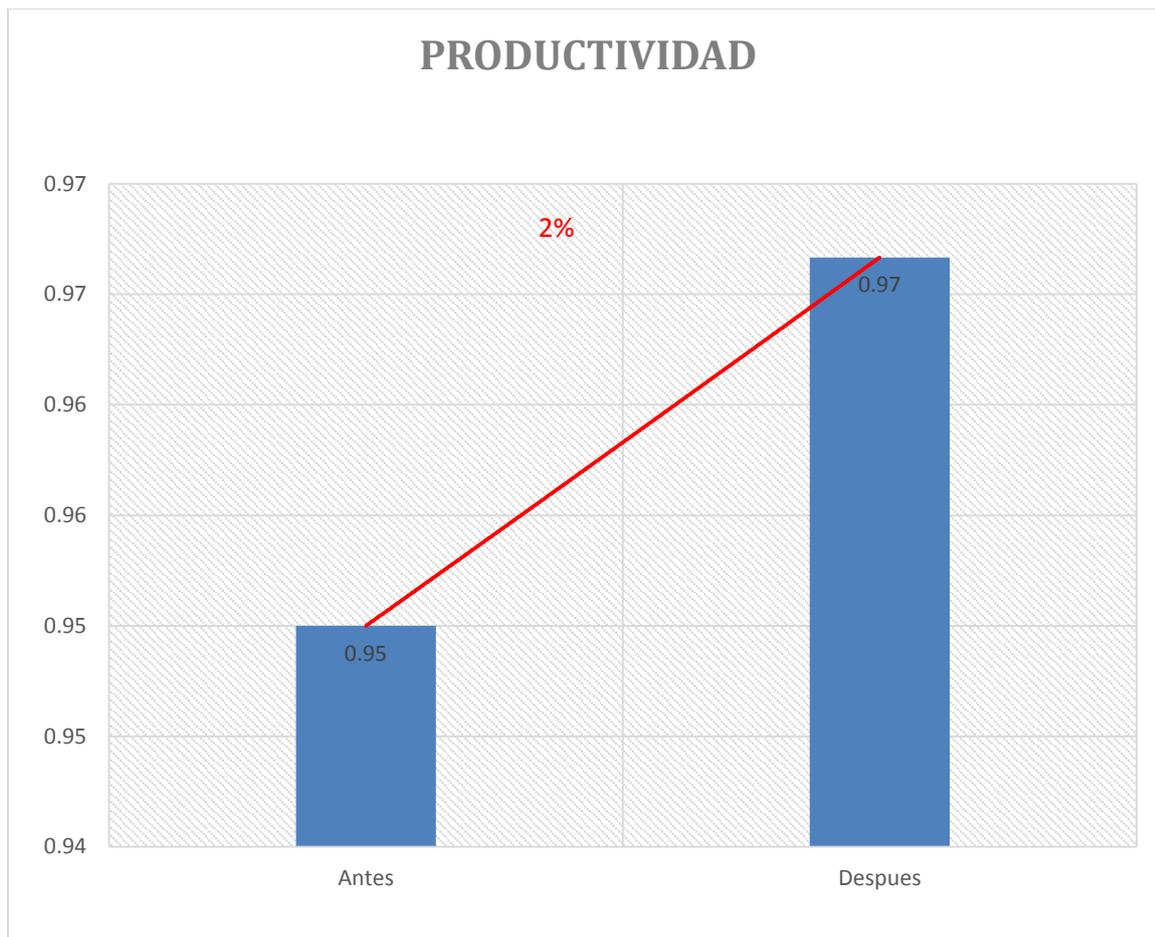


Figura 15: Análisis comparativo del promedio de la Productividad de ropa infantil de la empresa Konsentidos. En el gráfico podemos comparar la variación que existe antes y después de aplicar las TIC’s, para comprobar la productividad de la empresa Konsentidos, verificamos que hay un incremento del 2%. Fuente: Elaboración propia

4.3. Variable Dependiente 2:

Determinar como la influencia de las TIC’s mejora la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.

Tabla 11:

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA RENTABILIDAD

DIAS	DESPUES	ANTES	DIAS	DESPUES	ANTES
1	0.98	0.81	16	0.97	0.53
2	0.66	0.53	17	0.50	0.37
3	1.03	0.81	18	0.57	0.65
4	0.90	0.89	19	0.92	0.41
5	0.97	0.65	20	0.66	0.81
6	0.97	0.41	21	0.51	0.53
7	0.90	1.24	22	0.59	0.51
8	0.97	0.92	23	0.62	0.09
9	0.77	0.09	24	0.57	0.18
10	0.65	0.38	25	0.45	0.41
11	0.58	0.89	26	0.52	0.54
12	0.94	1.01	27	0.72	0.54
13	0.64	0.38	28	0.98	0.81
14	0.58	0.54	29	1.12	0.41
15	0.60	0.41	30	1.25	0.53

Comparación de la eficiencia de la empresa Konsentidos, con el fin de verificar la mejora con respecto a la variable de rentabilidad de la ropa infantil de la empresa Konsentidos.

Fuente: Elaboración propia.

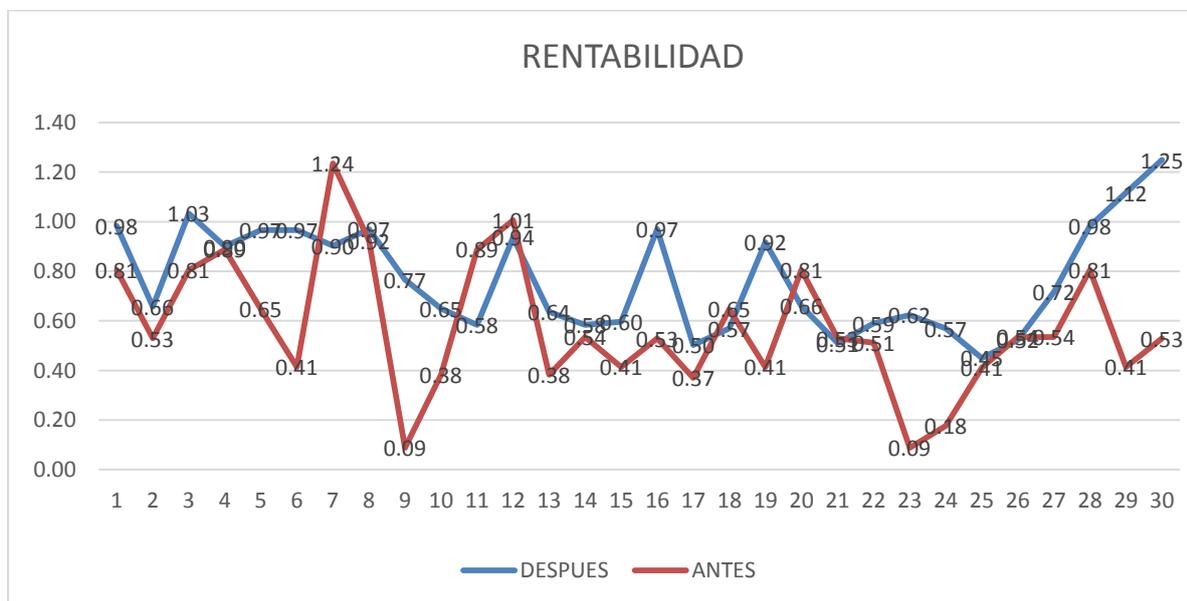


Figura 16: Análisis comparativo de la rentabilidad. En el gráfico podemos comparar la variación que existe antes y después de aplicar las TIC’s, para comprobar la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa Konsentidos. Fuente: Elaboración propia

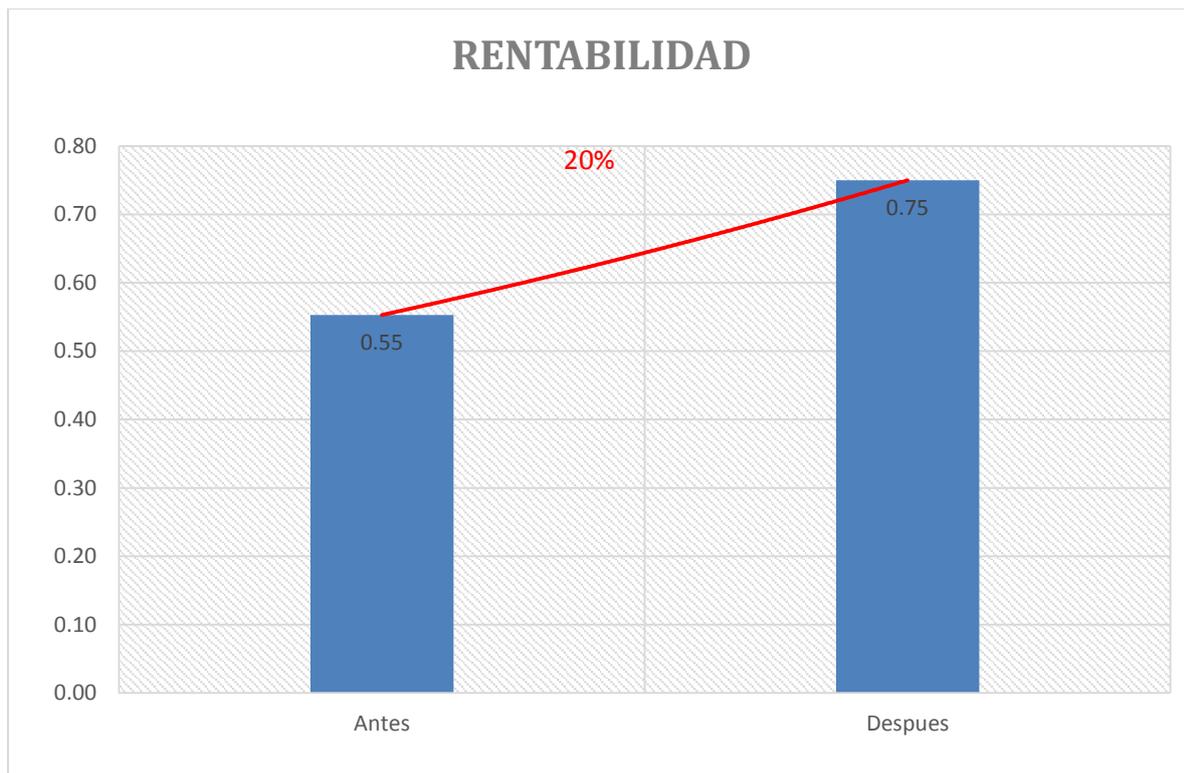


Figura 17: Análisis comparativo de la rentabilidad. En el gráfico podemos comparar la variación que existe antes y después de aplicar las TIC’s, para comprobar la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa Konsentidos. Fuente: Elaboración propia

4.4. Análisis descriptivo bivariado:

Tabla 12:

Resultados Comparativos de las Exportaciones, Productividad y Rentabilidad

Variables	EXPORTACIONES	PRODUCTIVIDAD	RENTABILIDAD
Antes	0.58	0.95	0.55
Después	0.77	0.97	0.75
% Variación	19%	2%	20%

Según la tabla, se efectuó un análisis comparativo antes y después de aplicar la variable independiente “Mejora de las exportaciones”, donde se observó que tanto la rentabilidad, productividad y las exportaciones se incrementaron luego de aplicado la mejora del proceso. Fuente: Elaboración propia.

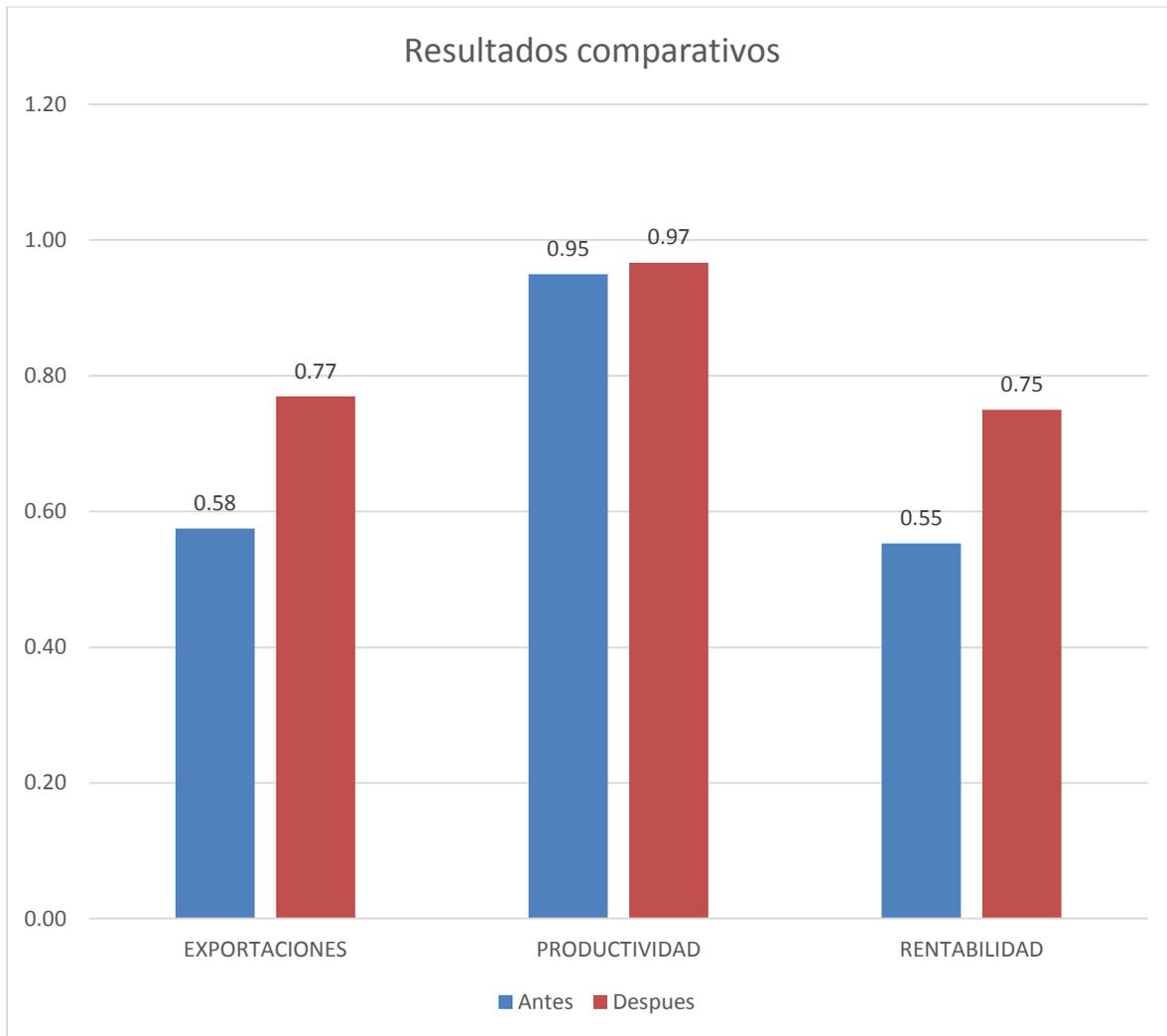


Figura 18: Resultados Comparativos. En el gráfico podemos comparar la variación que existe antes y después de aplicar las TIC’s, para comprobar la rentabilidad, productividad y la mejora de exportación de la ropa infantil de la empresa Konsentidos. Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. DISCUSIONES

En base a los resultados obtenidos en la presente investigación se encontró concordancia con las conclusiones de algunos antecedentes citados:

Muñoz, M. (2017) presenta la investigación titulada *Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana – año 2016*. Llegó a la conclusión que el avance tecnológico, el uso de las TIC e Internet están siendo cada día más imprescindibles en las empresas. Estas tecnologías están inmersas en todas las actividades y procesos de la organización haciéndolas más productivas y competitivas. El Sector Textil y Confecciones peruano es un sector manufacturero con gran potencial, representa el 8% del PBI industrial, el 1,2% del PBI nacional y es el segundo sector no tradicional con las mayores exportaciones hacia mercados como Estados Unidos, Brasil, Ecuador, Venezuela y países europeos. Asimismo, también que generan un gran aporte al empleo nacional entre trabajos directos e indirectos.

He podido comprobar que las Tecnologías de la información y comunicación son muy necesario para las empresas grandes o pequeñas para que puedan dar a conocer sus productos y puedan internacionalizarse, sobre todo el tema textil, ya que el Perú tiene potencial.

Rodriguez, D. (2016) presenta la investigación titulada *Uso de las Tecnologías de información y comunicaciones y su efecto en el comportamiento exportador de las MYPES agroindustriales de la Libertad al año 2016*. Llegó a la conclusión Las Tecnologías de información y comunicaciones tienen un efecto positivo en el uso de las TICS; ya que el 22%

de las empresas que poseen estas tecnologías son las que desarrollan en su mayoría las estrategias de exportación ya que sostienen que facilita el comercio agiliza sus operaciones y procedimientos y mejora la infraestructura para el comercio electrónico.

Puedo comprobar que las Tecnologías de información y comunicaciones tienen un efecto positivo para las empresas que la poseen. Y son buenas estrategias para la exportación de sus productos, agilizando el tema de la venta y promoción.

Gonzales, C., Pacheco, F., (2016) presenta la investigación *titulada políticas públicas de tecnologías de la información y comunicación para la internacionalización de las empresas peruanas de software: estudio de caso del periodo 2003-2013*. El proceso de institucionalización de las TIC tiene sus inicios en el año 2003 con la creación de la Codesi y la Ongei. En cuanto a la primera, es preciso resaltar que la creación de una Comisión no fue suficiente para dotar al sector de un marco institucional, y menos aún si se considera que esta no contaba con los recursos necesarios para cumplir la finalidad encargada. Asimismo, en relación a la segunda, cabe señalar que hubo un importante grado de avance en cuanto al diseño de políticas públicas como la Agenda Digital Peruana, la Agenda Digital 2.0 y el Plan Nacional de Gobierno Electrónico. Cabe resaltar que las dos primeras reconocieron la transversalidad de las TIC y concibieron a la industria de software como un sector productivo.

El implementar algún tipo de TIC’s en las empresas, ya estamos generando valor y por ende dando a conocer el producto, siendo un medio ideal para llegar al público extranjero.

Vicente, D. (2017) Presenta la investigación titulada: *Impacto de las Tecnologías de la información en la productividad del establecimiento comercial minorista*; Los resultados obtenidos han servido para discutir y/o refrendar planteamientos de múltiples estudios previos teóricos y prácticos, y que nos han permitido, entre otras cosas, poner de manifiesto la importancia del contraste empírico para eliminar ideas preconcebidas y no contrastadas, acerca de la gestión operativa de las tiendas, que podrían suponer premisas falsas en el proceso de toma de decisiones. En nuestro caso, es decir, en el ámbito de la distribución minorista, hemos sido capaces de contrastar la relación directa entre tecnologías de la información y la productividad, así como la relación inversa entre productividad, experiencia media de la tienda y el nivel salarial medio del establecimiento comercial.

Efectivamente he comprobado que la aplicación de las TIC’s, incrementa la productividad y rentabilidad de las empresas, estas nuevas estrategias de exportación generan más rentabilidad.

Medina, M. (2014) Presenta la investigación titulada: *Análisis de la Gestión de las Tecnologías de la información y comunicación en el sector del aceite de oliva ecológico*. Los resultados extraídos de esta investigación muestran que la participación de la empresa en el comercio exterior y en el comercio electrónico se relaciona positivamente con la eficiencia de la empresa, siendo, por tanto, estas estrategias decisivas para el avance del sector. Asimismo, el estudio realizado muestra que las empresas analizadas no hacen un uso masivo, intenso y adecuado del comercio exterior, ni de las TIC para mejorar la comercialización.

Queda comprobado que un buen uso de las TIC’s puede llegar a generar rentabilidad y productividad a las empresas, ya que son estrategias para la promoción y desarrollo de las mismas.

Vicente, A. (2010) Presenta la investigación titulada: *La Influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales: La banca Online y su aplicación en las cooperativas de crédito*; Las TIC han representado un factor de cambio significativo, influyendo en la innovación (nuevos productos y canales), así como en su desarrollo y crecimiento mediante la formulación e implementación de nuevas estrategias bancarias fundamentadas en la banca online.

He comprobado que la aplicación de las TIC’s, es una manera estratégica de innovar los medios de venta y promoción de una empresa, incrementa el rentabilidad de las empresas, tanto en la producción y ventas.

4.2. CONCLUSIONES

Podemos concluir que tanto el avance tecnológico, el internet y el uso de las TIC’s son cada vez más imprescindibles para las empresas, aumentando la productividad y haciéndolas más competitivas a nivel nacional e internacional. Los resultados demuestran que la influencia de las TIC’s influye significativamente en el área comercial de la empresa KONSENTIDOS, durante el presente año, KONSENTIDOS, ha incrementado sus exportaciones, a través de la implementación de las TIC’s.

Como consecuencia de los objetivos planteados y los resultados obtenidos en la presente investigación, se concluye lo siguiente:

Se ha evidenciado en base a los resultados obtenidos que la influencia de las TIC’s si ha mejorado las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS. Antes de la implementación de las nuevas TIC’s, tenía promedio del 55% de ventas al exterior, actualmente está en promedio del 75%.

Se ha evidenciado que la influencia de las TIC’s sí ha mejorado la productividad de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, existe un crecimiento del 2% de productividad en la empresa Konsentidos

Se ha evidenciado que la influencia las TIC’s si ha mejorado la rentabilidad de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, verificando un incremento de rentabilidad del 20% aproximadamente.

REFERENCIAS

Antonio Ca´ Zorzi. Las TIC en el desarrollo de la Pyme; (2011)

Caballero, A. (2009). *Innovaciones en las guías metodológicas para los planes y tesis de maestría y doctorado*. (2ª. ed.). Lima, Perú.

Cano de la Cuerda, Roberto, Collado Vázquez, Susana, and Martín Casas, Patricia. Apps en neurorrehabilitación. Madrid, ESPAÑA: Dykinson, 2016. ProQuest ebrary. Web. 15 September 2017.

Copyright © 2016. Dykinson. All rights reserved.

Carrasco, S. (2013). *Metodología de la investigación científica*. Lima Editorial San Marcos. pp. 471. ISBN: 9972-34-242-5.

Charles W.L. Hill. Negocios internacionales: Competencia en el mercado global (8va edición); México 2011.

Copyright © 2015. All rights reserved.

Consejo de Educación de la Comunidad de Madrid. Dirección General de Investigación. Innovación: un factor clave para la competitividad de las empresas. Colección dirigida por Alfonso González Hermoso de Mendoza.

© Copyright: CEIM Confederación Empresarial de Madrid-CEOE

Diario Gestión, 2017 Comercio Electrónico en el Perú 2017, Recuperado el 21 de Marzo de 2017 de <http://blogs.gestion.pe/innovaciondisrupcion/2017/03/comercio-electronico-en-el-peru-2017.html>

Diario Gestión, 2017 Las cinco principales tendencias del consumidor peruano, Recuperado el 19 de julio de 2017 de <https://gestion.pe/tendencias/cinco-principales-tendencias-consumidor-peruano-2195307>

Fernández-Quijada, David. La innovación tecnológica: creación, difusión y adopción de las TIC. Barcelona, ES: Editorial UOC, 2013. ProQuest ebrary. Web. 13 September 2017.

Copyright © 2013. Editorial UOC. All rights reserved.

Fernández-Quijada, David, and Ramos-Serrano, Marina. *Tecnologías de la persuasión: uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas*. Barcelona, ES: Editorial UOC, 2014. ProQuest ebrary. Web. 14 September 2017.

Copyright © 2014. Editorial UOC. All rights reserved.

Gallego Saldarriaga, J. *Introducción a los Negocios Internacionales*. Ediciones, 2014.

© Juan Camilo Gallego Saldarriaga ISBN 978-958-8599-70-0

Hernández, Fernández y Baptista (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta. ed.). México D.F., Mc Graw Hill Interamericana Editores S.A.

Tabvertising: formatos y estrategias publicitarias en tabletas. Barcelona, ES: Editorial UOC, 2014. ProQuest ebrary. Web. 15 September 2017.

Copyright © 2014. Editorial UOC. All rights reserved.

Vázquez-Cano, Esteban, and Sevillano García, María Luisa, eds. *Dispositivos digitales móviles en educación: el aprendizaje ubicuo*. Madrid, ESPAÑA: Narcea Ediciones, 2015. ProQuest ebrary. Web. 15 September 2017.

Copyright © 2015. Narcea Ediciones. All rights reserved.

Vicente, D. (2017) Presenta la investigación titulada: *Impacto de las Tecnologías de la información en la productividad del establecimiento de la facultad de ciencias Económicas y Empresariales*, Madrid.

Yamakawa, Peter; del Castillo, Carlos; baldeón, Johan; Espinoza, Luis Miguel; Granda, Juan Carlos; VEGA, Lidia *Modelo Tecnológico de integración de servicios para la Mypes Peruana*. – Lima: Universidad ESAN, 2010. – 165 p.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
GENERAL ¿Cómo la influencia de las TIC’s mejora las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018?	GENERAL Determinar como la influencia de las TIC’s mejora las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018	GENERAL H1: La influencia de las TIC’s sí mejorará las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018. H0: La influencia de las TIC’s no mejorará las exportaciones de ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.	INDEPENDIENTE Aplicación de las TIC’s	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de nuevas TIC’s • Aceptación en el mercado • Incrementando los clientes 	TIPO DE ESTUDIO Descriptivo DISEÑO DE ESTUDIO Cuasi Experimental POBLACIÓN Ventas de la empresa Konsentidos MUESTRA 30 días antes y 30 días después de la Aplicación de las TIC’s
ESPECÍFICOS ¿Cómo la influencia de las TIC’s mejora la productividad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018?	ESPECÍFICOS Determinar como la influencia de las TIC’s mejora la productividad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018	ESPECÍFICOS H1: La influencia de las TIC’s sí mejorará la productividad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018. H0: La aplicación de las TIC’s no mejorará la productividad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.	DEPENDIENTE Exportaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de ventas realizadas antes y después • Incremento de ventas • Cantidad de horas trabajadas por el personal de ventas, antes y después. • Incremento de producción. 	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Observación
¿Cómo la influencia de las TIC’s mejora la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018?	Determinar como la influencia de las TIC’s mejora la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018	H1: La aplicación de las TIC’s sí mejorará la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018. H0: La aplicación de las TIC’s no mejorará la rentabilidad de la ropa infantil de la empresa KONSENTIDOS, Lima 2018.			

Fuente: Elaboración propia