UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

El efecto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en las empresas PYMES peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciados en Negocios Internacionales

AUTOR(ES)

Baca Casas, Hernán Aurelio (0000-0002-7557-9964)

Vasquez Miranda, Stephanie Melissa (0000-0003-2720-6482)

ASESOR

Azabache Moran, Carlos Alberto (0000-0002-0456-0932)

Lima, 12 de setiembre de 2020

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedicamos a nuestras familias por el apoyo incondicional que nos han venido dando en el transcurso de la construcción nuestras vidas profesionales.

Fomentando siempre las bases de responsabilidad.

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar este presente trabajo de investigación queremos utilizar este espacio en primera instancia para agradecer a Dios, a nuestros Padres, Abuelos y todas las personas que estuvieron presente en este arduo camino.

Asu vez queremos agradecer a la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, directores, profesores y asesores por la organización del programa de Tesis en Negocios Internacionales. Así como por todas las atenciones e información brindas a lo largo de este tiempo.

RESUMEN

El objetivo del presente estudio es analizar los principales efectos de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la internacionalización de empresas PYMES peruanas en el sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos en el periodo del 2014 al 2018. Según el artículo, las PYMES y su aporte a la economía peruana, realizado por Adán Valdivieso Trillo, profesor de la escuela de negocios de la Universidad de Lima, las PYMES conforman el 98.6% de las empresas peruanas.

Por ende, se plantea ver los principales efectos que causaron la implementación de TIC para el desarrollo internacional que poseen las empresas. Se realizó un estudio de enfoque mixto, iniciando un estudio cualitativo con entrevistas a 5 expertos que están presentes en diversos entes asociados al sector y a la problemática, teniendo la visión por parte del estado (Promperú), empresarios de PYMES en crecimiento, gremios económicos, entre otros descritos dentro del trabajo, validando las variables que se medirán y analizarán dentro del posterior análisis cuantitativo realizado, en este se realizó una encuesta a 33 empresas pertenecientes al grupo de estudio.

Posteriormente se realizó un análisis cuantitativo con las encuestas desarrolladas en el cual se implementó un modelo de regresión lineal binaria (probit). Los resultados obtenidos incluyen que el desarrollo de TIC influye en el desarrollo internacional y poseen efectos positivos dentro de las empresas de Textil de Alpaca que exportaron a Estados Unidos en los años estimados, a pesar de tener un desarrollo en proceso.

Palabras clave: TIC, Medios electrónicos, Internacionalización, Sector Textil-Alpaca, competitividad empresarial, eficiencia Interna.

ABSTRACT

The goal of this study is to analyze the main effects of new information and communication technologies on the internationalization of Peruvian PYMES companies in the textile sector of alpaca fabrics to the United States market in the time frame from 2014 to 2018. According to the article, the PYMES and their contribution to the Peruvian economy made by Adán Valdivieso Trillo, a teacher from the Business school of the University of Lima, the PYMES made up 98.6% of Peruvian companies.

Therefore, we plan to see the main effects caused by the implementation of TIC for the international development that some companies own. A study was carried out, starting with a qualitative study interviewing five experts who are present in various entities within the sector and the problem, having the vision of the state (Promperú), growing entrepreneurs of PYMES, economic unions, among others within the work, validating the variables that will be measured and analyzed within the subsequent quantitative analysis carried out. In this, a survey was conducted to 33 companies to the study group.

Subsequently, a quantitative analysis was carried out with the developed surveys in which a binary linear regression model (probit) was implemented. The results obtained include that the development of TIC influences in the international development and has shown positive effects within the Alpaca Textile companies that exported to the United States in the estimated years, despite having a development in process.

Kew Words: TIC, Electronic media, Internationalization, Textile-Alpaca Sector, business competitiveness, Internal efficiency.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO.....	2
1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.2. BASES TEÓRICAS.....	5
1.1.1 Comercio Internacional.....	5
1.1.2 Tecnología De La Información Y Comunicación	6
1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	7
1.1.3 Tecnologías De La Información Y Comunicación (TIC)	7
1.1.4 Industria textil	11
1.1.5 Empresas Internacionales del Sector Textil Peruano de prendas de Alpaca	13
1.1.6 Empresas PYMES	14
CAPÍTULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN	15
2.1. SITUACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	15
2.2.1. Problema Principal	17
2.2.2. Problemas Específicos	17
2.2. HIPÓTESIS.....	18
2.1.1 Hipótesis Principal	18
2.1.2 Hipótesis Específicos	18
2.1.3 Objetivo Principal	19
2.1.4 Objetivos Específicos.....	19
2.3. LIMITACIONES	20
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO	21
3.1. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.1.1 Alcance de la investigación	22
3.1.2 Diseño de la investigación.....	22
3.1.3 Fuentes de Investigación.....	23
3.1.4 Técnicas.....	23
3.1.5 Instrumentación	24
3.1.6 Procedimientos	24
3.1.7 Aspectos Éticos.....	25
3.2. OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	26

3.3.1	Operalización de las variables de la hipótesis general.....	26
3.3.2	Operalización de la variable independiente Nº1	26
3.3.3	Operalización de la variable independiente Nº2	27
3.3.4	Operalización de la variable independiente Nº3	27
3.3.5	Operalización de la variable dependiente Nº1	28
3.3.	PROCESO DE MUESTREO: TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	28
3.3.6	Población de estudio	29
3.3.7	Tamaño de la Muestra	29
3.4.	INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS PARA EL RECOJO DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.3.8	Primera Etapa: Investigación Cualitativa.....	30
3.3.9	Segunda Etapa: Investigación Cuantitativa	33
CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN		35
4.1.	APLICACIÓN PRINCIPAL	35
4.1.1	Herramienta cualitativa: Entrevistas a profundidad	35
4.1.2	Herramienta cuantitativa: Encuesta a MYPES del sector textil-confecciones	43
4.2.	OTRAS POSIBLES APLICACIONES O DESARROLLOS.....	46
CAPITULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS		46
5.1.	MODELO DE ANÁLISIS PROBIT	46
5.1.1	Prueba de Ómnibus.....	47
5.1.2	Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	48
5.1.3	Resumen del Modelo	48
5.1.4	Aplicación y análisis de variables en el modelo	49
5.1.5	Prueba de Correlación de las Variables.....	50
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		56

Índice de Tablas

Tabla 1. Enfoque cualitativo: Entrevistas a profundidad.	23
Tabla 2. Detalle de las variables para calcular la muestra.....	30
Tabla 3. Detalle sobre las personas a las que se les realizaron las entrevistas a profundidad	32
Tabla 4. Actores involucrados en la internacionalización de empresas del sector textil de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos en los años 2014 – 2018 según fuentes secundarias.....	35
Tabla 5. Factores y dimensiones de las entrevistas a profundidad de empresas exportadoras de textil de alpaca hacia el mercado de estados unidos en los años 2014 al 2018.	36
Tabla 6. Variables, descripción y preguntas de las encuestas a empresas exportadoras de textil de alpaca hacia el mercado de estados unidos en los años 2014 al 2018.....	43
Tabla 7. Resultado SPSS Statistics: Prueba ómnibus de coeficientes de modelo.	47
Tabla 8. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Hosmer y Lemeshow.....	48
Tabla 9. Resultado SPSS Statistics: Resumen del Modelo	49
Tabla 10. Resultado SPSS Statistics: Aplicación y análisis de las variables en el modelo.	49
Tabla 11. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Correlación de las variables	51
Tabla 12. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Correlación de las variables.	51
Tabla 13. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Correlación de las variables.	52
Tabla 14. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Correlación de las variables.	53

Índice de Figuras

Figura 1. Valores del índice de Desarrollo de las TIC	9
Figura 2. Cadena de Valor del sector Textil.....	13
Figura 3. Exportaciones de prendas de vestir de alpaca (Millones de dólares).....	16

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, las empresas buscaron las relaciones entre la internacionalización mediante estrategias de toma de decisiones. Concentrándose en la relación que trae consigo la motivación y el comportamiento empresarial, y como al relacionar estas se empiezan a formular las estrategias y las inversiones.

Con respecto a las exportaciones del sector textil peruano, obtuvo un alza registrando tasas de crecimiento de exportaciones mayores a dos dígitos hasta el periodo 2013. Sin embargo, esta fluctuación se ve afectada en las estadísticas del año 2014 negativamente. Esto se dio por la crisis económica que atravesaba el país venezolano, ya que era uno de los principales mercados de destino del producto en mención. (“Estudio de Investigación del Sector Textil y Confecciones”, 2017)

Además, dentro del rubro al cual nos venimos enfocando se estudiará Estados Unidos con un porcentaje alto, posicionándose como el principal importador de este producto peruano a nivel mundial. Dentro de este, según el boletín el 45% de las exportaciones del sector textil van dirigidos a este mercado. Además, se registraron las exportaciones según datos del Siicex de las principales partidas exportadas de estas empresas. Se demostró que la participación de importación que tiene Estados Unidos de este producto no es inferior al 46%.

Así mismo, dentro del rubro textil de prendas de alpaca se enfrentan a un nuevo reto de crecimiento acelerado en el ámbito internacional, para poder llegar a competir en un mercado global. Sin embargo, las empresas peruanas son reconocidas por la calidad y diferentes tipos de telas. Empresas como Textil Del Valle S.A. dedican el cien por ciento de sus productos para la exportación. Mientras otras empresas diversifican al nivel internacional, utilizando las nuevas tecnologías de la información para poder tener una mejor presencia en otros mercados.

Es por ello, que se investigó sobre el uso de las nuevas tecnologías de la información y como estas representan un reto para las empresas. Puesto que tenían que adquirir nuevas estrategias en relación a estas. Existen investigaciones que nos muestran las barreras de entrada que tienen las pymes para adoptar estas medidas. Sin embargo, con relación al uso de las TICs, sus efectos no han sido profundizados. (Barrera, 2019)

Por otro lado, existen diversas investigaciones donde respalda el uso de las TICs para el apoyo a la internacionalización enfocándose desde varios puntos como la investigación de las barreras de entradas de las mypes a este tipo de estrategias, entre otros (Belvedere, 2016). Por lo cual nosotros enfocamos la investigación a los efectos que se tiene con respecto a los TICs como apoyo e instrumento de la internacionalización. (Costa, Soares & Sousa, 2020)

Por lo que, esta investigación tiene como objetivo evaluar los efectos que presentan las empresas exportadoras de prendas de lana de Alpaca que incursionaron en el uso de las TICS y su relación con la internacionalización; es por ello que este estudio tiene un enfoque centrado en los efectos del fenómeno coyuntural vivido sobre la digitalización del comercio, así como las habilidades digitales en relación con la internacionalización de las PYMES del sector hacia el mercado especificado de estados unidos.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

En primer capítulo, presentaremos el panorama general de la investigación y se explicará las teorías importantes que intervienen en el desarrollo de la investigación. Así mismo, se incluirán los antecedentes de la investigación, basados en papers que refuerzan el estudio. Para poder utilizar estas bases teóricas con el objetivo que representa y las conclusiones a las que conlleva cada una de ellas.

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En el departamento de economía y estadística de la universidad de Udine, los autores Ernesto Cassetta, Umberto Monarca, Ivano Di Berandino & Marco Pinia, en su artículo *The relationship between digital technologies and internationalisation. Evidence from Italian SMEs*, se basa en la exploración empírica del impacto de la tecnología digital (DT como abreviatura) en las exportaciones de las PYME, explorando el efecto en el comercio electrónico y la relación con las innovaciones organizativas y de procesos. Además, mejorar las habilidades digitales internas. Por otro lado, habla sobre el aumento de la producción en red a través de cadenas de valor tanto regionales y mundiales. Como han dado a conocer el manifiesto sobre el rol de las DT de negocios electrónicos, como permite compartir información con proveedores, fabricantes, almacenes, distribuidores y minoristas. Concluyendo en que el desarrollo de DT tiene una relación entre la propensión a realizar exportaciones y el uso de los DT, adicionando que los hallazgos dentro de este estudio se añaden al debate de las DT con respecto al rendimiento empresarial concluyendo que producto de estos se puede mejorar los micro procesos, mejorando la coordinación y la capacidad de respuesta e intercambio de información.

Así mismo, investigar cómo y en qué medida los DT contribuyen directamente a aumentar las ventas, incluidas las exportaciones. Demostrando cómo las empresas que utilizan sitios web para fines y servicios más avanzados, como marketing y comercio electrónico, tienen una mayor propensión a exportar. Dentro de los resultados de la investigación brindada se mencionan algunos aspectos clave como son la significancia de la nube en emprendimientos internacionales que demostró en varios casos no tener una significancia mientras que la venta en línea mostró efectos positivos marginales y es estadísticamente significativa, lo que nos lleva a entender que el uso de las TICs brinda efectos positivos al desarrollo internacional de las empresas (Cassetta, Monarca, Di Berandino, Pinia, 2019).

En este estudio también se mostró la relación del uso de los sitios web influye con un efecto marginal positivo, pero en el caso en el que se utilicen todas las DT mientras que en caso no se realice con estos mostraron un efecto marginal aún positivo, pero en menor escala.

En la Università Ca' Foscari Venezia, la autora, Eleonora Belvedere en su artículo *The Network as digital instrument and organizational structure to support the internationalization of Italian SMEs*, nos habla sobre aprovechar las nuevas tecnologías de la información para llegar a tener un proceso más gratificante de la internacionalización mejorando continuamente en diversos puntos desde su manejo de datos e información para el mejoramiento continuo de la empresa como su productividad o beneficios que genera, hasta el uso de internet y las redes para optimizar el proceso de la información y llegar a los clientes para generar ventas. Dentro de este estudio se menciona que la UIT desarrolló una investigación en la cual se analizó el impacto de las TICs para las empresas, en el cual se demostró que presentan y dan resultados positivos entre la relación del uso de las TICs para las empresas. Se demuestra también que el uso de las TICs favorece a las empresas en otros aspectos volviéndose más flexibles al momento de enfrentarse a los cambios de la demanda y lograr competir (Belvedere, 2016).

Respecto al estudio realizado por la universidad de Nicosia, los autores Anna Makrides, Demetris Vrontis and Michael Christofi en su artículo *The Gold Rush of digital marketing: Assessing Prospects of Building Brand Awareness Overseas*, examinan cómo las PYMES utilizan los medios digitales para mejorar el reconocimiento de sus marcas fuera del mercado interno en el que se encuentran. Para ello hacen mención como el Internet ha facilitado llegar a clientes alrededor del todo el mundo teniendo presente el uso constante del internet con un número de usuarios de Internet que superan el 4.021 millón en todo el mundo (Kemp, 2018). Concluyen en su investigación exploratoria de enfoque cuantitativa que, mediante el uso estratégico de los medios digitales, las PYME tiene oportunidad de generar mayor conocimiento de marca a nivel internacional. Basado en estrategias personalizadas, dando promoción a través de medios digitales, adaptando sus estrategias para un mayor rendimiento y facilitar el proceso. Sin perder en cuenta al consumidor como su principal centro de actividades. Así mismo, este estudio intenta ampliar, comprender los nuevos fenómenos y marcos teóricos del consumidor con respecto al marketing digital. (Makrides, Vrontis, Christofi, 2019).

Por otro lado, Michael Porter en su artículo, *Strategy and the internet*, nos menciona que debemos alejarnos de lo que es la retórica de lo utópico de generar e implementar estrategias apresuradas mediante el uso de las TICs puesto que a pesar de ser un gran conjunto de herramientas que pueden potenciar el negocio y dentro de lo que nuestro estudio plantea generar una mejor internacionalización, esta debe ser usada prudentemente y con el cuidado y estudio debido, puesto que esto puede llevar a las empresas a cometer errores o perder importantes ventajas de propiedad al apresurarse al momento de entrar a este. (Porter, 2001)

Adicionalmente, el estudio realizado dentro de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, los autores Anette Matienzo y Anna Matienzo, en su tesis *Principales factores que intervienen en la decisión de incorporar comercio electrónico en las MYPES del Sector textil-confecciones del Emporio Comercial de Gamarra que impactan en su competitividad empresarial*, La investigación emplea un método de enfoque cualitativo donde realiza entrevista a expertos tanto de micro y pequeños empresarios enfocándose en la manera de toma de decisiones de implementación e incorporación de comercio electrónico dentro de las PYMES del sector textil en el emporio Gamarra. (Matienzo A. & Matienzo A., 2017)

1.2. BASES TEÓRICAS

1.1.1 Comercio Internacional

Entrando a lo que son las bases del comercio internacional nos topamos con Adam Smith, considerado como padre de la economía moderna, este nos relata dentro de una de sus obras más importantes “*La riqueza de las naciones*”. (Rodríguez, 1996) la ventaja absoluta de las naciones basado en la mano de obra de trabajadores, siendo estos guiados por una mano invisible impulsados por su interés personal, mientras que el estado se encargaría de proveer los bienes esenciales como servicios públicos o una estructura ordenada, rechazando así el proteccionismo e impulsó el libre comercio. Además, encontramos a David Ricardo mencionando que el valor de cambio de una mercadería depende de dos factores, su escasez y la cantidad de trabajo que se requirió para la fabricación para poder competir en el mercado internacional no solo es necesario una ventaja en costes como lo menciona Adam Smith sino

puede existir una ventaja relativa para poder competir en mercados internacionales. (Ricardo, 1817).

Estos modelos representan las bases del comercio internacional, pero tienen el supuesto de la completa inmovilidad de los factores productivos por consiguiente sumándose a estas teorías nos encontramos con el modelo H-O (Modelo de Heckscher y Ohlin), puesto que en este se considera que algunos países tienen abundancia o una dotación mayor de los factores de producción. La diferencia e intensidad que se necesitan para la producción de diferentes bienes existiendo así, países con abundancia de capital que producen bienes que requieren gran cantidad de capital a costos más bajos relativamente, mientras que por otro lado hay otros que tienen el factor de capital de trabajo en abundancia. Siguiendo con esta lógica encontramos que un país exportará el bien que requiera intensivamente el factor (capital o trabajo) que posea más abundante, generando así una ventaja comparativa y competitiva.

Continuando con esta línea nos encontramos con Johanson y Mattson (1988) que nos relatan que con respecto a la internacionalización las empresas deben centrarse las redes de negocio que son una de las partes fundamentales de la internacionalización. Estas son según los autores, las que apoyan a los negocios internacionales puesto que una empresa debe tener estas redes con sus principales stakeholders. Este proceso de internacionalización y manejo de redes a medida que va incrementando puede tomar diferentes ramificaciones (Rialp. A & Rialp J, 2001), generar nuevas relaciones, incrementar la penetración de las redes actuales e integración.

1.1.2 Tecnología De La Información Y Comunicación

Actualmente, la evolución de las nuevas tecnologías es un punto en debate; debido a que, se ven reflejados en diferentes tipos de actividades tanto al nivel personal, empresarial y laboral. Se menciona que el proceso de internacionalización de las empresas es multinacional o de aquellas que están en sus inicios de internacional se ven impactadas por las TIC.

Antiguamente (Johanson y Valhne, 1977; Root, 1980) se mencionaba que el proceso de internacionalización era previsto como algo secuencial, donde se ganaba en conocimientos y experiencias de los mercados internacionales. Así mismo, la empresa comprometía mayores recursos para disminuir riesgos de inversión. Sin embargo, con la aparición y uso de las TIC estos procesos se fueron disminuyendo, generando a las empresas intensificar sus procesos de internacionalización a mayor escala. Todo ello basado en el beneficio de las TIC, las empresas perciben menor riesgo en invertir en otros mercados (países), particularmente esto viene apoyado por la globalización basado en las necesidades y preferencias del consumidor final requiere.

La buena inserción de las TIC en empresas ayuda a generar una mejor estrategia competitiva de diferentes índoles, así como una mejor alianza con socio internacional ayuda a minimizar riesgos. Iniciando desde la coordinación de las actividades internacionales (Reich y Benbassat, 2000) hasta la producción de sinergias por la complementariedad de los recursos que envuelven la actividad empresarial (Hitt y Brynjolfsson, 1997). Referente a los diferentes modos de entrada a mercados internacionales, las TIC ayudan a minimizar riesgos con relación a la penetración de dichos mercados, al poder comprometer una cantidad menor de recursos por medio de las International Joint Venture o al desconocimiento del mercado por medio de las fusiones y/o adquisiciones.

1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

1.1.3 Tecnologías De La Información Y Comunicación (TIC)

1.1.3.1 Definición De Las TIC

Las definiciones de las Tecnologías de la Información y Comunicación (abreviatura como TIC), suelen ser diversas, pero se puede resaltar las similitudes que existen entre cada uno de estas. Según, Cabero (1998) citado por Belloch (2012, p.1) menciona que las TIC se refiere a tres medios básicos, entre ellos la informática, telecomunicaciones y microelectrónica. Donde girando no solo dentro de un eje aislado sino interconectadas, lo que deja conseguir nuevas comunicaciones.

Por otro lado, consideran que la terminología de las TIC hace referencia a las diversas herramientas tecnológicas dedicadas a procesar, almacenar y transmitir información, provocando que se expresen de tres maneras: texto, audio e imagen (UNAM, 2009). Además, según la Comisión Europea (2001, p. 3) hace hincapié que es un término utilizado para hacer referencia una amplia variedad de servicios, aplicaciones, y tecnologías; transmitiendo con la ayuda de las redes de telecomunicaciones. Así mismo, menciona que su importancia no está basada en la tecnología, sino que otorga un acceso tanto a la información, el conocimiento y las comunicaciones.

1.1.3.2 Crecimiento de las TIC a nivel global

En este aspecto, actualmente existe de organismos reguladores internacionales que están encargados de las TIC para la medición de manera global. Se encuentra: La Unión Internacional de las Telecomunicaciones (abreviatura con UIT), la encargada de evaluar los índices del Desarrollo Tecnológico (abreviatura con IDT) de la infraestructura tanto crítica como la adopción y el uso de las TIC. Dando a conocer un informe sobre la “Medición de la Sociedad de la Información”, esto se basa según los tres subíndices (acceso, utilización y capacidades). Donde se es presentado a través de la Asociación de Medición de las TIC dentro del desarrollo de la Cumbre Mundial con respecto a la Sociedad de la Información.

El otro organismo regular, Foro Económico Mundial mediante su indicador Networked Readiness Index o Reporte Global TIC (conocido por su abreviatura NRI en inglés), encargado de buscar y comprender los roles de cada individuo, empresas y gobiernos. Estén comprometidos con el desarrollo, uso y adopción de las TIC entre los países de manera global. Dando a conocer un reporte por diez pilares: ambiente (ambiente político y regulatorio), preparación (infraestructura y contenido digital), uso de las TIC (uso individual, empresarial y de gobierno), y el impacto de las TIC (impactos económicos y sociales).

1.1.3.3 Avance de las TIC - Perú

Con respecto, al desarrollo de las TIC en el Perú, podemos mencionar que el índice de crecimiento fue de 4.85 en una escala no mayo a los diez puntos, ubicándose en el puesto 96

en una escala de 176 economías. (Valderrama, 2018). Por otro lado, se precisa que en el Perú se encuentra en un avance medio con relación a los términos de las TIC en relación con el de un nivel internacional que este presenta.

Así mismo, cabe mencionar que, con relación a la descomposición del Índice de Desarrollo de las TIC, se presenta: el acceso, la utilización y las aptitudes, en la cuales permite conocer las limitaciones y usos que mantiene cada país con referencia a las TIC e infraestructura de estas. Según, el subíndice de acceso donde se evalúa tanto la infraestructura de redes y el uso oportuno de los accesos donde reporta el valor de 4.90 generando un nivel de 102. Por otro lado, el subíndice de utilización trata de evaluar la intensidad, donde reporta el valor de 3.96 generando un nivel del 90. Por último, el subíndice de aptitudes trata de evaluar el impacto de las TIC en el uso tanto eficaz como eficiente de la misma, donde da un reporte 6.54 generando un nivel del 75.

Figura 1. Valores del índice de Desarrollo de las TIC

Valores del Índice de Desarrollo de las TIC

	Valor del Indicador	Puntuación
Índice de Desarrollo de las TIC		4.85
Acceso a las TIC		4.90
1. Abonados a la telefonía fija por cada 100 habitantes	9.70	0.16
2. Abonados a la telefonía móvil celular por cada 100 habitantes	117.10	0.98
3. Velocidad promedio de descarga contratada de conexiones a internet (Mbit/s)	0.03	0.71
4. Porcentaje de hogares con computadora	33.50	0.34
5. Porcentaje de hogares con acceso a Internet	26.40	0.26
Utilización de las TIC		3.96
6. Porcentaje de personas que utilizan Internet	45.50	0.46
7. Abonados a la banda ancha fija por 100 habitantes	6.70	0.11
8. Abonados a la banda ancha móvil por 100 habitantes	62.00	0.62
Aptitudes de las TIC		6.54
9. Años promedio de escolaridad	9.00	0.60
10. Porcentaje bruto de inscripción en enseñanza secundaria	95.70	0.96
11. Porcentaje bruto de inscripción en enseñanza terciaria	40.50	0.41

Fuente: International Telecommunication Union (ITU)

Elaboración: FRI – ESAN

Extraído: International Telecommunication Union (ITU).

1.1.3.4 Influencia de las TIC sobre la dirección empresarial.

Con el paso del tiempo las TIC se han vuelto para las empresas más importantes, ya que brindan ventajas competitivas con carácter operativo y estratégico. Debido a que, estas empresas se encuentran en la capacidad de procesar información eficaz y oportuna, generando conocimientos eficientes. Cabe resaltar que la presencia de las TIC se encuentra de manera integral en las diversas áreas de una organización. Por ello, según Villar, M. (2010) hace hincapié sobre las tecnologías puede a lograr a encadenarse una tras una, trayendo consigo un sistema integral. Donde permite a los empresarios tener acceso y organización a la información de manera más eficaz.

Por otro lado, las TIC aportan una mejora en el proceso empresarial de cada organización, optimizando la toma de decisiones, la gestión del conocimiento y las alianzas estratégicas. Así mismo, las TIC han generado formar parte de las organizaciones con menores costos y la representación del uso de la internet aporta a su vez aporta la transformación de aplanamiento de infraestructuras, incremento de flexibilidad e incluso el rediseño de organizaciones- Logrando una integración con los sistemas tanto de proveedores como clientes y del mercado propio (Gómez, V. 2007).

1.1.3.5 Importancia de las TICs en las PYMES peruanas

La importancia de las TIC en las PYMES peruana del sector textil según el informe de la red de la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de las PYMES hace hincapié que las empresas que disponen de página web propia (83,2%), presencia activa en redes sociales (42,9%), programas CRM para la gestión de clientes (38,4%) y aplicaciones ERP (35,6%) y plataforma de e-commerce (19,7%). Sin embargo, con el caso de las empresas medianas todavía se muestra un bajo porcentaje que cuenta con un canal comercial de un 37.6%. Siendo el 61.1% de la mayoría de las PYMES peruanas que no utilizan ninguna TICs en las empresas (FAEDPYME, 2018).

Por otro lado, según estudios realizados por Instituto Nacional de Estadística e Informática con relación a las TICs de las empresas en el denominado Perú: Tecnología de Información y Comunicación en las Empresas, EEA 2017 (INEI, 2018) donde fue aplicado a diferentes sectores y tamaños de empresas. Dio a conocer que la distribución de las empresas se divide en: pequeña empresa concentra el 84,5%, y la mediana empresa el 4,6% del total de empresas. Donde en el caso de las pequeñas empresas intervienen en 90.7% usan computadoras, 12.2% usan PDA o Tablet, 30.2% usan páginas web, entre otros indicadores. Por otro lado, en el caso de las medianas empresas intervienen en 97% usan computadoras, 23.2% usan PDA o Tablet, 43.4% usan páginas web, entre otros indicadores. Según lo mencionado nos muestra un panorama general sobre la situación de las TICs tanto en las empresas PYMES peruanas.

1.1.4 Industria textil

En este punto se expondrá el sector textil del cual se desarrollará la investigación académica. Donde se desarrollará la importancia e impacto que posee en la economía peruana, así como su cadena de productividad y valor del sector.

1.1.4.1 Situación Actual

El Perú es un país que posee diversas riquezas naturales dentro de estas se encuentra la fibra de algodón y la alpaca las materias primas, siendo valoradas a nivel internacional. Es por ello, que poseen una alta ventaja para poder obtener dichas materias y poder transformarlas en productos finales. Cabe recalcar, existen otras industrias tales como la agrícola que se dedica a la cosecha de algodón, industria ganadera que se dedica a la extracción de fibras de animal (alpaca), industria química que se dedica a obtener tintes y la industria de plástico que se dedica a la transformación de cierres, botones, entre otros. PRODUCE (2000) citado por Muñoz Arroyo (2017, p.85) De lo mencionado, se puede extraer que el 60% de la producción de prendas y materiales del sector textil proviene de la industria agropecuario.

1.1.4.2 Cadena Productiva del Sector Textil

Dentro de la cadena de productiva de este sector, se subdivide de dos sectores:

- **Subsector textil**

Se basa en la extracción y obtención del algodón, fibra de alpaca, sintética y artificiales, dado ese paso procede con la elaboración de tejido y teñido de estos mismos. Estos se comprenden en fibras (naturales y artificiales), tejidos (planos, de punto, e industrial), revestimientos productos del hogar y textiles no tejidos. (SNI, 2016).

- **Subsector confección**

En este sector se basa ya en el proceso de confección tales como la confección de prendas de vestir de diferentes índoles. Según el MINCETUR, este sector abarca confecciones tales como: tejido de punto y plano utilizando las fibras de algodón y alpaca para mercado internacional y prendas en base a las fibras sintéticas y artificiales.

En esta cadena de productividad se ve reflejado el proceso desde la obtención de la fibra, proceso de hilado, proceso de tejido, proceso de teñido/ acabado y la confección de las prendas.

1.1.4.3 Cadena de Valor del Sector Textil

Siguiendo con esto, describimos la cadena de valor del sector textil con una herramienta de análisis empresarial para lograr mostrar el conjunto de actividades y procesos de una organización (Porter, 2008).

Figura 2. Cadena de Valor del sector Textil

Elaboración: Propia

1.1.5 Empresas Internacionales del Sector Textil Peruano de prendas de Alpaca

1.1.5.1 Definición de Compañía Internacional

Siguiendo con el modelo de Uppsala podemos observar que el proceso de internacionalización es la expansión de una empresa a nivel internacional que lo lleva a desempeñar sus actividades, desde la exportación esporádica hasta tener presencia física de venta o producción en un país diferente, compitiendo a nivel internacional y diversificando el uso de su capital.

También se puede entender a la internacionalización de una empresa como una consecuencia de haber utilizado estrategias combinadas a factores externos para poder competir a nivel

internacional y ofrecer los productos o servicios en otros países expandiendo su capital para este fin. (Araya A., 2019), en este proceso se debe tener en cuenta varios aspectos:

-Motivos para llevar a cabo la internacionalización

-Proceso para llevarla a cabo.

-En qué momento y lugar se realizará

Siguiendo el camino de la internacionalización una empresa puede ser catalogada según las pautas en cuatro (exportadora, multinacional, global, transnacional), siendo los cuatro tipos de empresa internacional modelo que a su vez miden en qué etapa se encuentran del crecimiento internacional (Canals, 1997). Según Araya, el proceso de internacionalización es un proceso arduo en el que las empresas que actualmente se quieren incluir deben tener las capacidades dinámicas que les permita competir en el mercado internacional, esto los llevará a desarrollar e innovar en su sector.

1.1.6 Empresas PYMES

1.1.6.1 Definición de PYMES

Las empresas PYMES son reconocidas como un conjunto cabe la redundancia de empresas de índole pequeñas y medianas donde están constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión. Donde tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes.

1.1.6.2 Importancia de las PYMES

Las PYMES en nuestro país son de particular importancia esto, debido a que, son parte fundamental y de importancia para la economía nacional. Según Van Auken y Howard (1993) Citado por Luna Correa, J. (2013) menciona que esto no solo a las aportaciones que brinda como la generación de riqueza. Sino a la flexibilidad que tiene para adaptarse a

cambios tanto tecnológicos y como a la generación de mano de obra. Representando un medio de impulsión al desarrollo económico y a una mayor distribución a la riqueza.

CAPÍTULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN

2.1. SITUACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

El uso de las nuevas tecnologías de la comunicación a incrementado el avance en los diferentes sectores tanto como al textil con respecto a la internacionalización de cada una de estas. Así mismo, las TIC están generando que estas industrias crezcan potencialmente y den inicio al crecimiento en el ámbito internacional mejorando su competitividad, generando factores y ventajas competitivas.

Dentro de este, el rubro de prendas de alpaca se vio beneficiado. Puesto que implementó diversos TICs como marketing digital, redes digitales, entre otros que lo ayudan a desarrollarse y crecer en el ámbito internacional, nuestro estudio busca brindar una visión sobre los efectos y las relaciones que existen entre el uso de estas TICs con respecto al nivel de internacionalización de las empresas.

Existen diversas tesis que marcan el uso de las TICs; las principales razones de la implementación de estas en las empresas o el apoyo que brindan al desarrollo y toma de decisiones gerenciales en diversas empresas. Por lo que, queremos abarcar los efectos que estas producen a las empresas con respecto a su internacionalización.

Adicionalmente, las empresas de la línea de alpaca tuvieron un crecimiento en las exportaciones en el 2018 de 21.9%, pero este se vio más influenciado por el sector de fibra de alpaca con 96.3% del crecimiento del total y no del sector de prendas de vestir que se vio incrementado, pero en menor medida en los últimos años.

Las prendas divididas en dos grandes tipos, tejidos de punto y plano tienen como principal destino EE. UU. con 53% en de punto y 48% en el plano. Teniendo como algunas ventajas que el Perú posee más del 80% de la población de alpacas, aunque estas fibras obtenidas se exportan a china para ser reimportadas como hilo, representan una ventaja competitiva significativa (Rojas, 2019).

Según Promperú existen empresas que están industrializadas y brindan sus productos con una calidad internacional, centrándose en comercio justo y sostenibilidad, que son aspectos

buscados por los clientes del mercado internacional y teniendo el beneficio de promoción nacional por la marca Alpaca Perú.

Por otra parte, el Banco Central de Reservas del Perú hace mención sobre el diagnóstico y evolución de las exportaciones de sector de la Línea de Alpaca en la Industria de Vestimenta, como ha ido creciendo en desde el periodo del 2014 dando un incremento en las prendas de vestir en 21% a comparación de años anteriores, según Sunat.

Así mismo, se hace hincapié a las exportaciones del mercado escogido en la tesis por su incremento sustancial de importaciones de prendas de vestir de alpaca de Perú en 6.9%. Adicionalmente, desde el 2014 existe un incremento del uso de computadoras, internet, telefonía móvil y otros instrumentos dentro de empresas, que hacen efectiva el uso de los tics en el Perú (INEI: 2015)

Es por ello, que según el papers *“The relationship between digital technologies and internationalisation. Evidence de Italian SMEs”*, hace relevancia a cómo los DT impactan en las exportaciones de las PYME italianas, explorando el efecto en el comercio electrónico y la relación con las innovaciones organizativas y de procesos. Dando a conocer el manifiesto de los roles de las DT con respecto a los negocios electrónicos, cómo aumentan en las ventas.

Por otro lado, en otro artículo hace hincapié de cómo se aprovecha las nuevas tecnologías de la información en el proceso de la internacionalización haciendo mejora en diversos puntos. Haciendo de manera más fácil y accesible al manejo de datos e información. Por lo que, según los puntos tratados en los diferentes artículos detallados con anterioridad, nos ayudarán saber qué efectos trae consigo las nuevas tecnologías de la información en la internacionalización en las empresas exportadoras peruanas del sector mencionado.

Adicionalmente, según Siicex se demuestra que el sector de exportaciones de textiles de alpaca está en crecimiento exceptuando por un descenso que afectó las exportaciones de manera negativa pero que se mantuvo hacia el mercado de Estados Unidos logrando tener un incremento porcentual de 14.2 % en el 2018, siendo uno el segundo mercado más importantes para prendas de vestir de alpaca ese año.

Figura 3. Exportaciones de prendas de vestir de alpaca (Millones de dólares)

Adaptado de “Infografía exportación peruana sector textil 2018”, por Promperú, 2018.

2.2.1. Problema Principal

¿Cuáles son los efectos del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en empresas PYMES exportadoras peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018?

2.2.2. Problemas Específicos

Partiendo del problema general planteado para la presente investigación, se ha establecido los siguientes problemas específicos:

Problema Específico N°01

¿De qué manera los efectos del desarrollo de las estrategias de la tecnología de información y la comunicación afectan en el incremento de su participación de mercado y el desarrollo internacional en empresas PYMES peruanas que exportan al mercado estadounidense en los años 2014 - 2018?

Problema Específico N°02

¿De qué manera los niveles de competencias de la tecnología de información y la comunicación permite una mejor gestión de los 'activos invisibles' en la internacionalización para lograr el liderazgo del mercado en las empresas PYMES del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018?

Problema Específico N°03

¿De qué manera el uso de la tecnología de información y la comunicación en las empresas exportadoras peruanas afecta a la relación del incremento de la información y a la eficiencia administrativa interna de la gestión de comercio exterior en las empresas PYMES del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018?

2.2. HIPÓTESIS

2.1.1 Hipótesis Principal

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo internacional de las empresas PYMES exportadoras peruanas de fabricación de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos, tiene efectos positivos que impactan significativa y directamente al mismo en los años 2014 – 2018

2.1.2 Hipótesis Específicos

Partiendo de esta hipótesis general, se ha establecido las siguientes hipótesis específicas:

Hipótesis Específico N°01

El desarrollo de las estrategias de la tecnología de información y la comunicación en las empresas PYMES del rubro textil de alpaca influye de manera positiva y relevante en su participación de mercado en el desarrollo internacional a los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.

Hipótesis Específico N°02

Los niveles más altos de competencias de la tecnología de información y la comunicación permiten una mejor gestión de los 'activos invisibles' en la internacionalización para alcanzar

el liderazgo del mercado en las empresas PYMES del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.

Hipótesis Específico N°03

El uso de la tecnología de información y la comunicación en las empresas exportadoras peruanas incrementa la disponibilidad de mayor y mejor información, lo que aumenta la eficiencia administrativa interna de la gestión de comercio exterior en las empresas PYMES del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.

2.1.3 Objetivo Principal

Para efectos de la presente investigación el objetivo general será: “Determinar los efectos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en el proceso de internacionalización de las empresas PYMES exportadoras peruanas de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018”.

2.1.4 Objetivos Específicos

Es así que, a partir del objetivo general establecido, se ha propuesto los siguientes objetivos específicos para esta investigación:

Objetivo Específico N°01

Analizar los efectos que presenta el desarrollo de las estrategias de la tecnología de información y la comunicación en el incremento de su participación de mercado y el desarrollo internacional a los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.

Objetivo Específico N°02

Determinar cómo los niveles de competencias de la tecnología de información y la comunicación permite una mejor gestión de los 'activos invisibles' en la internacionalización para alcanzar el liderazgo del mercado en las empresas PYMES del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.

Objetivo Específico N°03

Analizar el uso de la tecnología de información y la comunicación en las empresas exportadoras peruanas con relación al incremento de la información y en la eficiencia administrativa interna de la gestión de comercio exterior en las empresas PYMES del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.

2.3. LIMITACIONES

Las limitaciones que hemos encontrado para el desarrollo del proyecto de investigación se enfocan principalmente en la coyuntura generacional que nos tocó vivir que es el caso de la propagación de la pandemia mundial SARS-COV-2. En el cual se limita de manera significativa el tránsito sea local o internacional, con el cual se presentan varias dificultades para el desarrollo de la investigación.

Primeramente, se encontrarán limitaciones con respecto a la cantidad de empresas. Puesto que por el tiempo que se brindó en diversos países incluido los estudiados (Perú y Estados Unidos), se redujo significativamente el comercio internacional. Por consiguiente, existen algunas empresas que están cayendo en la quiebra por la baja demanda y las dificultades para comercializar los productos con normalidad.

Segundamente, se ve limitada la movilización por parte de los involucrados en el territorio nacional para realizar las entrevistas y las encuestas de dicha investigación por lo cual se verá afectada. Por otro lado, otra limitación que se encuentra es el acceso a la fuente de datos primaria que son las empresas del sector lo cual se cubrirá con la solicitud de los participantes a las empresas para poder desarrollarla de la mejor manera posible respetando los parámetros establecidos y poseer una fuente primaria confiable y válida.

Sin embargo, el estudio seguirá con el cronograma establecido puesto que se utilizarán los medios digitales de comunicación como videoconferencia, correo electrónico entre otros para el desarrollo normal y vencer las barreras generadas por la problemática demostrada.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO

La Real academia de la lengua española (RAE) define la palabra metodología como *conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica*; Dentro de este tercer capítulo se establecerá la metodología a seguir para el análisis de la problemática y prueba de la hipótesis planteada en los capítulos anteriores, adicionalmente se establecerán tanto las herramientas para la obtención de datos como la población y muestra que se tomarán para tener datos fiables y significativos.

3.1. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se va a realizar en el presente trabajo se basará sobre los diferentes criterios (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2014):

Por ende, tendrá un enfoque mixto, debido a que este se ajusta con el tema propuesta para la tesis:

[El enfoque mixto] *es un grupo de procesos que en el cual se presentan de manera sistemática, empírica y crítica de la investigación. Por lo que, en esta se involucra la recolección y análisis de datos tanto de manera cuantitativa y cualitativa. Además, esto genera y ayuda a la integración y discusión conjunta de la información para poder lograr un mayor entendimiento de la manifestación estudiada*, citado en Hernández, Fernández & Baptista (2014, p. 580).

Según este enfoque, nos permitirá comprender mejor el objetivo de estudio. Para de esta manera evidenciar la combinación entre los métodos cuantitativo y cualitativo. Según, Hernández-Sampieri y Mendoza (2008) se entiende que esta clase de diseños mixtos de integración de procesos y representan el más alto grado de combinación entre los enfoques. Permitiendo recolectar datos a varios niveles, de manera simultánea o en diferentes, estableciendo, elaborarse informes parciales, siendo el proceso es completamente iterativo.

3.1.1 Alcance de la investigación

En este punto según lo anteriormente mencionado sobre el tipo de muestra que se realizará en el estudio es mixta. Debido a que, se presentará en dos fases siendo la primera cuantitativa y posteriormente cualitativa. En la parte, cuantitativa tendrá un alcance correlacional, ya que es el estudio que se acomoda más con respecto a la investigación. Por ello, definiremos en que se basa este alcance.

[Alcance Correlacional] *se basa con relación a variables de un grupo de patrones previsible Se mide cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba*, citado en Hernández, Fernández & Baptista (2014, p. 94).

Este alcance ayudará nos permitirá analizar qué clase de efectos, razones, causas tienen los factores que intervienen en la decisión de incorporar las TIC para la internacionalización de las empresas del sector.

3.1.2 Diseño de la investigación

Será de carácter no experimental, puesto que para desarrollar los efectos en el periodo de año del 2014 al 2018 en el sector textil de prendas de alpaca que corresponde a un importante periodo de internacionalización de dichas empresas al mercado estadounidense, esto comprende que mediremos los efectos ya ocurridos (Goddard & Melville, 2001)

Con respecto al alcance de la investigación, es necesario mencionar que se desarrollara una metodología de carácter transversal puesto que lo que se busca desde el objetivo general a los específicos es medir el cambio en el proceso y nivel de internacionalización que tienen los efectos del uso de las TIC en un lapso específico de tiempo. Por lo que, es necesario la implementación de este modelo para medir sus efectos en este periodo y analizar los cambios y la relación entre las variables. (Hernández-Sampieri & Mendoza., 2014)

Adicionalmente y siguiendo con esta línea encontramos que la investigación será correlacional-causal debido a que dentro de los objetivos lo que se busca es encontrar la

relación entre los factores descritos de las empresas del sector midiendo los efectos que causan las TIC en la internacionalización de las empresas.

3.1.3 Fuentes de Investigación

Con relación, a las fuentes de investigación que se desarrollarán en el presente trabajo académico se utilizarán fuentes primarias y secundarias. De los cuales estarán basadas tanto en entrevistas a expertos tanto del sector público como privado, así como entrevista a las unas de las principales empresas exportadoras del sector prendas de alpaca. Además, hay que tener presente que dentro de las secundarias se basará tanto en la extracción de información de papers como de diferentes repositorios académico-virtuales.

3.1.4 Técnicas

Por el lado de las técnicas que se desarrollarán para la elaboración de la presente investigación académica serán la recopilación y análisis de diferentes fuentes científicas. Dentro de las cuales tendremos revistas, artículos, papers, tesis que se relación con la investigación a cuestión. Es por ello, que se realizará acabo entrevistas tanto a especialistas para poder determinar y desarrollar las variables de índole cualitativas de la investigación. Estas entrevistas tienen como propósito recolectar información entre personas con una finalidad específica donde se creará un dialogo basado en preguntas contra respuestas.

Tabla 1. Enfoque cualitativo: Entrevistas a profundidad.

Nombre de la empresa	Nombre del experto	Cargo
Comex Perú	Rafael Zacnich Nolaya	Jefe economista de COMEX
UPC	Daniel Jauregui Cuervo	Docente de E-Business
Promperú	Maritza Bejarano	Sectorista del sector de vestimenta
Promperú	Noemí Quintana Sánchez	Especialista de Inteligencia de Mercados
Suritex	Gregor Brenner	Ingeniero textil y gerente general de Suritex Perú

Elaboración Propia.

3.1.5 Instrumentación

Para la investigación y siguiendo con la línea de investigación precedida por Cassetta, Monarca, Dileo, Berardino & Pini (2019), entre otros estudios descritos en el apartado de antecedentes. Se continuará utilizando encuestas a las personas involucradas en el proceso de desarrollo e internacionalización de las empresas, enfocándonos netamente en nuestro rubro textil de alpaca como fuente primaria de la investigación, previamente habiendo realizado una encuesta filtro para confirmar si las variables propuestas están siendo aplicadas en la empresa.

Primeramente, para tener una mejor visión de la problemática y los efectos del uso de las TICs para el desarrollo de las empresas y su internacionalización. Se requerirá realizar entrevistas a expertos del rubro y a los principales stakeholders que con las cuales se complementará, mejorará la orientación y se podrá validar los modelos de encuestas, así como sus preguntas para poder tener una mejor metodología al momento de implementar las encuestas descritas en el párrafo anterior.

Continuando con lo anterior y siguiendo los parámetros dentro del estudio, se aplicarán las encuestas validadas a las principales empresas del sector elegido, después de previamente haber aplicado la encuesta filtro en la que se verifica la implementación y uso de las TIC en los años estipulados. Adicionalmente, se procederá a realizar la regresión lineal propuesta para el análisis de las relaciones entre las variables propuestas en las hipótesis y poder llegar a formular resultados fiables que puedan validar los supuestos.

3.1.6 Procedimientos

Primeramente, se procederá a la elaboración de las encuestas en base al modelo aplicado en Italia (Monarca et al 2019), en la cual se muestra la relación entre las variables establecidas (TIC, Internacionalización) adaptándola al sector textil de alpaca peruano que exporta a estados unidos, logrando conciliar la parte cuantitativa que será aplicada a una muestra significativa de la población de empresas establecida puntos antes (Malhotra, 2008).

Seguido, se procederá a realizar entrevistas a profundidad a los stakeholders involucrados en el proceso de internacionalización, que ayudarán a generar la parte cualitativa y a validar la encuesta elaborada en el punto anterior para lograr tener unos datos más fiables y útiles para la elaboración de la regresión lineal múltiple propuesta.

Realizado el análisis cualitativo y con la validación por parte de expertos de la encuesta se procederá a realizar encuestas filtro a las empresas para poder encontrar empresas del sector que tengan presencia internacional y que hagan uso de las TIC en los años propuestos por el estudio (2014-2018), seguidamente se procederá a la realización de la encuesta a los encargados de los sectores que velan por las variables, uso de las TIC dentro de la empresa, área de comercio exterior que vela por el desarrollo y parte operacional del proceso de internacionalización.

Para finalizar, se procederá a filtrar la información y realizar el análisis pertinente dentro una regresión lineal múltiple para verificar la relación entre las variables propuestas y poder generar los resultados concluyentes presentando una fuente primaria fiable, concreta y clara, gestionando de manera óptima los datos proporcionados por las empresas.

3.1.7 Aspectos Éticos

En el presente trabajo de investigación se tendrá en cuenta el desarrollo transparente y oportuna de la información. Desarrollando de manera clara y precisa, presentando el consentimiento de parte de las personas que serán encuestadas y entrevistadas, colocando sus nombre e información idónea de cada uno de ellos, protegiendo, respetando su punto de vista de cada uno de los participantes. Así mismo, cada respuesta se tratará de manera confidencial y dirigida al tema de investigación. Los datos que se obtendrán no serán manipulados ni adulterados por ningún de las partes, de manera que se considere como plagio o alteración de la información.

Por lo que, la presente investigación será objetiva con respecto al análisis de la situación encontrada y se basará en criterios tanto técnicos e imparciales. Además, se destacará por su originalidad teniendo las consideraciones las fuentes tanto bibliográficas de la información plasmada, con la finalidad de demostrar y probar la inexistencia del plagio intelectual. Por

último, la información que se mostrará será verdadera y veraz cuidando la confidencialidad de las personas.

3.2. OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Las siguientes variables se realizarán de acuerdo a la matriz de Operalización de variables que se mostrara en el Anexo N°02

3.3.1 Operalización de las variables de la hipótesis general

H: Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo internacional de las empresas exportadoras peruanas de fabricación de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos, tiene efectos positivos que impactan significativa y directamente al mismo en los años 2014 – 2018

Variables independientes X:

X₁: Participación de mercado

X₂: Gestión de los activos invisibles

X₃: Eficiencia Interna

Variables dependientes Y:

Y₁: Internacionalización de las empresas

3.3.2 Operalización de la variable independiente N°1

X₁: Participación de mercado

Según los grandes autores como el caso de Philip Kotler definen la participación de mercado como las ventas divididas entre el total de ventas del mercado de dichos bienes demostrado en porcentaje (Kotler, 2000), llevándolo a un nivel de participación de mercado internacional nos topamos con segmentaciones de participación en determinados países. Según Schnaars, comenta que la participación de mercado la obtendríamos calculando el Índice de unidades vendidas en relación con el mercado; las empresas intentaran incrementar su participación para tener mayores ventas en los determinados mercados internacionales a los cuales pertenecen o realizaran estrategias defensivas para mantener la cuota de mercado existente. (Schnaars, 1994). Por otro lado, según Stanton hace mención que la participación de mercado es la proporción tanto de los ingresos por las ventas sobre los ingresos por venta de las empresas. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007). En cambio, Lamb & Hair explican que la participación de mercado se expresa en termino de ingresos más no en termino de unidades. (Lamb & Hair, 2006). Dentro de la tesis “The relationship between digital technologies and

internationalization Evidence of Italian SMEs”, encontramos que las tecnologías digitales como las TIC y su uso generan capacidades adecuadas que ayudan a obtener una productividad mayor y más rapidez para un mejor posicionamiento siendo medido como participación de mercado. (OCDE, 2014). El desarrollo de las TIC influye en su oportuna toma de decisiones y mayor productividad como se señaló antes que llevaría a tener una mejor participación de mercado internacional. Se pretende demostrar que hay una relación existente significativa entre el uso de las TIC y dicha variable.

$$Participación\ de\ Mercado = \frac{Ventas\ de\ la\ empresa\ x}{Ventas\ totales\ del\ mercado} * 100\%$$

3.3.3 Operalización de la variable independiente N°2

X₂: Gestión de los activos invisibles

En la definición de los activos invisibles encontramos a diversos autores que hacen referencia a estos, empezando por Annie Brooking que nos menciona dentro de su libro el capital intelectual que la cultura corporativa es un activo de suma importancia puesto que se generan vínculos y relaciones que generan una resistencia y adaptabilidad a los cambios por parte de la organización, se considera según Annie a la cultura corporativa como un activo cuando esta brinda beneficios saludables a la organización y no cuando es débil puesto que esto constituirá un peligro para la empresa.(Brooking A., 1977).

Continuando con este concepto Alberto Medellín según lo propuesto anteriormente por Annie, califica a los activos intangibles según el capital intelectual en activos de mercado, de propiedad intelectual, centrados en el personal, de infraestructura y basados en TIC. Este último es uno de los más significativos para la investigación pues nos comenta de la relación que hay y el uso de las TIC como un activo intangible e invisible que apoya a los demás con sistemas informáticos, de intercomunicación, uso de red entre otros. Según el artículo “The relationship between digital technologies and internationalization Evidence of Italian SMEs”, entre mayor sea el nivel alcanzado de TIC permitirá una mejor gestión de los llamados “activos invisibles” que mejorara y beneficiara en la meta de conseguir un liderazgo de mercado. En este estudio se pretende demostrar que existe una relación entre el uso de las TIC y una mejor gestión y optimización de los activos invisibles.

3.3.4 Operalización de la variable independiente N°3

X₃: Eficiencia Interna

Remontándonos a la teoría de la administración vemos que se estudia para poder minimizar los costos y maximizar beneficios en cada toma de decisiones que se presentan dentro de las empresas, generando un indicador de eficiencia dividiendo los costos de producción y beneficios de la organización, la parte interna de las organizaciones dependen de los componentes de gestión. (Martines C. 1997) Marshall en su libro principios de la economía define dentro de los factores de producción a la capacidad administrativa como cuarto factor. En el Artículo, “Tecnologías de la información y comunicación (TIC) y crecimiento de la empresa”, los autores nos mencionan con evidencias dentro de los casos presentados en dicho artículo que la influencia de las TIC mejorando e incrementando la información obtenida en menor tiempo permite mejorar la eficiencia administrativa dentro de los procesos internos como la relación con los stakeholders, dichos casos demuestran es un factor crítico a la hora de conseguir mejorar la eficiencia de los procesos internos de la empresa. (García E., Rialp A. & Rialp J., 2007). Dentro de nuestro estudio se pretende demostrar que el uso de las TIC tiene una relación positiva en la eficiencia interna descrita de las empresas.

3.3.5 Operalización de la variable dependiente N°1

Y₁: Internacionalización de las empresas

Continuando con lo descrito en las bases del comercio internacional presentado puntos antes, el autor Canals hace la distinción según el nivel de internacionalización en cuatro grupos de empresas: Exportadora, multinacional, global y transnacional. Este nivel de internacionalización de las empresas se ve afectado por diversas variables externas e internas. (Canals J., 1997).

Dentro del mercado textil de prendas de alpaca encontramos empresas que tienen diferentes niveles de internacionalización como Inkalpaca que tiene presencia física en otros países. En este estudio se quiere demostrar que el uso de las TIC tiene una relación existente con el nivel de internacionalización de las empresas, de esta manera este estudio facilitará y servirá de referente para las investigaciones futuras.

3.3.PROCESO DE MUESTREO: TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

El tipo de muestreo a utiliza en la investigación es el Muestreo Probabilístico:

[Muestreo Probabilístico] *este es un tipo de muestreo en el cual todo elemento dentro de la población descrita en población de estudio tiene una posibilidad de ser elegido para ser parte la muestra del estudio*, citado en Malhotra (2008, p.341).

3.3.6 Población de estudio

La población que se abarca en el estudio está conformada por empresas exportadoras de prendas de Alpaca de Perú con destino hacia el mercado internacional de los Estados Unidos. Los criterios que se utilizaron son los siguientes:

En primera instancia la empresa debe de estar formalmente constituida en SUNAT, de las cuales estas empresas deben de ser del sector analizado y que se encuentren exportando por lo menos una vez mensual con relación al periodo mencionado y al mercado planteado

Por otro lado, la población descrita a continuación tiene la misma probabilidad de salir en el estudio siendo representativas, pero dentro de la encuesta se utilizan preguntas filtro para saber si tuvieron uso de las TIC. Según datos brindados en la herramienta de Veritrade encontramos que existen 561 empresas que exportan 375 partidas relacionadas con la lana de alpaca enviada al mercado establecido anteriormente (Estados Unidos), dentro de estas podemos observar que también se incluyen partidas que van desde la fibra, hasta prendas pasando por hilado de alpaca.

Aplicando y filtrando lo anteriormente mostrado según las principales partidas de productos textiles de lana de alpaca encontramos que netamente a la exportación de estas prendas se dedican 393 empresas, Por lo que, nos resulta nuestro tamaño de la población en solamente 67 empresas cumplen con los criterios descritos con anterioridad, resultando en 33 encuestas aceptadas y realizadas que forman parte del estudio.

3.3.7 Tamaño de la Muestra

Para calcular la muestra se utilizará la fórmula de población finita ya que la población es de 67 empresas que exportan regularmente a Estados Unidos, siendo entendida esta como una exportación al mes. Siguiendo este número para determinar la muestra se establece la siguiente formula:

$$\text{Tamaño de Muestra} = \frac{\frac{z^2 x p (1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 x p (1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Tabla 2. Detalle de las variables para calcular la muestra

DEFINICIÓN	VARIABLE	VALOR
Desviación estándar	Z	1.96
Probabilidad a favor	P	50%
Margen de Error	E	5%
Tamaño de Población	N	67

Un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%, dando como resultado una muestra de 58 empresas que serán utilizadas como muestra. (Valdivieso C., Valdivieso R., & Valdivieso O., 2011)

3.4. INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS PARA EL RECOJO DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente punto se tomará en cuenta los alineamientos mencionadas con anterioridad. Donde se dará a conocer cómo se desarrollará y en que etapas se tomarán en cuenta. En primera instancia se realizará una investigación cualitativa, siguiendo luego con una investigación cuantitativa.

3.3.8 Primera Etapa: Investigación Cualitativa

3.3.8.1 Entrevistas a profundidad a expertos

En esta parte del trabajo se realizará entrevistas a profundidad para iniciar nuestra investigación académica y de esta manera poder validar nuestra hipótesis principal. El cuál, estará básicamente dirigidas a expertos y especialistas de la materia o que este en un entorno relacionado a nuestra investigación académica. Es por ello, que nos podremos en contacto

con personas especialistas en los temas tanto de las TIC en el desarrollo empresarial, representantes tales como de PROMPERÚ, PRODUCE y COMEX.

Es por ello que a partir de la recolección de información sobre las entrevistas se podrá tener y dar a conocer un punto de vista de los entrevistados. Generando una visión más abierta sobre el tema de los efectos positivos de las TIC en empresas exportadoras de prendas de Alpacas en relación al país destino de Estados Unidos.

3.3.8.1.1 Estructura de la entrevista a profundidad

Con relación a la estructura de las entrevistas a profundidad que se realizarán será de manera cualitativa estructura. Esto es debido a que, se tendrá una guía de preguntas preestablecidas para el buen manejo de la información y recopilación donde se tendrá previsto 17 preguntas. Así mismo, el desarrollo de estas preguntas será de manera concisa para que el entrevistado no se desvíe del guion y no se ramifique por las tangentes. (Ver Anexo 03)

3.3.8.1.2 Segmentos de la entrevista a profundidad

En el presente trabajo de investigación académica se llegará a realizar 5 entrevistas a profundidad estas se dependerá y focalizaran con relación al grupo de interés, tanto en cargo, experiencia grupos de interés y fueron segmentados en grupos de acuerdo al tipo del sector, cargo, experiencia y justificación de la elección.

Tabla 3. Detalle sobre las personas a las que se les realizaron las entrevistas a profundidad

N.º	Denominación	Entidad	Entrevistado	Cargo	Experiencia	Justificación
1	Gremio privado de empresas vinculadas al consorcio exterior del Perú	Comex Perú	Rafael Zacnich Nonalaya	Jefe economista de COMEX	12 años laborando en COMEX en cargos relacionados a la economía y 2 años aproximados como analista en la Cámara de Comercio Peruana	Lo contactamos debido a su conocimiento en MYPES, comercio exterior y desarrollo del sector textil y confecciones.
2	Universidad Privada	UPC	Daniel Jauregui Cuervo	Docente de E-Business	2 años de experiencia a cargo de la materia	Especialista en marketing internacional, con maestría corporativa internacional en dirección de marketing
3	Organismo Público	Promperú	Maritza Bejarano	Sectorista del sector de vestimenta	20 años laborando en Promperú en el cargo de sectorista en Arequipa sobre el sector de prendas de vestir	Lo contactamos debido a su conocimiento y desarrollo del sector textil y confecciones.
4	Organismo Público	Promperú	Noemí Quintana Sánchez	Especialista de Inteligencia de Mercados	7 años laborando en el cargo de especialista de inteligencia de mercado a cargo del sector textil y confecciones	Lo contactamos debido a su conocimiento en la inteligencia de mercado y desarrollo del sector textil y confecciones.
5	Empresa individual	Suritex	Gregor Brenner	Ingeniero textil y gerente general de Suritex Perú	20 años experiencia en la exportación, venta y gestión de este producto hacia el mercado internacional, centrándose en países europeos y Estados Unidos en el mercado de prendas de alpaca	Lo contactamos debido a su conocimiento y experiencia en el mercado.

Fuente: Elaboración Propia

3.3.8.1.3 Consentimiento informado

Las personas que participarán en las entrevistas serán previamente informadas sobre la intención y propósito de esta, dando su aceptación para poder ejercer el desarrollo en ellas. Así mismo, estas serán grabadas para evidenciar la participación en la investigación. (Ver Anexo 04)

Por otro lado los participantes brindarán su conformidad en una carta de aceptación de la entrevista a realizar y de la utilización del registro de la información que brinden. (Ver Anexo 08)

3.3.8.1.4 Confidencialidad

La información recopilada durante el proceso de investigación se mantendrá de manera confidencial y discreta para que ningún dato recopilado sea sensible a divulgación por otros participantes. Por otro lado, a cada uno de los participantes se les comunicará que la manipulación de datos solo se realizara por los estudiantes que realizan dicha investigación académica y se les recalcará que toda la información recolectada será estrictamente de uso académico.

3.3.8.1.5 Ubicación Geográfica

La presente investigación se realizará y desarrollará el trabajo de campo dentro de la ciudad de Lima en el periodo de junio y julio del 2020. Así mismo, las entrevistas se realizarán de manera virtual para la seguridad y protección por ambas partes por los sucesos transcurridos en este año por la pandemia del Covid-19.

3.3.9 Segunda Etapa: Investigación Cuantitativa

En esta segunda etapa para realizar el levantamiento de información se llevará a cabo un análisis de manera cuantitativa. Donde se procederá a analizar tanto las hipótesis y preguntas de la investigación planteadas. Esto se llegará a cabo con instrumentos de procesamiento de información y medición de datos para poder obtener una base estadística y numérica.

Estos resultados estadísticos serán procesados arrojados por la herramienta estadística del software SPSS. Así mismo, conforme a los datos recopilados de la información secundaria se podrá describir las variables tomadas que permita conocer como las TIC afectan de manera positiva al desarrollo internacional de empresas exportadoras para la investigación y poder procesar la data. Desarrollar de esta forma los reportes estadísticos para su debida información.

3.3.9.1 Encuestas Empresas Exportadoras del sector textil-confecciones de prendas de Alpaca

En este punto se basará en la recolección que se ha venido teniendo de información tanto de documentos académicos como de papers. Por eso se procederá elaborar preguntas de índole tanto abiertas como cerradas dirigidas a empresas PYMES exportadoras peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos. Por tal motivo, se detallará que es lo que espera alcanzar con el levantamiento de información por medio de las encuestas. Por tal motivo, en la presente investigación academia utilizaremos una guía de entrevistas con los temas puntuales y claves, tales como el efecto positivo de las TIC, el desarrollo internacional, niveles de competencias sobre la gestión de “activos invisibles” y la eficiencia administrativa. (Ver Anexo 05)

Por otro lado, el tipo de muestreo que se realizará es No Probabilístico “por conveniencia”, en el cual se está basando a datos y muestras en función de accesibilidad, disponibilidad y criterios. Por tanto, como se señaló anteriormente solo se podrá realizar la entrevista a 33 empresas que cumplen con los criterios descritos con anterioridad. Así mismo, como se señaló las preguntas que se realizarán serán tanto cerradas como abiertas y estas se dividirán dentro de los factores claves donde se enlazarán tanto con las bases administrativas y de gestión. Esto se realizará con el fin de poder elevar la información adecuada e idónea con relación al tema de investigación de estudios.

Por consiguiente, en dichas entrevistas se dará la apertura con preguntas abiertas para de esta forma poder corroborar información básica y esencial correspondiente a las condiciones mínimas que se piden para la realización de esta investigación académica. Se tomarán puntos

como qué tipo de estructura organizacional posee la empresa, cantidad de trabajadores, si poseen capacitaciones de todo ámbito, si conocen que son las TIC, los beneficios y efectos que traen estas. Así mismo, las variables serán tales como los factores internos como externos, donde serán cuantificados e identificados a través de las entrevistas a profundidad (investigación cualitativa). Y se comparará con los datos previamente vistos en los documentos de investigación primaria y en los papers para poder determinar que variables se usaran para el análisis de investigación cuantitativo.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN

4.1.APLICACIÓN PRINCIPAL

4.1.1 Herramienta cualitativa: Entrevistas a profundidad

Con la revisión desarrollada puntos antes se contextualiza y brinda una visión sobre el papel que tienen las Tecnologías de información y comunicación dentro de las empresas exportadoras y su crecimiento a nivel internacional, adicionalmente pudimos visualizar el desarrollo de estas dentro de los años 2014 al 2018 evidenciando los cambios que se realizó dentro de este lapso mostrando su crecimiento sustancial de intercambio comercial entre Perú y Estados Unidos del sector textil de alpaca.

Adicionalmente, se logró ver los efectos del uso y desarrollo de tics dentro de las empresas en diversos estudios aplicados a empresas como las MYPES italianas, evaluándolo en diversos rubros, esto llevo a un mejor entendimiento del tema y profundización de factores, para un mejor análisis se plantea la elaboración y aplicación de entrevistas a profundidad para conocer los diversos actores involucrados, planteados en la siguiente tabla.

Tabla 4. Actores involucrados en la internacionalización de empresas del sector textil de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos en los años 2014 – 2018 según fuentes secundarias.

ACTORES
Asociación de exportadores

Empresa exportadora
Organismo Público (Promperú)
Especialista en TIC
Organismo Privado (Comex)

Debido a que la información de fuentes secundarias nos limitaba a otros rubros, mercados, entre otros, se plantea las entrevistas a profundidad para conocer de manera más amplia y verídica la realidad del mercado de prendas textiles de alpaca y el uso de las TIC para su desarrollo internacional.

Como nos menciona Hernández Sampieri en su libro, la entrevista es una manera más flexible, abierta y cualitativa de una reunión para poder recabar información para la investigación de parte de expertos, es por ello que se opta por este para el desarrollo de la parte cualitativa con entrevistas a profundidad de expertos de manera semiestructurada con los siguientes factores y sus dimensiones.

Tabla 5. Factores y dimensiones de las entrevistas a profundidad de empresas exportadoras de textil de alpaca hacia el mercado de estados unidos en los años 2014 al 2018.

CONCEPTO	DIMENSIONES
Estado del sector	Características del sector
	Principales empresas
	Principales características de las empresas
	Gestión de activos invisibles
Internacionalización del sector	Principales mercados
	Variación en el mercado internacional
	Participación del mercado
Tic	Conocimiento de las TIC
	Principales TIC en uso
	Principales usos de las TIC en el sector
	Relación entre el uso de las TIC y la internacionalización

Fuente: Elaboración Propia

Contexto

El lugar en el que se realizó la totalidad de las encuestas debido a la coyuntura que se está viviendo en el actual 2020 fue en portales web haciendo el uso de herramientas como zoom y correo electrónico para poder desarrollar las encuestas por las limitaciones descritas.

Detalles de las entrevistas

Se realizaron 5 entrevistas a profundidad, se desarrollaron en horarios flexibles en el que nos ceñimos estrictamente a la disponibilidad de los encuestados por la reactivación económica del país y la carga de trabajo de los entrevistados, las duraciones fueron variables que oscilan entre 40 minutos a 1 hora, dependiendo de los comentarios de los entrevistados. (Ver Anexo 04).

Las entrevistas fueron puestas en marcha gracias al contacto vía correo electrónico, referidos y plataformas de contacto profesional como LinkedIn, las solicitudes fueron enviadas a diversas personas por los portales de las entidades públicas y los antes mencionados.

Las entrevistas se desarrollaron sin interrupciones en un ambiente apropiado puesto que los entrevistados nos proporcionaron el tiempo dentro de sus agendas para poder realizar las entrevistas con normalidad y no interrumpiendo sus actividades diarias.

Bitácora:

1. 14 de julio de 2020

Se realizó como primera entrevista a Rafael Zacnich, jefe economista de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú (COMEX). Nos realizó la apreciación de lo vivido dentro del plazo que estudia la tesis (2014 – 2018) y la coyuntura que se vivía en esos tiempos con respecto al uso de TIC en PYMES del sector textil de lana de alpaca para la exportación, también nos comenta las diferencias que se viven dentro del sector y lo marcadas que están con respecto a las PYMES y grandes empresas, puesto que comento las diferencias que hay entre ambas para el tema de implementación y uso de TIC dentro de este sector y el Perú en general, también brinda una apreciación de la actualidad y coyuntura vivida.

2. 15 de julio de 2020

Este día se realizó la entrevista a Gregor Brenner, Ingeniero textil y gerente general de Suritex Perú, con más de 20 años dentro del mercado y que tiene experiencia en la exportación, venta y gestión de este producto hacia el mercado internacional, centrándose en países europeos y Estados Unidos. El señor Brenner nos menciona algunos aspectos esenciales como la tropicalización del producto, la participación de ferias internacionales y el ser parte de gremios como ADEX, entre otros evocados al uso de las TIC y sus posibles efectos.

3. 16 de julio de 2020

Se realizó la entrevista a la señorita Noemi Quintana, especialista en inteligencia comercial de mercado en Promperú, centrándose en el sector textil y manufacturas. La entrevista nos dio varios puntos a tomar en cuenta sobre el sector y las variables que se están proponiendo para las encuestas validando estas para su desarrollo y aplicación, puesto que se tuvieron que adaptar algunas variables utilizadas en estudios anteriores como el realizado en PYMES italianas descrita anteriormente dentro del trabajo para poder centrarlo y enfocarlo bien al sector textil de PYMES peruanas exportadoras hacia Estados Unidos.

4. 20 de julio de 2020

Este día se realizó la entrevista a Daniel Jáuregui Cuervo, Magister en Dirección de Marketing y docente de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas del curso de E-Business que comprende una mezcla de E-commerce con e-marketing, Nos dio a conocer su punto de vista acerca del uso e implementación de las TICs en las empresas en general, así como las del sector textil con respecto a las PYMES peruanas.

5. 20 de julio de 2020

Se realizó la entrevista a la señora Maritza Bejarano, sectorista del sector de vestimenta en Promperú. Con experiencia de aproximadamente más de 20 años en el campo de trabajo en la región de Arequipa. En dicha entrevista nos dio un conocimiento puntual sobre los puntos a entrevistar de manera más concisa. Así mismo, nos dio un enfoque diferenciador con respecto al punto de vista de las empresas del sector textil de PYMES peruanas exportadoras, ubicadas en Arequipa y como la mayoría de ellas son familiares netamente.

4.1.1.2. Resultados Cualitativos

Con respecto a las variables propuestas y sobre el tema de efectos de las TIC en la internacionalización en las empresas PYMES peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018.

Por lo que, dada la recopilación de la información, con respecto a las entrevistas en profundidad a 5 expertos de diferentes visiones, se procedió a transcribir todas aquellas entrevistas realizadas. Para que de esta manera se llegue a realizar el análisis de la información. La herramienta que nos ayudara a realizar dicho análisis es el programa ATLAS TI, donde se utilizó para importar las transcripciones correspondientes de cada entrevista y de esta manera poder codificar cada respuesta. Por lo que, de la información registrada se escogió ciertos pasajes del texto transcrito con relación a un tema y poder relacionarlos con un código. Con la finalidad de realizar conexiones entre distintas partes.

Ilustración 1. Reporte de las Entrevistas realizadas

Fuente: Elaboración Propia

Lo que esta investigación nos ayudó a entender mejor el sector textil de prendas de alpaca de Perú en el que se encuentran las MYPES, puesto que nos brindaron información valiosa según su experiencia y conocimientos dentro del campo del sector y uso e implementación de las TIC en este tipo de empresa. Abarcamos una empresa reconocida, sector privado, Promperú (sector público) de una de las provincias principales en la producción de este producto y de la central en Lima, así como un experto en TIC, implementación y uso.

En los resultados podemos encontrar que las personas involucradas no tienen discrepancia con lo mencionado e investigado en fuentes secundarias, apreciando un crecimiento sustancial del mercado sobre todo al estadounidense mencionando incluso cifras encontradas como un crecimiento sustancial del 22% de envíos al exterior solo en prendas de alpaca, siendo otros comparativos solo de 8%, la única discrepancia en relación a la verificación de esta data fue de Rafael que menciona las caídas del sector global por lo que predispone que hay un decrecimiento en el sector. Asimismo, se habla de que existe una diferencia significativa en la dinámica, uso y modelo de negocio entre las empresas grandes y MYPES del sector debido a la manera de gestión, administración y presencia internacional que ayudan al reconocimiento de la marca en el exterior y su crecimiento.

Adentrándonos un poco a lo que son las empresas y la dinámica que estas presentan en el sector mencionan que estas normalmente dentro de lo que son PYMES son empresas familiares donde las áreas involucradas las lleva solo los miembros de la familia por lo que en diversos casos no existe una implementación de TIC sin mencionar que existe un desconocimiento y aversión al cambio que este tipo de empresas demuestran al momento de realizar inversiones en esta área. Adicionalmente como punto importante encontramos que los entrevistados tienen una relación al momento de hablar sobre si las empresas conocen los beneficios de las TIC mencionando que si los conocen pero que por cuestiones de tiempo debido a la dinámica de generar utilidades de supervivencia no invierten en temas de desarrollo de las nuevas tecnologías para el mejoramiento de sus procesos, centrándonos en esto, el tiempo juega un papel importante dentro del desarrollo de las TIC en las empresas para mejorar su gestión y lograr visibilidad internacional.

Los entrevistados nos mencionan que las empresas tienen un producto que sería competitivo a nivel internacional por su alta calidad e historia de la producción que es valorado en el mercado estadounidense y europeo pero que actualmente las empresas al ser familiares presentan una dinámica poco favorable para el crecimiento de las compañías y su perdurabilidad gracias a un reconocimiento de marca por lo que Promperú está desarrollando incentivos para que las empresas se agrupen y formen parte de programas como misiones tecnológicas que desarrolla el ministerio de la producción para implementarlo en las empresas del sector.

Adicionalmente, los encuestados nos mencionan que las empresas se encuentran en una dinámica de búsqueda y pertenencia a los distintos gremios como alpaca del Perú que ayuda a su crecimiento y difundir los productos mediante el uso de programas como alpaca del Perú y TIC generando una marca país, mas no una marca propia de las empresas que pueda ser identificada en el exterior brindándole la presencia necesaria para mejorar su internacionalización.

Además, el Señor Brenner menciona que las empresas que deseen entrar al mercado internacional deben segmentar y conocer bien el mercado y país destino para poder elaborar las prendas que en este país se demandan, lo que está relacionado con lo que menciona el señor Jauregui de segmentar el mercado y presentar el producto con las especificaciones requeridas por el comprador puesto que es necesario para la internacionalización, lo que se ve beneficiado de manera significativa con el desarrollo, uso e implementación de TIC en las empresas que ayudan a una mejor comunicación y gestión interna acortando la distancia comunicacional, en experiencias del señor Brenner, este tenía que ir a las ferias internacionales y gastar mucho dinero en información importante del sector moda para el desarrollo de su empresa pero con el uso de las TIC el costo de la información y la agilización de esta es mucho más accesible para las PYMES.

Las TIC durante los años planteados en las empresas que las llegaron a desarrollar generaron una imagen de marca y reconocimiento de esta en diversas empresas que crecieron significativamente, tanto en empresas grandes como IncaAlpaca, como en PYMES como Suritex Perú que son empresas que desarrollaron durante el periodo de tiempo estudiado una

imagen de marca y la gestión de sus activos intangibles mediante desarrollo de TIC como el uso de su página web, redes sociales, gestión en la nube, entre otros. Cabe señalar que los entrevistados estuvieron de acuerdo en sus respuestas al momento de hablar que el uso de TIC se está convirtiendo en un requisito para tener presencia internacional por el uso normalizado que estos tienen en diversas partes del mundo.

Por último, los entrevistados mencionan que tanto la eficiencia interna de las empresas como su dinamismo y fácil adaptación se ven potenciadas mediante el uso de las TIC reduciendo tiempo y por ende costos, lo que genera una maximización de los beneficios gracias a la implementación de este tipo de tecnologías, adicionalmente mejora la relación y comunicación con los clientes.

4.1.2 Herramienta cuantitativa: Encuesta a MYPES del sector textil-confecciones

Dentro de este apartado encontramos que para la parte cuantitativa se desarrollará una encuesta a las empresas delimitadas en puntos anteriores para tener una muestra real y que los resultados sean significantes para el estudio, se aplicará una encuesta filtro para evaluar el uso y aplicación de las TIC y la relevancia de las empresas para poder desarrollar el resto de la encuesta y poder tener datos relevantes.

Continuando con la encuesta desarrollada dentro del estudio *The relationship between digital technologies and internationalisation*, elaborado por Ernesto Cassetta, se evalúan las variables principales que según las entrevistas a profundidad y la investigación realizada se aplicaría a la realidad del sector textil de alpaca peruano en los años 2014 al 2018, dichas se muestran en el siguiente cuadro para la encuesta filtro y en la posterior para la encuesta completa.

Tabla 6. Variables, descripción y preguntas de las encuestas a empresas exportadoras de textil de alpaca hacia el mercado de estados unidos en los años 2014 al 2018.

<u>VARIABLES</u>	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>PREGUNTAS</u>
FOB Exportado	Cantidad de FOB exportado hacia el mercado estadounidense de prendas de Alpaca en el periodo del 2014-2018	¿Cuál es su FOB exportado en el período del 2014 - 2018 hacia el mercado estadounidense?
Exporta	La empresa realiza exportaciones hacia el mercado de Estados Unidos entre los años 2014 - 2018 (sí = 1, no = 0)	¿La empresa ha exportado por lo menos una vez mensual entre el periodo del 2014 al 2018 al mercado Estados Unidos?
Sitio web	La empresa utilizó un sitio web para mostrar su marca y sus productos así mismo como información relevante de esta entre los años 2014 - 2018. (sí = 1, no = 0)	¿La empresa poseía alguna página web o sitio web donde exponga información de sus productos entre los años 2014-2018?
Ventas online	La empresa utilizó procedimientos de comercio electrónico para vender sus productos entre los años 2014 - 2018. (sí = 1, no = 0)	¿La empresa utilizó los canales de venta online para vender sus productos entre los años 2014 - 2018?
Redes sociales	La empresa usó una o más redes sociales entre los años 2014 - 2018. (sí = 1, no = 0)	¿Utilizó las redes sociales entre los años 2014 - 2018?
Intercambio electrónico	La empresa utilizó medios electrónicos para compartir información de proveedores mejorando la cadena de valor (sí = 1, no = 0)	¿La empresa uso medios electrónicos para mejorar su cadena de valor compartiendo información entre los años 2014 - 2018?
gestión en la nube	La empresa utilizó computación en la nube entre los años 2014 - 2018(sí = 1, no = 0)	¿La empresa utilizó la gestión de archivos en la nube entre los años 2014 - 2018?
Capacitación digital	Si la empresa participo en capacitaciones digitales entre los años 2014 - 2018. (sí = 1, no = 0)	¿La empresa participó en capacitaciones digitales entre los años 2014 - 2018?
Habilidades en TIC	Competencias en TIC y su uso (ingeniero, diseñadores, técnicos en marketing, especialista en TIC) (Sí:1 No:0)	¿Usted o parte de su equipo tienen desarrolladas competencias en TIC y su uso como ingenieros, diseñadores, técnicos en marketing, entre otros?
Innovación	La empresa tuvo innovación de producto con ayuda de las TIC en los años 2014 - 2018 (Sí:1 No:0)	¿La empresa realizó innovación en el producto con ayuda del uso de las TIC entre los años 2014-2018?

Gestión de activos intangibles	Uso de TIC en gestión activos Intangibles entre los años 2014 - 2018. (Sí:1 No:0)	¿Realiza uso de TIC para mejorar la gestión de los activos intangibles (marca, cartera de clientes) entre los años 2014 - 2018?
Optimización de activos intangibles	Se optimizo el valor en los activos Intangibles (marca y su cartera de clientes) entre los años 2014 - 2018. (Sí:1 No:0)	¿Incremento el valor de sus activos intangibles como la visibilidad de su marca y su cartera de clientes?
Innovación organizacional	La empresa tuvo innovación organizacional con ayuda de las TIC en los años 2014 - 2018 (Sí:1 No:0)	Entendiendo la innovación organizacional como encontrar oportunidades internas de mejora en la empresa como en sus relaciones internas, creatividad, entre otros. ¿La empresa tuvo innovación organizacional en el periodo 2014-2018?
Innovación de marketing y posicionamiento	La empresa tuvo innovación en temas de marketing y posicionamiento internacional entre los años 2014 - 2018 (Sí:1 No:0)	¿La empresa realizó innovación en temas de marketing y posicionamiento internacional entre los años 2014 - 2018?
Optimización de producción	Se usaron TIC para optimizar la producción entre los años 2014 - 2018. (Sí:1 No:0)	¿Utilizaron TIC para mejorar la producción entre el 2014 - 2018?
Certificaciones	Cantidad de certificaciones que posee la empresa en el periodo del 2014 - 2018.	¿Cuántas certificaciones poseía la empresa en el período del 2014 - 2018?
Clima Laboral	Porcentaje de rotación del personal durante el período del 2014-2018.	¿Cuál es el porcentaje de rotación del personal que presento en el período del 2014-2018?
Participación	Porcentaje de participación en el período del 2014-2018	¿Cuál es el porcentaje de participación que obtuvo en el período del 2014-2018?
Mermas	Porcentaje promedio de mermas presentadas en el período del 2014-2018.	¿Cuál es el porcentaje promedio de mermas en la empresa durante el periodo del2014-2018?

Fuente: Elaboración Propia

4.2.OTRAS POSIBLES APLICACIONES O DESARROLLOS

Por otro lado, en esta investigación académica se desarrollará como estos efectos positivos influyen en la decisión de desarrollar e implementar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en empresas exportadoras peruanas del sector textil y cómo impacta en: la internacionalización de estas, así como otras variables que se darán a conocer en el desarrollo y resultados que se señalizara en las encuestas. Es por ello, que según los resultados que saquen se recomendará se realice tanto un análisis cualitativo más profundo con la realización de focus group.

Así mismo, en el desarrollo del capítulo V se podrá ver reflejado y con mayor detalle tanto el análisis de resultados, así como el modelo de análisis que se llevó acabo según los criterios de competitividad del perfil.

CAPITULO V. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo, se desarrollará las variables tanto dependientes e independientes que se definieron de manera informativa en el capítulo III del presente trabajo de investigación. Por lo que, en la presente sesión se realizará el análisis de los resultados de manera cuantitativa que se obtuvieron mediante las encuestas realizadas a las empresas PYMES del sector textil de prendas de alpaca. Para comenzar se aplicará un análisis probit, con la intención de probar los efectos de las TIC en la internacionalización de las empresas. Así mismo, se realizará la relación de las variables para poder ver la significancia entre algunas de las variables para poder probar las hipótesis planteadas. Por esa razón, se analizará y explicará en el presente capítulo.

5.1.MODELO DE ANÁLISIS PROBIT

Este análisis Probit consiste en el desarrollo y muestreo de la probabilidad de que una observación pertenezca a un grupo. “Dicho modelo calcula la probabilidad de que una

observación pertenezca a un grupo específico” (Malhotra, 2008), se realizó la regresión lineal propuesta usando el modelo Probit siguiendo la línea de análisis y variables propuestas en la investigación de Cassetta, Monarca, et al, prosiguiendo con la variable y definida, cuantificada y codificada de manera binaria como si la empresa exporta de manera frecuente dentro del plazo de 2014 – 2018 puesto que según nos comentan los expertos en la parte cualitativa, esto define la internacionalización de la empresa en el mercado estadounidense puesto que demostraría que se tiene clientes frecuentes y una demanda constante, manteniendo a la empresa internacionalizada y no solo con exportaciones esporádicas.

$$P(EXPORT = 1|x) = \Phi(\beta_0 + x\beta')$$

Fuente: Cassetta, Monarca et al.

5.1.1 Prueba de Ómnibus

La prueba ómnibus es una prueba estadística donde esta se ve implementada por una hipótesis general. Donde se pretende descubrir un significado general entre varianza parámetros, mientras que examinan los parámetros del mismo tipo. Sin embargo, no puede haber efectos significativos legítimos dentro de un modelo incluso si la prueba ómnibus no es significativo. Por lo que, este no puede llegar a afectar la terminación que se puedan extraer de la variable significativa. Pero si se llega a rechazar la hipótesis vendría a ser nula. Generando que se finalice con el grupo de variables, mejorando la predicción del logaritmo natural de las oportunidades.

Es por ello, que para la predicción de este modelo se realizó la prueba de Ómnibus mostrada en la que se muestra la Sig. que son significativas ($p < 0,05$) lo que demuestra una buena predicción del modelo.

Tabla 7. Resultado SPSS Statistics: Prueba ómnibus de coeficientes de modelo.

Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo		Chi-cuadrado	GL	Sig.
Paso 1	Paso	36,555	17	,004

Bloque	36,555	17	,004
Modelo	36,555	17	,004

Fuente: Resultado obtenido de SPSS

5.1.2 Prueba de Hosmer y Lemeshow

Esta prueba evalúa la bondad de ajuste del modelo para lo cual se calcula los deciles de las probabilidades que se estiman y se divide los datos observados en 10 categorías dadas. Para esta prueba se tiene como hipótesis nula que no hay diferencias entre los valores observados y los valores pronosticados. (Hosmer y Lemeshow, 1989)

Esta prueba llamada la Prueba de Hosmer y Lemeshow. Demuestra la correcta adecuación al modelo puesto que para un buen ajuste no debe ser significativo.

Tabla 8. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Hosmer y Lemeshow

Prueba de Hosmer y Lemeshow			
Paso	Chi-cuadrado	GL	Sig.
1	,000	8	1,000

Fuente: Resultado obtenido de SPSS

5.1.3 Resumen del Modelo

Para comenzar, encontramos los 3 puntos importantes dentro del cuadro mostrado. Primeramente, el logaritmo de la verosimilitud -2 o conocido como desviación donde señala que mientras menor sea el valor obtenido en este punto, tendrá un mejor ajuste. Dentro de nuestro resumen de modelo encontramos el menor valor posible validando este punto.

Seguidamente, encontramos el R cuadrado de Cox y Snell que es un coeficiente de determinación generalizado, esto demostrara que tanto la variable dependiente es explicada por las variables incluidas dentro del modelo. Lo que indica dentro de nuestro resumen es

que el 67% de la variable dependiente (Internacionalización) se explica por las variables que están dentro del modelo.

Para finalizar, el R cuadrado de Nagelkerke es un coeficiente corregido del R cuadrado de Cox y Snell que tiene números que oscilan entre 0 y 1, corrige la escala para cubrir el rango completo.

Tabla 9. Resultado SPSS Statistics: Resumen del Modelo

Resumen del modelo			
Paso	Logaritmo de la verosimilitud -2	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke
1	,000 ^a	,670	1,000

a. La estimación ha terminado en el número de iteración 19 porque se ha detectado un ajuste perfecto. Esta solución no es exclusiva.

Fuente: Resultado obtenido de SPSS

5.1.4 Aplicación y análisis de variables en el modelo

Realizando el análisis en el programa SPSS con los datos recolectados de empresas PYMES que hayan realizado exportaciones hacia el mercado de Estados Unidos en el periodo 2014 al 2018, no se encontraron variables dentro de la ecuación, siguiendo el modelo propuesto por la investigación de Cassetta, Monarca, et al. Adicionalmente, las variables que no se mostraron en la ecuación presentan significancia y relaciones entre algunas que servirán para analizar el modelo y de esta manera demostrar las hipótesis propuestas.

Tabla 10. Resultado SPSS Statistics: Aplicación y análisis de las variables en el modelo.

Las variables no están en la ecuación ^a					
			Puntuación	GL	Sig.
Paso 0	Variables	FOB Exportado	2,294	1	,130
		Sitio web	9,989	1	,002
		Ventas online	1,676	1	,195

Redes sociales	2,332	1	,127
gestión en la nube	7,530	1	,006
Capacitación digital	1,320	1	,251
Habilidades en TIC	13,943	1	,000
Innovación	24,288	1	,000
gestión de activos intangibles con TIC	12,128	1	,000
Optimización de activos intangibles	6,607	1	,010
Innovación organizacional	12,128	1	,000
Innovación de marketing y posicionamiento	24,288	1	,000
Optimización de producción	18,281	1	,000
Certificaciones	2,072	1	,150
Clima laboral	4,437	1	,035
Participación	,288	1	,591
Mermas	12,156	1	,000

a. Los chi-cuadrados residuales no se calculan debido a redundancias.

Fuente: Resultado obtenido de SPSS

A través del presente análisis podemos observar que las variables que tiene mayor significancia y son menores a 0.05 que encontramos dentro de la realización del análisis en el cuadro mostrado anteriormente y que oscilan en 0 son las variables de habilidades en TIC, innovación, gestión de activos intangibles, innovación organizacional, innovación de marketing y posicionamiento, optimización de producción y mermas. Sin embargo, encontramos otras variables con otros grados de significancia que es la optimización de activos intangibles con 0.001; los Sitio Web con 0.002; gestión en la nube con 0.006 y finalizando con el clima laboral con 0.035.

5.1.5 Prueba de Correlación de las Variables

Los coeficientes de correlación pueden ser tres, entre los cuales encontramos la correlación de Pearson, Tau-b Kendall y Spearman, siguiendo la línea a demostrar en la tesis, analizamos la correlación de Pearson dentro de nuestro modelo con variables relacionadas para poder demostrar las hipótesis propuestas demostrando la significancia de estas. El coeficiente de relación de Pearson es una medida que ve la asociación lineal entre dos variables, los valores que esta puede tomar oscilan entre -1 hasta 1, siendo el signo la dirección de la relación y el valor absoluto del coeficiente la fuerza de esta, por ende, a mayores valores, la relación resulta ser más estrecha.

Tabla 11. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Correlación de las variables

Correlaciones		Gestión de activos intangibles con TIC	Optimización de activos intangibles
Gestión de activos intangibles con TIC	Correlación de Pearson	1	,847**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
Optimización de activos intangibles	Correlación de Pearson	,847**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultado obtenido de SPSS

Dentro de este cuadro podemos ver que existe una relación estrecha entre la variable de gestión de activos intangibles con TIC y la Optimización de activos intangibles de ,847 donde se demuestra que no solo es significativa, también es positiva mejorando los activos intangibles, como marca, clima laboral entre otros definidos paginas anteriores con el uso de las TIC.

Tabla 12. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Correlación de las variables.

Correlaciones

		Habilidades en TIC	Innovación	Optimización de producción
Habilidades en TIC	Correlación de Pearson	1	,793**	,577**
	Sig. (bilateral)		,000	,000
	N	33	33	33
Innovación	Correlación de Pearson	,793**	1	,626**
	Sig. (bilateral)	,000		,000
	N	33	33	33
Optimización de producción	Correlación de Pearson	,577**	,626**	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	
	N	33	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultado obtenido de SPSS

Dentro de este cuadro podemos ver que existe una relación estrecha entre la variable de Habilidades en TIC e innovación de ,793 donde se demuestra que no solo es significativa, también es positiva mejorando la eficiencia interna. Donde su uso (ingeniero, diseñadores, técnicos en marketing) especialista en TIC ayuda con la innovación de producto.

Por otro lado, tenemos entre la variable de Habilidades en TIC y la optimización de producción de ,577 donde se demuestra que es significativo y a su vez positivo mejorando la eficiencia interna de las empresas, donde el uso de las TIC por especialista ayuda a optimizar la producción.

Por último, tenemos a la innovación y la optimización de producción de ,626 donde se demuestra que es significativo y a su vez positivo mejorando la eficiencia interna, donde la innovación de producto con ayuda de las TIC genera una mejor optimización en la producción.

Tabla 13. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Correlación de las variables.

Correlaciones

		Innovación	Mermas
Innovación	Correlación de Pearson	1	-,551**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	33	33
Mermas	Correlación de Pearson	-,551**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	33	33

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultado obtenido de SPSS

Dentro de este cuadro podemos ver que existe una relación entre la variable de Innovación y mermas de -,551 donde se demuestra que tienen una relación moderada demostrando que a mayor innovación en producto con ayuda de las TIC generara menores mermas por lo que se mejora la eficiencia interna.

Tabla 14. Resultado SPSS Statistics: Prueba de Correlación de las variables.

		Innovación organizacional	Optimización de producción	Mermas
Innovación organizacional	Correlación de Pearson	1	,514**	-,428*
	Sig. (bilateral)		,002	,013
	N	33	33	33
Optimización de producción	Correlación de Pearson	,514**	1	-,806**
	Sig. (bilateral)	,002		,000
	N	33	33	33
Mermas	Correlación de Pearson	-,428*	-,806**	1

Sig. (bilateral)	,013	,000	
N	33	33	33

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Resultado obtenido de SPSS

Dentro de este cuadro podemos ver que existe una relación entre la variable de Innovación organizacional y la optimización de producción de ,514 donde se demuestra que tienen una relación moderada demostrando que a mayor innovación organizacional con ayuda de las TIC generara una mejor optimización en la producción por lo que se mejora la eficiencia interna.

Por otro lado, tenemos entre la variable Innovación organizacional y mermas de -,428 donde se demuestra que tienen una relación moderada demostrando que a mayor innovación organizacional con ayuda de las TIC generara menores mermas por lo que se mejora la eficiencia interna.

Por último, tenemos la optimización de producción y las mermas de -,806 donde se demuestra que tienen una relación alta, por lo que, mejora la eficiencia interna, donde al usar la TIC para optimizar la producción genera un menor porcentaje promedio de mermas mejorando la eficiencia interna.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Mediante la investigación realizada en lo largo de la tesis probamos las variables del desarrollo de TIC en MYPES del sector textil de alpaca que exporta hacia el mercado de Estados Unidos en los años 2014 al 2018, validando la significancia que tienen estos con su nivel de internacionalización, concluyendo que el desarrollo de TIC aporta positiva y significativamente al desarrollo internacional de las empresas de este sector.
2. Así mismo, se ve demostrada mediante nuestro análisis cuantitativo que el uso de TIC optimiza la gestión de activos invisibles (intangibles), evaluando los principales del

sector que es marca, relación entre los trabajadores y cartera de clientes con un resultado significativo de correlación.

3. Adicionalmente, el presente estudio nos permitió validar la hipótesis correspondiente con la eficiencia interna. Donde en la correlación nos da apreciar que al innovar y a la optimización de los productos con la ayuda de las TIC, esto ayuda a generar menores mermas. Así como la innovación organizacional con respecto a las oportunidades internas de mejora para la empresa, ayuda a aportar menores mermas. Generando de esta manera una mayor eficiencia interna para las PYMES con el uso adecuado de las TIC dentro de estas. Adicionalmente, dentro del análisis cuantitativo observamos que el desarrollo de competencias en TIC presente en los trabajadores de las PYMES genera una mayor innovación en los productos así mismo como una mejor optimización de la cadena de producción.
4. Se evaluó la correlación que presentan el uso de las TIC con relación al desarrollo del participación de mercado internacional de las empresas, teniendo resultados poco significativos, esto se debe a que el sector en los años propuestos hasta la actualidad está en evolución. El Ministerio de la Producción está incentivando el desarrollo de marcas de cada empresa. Adicionalmente, la fibra de alpaca y los textiles se posicionan bajo la marca alpaca del Perú, teniendo un desarrollo mínimo en posicionamiento de marca, y reconocimiento de la empresa en el mercado internacional por lo que no se incrementa la participación. Por este motivo, se validó con una posterior entrevista por parte de uno de los expertos que nos menciona que las empresas deciden exportar bajo grupos para tener un mayor volumen de exportación y tener un mayor beneficio a corto plazo. En lugar de invertir en el desarrollo de marca y optimizarlo con TIC para el beneficio a mediano-largo plazo, lo que sí está desarrollado en las grandes empresas del sector.
5. Dentro de la investigación pudimos apreciar que este sector tiene canales de venta tradicionales y no tradicionales, siendo los primeros los más usados en los años 2014 al 2018 con ferias internacionales entre otros pero estas se ven directamente influenciados por el uso de las TIC puesto que mejoran la comunicación, minimizan los costos y mejoran la relación con los clientes.
6. Las PYMES del sector textil de prendas de vestir de alpaca utilizan algunas TIC como sitio web y en mayor medida el intercambio electrónico entre sus colaboradores pero dejan opciones como el desarrollo de redes sociales sin desarrollo. Lo cual demuestra y se relaciona directamente con la conclusión 5 puesto que utilizan TIC para optimizar los canales de venta tradicionales. Puesto que al tener clientes contactados en ferias internacionales, entre otros mantienen un mejor contacto usando las TIC por lo que no buscan generar nuevos clientes con la difusión en redes sociales de marca.

7. Las PYMES dentro de este sector son en su mayoría empresas familiares donde según los expertos, los dueños se encargan de gran parte de las funciones, no teniendo especialistas para cada sector. Llevándolo al sector de las TIC, estos conocen los beneficios que las TIC pueden brindarle a sus empresas pero optan por no realizar el desarrollo necesario en este punto. Esto se debe principalmente al tiempo que le dedican a todas las funciones y a buscar el beneficio inmediato, teniendo un costo de oportunidad alto para la correcta implementación.
8. Para realizar una investigación con mayor profundidad y encontrar mayores relaciones entre las TIC y sus efectos para el desarrollo internacional en este sector sería oportuno realizar Focus Group con los representantes de las empresas, para de esta manera tener una mejor apreciación y claridad en la investigación.
9. Las PYMES dentro de este sector mencionan que poseen personas capacitadas en uso de TIC. Por lo que, recomendamos se haga un análisis de los principales intereses e implementaciones que estos presentan en la actualidad y con la coyuntura vivida para ver otros posibles efectos que ayuden a la internacionalización de estas empresas con ayuda de las TIC.
10. Así mismo, las ventajas y efectos positivos que las TIC representan para las empresas de este y otros sectores no son independientes entre sí. Demuestran una relación de ventajas conjuntas para el desarrollo, logrando hacer crecer a las empresas tanto de manera local como desarrollándolas a nivel internacional. Por ende, para que la empresa logre internacionalizarse de manera efectiva y óptima hace falta el uso de estas TIC para beneficiarse de sus efectos positivos como los que se validaron, gestión de activos intangibles y la mejora de la eficiencia interna de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araya, A. (2009). El proceso de la internacionalización de empresas, 15 - 25. Tec Empresarial. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/43950302_El_Proceso_de_Internacionalizacion_de_Empresas/references. [Consulta: 19 Abril 2020]
- Barrera Verdugo, G. (2019). Barriers to the adoption of the internet and selection of e-commerce actions: incidental motivations of micro-entrepreneurs. Business: Theory and Practice, 20 (1), 303-316. <https://doi.org/10.3846/btp.2019.29>

- Belvedere, E. (2016). The Network as digital instrument and organizational structure to support the internationalization of Italian SMEs (Tesis de Maestría, Università Ca' Foscari. Venecia: Italia)
- Brooking, A. (1977). El capital intelectual. Barcelona: Paidós Empresa
- Canals J. (1997). Internacionalización de la empresa. Barcelona: McGraw Hill
- Cassetta, E., Monarca, U., Dileo, I., Di Berardino, C., & Pini, M. (2019). The relationship between digital technologies and internationalisation. Evidence de Italian SMEs. Industry And Innovation. <https://doi.org/10.1080/13662716.2019.1696182>
- Centro europeo de post grado (s.f.). Teoría de la dotación de los factores de producción (teoría de Heckscher-Ohlin) Recuperado de: <https://www.ceupe.com/blog/modelo-heckscher-ohlin.html> [Consulta: 20 de abril de 2020].
- Comisión Europea (2001). Tecnologías de la Información y de la Comunicación en el ámbito del desarrollo - El papel de las TIC en la política comunitaria de desarrollo. (pp. 3-5) Recuperado de: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52001DC0770:ES:HTML> [Consulta: 2 Mayo 2020]
- Costa, E., Soares, A., & de Sousa, J. (2020). Industrial business associations improving the internationalisation of SMEs with digital platforms: A design science research approach. International Journal of Information Management, <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102070>
- De Matías, D. (2015). Impacto de las TIC en la forma de hacer negocios internacionales. Una revisión del paradigma ecléctico. (Documento de trabajo, Universidad de Alcalá. Madrid, España)

Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa [FAEDPYME]. Informe PYME España 2018 FAEDPYME. Recuperado de <http://www.faedpyme.upct.es/sites/default/files/article/83/informefaedpyme-espana2018.pdf>

García E., Rialp A. & Rialp J. (2007). Tecnologías de la información y comunicación (TIC) y crecimiento de la empresa. Información Comercial Española, (838), 125-145

Goddard, W., & Melville, S. (2011). Research methodology. Kenwyn, South África: Juta & Co.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación 6ª ed. Ciudad de México: Interamericana Editores.

Información Comercial Española (setiembre - octubre 2007) Nuevos productos, Nuevos mercados Y nuevas formas de Internacionalización. 838. Recuperado de: <https://www.uniovi.es/egarcia/ice.gcr.pdf> [Consulta: 23 de abril de 2020].

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2018). Perú, Estructura Empresarial, 2017. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1581/libro.pdf

Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. Journal of International Business Studies, (2) 23-32. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676>

Johanson, J., & Mattson, L. (1988). Internationalization in Industrial Systems—A Network Approach. In: Hood, N. and Vahlne (Eds.), Strategies in Global Competition, Croom Helm, Londres.

- Kotler P. (2000). Dirección de Marketing, Edición del Milenio. España: Prentice Hall.
- Lamb, C., & Hair, J. (2006). Marketing. México: Cengage Learning Editores.
- Lazo L. (2006). Revista del departamento Académico de Ciencias Administrativas, 2 (1), 36-40
- Luna Correa, J. (2013). Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato. (Tesis de Doctorado, Universidad de Celaya. México: Guanajuato)
- Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. México: Pearson Educación
- Makrides, A., Vrontis, D., & Christofi, M. (2019). The Gold Rush of Digital Marketing: Assessing Prospects of Building Brand Awareness Overseas. Business Perspectives and Research. <https://doi.org/10.1177/2278533719860016>
- Martínez C. (1997). Capacidad Administrativa como factor de eficiencia interna y global de las organizaciones. Innovar, (9), 21-26
- Matienzo, A., & Matienzo, A. (2018). Principales factores que intervienen en la decisión de incorporar comercio electrónico en las MYPES del Sector textil-confecciones del Emporio Comercial de Gamarra que impactan en su competitividad empresarial. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima: Perú).
- Medellín A. (2003). La administración del conocimiento en centros públicos de investigación y desarrollo, el caso del Centro de Investigación en Química Aplicada (CIQA). (Tesis de Maestría, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Administración. Ciudad de México: México)

- Medellín Cabrera E. Alberto. UNAM (2003). Tesis. Para obtener el grado de Maestro en Administración: “La administración del conocimiento en centros públicos de investigación y desarrollo, el caso del Centro de Investigación en Química Aplicada (CIQA)”. Pág. 42.
- Ministerio de la Producción (diciembre 2015) Estudio De Investigación Del Sector Textil y confecciones. [Reporte]
http://demi.produce.gob.pe/images/publicaciones/publie178337159547c39d_11.pdf
[Consulta: 20 de abril de 2020].
- OCDE (2011). "Cloud Computing: The Concept Impacts and the Role of Government Policy", OCDE Digital Economy Papers, 240, 10-25
- Pickernell, D., Jones, P., Thompson, P., & Packham, G. (2016). Determinants of SME Exporting. The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, (17), 31-42. <https://doi.org/10.5367/ije.2016.0208>
- Porter, M. (2001). Strategy and the Internet. Harvard Business Review. Recuperado de <https://hbr.org/2001/03/strategy-and-the-internet>. [Consulta: 18 abril de 2020]
- Porter, M. (1989). Estrategia competitiva. México: Editorial Continental.
- Porter, M. (1988). Ventaja competitiva. México: Editorial Continental.
- Ricardo, D. (1817). Principios de la economía política y tributación. 4a ed. Inglaterra: Editorial Heliasta.
- Rojas, I. (mayo 2019) Promoción de Exportación Confecciones de Alpaca. [Reporte Sectorial] <http://www.cip.org.pe/publicaciones/2019/mayo/conferencias/tema-4-sr-igor-rojas.pdf> [Consulta: 23 de abril de 2020].

Schnaars, S. P. (1994). Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor.

Smith, A. (1794). La riqueza de las naciones. Valladolid: Alianza Editorial

Sociedad Nacional de Industrias (SIN) (2018). Industria Textil y Confecciones – Instituto de Estudios económicos y sociales. [Reporte Sectorial]. Recuperado de: <https://www.sni.org.pe/enero-2018-industria-textil-confecciones-2>. [Consulta: 21 de abril de 2020].

Stanton, W., Etzel, M. & Walker, B. (2007). Fundamentos de Marketing. México: McGraw - Hill/Interamericana editores S.A.

Zambrano F. (2009). Las TICs en nuestro ámbito social. Revista Digital Universitaria, (10), 79-80. Recuperado de <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num11/art79/int79.htm> [Consulta: 20 abril de 2020]

Hosmen D., Lemeshou S. (1989). *Applied Logistic Regression*. Nueva York: Wiley-Interscience.

(*) Tomado de: Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller y Título Profesional (SICA-REG-06 Rev.)

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA (PROPUESTA DE TEMA)

EL EFECTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN EN EMPRESAS EXPORTADORAS PERUANAS DEL SECTOR TEXTIL DE PRENDAS DE ALPACA HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS ENTRE EL PERÍODO 2014 AL 2018

Problema Principal	Objetivo Principal	Hipótesis Principal	Independiente	Tipo y diseño de la investigación
¿Cuáles son los efectos del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en empresas exportadoras peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018?	Determinar los efectos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en el proceso de internacionalización de las empresas exportadoras peruanas de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018.	Los efectos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo internacional de las empresas exportadoras peruanas de fabricación de prendas de alpaca exportadoras hacia el mercado de Estados Unidos, tiene efectos positivos que impactan significativa y directamente al mismo en los años 2014 - 2018.	Exportaciones de prendas de alpaca a Estados Unidos	El tipo de investigación tendrá un enfoque mixto, quiere decir que se usará tanto el cualitativo como cuantitativo. En el enfoque cuantitativo utilizaremos técnicas de recolección, procesamiento y medición de datos. A partir de la revisión de fuentes secundarias y la recolección de información, se procede a laborar encuestas dirigidas empresas exportadoras de prendas de alpaca hacia los Estado Unidos para generar una base de datos que servirá como fuente primaria.
Problemas Secundarios	Objetivos Secundarios	Hipótesis Secundaria	Dependiente	Unidad de estudio
Problema Secundario 1: ¿De qué manera los efectos del desarrollo de las estrategias de la tecnología de información y la comunicación afectan en el incremento de su participación de mercado en empresas peruanas que exportan al mercado estadounidense en los años 2014 - 2018?	Objetivo específico 1: Analizar los efectos que presenta el desarrollo de las estrategias de la tecnología de información y la comunicación en el incremento de su participación de mercado y el desarrollo internacional a los	Hipótesis Específica 1: El desarrollo de las estrategias de la tecnología de información y la comunicación en las empresas PYMES del rubro textil de alpaca influye de manera positiva y relevante en su participación de	Desarrollo internacional	- Exportaciones totales de prendas de alpaca a estados unidos. - Nivel de internacionalización de las empresas peruanas del sector textil de alpaca.

	Estados Unidos en los años 2014 - 2018.	mercado en el desarrollo internacional a los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.		
Problema Secundario 2: ¿De qué manera los niveles de competencias de la tecnología de información y la comunicación permite una mejor gestión de los 'activos invisibles' en la internacionalización para lograr el liderazgo del mercado en las empresas del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018?	Objetivo específico 2: Determinar cómo los niveles de competencias de la tecnología de información y la comunicación permite una mejor gestión de los 'activos invisibles' en la internacionalización para alcanzar el liderazgo del mercado en las empresas del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.	Hipótesis Específica 2: Los niveles más altos de competencias de la tecnología de información y la comunicación permite una mejor gestión de los 'activos invisibles' en la internacionalización para alcanzar el liderazgo del mercado en las empresas del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.	Niveles de competencias sobre la gestión de los 'activos invisibles'	Población de estudio
Problema Secundario 3: ¿De qué manera el uso de la tecnología de información y la comunicación en las empresas exportadoras peruanas afecta a la relación del incremento de la información y a la eficiencia administrativa interna de la gestión de comercio exterior en las empresas del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018?	Objetivo específico 3: Analizar el uso de la tecnología de información y la comunicación en las empresas exportadoras peruanas con relación al incremento de la información y en la eficiencia administrativa interna de la gestión de comercio exterior en las empresas del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.	Hipótesis Específica 3: El uso de la tecnología de información y la comunicación en las empresas exportadoras peruanas incrementa la disponibilidad de mayor y mejor información, lo que aumenta la eficiencia administrativa interna de la gestión de comercio exterior en las empresas del rubro textil de prendas de alpaca en los Estados Unidos en los años 2014 - 2018.	Eficiencia administrativa	La población estará constituida por las empresas peruanas exportadoras del rubro textil de prendas de alpaca hacia los Estados Unidos, que tuvieron presencia en la exportación durante los años del 2014 al 2018.

Anexo 2. Matriz de Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador	ítem	Fuente de ítem
Variable Independiente 1 Participación de Mercado	Proporción de las ventas totales de un producto de una empresa durante un periodo y en un mercado específico sobre las totales del mercado	Imagen empresarial	Reconocimiento de empresa	La empresa es reconocida fuera del país	Stanton 2007
		Presencia en el exterior	Presencia Internacional	Realiza exportaciones o ventas internacionales regularmente	
		Estrategias de Posicionamiento e incremento de participación	Uso de estrategias basadas en TIC	Se apoya en las TIC para mejorar su posicionamiento	
			Uso de estrategias sin TIC	Utilización de estrategias tradicionales sin TIC	
Variable Independiente 2 Gestión de los activos invisibles	Los activos invisibles o también mencionados por varios autores como intangibles son los activos que brindan beneficios a las empresas a pesar de no ser materiales, como la cultura organizacional.	Gestión de activos Intangibles	Optimización de activos Intangibles	Se realiza una correcta gestión de activos Intangibles	Brooking A., 1977 Medellín A. 2003
			Mejor uso y gestión de Activos intangibles utilizando TIC	La gestión de intangibles se ve potenciada con el uso de las TIC	
Variable Independiente 3 Eficiencia Interna	Capacidad de realizar o cumplir adecuadamente una labor buscando minimizar los	Gestión y Administración	Minimización de costos	Se minimizan los costos con una correcta gestión	Martines C. 1997
			Maximización de beneficios	Se logran maximizar beneficios con prendas de calidad a precios competitivos	

	costos y maximizar beneficios en cada toma de decisiones que se presentan dentro de las empresas a través de la correcta gestión y administración		Uso de TIC para la optimización o mejoramiento de la eficiencia interna	Se potencia la eficiencia interna de la empresa mediante el uso de las TIC	
Variable Dependiente Internacionalización de las empresas	La internacionalización de empresas tiene diversas fases comenzando generalmente por la exportación esporádica y es afectado por diversas variables.	Atributos necesarios	Empresas con capacidad Internacional	Son capaces de mantenerse en el mercado internacional	(Canals J., 1997).
		Requisitos	Puntos necesarios para la internacionalización	Se desarrollaron los requisitos para poder internacionalizarse	
		Niveles de Internacionalización	Diferencias dentro del sector en internacionalización	En el sector internacional hay diferencias significativas entre tamaño de empresas con su internacionalización	
		Apoyo de las TIC	Las TIC agilizan el proceso de internacionalización	Reducción de tiempo en los procesos	
		Nivel de Competitividad Internacional	Competitividad y perdurabilidad en el exterior	El nivel de competitividad es el necesario para pertenecer al mercado internacional	

Anexo 3.Formato de entrevista a profundidad

ENTREVISTA PARA EXPERTOS

Buenas tardes, somos Hernán Baca y Melissa Vasquez somos egresados de la facultad de Negocios de la Universidad peruana de ciencias aplicadas. Actualmente nos encontramos realizando la tesis “El efecto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en las empresas PYMES peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018”, por lo que nos contactamos con usted y solicitamos la entrevista para tratar dicho tema. Estamos en la búsqueda, mediante el siguiente cuestionario con preguntas abiertas de su opinión como experto en el campo a tratar. Dicha información será valiosa para el desarrollo de la investigación y será tratada con este único propósito. Manejándose así con la discreción y confidencialidad que respecta a la situación.

1. En su opinión ¿Cómo se desarrolló el sector textil de prendas de alpaca durante el año 2014-2018?
2. Respecto al uso de las TIC, ¿Cómo aprecia usted el desarrollo del sector textil de alpaca en el año 2014-2018 con respecto al uso de las TIC?
3. ¿Se implementó el uso de las TIC en el sector en los años 2014-2018?
4. ¿El sector público como Promperú entre otros incentivó la implementación de estos?
5. ¿Cree que las MYPES conocen los beneficios y efectos positivos que las TIC representan para sus empresas?
6. ¿Cómo se ha visto el desarrollo del sector con relación a la proyección dentro del periodo 2014 - 2018?
7. ¿Las PYMES tienen el nivel de competitividad y eficiencia interna para competir en el mercado internacional?
8. ¿Cuáles son los beneficios que presenta el uso de las TIC en la administración de los activos invisibles (intangibles)?
9. ¿Qué dinámica presentó el sector dentro del periodo 2014 -2018?
10. ¿Cuáles son las principales características del sector?

11. ¿Dentro de las empresas exportadoras del sector se presentan diferencias significativas entre empresas grandes y PYMES?
12. ¿Cómo clasifican las bandas de tamaño de empresa en este sector?
13. ¿Cuándo una empresa de este sector es considerada internacionalizada?
14. ¿Qué atributos debe tener para tener esta denominación?
15. ¿Cuáles son las principales estrategias de posicionamiento internacional que usan las PYMES?
16. ¿Se ve estas potenciadas mediante el uso de las TIC?
17. ¿Cree usted que el uso de las TIC mejora la eficiencia de las PYMES del sector y de qué manera lo hacen?

Anexo 4. Videos de las entrevistas a profundidad.

1. Enlace Entrevista a Rafael Zacnich

Parte 1:

<https://youtu.be/-ulosLxwVjg>

Parte 2:

<https://youtu.be/mJrCLs1WxtU>

2. Enlace Entrevista a Noemi Quintana

<https://youtu.be/qMKfLvPH5IQ>

3. Enlace Entrevista a Maritza Bejarano

<https://youtu.be/RPVozcm55BE>

4. Enlace Entrevista a Daniel Jauregui

<https://www.youtube.com/watch?v=VyzgzaJpP3g&feature=youtu.be>

5. Enlace Entrevista a Gregor Brenner

<https://youtu.be/Vzh6BpIOI-k>

Anexo 5. Formato de la encuesta a empresas

CUESTIONARIO DE USO DE LAS TICS EN PYMES TEXTILES

Nombre de la empresa:

Cargo:

Nombre de la persona:

Fecha:

Objetivo:

Se trata de un estudio sobre los efectos de las tecnologías de la información y comunicación en PYMES exportadoras del Sector Textil de confecciones de prendas de alpaca durante el periodo del 2014 al 2018 para la elaboración de mi tesis. La finalidad de esta encuesta es conocer su opinión acerca de los efectos que trae las tecnologías de la información y comunicación.

1. ¿Su negocio pertenece al sector textil de confecciones de prendas de alpaca?

☐ Si
☐ No

2. ¿Cuántos trabajadores hay en la empresa?

☐ De 1 a 10 trabajadores
☐ De 11 a 100 trabajadores
☐ De 101 a más trabajadores

3. ¿Realizo exportaciones durante el periodo del 2014 – 2018 a Estados Unidos?

☐ Si
☐ No

4. ¿Cuál es su FOB exportado en el período del 2014 - 2018 hacia el mercado estadounidense?

Cantidad: _____

5. ¿La empresa ha exportado frecuentemente entre el periodo del 2014 al 2018 al mercado Estados Unidos?
- ☐ Si
- ☐ No
6. ¿La empresa poseía alguna página web o sitio web donde exponga información de sus productos entre los años 2014-2018?
- ☐ Si
- ☐ No
7. ¿La empresa utilizó los canales de venta online para vender sus productos entre los años 2014 - 2018?
- ☐ Si
- ☐ No
8. ¿Utilizó las redes sociales entre los años 2014 - 2018?
- ☐ Si
- ☐ No
9. ¿La empresa uso medios electrónicos para mejorar su cadena de valor compartiendo información entre los años 2014 - 2018?
- ☐ Si
- ☐ No
10. ¿La empresa utilizó la gestión de archivos en la nube entre los años 2014 - 2018?
- ☐ Si
- ☐ No
11. ¿La empresa participó en capacitaciones digitales entre los años 2014 - 2018?
- ☐ Si
- ☐ No

12. ¿Usted o parte de su equipo tienen desarrolladas competencias en TIC y su uso como ingenieros, diseñadores, técnicos en marketing, entre otros?

☐ Si

☐ No

13. ¿La empresa realizó innovación en el producto con ayuda del uso de las TIC entre los años 2014-2018?

☐ Si

☐ No

14. ¿Realiza uso de TIC para mejorar la gestión de los activos intangibles (marca, cartera de clientes) entre los años 2014 - 2018?

☐ Si

☐ No

15. ¿Incremento el valor de sus activos intangibles como la visibilidad de su marca y su cartera de clientes?

☐ Si

☐ No

16. Entendiendo la innovación organizacional como encontrar oportunidades internas de mejora en la empresa como en sus relaciones internas, creatividad, entre otros. ¿La empresa tuvo innovación organizacional en el periodo 2014-2018?

☐ Si

☐ No

17. ¿La empresa realizó innovación en temas de marketing y posicionamiento internacional entre los años 2014 - 2018?

☐ Si

☐ No

18. ¿Utilizaron TIC para mejorar la producción entre el 2014 - 2018?

☐ Si

☐ No

19. ¿Cuántas certificaciones poseía la empresa en el período del 2014 - 2018?

Cantidad:

20. ¿Cuál es el porcentaje de rotación del personal que presento en el período del 2014-2018?

Porcentaje:

21. ¿Cuál es el porcentaje de participación que obtuvo en el período del 2014-2018?

Porcentaje:

22. ¿Cuál es el porcentaje promedio de mermas en la empresa durante el periodo del 2014-2018?

Porcentaje:

Anexo 6. Carta de Solicitud: Entrevistas a profundidad a expertos.

Lima, xxx 2020

Buen día, le saluda Hernán Baca y Stephanie Vasquez, bachiller de Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Actualmente nos encontramos desarrollando la tesis: El efecto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en empresas exportadoras peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018 en asesoría con el profesor Carlos Azabache Moran

Dado el perfil que posee, sus conocimientos y experiencias dentro del rubro nos gustaría solicitarle de la más cordial manera su contribución mediante una entrevista para poder incorporar sus conocimientos a dicha investigación.

Agradecemos su atención y quedamos atentos a su respuesta

Atte.

Hernan Baca / Stephanie Vasquez

Anexo 7. Porcentaje de Afirmaciones de las variables

	%SI	%NO
Sitio web	69,7%	30,3%
Ventas online	78,8%	21,2%
Redes sociales	48,5%	51,5%
Intercambio electrónico	90,9%	9,1%
Gestión en la nube	54,5%	45,5%
Capacitación digital	66,7%	33,3%
Habilidades en TIC	66,7%	33,3%
Innovación	69,7%	30,3%
Gestión de activos intangibles	72,7%	27,3%
Optimización de activos intangibles	72,7%	27,3%
Innovación organizacional	72,7%	27,3%
Innovación de marketing y posicionamiento	69,7%	30,3%
Diseño de producto	78,8%	21,2%

Anexo 8. Carta de aceptación a expertos

Asunto: Carta de conformidad de entrevista

Por la presente, yo: _____Rafael Zacnich Nonalaya_____, doy mi consentimiento para que se tome registro de la información brindada y este pueda utilizarse con fines didácticos, educativos e informativos, para la elaboración de la tesis: **“El efecto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en las empresas PYMES peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018”** presentado por Baca Casas, Hernán Aurelio y Vasquez Miranda, Stephanie Melissa.

Atentamente.

DNI 41727253

Asunto: Carta de conformidad de entrevista

Por la presente, yo: Noemi Rosario Quintana Sanchez, doy mi consentimiento para que se tome registro de la información brindada y este pueda utilizarse con fines didácticos, educativos e informativos, para la elaboración de la tesis: **“El efecto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en las empresas PYMES peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el periodo 2014 al 2018”** presentado por Baca Casas, Hernán Aurelio y Vasquez Miranda, Stephanie Melissa.

Atentamente.

(DNI) 40959384

Asunto: Carta de conformidad de entrevista

Por la presente, yo: MARITZA BEJARANO CHACON, doy mi consentimiento para que se tome registro de la información brindada y este pueda utilizarse con fines didácticos, educativos e informativos, para la elaboración de la tesis: **"El efecto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en las empresas PYMES peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018"** presentado por Baca Casas, Hernán Aurelio y Vasquez Miranda, Stephanie Melissa.

Atentamente.

(DNI) 23870689

Lima 28 de Agosto del 2020

Asunto: Carta de conformidad de entrevista

Por la presente, yo: Gregor Brenner Knoch, Gerente General de SURITEX SAC, doy mi consentimiento para que se tome registro de la información brindada y este pueda utilizarse con fines didácticos, educativos e informativos, para la elaboración de la tesis: **"El efecto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en las empresas PYMES peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018"** presentado por Baca Casas, Hernán Aurelio y Vasquez Miranda, Stephanie Melissa.

Atentamente,

Gregor Brenner Knoch

DNI: 10811337

Asunto: Carta de conformidad de entrevista

Por la presente, yo: CARLOS DANIEL JÁUREGUI CUERVO, doy mi consentimiento para que se tome registro de la información brindada y este pueda utilizarse con fines didácticos, educativos e informativos, para la elaboración de la tesis: **“El efecto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la internacionalización en las empresas PYMES peruanas del sector textil de prendas de alpaca hacia el mercado de Estados Unidos entre el período 2014 al 2018”** presentado por Baca Casas, Hernán Aurelio y Vasquez Miranda, Stephanie Melissa.

Atentamente.

(DNI) 44330918

Anexo 9. Matriz de elaboración sobre dimensiones sobre entrevista a profundidad

CONCEPTO	DIMENSIONES	PREGUNTAS
Estado del sector	Características del sector	¿Cuáles son las principales características del sector?
		¿Qué dinámica presentó el sector dentro del periodo 2014 -2018?
	Desarrollo del sector	¿Cómo se ha visto el desarrollo del sector con relación a la proyección dentro del periodo 2014 - 2018?
		¿Dentro de las empresas exportadoras del sector se presentan diferencias significativas entre empresas grandes y PYMES?
	Principales Empresas	¿Cómo clasifican las bandas de tamaño de empresa en este sector?
internacionalización	Concepto de PYME internacionalizada	¿Cuándo una empresa de este sector es considerada internacionalizada?
		¿Qué atributos tiene que tener para tener esta denominación?
	Posicionamiento del sector	¿Cuáles son las estrategias de posicionamiento internacional que usan las PYMES?
		¿Se ve estas potenciadas mediante el uso de las TIC?
		¿Cree usted que el uso de las TIC mejora la eficiencia de las PYMES del sector y de que manera lo hacen?
TICS	Implementación de las TIC	¿Las PYMES tienen el nivel de competitividad y eficiencia interna para competir en el mercado internacional?
		¿Se implementó el uso de las TIC en el sector en el lapso planteado?
		¿El sector público como PromPeru entre otros incentivó la implementación de estos?
		¿Cuáles son los beneficios que presenta el uso de las TIC en la administración de los activos invisibles (intangibles)?