

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



**LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LAS
TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN: UN ESTUDIO EN LAS PYMES
DEL SECTOR COMERCIAL DE HUÁNUCO-2019.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.

TESISTAS:

BACH. CHAVEZ RIVERA ANNY MELANIE BEATRIZ

BACH. VALLE PUENTE, DELCY JACQUELYN

ASESOR:

DR. DAVID JULIO, MARTEL ZEVALLOS

HUÁNUCO - PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mis padres Gustavo Chávez y Melchora Rivera que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica y por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes.

A mi amado esposo Robert Albino por darme fuerzas para seguir adelante y creer en mi capacidad, brindándome su comprensión, cariño y amor.

A mis hijos Roderick y Allison, porque cada vez que los veo me siento más motivada para trabajar y seguir con el objetivo de alcanzar mis metas, son mi principal motivación para seguir adelante.

Anny Melanie Beatriz CHÁVEZ RIVERA

A mis padres, pues ellos fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida profesional, sembraron en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ellos tengo el espejo en el cual me quiero reflejar pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarlos cada día más.

Víctor Valle Delgado: Padre (Q.E.P.D.)

Bertha Puente Rivera: Madre

Delcy Jacquelyn VALLE PUENTE

AGRADECIMIENTO

Quisiéramos utilizar estas primeras líneas para manifestar nuestros más sinceros agradecimientos a las personas y organizaciones que han contribuido a que se realice la presente investigación.

- A Dios por habernos otorgado a una familia maravillosa, quienes han creído en nosotras dándonos ejemplos de superación, humildad y sacrificio; enseñándonos a valorar todo lo que tenemos.

- A la Universidad Nacional “Hermilio Valdizán”, alma mater de mi formación profesional.

- Al Dr. David Martel Zevallos, quien nos obsequió filantrópicamente su valioso tiempo para el asesoramiento permanente del presente trabajo de investigación. Mi gratitud eterna.

- A los incansables forjadores de la enseñanza, los docentes de la E.A.P. Ciencias Administrativas: Dr. David Julio Martel Zevallos, Dr. Napoleón Céspedes Galarza, Dr. Reiter Lozano Dávila, Mg. Jorge Luis Jesús Aquino, Dr. Aurelio Simón Rosas, Mg. Juan Carlos Rojas Matos, Dr. Humberto Benancio Valdivia, Mg. Auberto Oliveros Davila, quienes contribuyeron acertada y decididamente en sus consejos y paciencia durante mi formación académica.

Las tesis

RESUMEN

La presente investigación, referida a la Gestión del Conocimiento y su Relación con las Tecnologías de Información: Un Estudio En Las Pyme del Sector Comercial de Huánuco - 2019. El estudio se realizó en las pymes comerciales de la ciudad de Huánuco, durante el período comprendido entre los meses de junio a diciembre del 2019. El objetivo de la presente investigación fue determinar de qué manera la gestión del conocimiento se relaciona con las tecnologías de la Información, en las Pymes del sector comercial de Huánuco - 2019. La muestra se ha de manera intencional en 30 elementos. El presente estudio tiene una utilidad práctica para las pymes del sector comercial. Se ha determinado que la gestión del conocimiento se relaciona con las tecnologías de la Información, en las Pymes del sector comercial de Huánuco - 2019, conforme se demuestra con la tabla 31. Se ha determinado que se relaciona el conocimiento con la cultura de la organización, con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las pymes del sector comercial de Huánuco - 2019. Conforme se demuestra en la tabla 32. Ha quedado establecido que la cultura de la organización se relaciona con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las pymes del sector comercial de Huánuco - 2019. Conforme se advierte en la tabla 33. Se ha determinado la relación de la Infraestructura con la oportunidad y acceso de usos de internet en las pymes del sector comercial de Huánuco - 2019. Tabla 34. Se ha determinado la relación de estrategia con el uso de software en las pymes del sector comercial de Huánuco - 2019. Tabla 35. Se ha determinado la relación del conocimiento con la capacitación en las pymes del sector comercial de Huánuco - 2019. Tabla 36.

SUMMARY

The present investigation, referred to Knowledge Management and its Relationship with Information Technologies: A Study In The SMEs of the Commercial Sector of Huánuco - 2019. The study was carried out in the commercial SMEs of the city of Huánuco, during the period between The months of June to December - 2019. The objective of this research was decisive in how knowledge management is related to Information Technology in SMEs in the commercial sector of Huánuco - 2019. The sample has been intentionally in 30 elements. This study is of practical use to SMEs in the commercial sector. It has been determined that knowledge management is related to Information technologies, in SMEs in the commercial sector of Huánuco - 2019, as shown in table 31. It has been determined that knowledge is related to the culture of the organization, with the strategy and equipment and infrastructure in SMEs in the commercial sector of Huánuco - 2019. As shown in table 32. It has established the culture of the organization is related to the strategy and equipment and infrastructure in SMEs in the commercial sector dee Huanuco - 2019, as shown in table 33, the relationship of infrastructure with the opportunity and access of Internet uses in SMEs in the commercial sector of Huánuco - 2019 has been determined, Table 34, the relationship of strategy with the use of of software in SMEs in the commercial sector of Huánuco - 2019. Table 35. The relationship of knowledge with training in SMEs of the se Commercial Director of Huanuco 2019, Table 36.

ÍNDICE

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes y fundamentación del problema	09
1.2. Formulación del Problema	11
1.3. Objetivos	12
1.4. Formulación de Hipótesis	12
1.5. Variables	13
1.6. Operacionalización de Variables, Dimensiones e Indicadores	13
1.7. Justificación e Importancia	15
1.8. Viabilidad	15
1.9. Limitaciones	15

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL Y CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes de la Investigación	16
2.2. Bases Teóricas	22
2.3. Base Conceptual	28

CAPITULO III

METODOLOGÍA

3.1. Nivel de Investigación	30
3.2. Tipo de Investigación	30
3.3. Diseño y Esquema de Investigación	31
3.4. Método de Investigación	32
3.5. Población	32
3.6. Muestra	32
3.7. Técnicas e Instrumentos para el Recojo de Datos	32
3.8. Procesamiento y Presentación de Datos	32

CAPÍTULO IV
RESULTADOS

4.1. Resultados _____ 34

CAPÍTULO V
PRUEBA DE HIPÓTESIS

5.1. Hipótesis y Sistema de Hipótesis _____ 94

CAPÍTULO VI
DISCUSIÓN DE RESULTADOS

6.1. Discusión de Resultados _____ 101

CONCLUSIONES _____ 103

SUGERENCIAS _____ 104

REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA _____ 105

ANEXO _____ 107

INTRODUCCIÓN

La Tesis tiene la siguiente estructura:

En el capítulo 1 corresponde al planteamiento del problema de La Gestión del Conocimiento y su Relación con las Tecnologías de Información: Un Estudio En Las Pyme del Sector Comercial de Huánuco - 2019, el problema general, los problemas específicos y los objetivos. Se presenta los antecedentes de la investigación, la justificación, limitaciones que se presentaron en el desarrollo de la investigación.

En el capítulo 2 se corresponde el marco teórico- conceptual utilizados; enfoque del problema, se desarrolla la base conceptual de la gestión la gestión del conocimiento y de las TICs.

En el capítulo 3 se precisa la metodología, Nivel de investigación, tipo de investigación, Diseño de investigación, Métodos, Población y Muestra, Técnicas e Instrumentos, Procesamiento de datos

En el capítulo 4 están los resultados obtenidos y su interpretación. Se analizó e interpreto las encuestas a los trabajadores del programa JUaplicdos a los dueños de las pymes comerciales de Huánuco.

Finalmente se presentan las conclusiones y sugerencias. Se ha determinado que la gestión del conocimiento se relaciona con las tecnologías de la Información, en las Pymes del sector comercial de Huánuco - 2019.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes y fundamentación del problema:

Dentro del contexto global, las unidades económicas que movilizan grandes recursos económicos, son precisamente aquellas grandes empresas y tienen importancia en la economía, lo cierto es que por muchas razones las **PYMES** son el principal motor de la economía, una gran fuente de empleo y de economía, aunque a veces son colapsadas por grandes empresas que se llevan gran parte de las ventas en la competencia directa. Son más ágiles y flexibles, no requieren tanto papeleo y es más fácil modificar aspectos importantes de su estructura. En épocas de crisis y malos momentos, así como también en las decisiones, es más rápida y fácil su reacción. Además, existe una mayor unidad e independencia de la dirección de la empresa. Siendo así las pequeñas y medianas empresas son más cercanas al cliente, se orientan más a él y pueden conocer sus necesidades y deseos. De esta manera, también pueden atender mejor a las demandas. Sus clientes pueden recibir un trato más personalizado lo mismo que una relación más humana. Son más flexibles, lo que hace que se adapten mejor a cualquier situación. Este tipo de empresas puede ocupar nichos de mercado poco o nada rentables para las grandes empresas, a las cuales no les interesa el esfuerzo a cambio de los beneficios ya que se orientan más a lo grande. Además, pueden detectar mejor estos nichos de mercado porque conocen mejor al cliente. Hay una mayor implicación de los trabajadores, precisamente porque hay una relación más fluida y directa, se encuentran más cercanos y es más fácil que se identifiquen y sientan parte de la empresa. Las **PYMES** pueden ser más focalizadas y orientarse más a los clientes con los que cuentan. Son más versátiles, por lo que pueden conseguir nuevos datos de mercado cuando cambia abriendo el campo a nuevas posibilidades y al cambio. (htt2).

Así como tienen ventajas las pymes, tienen problemas respecto una menor capacidad económica para competir, tienen menores posibilidades de acceso a financiación, respecto a las grandes empresas, no tienen condiciones para negociar con proveedores para un

mejor precio, no se puede aprovechar las condiciones de economía de escala, tienen limitaciones a nivel tecnológico, publicitario, financiero, captación de talentos, etc. Un mayor retraso tecnológico, por falta de capital para conseguir inversiones necesarias y mejores herramientas de trabajo, menores posibilidades de expansión, etc. Esta situación obliga a buscar mecanismos que les permita hacer uso eficiente de las TICs, como herramienta importante en estos tiempos modernos, partiendo del conocimiento gestor de economías exitosas. De las 17,673 MYPES que existen en Huánuco, 17,040 son micro empresas que tienen menos de diez trabajadores, como son los casos de hospedajes, tiendas comerciales, restaurantes, pequeñas industrias de calzado, entre otras. Hay 565 pequeñas empresas y están distribuidas en grifos, hoteles y otros, cuyos trabajadores son más de diez. (Fischman) La legislación peruana define a la PYME como: «la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente. Las PYMES peruanas tienen por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios». Estas empresas de menor tamaño se categorizan, de acuerdo al DECRETO SUPREMO N° 013-2013-PRODUCE, en Micro, Pequeña o Mediana, dependiendo de sus niveles de ventas anuales:

CATEGORÍA DE EMPRESA	VENTAS ANUALES
Mediana	Superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT.
Pequeña	Superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1700 UIT
Micro	Hasta el monto máximo de 150 UIT

Antes la categorización era a través del número de empleados, y las empresas constituidas, previo a la entrada en vigor de la ley N.º 30056 (03/07/2013), se regían por los requisitos de acogimiento al régimen de las MYPES regulados por el D. LEG. N.º 1086 (por número de trabajadores). Perú es de los pocos países que subdivide su clasificación de micro, pequeñas y medianas empresas. Se habla de las MYPES, que incluyen las micro y las pequeñas, y de PYME, para referirse a las pequeñas y medianas. (htt3)

(htt1) A nivel de tamaño de empresa, el uso de computadoras por parte de las microempresas se reduce a 69.6% y crece a casi 100% en las grandes empresas. A nivel sectorial, casi la totalidad de empresas de los sectores de enseñanza e información y

comunicaciones poseen computadoras, en contraste con el sector de alojamiento y servicio de comida que reporta la menor incidencia en el uso de computadoras (59.3%). En el año 2014, respecto a las diversas tecnologías de información y comunicación a las que tuvieron acceso las empresas, el 93.5% de las empresas tuvo acceso a internet, el 8.6% a intranet, el 3.0% a extranet y el 6.5% no tiene acceso a estas tecnologías. Por tamaño de empresa, el 90% de las microempresas tiene acceso a internet mientras que, en los demás estratos, el porcentaje bordea el 100%. Otro punto importante en las comunicaciones de la empresa es el uso de redes sociales. Sólo la tercera parte de las empresas utilizaron sitios web o redes sociales en el 2014. El sector servicios es el sector con mayor uso de páginas web y redes sociales (50.1% y 36.4% respectivamente). Además, sólo el 20.5% de las microempresas han utilizado páginas webs mientras que más de las dos terceras partes de las medianas y grandes empresas lo usaron. Las empresas del sector servicios lideran el uso de páginas webs mientras que sólo el 7% de las de pesca y acuicultura lo utilizan. Estos hechos nos impulsaron a formular la presente investigación.

1.2. Formulación del Problema:

1.2.1. Problema general.

¿De qué manera la gestión del conocimiento se relaciona con las tecnologías de la Información, en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019?

1.2.2. Problemas Específicos.

- A.** ¿Cómo se relaciona el conocimiento con la cultura de la organización, la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019?
- B.** ¿Cómo se relaciona la Cultura de la organización con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019?
- C.** ¿Cómo se relaciona la Infraestructura con la oportunidad y acceso de usos de internet en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019?
- D.** ¿Cómo se relaciona la estrategia con el uso de software en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019?
- E.** ¿Cómo se relaciona el conocimiento con la capacitación en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019?

1.3. Objetivos de la Investigación:

1.3.1. Objetivo General.

Determinar de qué manera la gestión del conocimiento se relaciona con las tecnologías de la información, en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos.

- A.** Determinar cómo se relaciona el conocimiento con cultura de la organización, con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.
- B.** Establecer cómo se relaciona la cultura de la organización con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.
- C.** Determinar cómo se relaciona la Infraestructura con la oportunidad y acceso de usos de internet en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.
- D.** Determinar cómo se relaciona estrategia con el uso de software en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.
- E.** Determinar cómo se relaciona el conocimiento con la capacitación en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.

1.4. Formulación de Hipótesis:

1.4.1. Hipótesis General.

La gestión del conocimiento se relaciona positivamente con las tecnologías de la Información, en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

1.4.2. Hipótesis Específicos.

- A.** Se relaciona positivamente el conocimiento, con la cultura de la organización, la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.
- B.** Se relaciona de manera positiva la cultura de la organización, con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.
- C.** Se relaciona de manera positiva la Infraestructura con la oportunidad y acceso de usos de internet en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.
- D.** Se relaciona de manera positiva la estrategia con el uso de software en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

E. Se relaciona de manera positiva el conocimiento con la capacitación y seguridad en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.

1.5. Variables:

VARIABLE INDEPENDIENTE (X)	VARIABLE DEPENDIENTE (Y)
Gestión del conocimiento	Tecnología de la Información

1.1. Operacionalización de Variables, Dimensiones e Indicadores.

VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión del conocimiento			
Definición Conceptual	Definición Operacional		
	Dimensión	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
El conjunto de prácticas, apoyadas en una serie de herramientas, técnicas y metodologías, que permiten a la empresa: identificar cuáles son los conocimientos más adecuados para llevar a cabo sus actividades presentes y desarrollar sus planes futuros; conseguir la disponibilidad de dichos conocimientos, dentro o fuera de la organización; proteger esos conocimientos garantizando su disponibilidad; y utilizarlos eficientemente. Esta gestión constituye una actividad permanente, ya que	Conocimiento.	Informes.	Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario.
	Cultura de la organización	Normas. Lineamiento. Principios. Reglas.	
	Infraestructura.	Oficinas. Áreas. Grupos de trabajo. Interrelaciones. Nivel de Competencias. Nivel de Habilidades.	

es preciso prestar atención de forma constante a los nuevos conocimientos que necesiten incorporarse.	Estrategia	Misión Visión. Nivel de Posicionamiento	
---	------------	---	--

VARIABLE DEPENDIENTE: Tecnología de la Información			
Definición Conceptual	Definición Operacional		
	Dimensión	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
Son todos aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos, tales como: computadoras, teléfonos móviles, televisores, reproductores portátiles de audio y video o	Equipamiento e infraestructura.	Nivel de Información de tenencia de ordenadores. Teléfono fijo. Telefono Móvil. Smartphone. Tables digitales. Intranet. Extranet. Internet. Servicios de red. Laboratorios. Bibliotecas digitales	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
	Oportunidad y acceso de usos de internet.	Ordenadores con acceso a internet. Uso constante por parte de los trabajadores de las pymes. Nivel de tenencia de sitio web, redes sociales, clases virtuales.	

consolas de juego.	Uso de software	Nivel de tenencia de algún software.	
	Capacitación y seguridad.	Nivel de uso de políticas de capacitación del personal en las TICs.	

1.2. Justificación e importancia:

El presente trabajo de investigación servirá para establecer la relación que existe entre la gestión del conocimiento y las Tecnologías de la Información y comunicación de las pymes comerciales de Huánuco, también es importante porque es un documento que servirá a los propietarios de las mencionadas empresas y a los estudiantes poniendo a su disposición el presente trabajo.

1.3. Viabilidad:

El presente trabajo fue viable, en tanto que se contó con la información pertinente respecto al problema de estudio. También los suscritos contamos con los conocimientos suficientes sobre el área, por cuanto nos formamos en la Carrera de Ciencias Administrativas de la UNHEVAL.

1.4. Limitaciones:

Los factores como el tiempo y el económico fueron las principales limitantes en el desarrollo del presente trabajo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL Y CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes de la investigación:

A NIVEL NACIONAL.

(Sotelo Vicente, 2017), refiere en su tesis; el uso de las TICs y su relación con la Gestión del Conocimiento de los directores de la UGEL N°08 – Cañete, 2017; bajo la línea de investigación: Gestión y calidad educativa, enfocándose en el uso de las tecnologías de la información y comunicación y la gestión del conocimiento de los directores de la unidad de gestión educativa local N° 08 de la provincia de Cañete. Siendo el objetivo principal de la tesis, determinar la relación que existe entre el uso de las tecnologías de la información y comunicación y la gestión del conocimiento. La metodología utilizada es cuantitativa y el tipo de investigación fue no experimental, el estudio consistió en la recolección de datos mediante un cuestionario que posteriormente, fueron analizados. Se empleó un diseño correlacional, formulando hipótesis y se realizó las pruebas para determinar la correlación entre variables. La población estuvo conformada por los docentes que laboran en la UGEL 08 de Cañete. La muestra obtenida mediante criterios que se ajusten a la investigación fue de 80. La técnica utilizada para la recolección de la información fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Se aplicaron dos cuestionarios, el primero para la recolección de datos de la variable tecnología de la información y comunicación, adaptado de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo y el Observatorio para la Sociedad de la Información en Latinoamérica y el Caribe presentado en el informe de la INEI (2009), con 18 ítems, y el segundo para la toma de datos de la variable gestión del conocimiento, adaptado de Paniagua (2007), con 16 ítems, ambos con cinco alternativas de respuestas. Los resultados de la investigación, se obtuvo mediante un análisis descriptivo de las variables para conocer el nivel de correlación mediante la prueba con Rho de Spearman, verificando el cumplimiento de los objetivos y rechazando la hipótesis nula; por lo que se llegó a la conclusión que existe una correlación positiva moderada de 0,422 puntos entre las

variables las TICs y la gestión del conocimiento. Palabras clave: Tecnologías de la información y comunicación, gestión del conocimiento

(Otaegui, 2017), refiere en su tesis Correlación entre las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICS) y la gestión del conocimiento en las PYMES de la industria del calzado en Lima Metropolitana 2015 con la finalidad de optar el grado de Magíster en Ingeniería de Sistemas con mención en Dirección y Gestión de Tecnología de Información por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. En referencia al tipo de investigación propuesta es no experimental porque el investigador no interviene ni manipula las variables y debido a que la recolección de sus datos se ejecuta en un solo momento su diseño de investigación es de tipo transversal. Su población estuvo constituida por trabajadores que laboran en distintas PYMES de algunos distritos de Lima y su muestra lo conformó 100 individuos. Esta investigación obtuvo las siguientes conclusiones: Los servicios que facilitan las TICs facilita el desarrollo del capital intelectual, así la creación de nuevos conocimientos. El uso de las TICs mejora las capacidades y habilidades de los trabajadores, teniendo como resultado la generación de mejores productos y servicios. En la prueba de hipótesis determinó que sí existe relación entre el uso de las tecnologías de la información y comunicación y la gestión del conocimiento, estableciendo que esta relación permitirá mejorar el capital intelectual en una organización, valiéndose de los servicios que estas brindan las TICs. Por tanto, esta investigación es considerado como antecedente ya que es concordante con los resultados que se espera en la hipótesis propuesta, ya que aporta argumentos científicos que relacionan estas dos variables, destacando las grandes ventajas que aporta las TICs, aunque cabe aclarar que dicho trabajo estuvo dirigido a la industria del calzado, mas no, al sector educativo.

(Sara, 2010) Dice en su tesis Gestión del Conocimiento y liderazgo de clase mundial para el desarrollo del capital intelectual en las organizaciones inteligentes. Que el tipo de investigación planteado es de nivel Aplicada y se centra en un plano de nivel descriptivo. La población estuvo conformada por 850 gerentes de empresas de Lima Metropolitana. La determinación de la muestra seleccionada fue por muestreo simple, sustentado en la fórmula propuesta por R.B. Ávila Acosta, y estuvo 20 constituida por 160 gerentes. Las técnicas de recolección de datos fueron la encuesta, análisis documental y la entrevista, cuyos instrumentos fueron las guías de análisis documental y la guía de observación. Dicha investigación concluyó en lo siguiente: El liderazgo a través de la gestión del

conocimiento contribuye en la efectividad de las organizaciones. Todas las organizaciones a pesar que no se conozca bien la gestión del conocimiento, ha aprendido que dichos mecanismos son de gran utilidad en los resultados esperados. Se ha decidido tomar esta investigación ya que su estudio demuestra el elevado grado de efectividad que se obtiene por medio de la gestión del conocimiento, mejorando notablemente los resultados obtenidos.

A NIVEL INTERNACIONAL

(Arceo Moheno, 2009) en su tesis: EL IMPACTO DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN EN LA INNOVACIÓN: UN ESTUDIO EN LAS PYME DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DE CATALUÑA señala que su estudio contribuye a prestar aval empírico a la relación Gestión del Conocimiento - Tecnología de Información - Innovación esta investigación manifiesta la necesidad de realizar estudios empíricos que ayuden a refinar lo que se discute a un nivel puramente teórico en la literatura. Respecto a la primera pregunta de investigación ¿Las PYME catalanas hacen uso de prácticas de Gestión del Conocimiento?, se puede concluir que sí, a pesar de no tenerse una conciencia de ello. Es así, que solo una quinta parte de las empresas estudiadas reconoció que ha iniciado programas de Gestión del Conocimiento, aunque sin considerarlos en su estrategia. Pese al reconocimiento que se otorga al conocimiento como única fuente de ventaja competitiva y al auge que señala la literatura sobre Gestión del Conocimiento, la realidad no permite definir con rotundidad este reconocimiento. En el estudio se demostró el bajo conocimiento de lo que es la Gestión del Conocimiento por parte de los directivos de alto rango, lo cual es contrario a uno de los puntos centrales de la teoría de creación del conocimiento de Nonaka y Takeuchi (1995), donde se enfatiza el papel de la alta dirección como participante clave (16% de los encuestados nunca han escuchado los conceptos de Gestión del Conocimiento, mientras que el 37% apenas ha escuchado algo de estos conceptos). En nuestra investigación, se demostró que aquellas actividades que involucran al conocimiento tácito (socialización, exteriorización e interiorización) no obtuvieron resultados como los alcanzados en las actividades de combinación, que involucran exclusivamente conocimiento explícito. En relación a la segunda pregunta de investigación ¿Las PYME catalanas hacen uso de prácticas innovadoras? es contestada de manera afirmativa, aunque esta afirmación no sea rotunda. El reconocimiento que las empresas estudiadas hacen a la innovación dentro del entorno de la economía actual es

moderado, lo cual se deduce que pueda deberse básicamente al contexto relativamente estable en que se desenvuelven este tipo de empresas (ciclos largos de vida de los productos, preferencias estables de clientes, etc.) Es interesante señalar que las empresas del estudio proporcionan un buen puntaje a los hechos de modificar continuamente sus productos y procesos, lo que nos lleva a deducir que en este tipo de empresas, las innovaciones sean reactivas y no proactivas, y sean por lo general, el resultado o bien de la asimilación de nuevos conocimientos y tecnologías desde el exterior o bien el fruto de procesos internos a la empresa, pero tan poco formalizados, que dan lugar más bien a mejoras incrementales y continuas que a cambios radicales en su stock de conocimiento científico y técnico. La respuesta a la tercera pregunta de investigación planteada ¿Las PYME catalanas hacen uso de las Tecnologías de Información?, podemos, de manera similar a las preguntas anteriores, contestar de manera afirmativa, aunque no rotunda, sobre todo considerando el entorno de nuestra investigación: la Gestión del Conocimiento y la innovación. En cuanto a la influencia que pudiera tener la madurez en Gestión de Conocimiento observada en la empresa sobre las actividades de innovación exclusivamente, los resultados obtenidos fueron diferentes al punto anterior. Tal parece que los demás elementos que conforman el índice de madurez en la innovación (la importancia otorgada a la innovación y el contexto) afectan la relación establecida. No obstante, de acuerdo al modelo estadístico establecido, la relación establecida en la hipótesis H2a (la madurez en la Gestión de Conocimiento afecta positivamente a las actividades de innovación), es aceptada. En nuestro estudio, nos pareció interesante conocer la influencia que pudiera tener las prácticas de Gestión de Conocimiento (sin considerar si existe conciencia de ellas o no, así como tampoco si existen actitudes adecuadas para llevarlas a cabo o no) en la innovación. Tal relación se estableció en la hipótesis H2b (el empleo de prácticas de Gestión de Conocimiento tiene una relación positiva con la madurez en la innovación). De acuerdo a los datos obtenidos y al modelo estadístico establecido, la hipótesis es aceptada, pese a obtenerse una relación más débil que la mostrada en la hipótesis H2. Esto era de esperar, dado que el contexto propicio para llevar a cabo prácticas de Gestión de Conocimiento, así como la conciencia que se tenga de ellas, indudablemente afecta el rendimiento organizacional, que, en el caso particular de este estudio, se traduce en la innovación. Para una mayor comprensión de la relación establecida previamente, se establecieron modelos estadísticos que midieran la influencia predictora de cada uno de los grupos de actividades de Gestión de Conocimiento (socialización, exteriorización, combinación e interiorización) sobre la

madurez en la innovación. Los resultados obtenidos muestran que solamente las actividades que involucran el conocimiento explícito (actividades de combinación) observan una influencia predictora aceptable, lo cual era de esperar, dada la importancia dada a este tipo de conocimiento. Para terminar el punto que relaciona la Gestión de Conocimiento con la innovación, en el estudio se analizó la relación observada entre las prácticas de Gestión de Conocimiento y las actividades de innovación, no considerando los demás elementos que componen los índices de madurez respectivos. Al observar la influencia establecida de las prácticas de Gestión de Conocimiento (como un todo) sobre las actividades de innovación, se encontró evidencia estadística que apoya tal relación. Sin embargo, al ahondar en el análisis estadístico, concluimos que solamente aquellas prácticas de Gestión de Conocimiento que involucran al conocimiento explícito (actividades de combinación) influyen sobre las actividades de innovación. De todo lo anterior, no nos cabe duda que hacen falta programas adecuados de Gestión de Conocimiento orientados a este tipo de empresas que les permita explotar todo el potencial de conocimiento que pudiesen tener, haciendo hincapié que se necesita sacar a flote el conocimiento tácito. A pesar del énfasis dado a las Tecnología de Información en la innovación en cuanto a cubrir sustancialmente los gaps surgidos entre el conocimiento que la organización tiene y el conocimiento que la organización necesita para innovar, las empresas estudiadas no demuestran tener una relación entre ambos conceptos. Estas relaciones fueron planteadas en la tercera hipótesis de investigación, la madurez en las Tecnología de Información afecta positivamente a la madurez en la innovación, y la sub - hipótesis que considera únicamente las actividades de innovación. De acuerdo a los resultados empíricos, se concluye que no existe influencia de las Tecnología de Información sobre la innovación, así como sobre las actividades de innovación. Ambas hipótesis no son sostenidas de acuerdo a nuestro análisis, al obtenerse coeficientes ajustados de determinación demasiado bajos para aceptar una influencia de las Tecnología de Información en la madurez en la innovación o en las propias actividades de innovación. El uso de las Tecnología de Información como medio de innovación es, aparentemente, una estrategia muy poco aceptada entre el tejido empresarial estudiado, pese a que la mayoría de las empresas asumen que la Tecnología de Información son una ventaja competitiva y un factor estratégico de diferenciación en relación a la competencia, es decir, la utilización estratégica de estas tecnologías como apoyo a los procesos de innovación es muy pobre. En otro orden, la Tecnología de Información son consideradas como un apoyo relevante en las actividades principales del

conocimiento, tales como la creación, la distribución y la aplicación, sin embargo, la investigación arroja resultados contradictorios, ya que el grado de uso de éstas en las actividades de acceso al conocimiento ha sido menor de lo que se esperaba. En el caso de las actividades de transmisión, este grado de uso es aún mucho menor. La relación entre los índices de madurez de Tecnología de Información y madurez de Gestión del Conocimiento planteada en la cuarta hipótesis (la madurez en las Tecnología de Información afecta positivamente a la madurez de la Gestión del Conocimiento), donde el índice explicativo resultó muy bajo, lo que nos conduce a rechazar tal hipótesis.

Conclusiones generales: El entorno económico actual no presenta condiciones que puedan decirse son nuevas, es decir, no se está ante un fenómeno nuevo; sin embargo, en el ámbito de las PYME estudiadas, se debe prestar una atención especial a las Tecnología de Información y al conocimiento como factores productivos relevantes, e indudablemente la innovación debe ocupar un papel primordial en el diseño estratégico empresarial. Pese al auge que está teniendo la implementación de la Gestión del Conocimiento con su consiguiente reestructuración organizacional e introducción de apropiadas Tecnología de Información, esto no parece ser el caso de las PYME estudiadas. De acuerdo a la percepción de los encuestados, no se observa una necesidad real de implementar (o mejorar) programas adecuados dentro de las organizaciones. A pesar del reconocimiento otorgado por la literatura a la necesidad de las Tecnología de Información y su importancia como una herramienta efectiva para establecer una adecuada Gestión de Conocimiento, el estudio empírico demuestra que son escasas las empresas que hacen uso de las Tecnología de Información para las actividades (informales en su mayoría) de Gestión de Conocimiento llevadas a cabo. La asimilación de las Tecnología de Información dentro de las actividades de Gestión de Conocimiento es fundamental para alcanzar el éxito de la Gestión de Conocimiento, es decir, las Tecnología de Información por sí solas no pueden conducir al éxito de la Gestión de Conocimiento sin que hayan sido asimiladas dentro de los procesos de Gestión de Conocimiento.

2.2. BASES TEÓRICAS:

DEFINICIÓN DE DATOS

El Davenport y Prusak (2000) señalan que los datos están localizados en el mundo y el conocimiento está localizado en agentes de cualquier tipo (animal, máquina, ser humano u organización), mientras que la información adopta un papel mediador entre ambos. Estos autores señalan que los datos son un conjunto de hechos discretos y objetivos sobre acontecimientos, a los que describe, aunque no dicen nada sobre el porqué de las cosas y por sí mismos tienen poca o ninguna relevancia o propósito. Los datos describen únicamente una parte de lo que pasa en la realidad y no proporcionan juicios de valor o interpretaciones, por lo tanto, no son orientativos para la acción. La toma de decisiones se basa en datos, pero hace falta un juicio de valor para saber cuál es la alternativa más interesante (Alegre Vidal, 2004). Por su parte, Newell et al. (2002) mencionan que los datos son el conjunto de signos y observaciones recogidas de diversas fuentes.

DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN

A pesar de que los términos información y conocimiento con frecuencia se utilizan indistintamente, hay una clara diferencia entre ambos. La información puede considerarse de dos maneras: sintácticamente (por el volumen que tiene) y semánticamente (por el significado que posee) (Nonaka y Takeuchi, 1995). La información se describe como datos significativos o mensaje, donde existe un emisor y un receptor. La información es capaz de hacer cambiar la forma en que el receptor percibe algo, puede tener repercusiones en sus juicios de valor y en sus comportamientos; y a diferencia de los datos, la información tiene significado (relevancia y propósito) (Alegre Vidal, 2004). Se destaca que es el receptor, y no el emisor, quien decide si el mensaje que recibe es verdaderamente información (Davenport y Prusak, 2000). Newell et al. (2002) hacen hincapié en la manera particular en que se presentan los datos en un contexto de acción particular para que se conviertan en información. En esta línea, Davenport y Prusak (2000) señalan que los datos se transforman en información cuando se creador les añade significado, lo cual se consigue de las siguientes maneras: **Contextualizando**: cuando se sabe para qué propósito se generan o recopilan los datos; **Categorizando**: cuando se conocen las unidades de análisis de los componentes principales de los datos; **Calculando**: cuando los datos se analizan matemática o estadísticamente; **Corrigiendo**: cuando los errores se eliminan de los

datos; **Condensando**: cuando los datos se resumen o sintetizan de alguna forma más concisa.

DEFINICION DE CONOCIMIENTO

Una de las cuestiones claves en la argumentación de la Gestión de Conocimiento es la diferencia entre información y conocimiento. Tal diferencia es tan sutil que comúnmente se les confunde generando confusión y conduciendo a maneras muy diferentes de entender la Gestión de Conocimiento. Muchas veces se habla de gestión sofisticada de la información en vez de Gestión de Conocimiento, ya que es más habitual y sencillo gestionar información que conocimiento. Devlin (1999) aporta algunas premisas para diferenciar estos términos: La información es “una sustancia”, un objeto que existe independientemente de la persona. El conocimiento, por el contrario, no es un objeto, sino que requiere un conocedor, por lo que es una actividad intrínsecamente humana. El conocimiento es la información que una persona posee de manera utilizable para un propósito. El conocimiento, al contrario que la información, contiene creencias, valores y compromisos.

SEGÚN AUTORES: Definición

- Purser y Pasmore (1992) Hechos, modelos, conceptos, ideas e intuiciones que influyen en la toma de decisiones.
- Nonaka y Takeuchi (1995) Creencia verdadera y justificada, resultado de un proceso humano y dinámico de justificación de las creencias personales para convertirlas en algo verdadero.
- Vance (1997) Información autenticada.
- Brown y Duguid (1998) Creencias justificadas o garantizadas relativas a un marco o contexto compartido, el cual es creado por la práctica compartida de una comunidad formada por el trabajo.
- Davenport y Prusak (2000) Flujo mixto de experiencias, valores, información de contexto, percepciones de expertos y “saber hacer” que proporcionan un marco para la evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información y es, por lo tanto, útil para la acción. El conocimiento se deriva de la información, la cual se deriva de los datos.
- Leonard y Sensiper (1998) Información relevante, procesable y basada, al menos parcialmente, en la experiencia (en el contexto empresarial)

- Alavi y Leidner (2001) Creencia personal justificada que incrementa la capacidad de un individuo para la acción eficaz, referida esta última al empleo de habilidades físicas y competencias, de actividades cognitivas-intelectuales, o de ambas.

PERSPECTIVAS SOBRE LA GESTION DEL CONOCIMIENTO

(Newell, S.; Robertson, M.; Scarbrough, H.; Swan, J, 2002), señalan dos enfoques diferentes para la Gestión de Conocimiento: Enfoque cognitivo: enfoque basado en las Tecnología de Información que adopta una perspectiva de procesamiento de información donde el conocimiento valioso localizado en las cabezas de las personas o en las prácticas exitosas, es identificado, capturado y El conocimiento y su gestión procesado mediante Tecnología de Información para ser aplicado en nuevos contextos. La idea de la Gestión de Conocimiento es almacenar el conocimiento de los trabajadores y hacerlo disponible a otros mediante aplicaciones de búsqueda

(Cole, Gomolski, 1977), señalan en su enfoque de comunidad, este enfoque puntualiza la necesidad de entender el conocimiento como algo que está arraigado y al mismo tiempo es construido en las relaciones sociales y sus interacciones, por tanto, el conocimiento (que no son datos) no puede ser procesado tan simplemente, al ser continuamente recreado y reconstituido mediante actividades sociales dinámicas e interactivas. Es importante destacar la importancia de las relaciones sociales, las actitudes para comprender el éxito o fracaso de las iniciativas de Gestión de Conocimiento basadas en Tecnología de Información.

(Wenger, 2003), señala la importancia de las comunidades de práctica puntualizando que el aprendizaje del conocimiento más transformador en el plano personal es el aprendizaje que se deriva de la afiliación a estas comunidades.

EL INICIO DE LA GESTION DEL CONOCIMIENTO EN LA ORGANIZACIÓN

La Gestión del conocimiento tiene sus raíces en otras áreas. Siempre que sea posible, las empresas deben intentar usar los métodos y tácticas de gestión existentes como palancas para contribuir a la continuidad de la gestión. Así pues, en una empresa la Gestión de Conocimiento puede iniciar a partir de alguno(s) de los siguientes factores (Davenport, T.H.; Prusak, L., 2000): A partir de la tecnología: la mayoría de las empresas adoptan su primera medida respecto a la Gestión de Conocimiento en el dominio de la tecnología. Instalan Notes o una Intranet y luego comienzan a buscar contenidos que distribuir con esas herramientas. A partir de los esfuerzos relativos a la

calidad o la reingeniería: quizá es el segundo enfoque más difundido para comenzar la Gestión de Conocimiento. Un objetivo común de estos programas es recopilar y potenciar “mejores prácticas” o modos eficaces de realizar los procesos. A menudo, estas prácticas mejoradas se almacenan en depósitos electrónicos para poder compartirlas en toda la organización; por lo tanto, se pueden convertir en el núcleo de una iniciativa de Gestión de Conocimiento.

(Monteagudo, 2014), sostiene que la Gestión del Conocimiento hace referencia a la generación, almacenamiento, comunicación y uso del conocimiento para la mejora de la competitividad de una organización, valiéndose de las tecnologías de la información, además aclara que no se limita solamente al campo de las organizaciones sino también en el plano personal de los profesionales.

(Graells, 2000), señala que en una sociedad de la información las nuevas tecnologías repercuten de forma significativa en todos los niveles educativos, ya que las nuevas generaciones asimilan con mucha mayor facilidad, y hasta de forma natural, esta nueva cultura de aprendizaje, y que para muchos lleva muchas veces grandes esfuerzos para la adaptación o aceptar que en la actualidad existen nuevas 21 maneras de hacer las cosas tradicionales.

(Fernández, 2013), menciona una definición por parte de la Información Technology Association of America, señalando que las tecnologías de la información son el estudio, diseño, desarrollo, implementación, soporte y gestión de los sistemas informáticos, particularmente de hardware y aplicaciones de software.

Según (Márquez, 2000), es un conjunto de avances tecnológicos facilitados por las telecomunicaciones, la informática y las tecnologías audiovisuales, proporcionando recursos y herramientas para procedimientos y las maneras de difundir la información contando con una gran variedad de canales para generar comunicación.

DIMENSIONES DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

RECURSOS DE CONOCIMIENTO

Sustentado en (Paniagua, 2007), los recursos del conocimiento son las aquellas fuentes donde se genera el conocimiento en una organización; y a la vez están clasificadas en:

- ✓ **Conocimiento de los agentes.** Es el conjunto de conocimiento que pueden poseer los individuos, denominado conocimiento tácito de la organización o incluso, el que poseen los sistemas físicos, es decir el conocimiento explícito, ya sean estos de

características estructurada, semiestructurada o no estructurada, por ejemplo, los manuales, libros, documentos institucionales, informes, entre otros.

- ✓ **Establecimiento de una cultura de la organización.** Es el conocimiento que posee la institución, y que además constituye el conjunto de normas, lineamientos, principios y reglas de los diferentes integrantes de la institución que, por lo general, es determinado por el personal directivo.
- ✓ **Adecuada infraestructura.** Es todo conocimiento que dispone la institución acerca de su estructura utilitaria, como departamentos, oficinas, áreas, grupos de trabajo y sus interrelaciones, por ejemplo, los responsables, sus competencias y habilidades.
- ✓ **Empleo de estrategia.** Es aquel conocimiento, básicamente del nivel directivo, que hace referencia a la misión y visión de la institución, el posicionamiento esperado, la estrategia que aplica y los elementos importantes que generen su éxito.
- ✓ Empleo de recursos externo, es aquel conocimiento que la institución comparte o incluye de otras instituciones.
- ✓ **Actividades de transformación del conocimiento.** Son aquellas actividades que admiten la correcta gestión del conocimiento en la institución.
- ✓ **Socialización del conocimiento.** Es aquel proceso de adquisición del conocimiento tácito al compartir las prácticas que añade el conocimiento nuevo o individual al conocimiento conjunto, e incluso la facilidad para acceder a las fuentes de dichas prácticas. Esto se presenta con diferentes mecanismos, y depende de la fuente del conocimiento. Este proceso se presenta en los entornos de trabajo colaborativos.
- ✓ **Exteriorización del conocimiento.** Hace referencia al desarrollo de transformar el conocimiento tácito a conocimiento explícito, dicha transformación demanda la identificación del conocimiento tácito, su evaluación y posteriormente selección para ser transformado a conocimiento explícito.
- ✓ **Interiorización del conocimiento.** Es aquel proceso de incorporar el conocimiento explícito al conocimiento tácito individual o grupal, este es el entorno central de los medios de aprendizaje y del acceso a la Información.

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, Y SU IMPORTANCIA EN UNA ORGANIZACIÓN.

Las TIC, según (Gil. E, 2002), constituyen un conjunto de aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real.

Así mismo, (Ochoa, X. y Cordero, S., 2002), establecen que son un conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), soportes y canales de comunicación, relacionados con el almacenamiento, procesamiento y la transmisión digitalizada de la información. De igual manera, (Thompson, A. y Strickland, A., 2004), definen las tecnologías de información y comunicación, como aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización. Cabe destacar que en ambientes tan complejos como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones, sólo aquellos que utilicen todos los medios a su alcance, y aprendan a aprovechar las oportunidades del mercado visualizando siempre las amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas. Tecnologías de Información e Innovación Tecnológica. La tecnología se ha convertido en un factor dominante tanto de las organizaciones como en la vida personal. Según (Koontz, H. Y Weihrich, H., 1998), es la suma total de conocimientos sobre la forma de hacer las cosas, incluyendo inventos, técnicas y el vasto acervo de conocimientos organizados; en tanto (Gaynor, 1999), establece su denominación, en función de un conjunto de medios creados por personas para facilitar el esfuerzo humano. Valdés (2000), la define como un método o procedimiento para efectuar algo. Aunque las nuevas tecnologías se presenten como independientes, Ochoa y Cordero (2002), citan que tienen altas posibilidades de interconexiones, es decir, de formar una nueva red de comunicación, de manera que se refuercen mutuamente, y que eso lleve a un impacto mayor que las tecnologías de información y comunicación utilizadas individualmente.

Todo ello es confirmado por (Montaner, 2001), cuando establece que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) dentro de las organizaciones, afectan de manera directa más a los procesos que a los resultados, donde los procesos harán que el producto final tenga una calidad diferente, lo que implica un desarrollo de las habilidades específicas de los individuos involucrados en ellas.

(Pineda, 2004), considera que la velocidad de los cambios ocurridos a mediados de la década de los noventa, ha obligado incluso a que se reformulen los conceptos utilizados para caracterizar a este tipo de sociedad, no como una sociedad de la información, sino como una sociedad de la comunicación y el conocimiento.

(Abdallath, 2004), sostiene que las nuevas tecnologías de información y comunicación, designan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas, pero también las

herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad. La puesta en práctica de las TIC, afecta a numerosos ámbitos de las ciencias humanas como la Sociología, la Teoría de las Organizaciones o la Gestión.

2.3. BASE CONCEPTUAL:

2.3.1. GESTION DEL CONOCIMIENTO.

(Carballo, 2006) , Define, de forma sintética, a la Gestión de Conocimiento como el conjunto de prácticas, apoyadas en una serie de herramientas, técnicas y metodologías, que permiten a la empresa: identificar cuáles son los conocimientos más adecuados para llevar a cabo sus actividades presentes y desarrollar sus planes futuros; conseguir la disponibilidad de dichos conocimientos, dentro o fuera de la organización; proteger esos conocimientos garantizando su disponibilidad; y utilizarlos eficientemente. Esta gestión constituye una actividad permanente, ya que es preciso prestar atención de forma constante a los nuevos conocimientos que necesiten incorporarse. (Davenport, 1999), la define como el proceso sistemático de encontrar, seleccionar, organizar, extractar y presentar la información de manera que mejore la comprensión de un área específica de interés para los miembros de una organización. A pesar de que no existe una sola definición de Gestión de Conocimiento, pero en general, y como se corrobora con la definición de Davenport (1999), la idea está relacionada con la captación y el uso del conocimiento de los individuos para que esté disponible como un recurso organizativo independiente.

(McElroy, 2000), plantea que existe una nueva generación de la Gestión de Conocimiento, y define como la primera generación a la que se ocupa de los aspectos referentes a la distribución, diseminación y uso del conocimiento existente, mientras que la segunda, se desarrolla sobre la base de la producción del conocimiento.

2.3.2. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son todos aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos, tales como: computadoras, teléfonos móviles, televisores, reproductores portátiles de audio y video o consolas de juego.

Actualmente el papel de las TIC en la sociedad es muy importante porque ofrecen muchos servicios como: correo electrónico, búsqueda de información, banca online, descarga de música y cine, comercio electrónico, etc. Por esta razón las TIC han incursionado fácilmente en diversos ámbitos de la vida, entre ellos, el de la educación. (Tecnología de la Información y comunicación, 2016).

Definición de las TIC's según diversos autores:

- (Thompson, A. y Strickland, A., 2004), definen las tecnologías de información y comunicación, como aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización. Cabe destacar que en ambientes tan complejos como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones, sólo aquellos que utilicen todos los medios a su alcance, y aprendan a aprovechar las oportunidades del mercado visualizando siempre las amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas.
- Para Graells (2000), las TICs son un conjunto de avances tecnológicos posibilitados por la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, todas éstas proporcionan herramientas para el tratamiento y la difusión de la información y contar con diversos canales de comunicación. El elemento más poderoso que integra las TICs es la Internet, que ha llevado a la configuración de la llamada Sociedad de la Información, el autor indica que ésta posibilita la existencia de un tercer mundo, donde se puede hacer casi todo lo que se hace en el mundo “físico”, un segundo mundo sería el de la imaginación.
- Las TIC, según Gil (2002), constituyen un conjunto de aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, textos e imágenes, manejables en tiempo real.
- (Koontz, H. Y Weihrich, H. , 1998), es la suma total de conocimientos sobre la forma de hacer las cosas, incluyendo inventos, técnicas y el vasto acervo de conocimientos organizados; mientras Gaynor (1999), establece su denominación, en función de un conjunto de medios creados por personas para facilitar el esfuerzo humano.
- (Valdés, 2000), la define como un método o procedimiento para efectuar algo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. NIVEL DE INVESTIGACIÓN:

(Arias, 2006), refiere que el nivel de investigación “se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio” (p. 23)

Arias, F. (2006), según el autor la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a lo que profundidad de los conocimientos se refiere. (p. 24).

Conforme a los propósitos del estudio se centra en el nivel Descriptivo- Explicativo, ya que nos permitió describir, señalar, presentar y explicar las características de la Gestión del Conocimiento y su relación con el la Tecnología de la Información y Comunicación en la Pymes de la ciudad de Huánuco.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

Por las condiciones necesarias, como: **“INVESTIGACION BASICA”**. Es básica ya que los conocimientos teóricos sirvieron para explicar la la Gestión del Conocimiento y su relación con el la Tecnología de la Información y Comunicación en la PYMES de la ciudad de Huánuco.

El tipo de investigación será documental y de campo.

Arias, F. (2006), define: La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (p. 27).

Arias, F. (2006), la define como: La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir,

el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p. 31).

Es **seccional o sincrónica** ya que el trabajo de investigación se realizó en un período correlativamente corto 2019.

Es **descriptiva –explicativa**, señala las características Gestión del Conocimiento y su relación con el la Tecnología de la Información y Comunicación en la Pymes de la ciudad de Huánuco.

Es **Macro** porque se estudió en varias empresas.

Es **mixta** porque se utilizó fuentes primarias (cuestionario) y secundarias, es decir por un lado se recogieron datos acerca de la Gestión del Conocimiento, así como de las TICs, se utilizó datos bibliográficos con la finalidad de contrastar con la realidad existente.

Es **cuantitativa** los datos se cuantifico en informaciones estadísticas, cuadros y gráficos con la interpretación correspondiente.

Es **empírica** porque permitió describir y explicar una realidad concreta.

3.3. DISEÑO Y ESQUEMA DE INVESTIGACIÓN:

3.3.1. Diseño de la Investigación.

Se centra en diseño: descriptivo-correlacional.

Se tomará una muestra en la cual:

$$M= O_x r O_y$$

Donde:

M = Muestra de.

O = Observación

x = Gestión del Conocimiento

y = Tecnología de la Información

r = Relación entre variables

3.3.2. Variables.

X: VARIABLE INDEPENDIENTE

Gestión del Conocimiento

Y: VARIABLE DEPENDIENTE

Tecnología de la Información

3.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN:

En la presente investigación se utilizó el método deductivo-inductivo, estadísticos y de análisis-síntesis, entre otros.

3.5. POBLACIÓN:

Arias F.(2006) otorga la siguiente definición: La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. (p. 81)

Caracterización.

Según un informe de la Cámara de Comercio de Huánuco, en el departamento existen 17,673 Micro y Pequeñas Empresas (MYPES), debidamente constituidas de estos son **565 Pequeñas y Medianas** empresas, entre grifos, hoteles y otros, cuyos trabajadores son más de diez, considerando como población de estudio a las PYMES.

3.6. MUESTRA:

Una muestra, según Fidias, A. (2006) “es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83).

En la presente investigación se trabajó con una muestra intencional por conveniencia de los investigadores, escogidos al azar y por el acceso a la información, habiendo elegido 30 PYMES como muestra de estudio.

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL RECOJO DE DATOS:

Arias (2006) “son las distintas formas o maneras de obtener la información” (p.53). Por medio de estas se recopilan todos los datos que estos sujetos emiten o producen. Estas técnicas se caracterizan por ser amplias, flexibles, distanciadas de la rigidez, abiertas a las modificaciones o cambios.

la técnica utilizada en este estudio fue la encuesta y su instrumento el cuestionario.

3.8. PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS:

3.8.1. Procesamiento, mediante los siguientes pasos.

- a. Organización, discriminación y clasificación de los datos.
- b. Elaboración de una matriz de datos para facilitar:
- c. La construcción de tablas y cuadros.

3.8.2. Análisis de datos.

Análisis estadístico, teniendo en cuenta el tipo de investigación se analizó los datos a través de las estadísticas descriptivas.

3.8.3. Interpretación de datos.

Se interpretó los datos, para buscar la confirmación de la hipótesis, haciendo uso del software spss 23, a través del estadístico Rho de Spearman, para probar la relación entre variables, procediendo a la interpretación progresiva.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

TABLA N° 01

¿Cuál es la precisión del Informe que realiza la empresa, con las TICS?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	18	47,4	60,0	60,0
	BUENO	8	21,1	26,7	86,7
	MUY BUENO	4	10,5	13,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

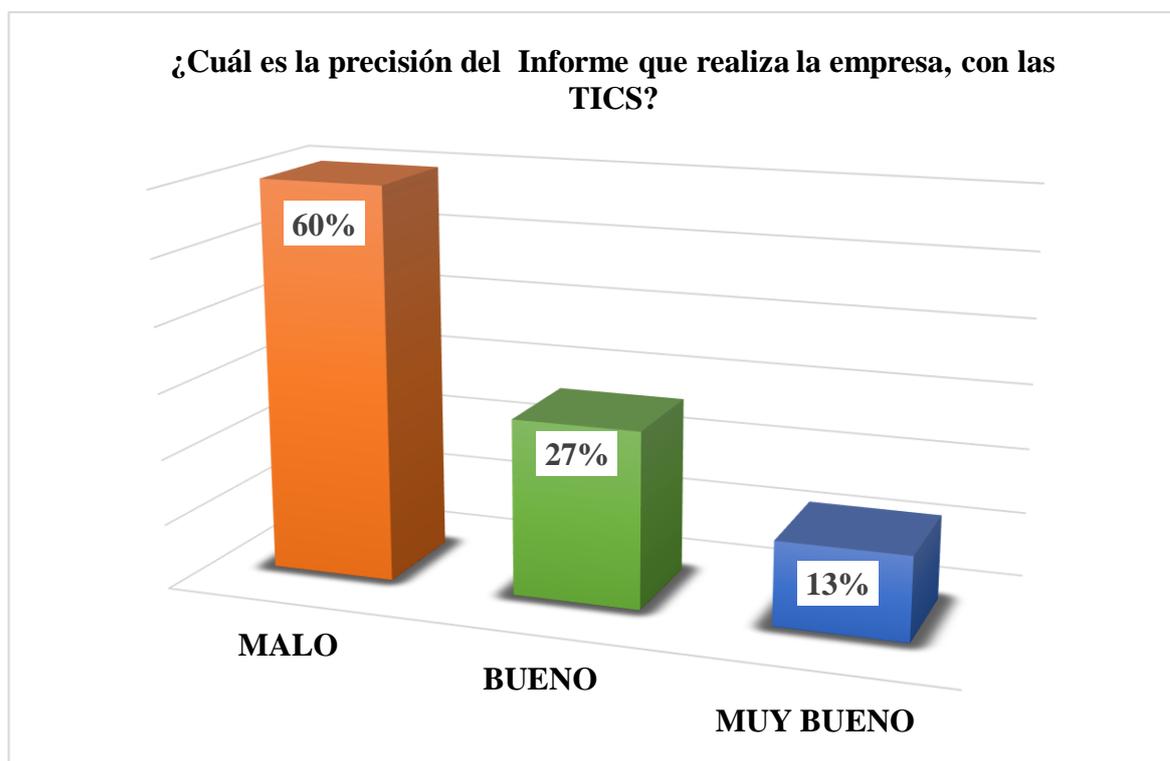
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la precisión de los informes a través de las TICs es malo en un 60%, el 26,7% dicen bueno y el 13,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de información a través de las TICS en la MYPES de Huánuco es malo.

GRÁFICO N° 01



FUENTE: Tabla N°01.
ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°02

¿Cuál es el Nivel de uso de las Normas para el buen funcionamiento de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	11	28,9	36,7	36,7
	BUENO	16	42,1	53,3	90,0
	MUY BUENO	3	7,9	10,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

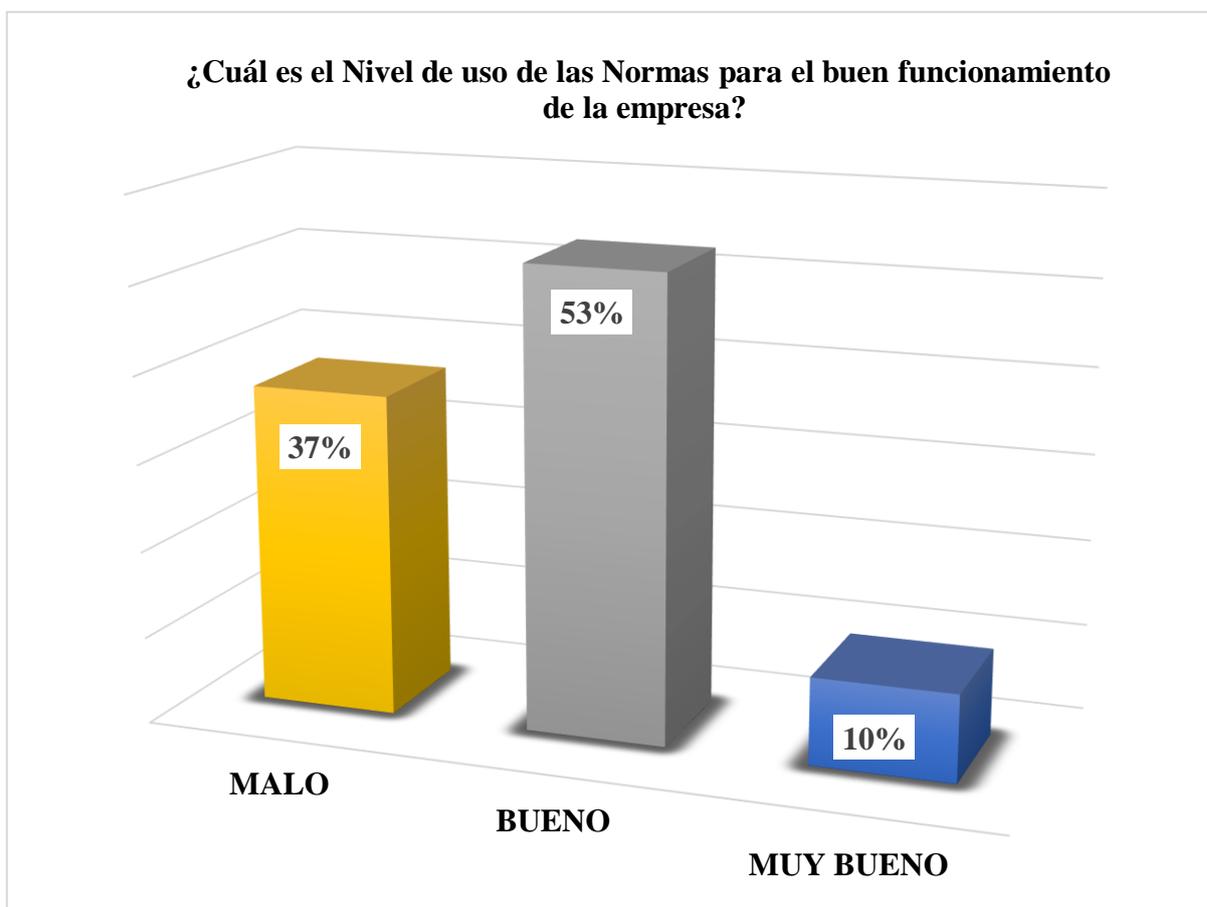
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel de uso de las normas es malo en un 36,7%, el 53,3% dicen bueno y el 10% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de uso de las normas en la MYPES de Huánuco es bueno.

GRÁFICO N° 02



FUENTE: Tabla N°02.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°03

¿Cuál es el Contenido del Lineamiento, sobre la cultura organizacional?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	15	39,5	50,0	50,0
	BUENO	10	26,3	33,3	83,3
	MUY BUENO	5	13,2	16,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
	Total	38	100,0		

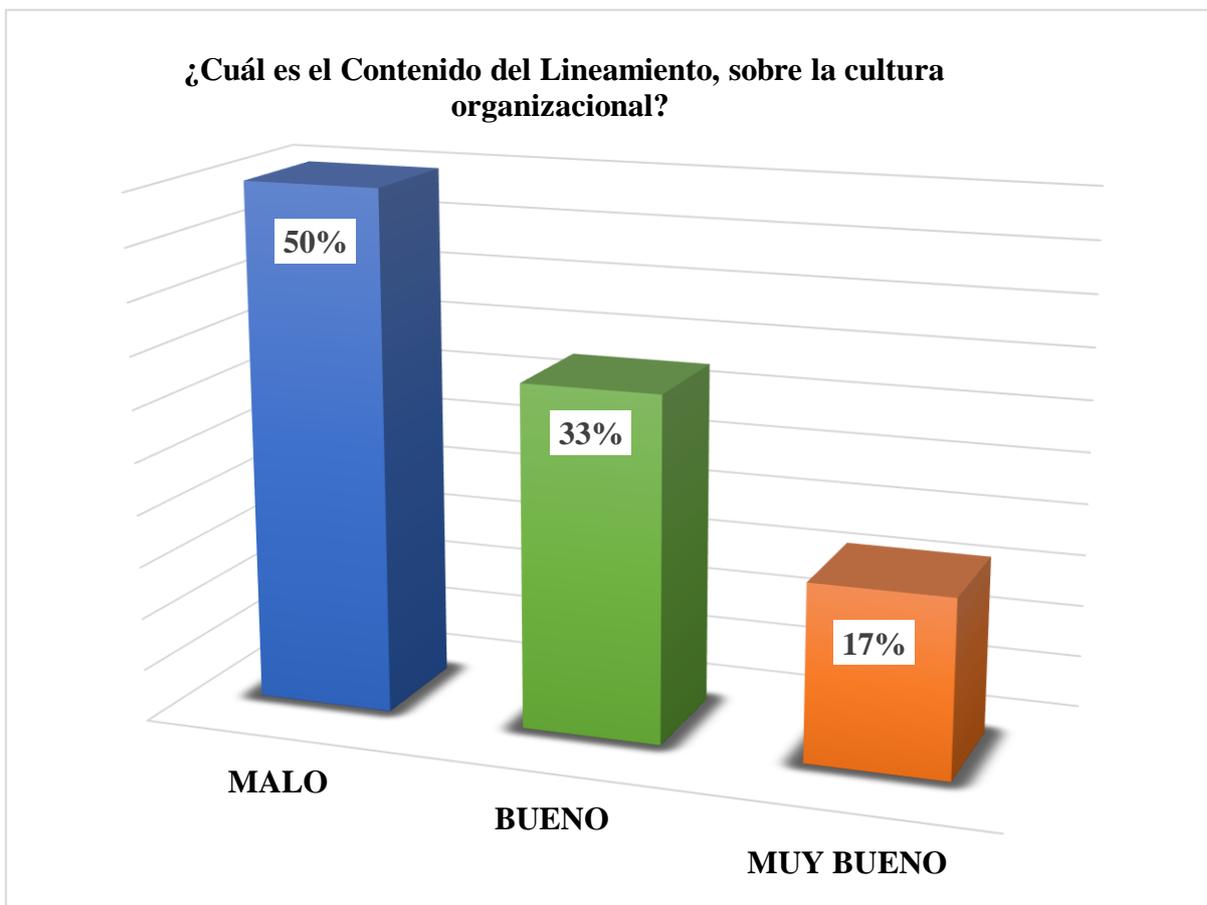
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el contenido del lineamientos sobre la cultura organizacional es malo en un 50%, el 33,3% dicen bueno y el 16,7% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de nivel lineamientos sobre la cultura organizacional es malo.

GRÁFICO N°03



FUENTE: Tabla N°03.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°04

¿Cuál son los Principios, sobre la cultura organizacional?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	20	52,6	66,7	66,7
	BUENO	8	21,1	26,7	93,3
	MUY BUENO	2	5,3	6,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

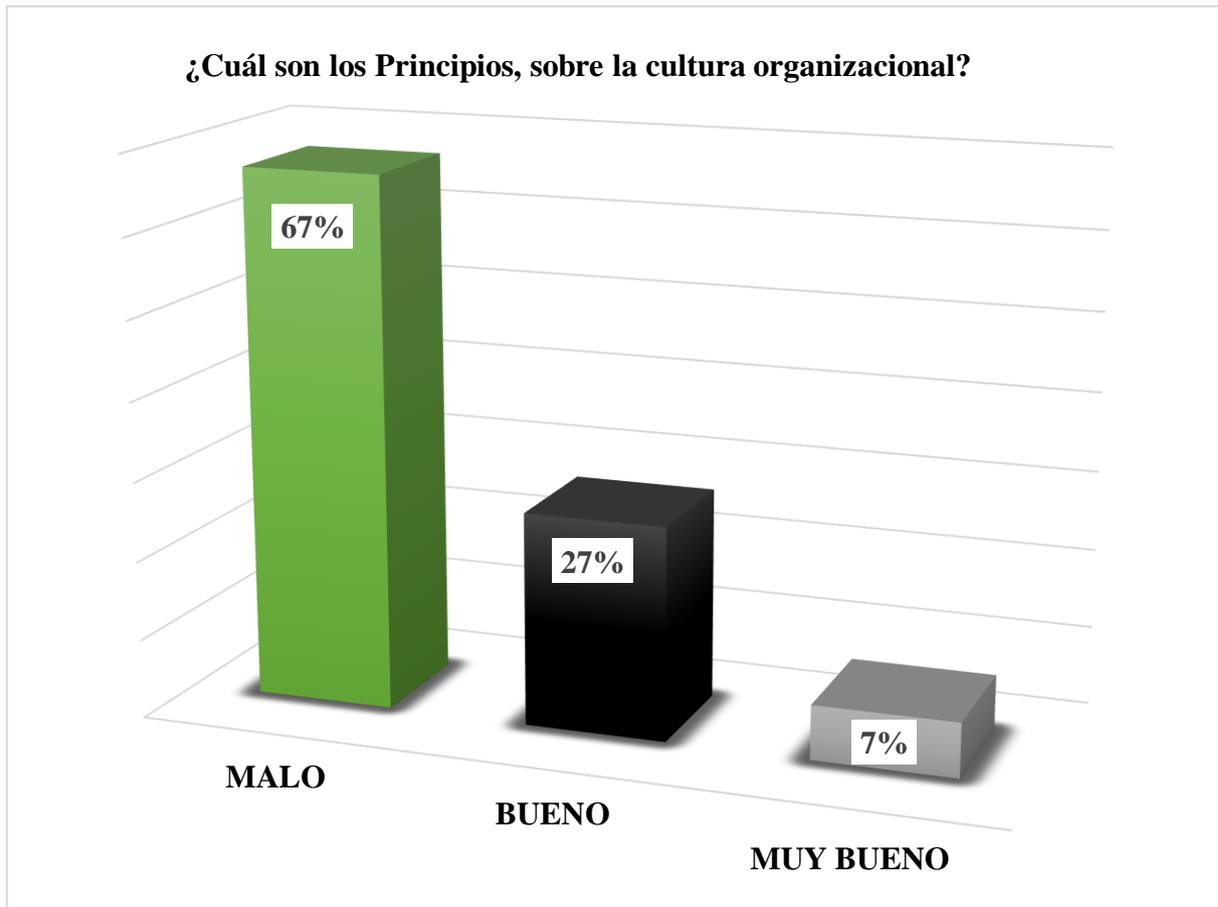
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que los principios sobre la cultura organizacional es malo en un 66,7%, el 26,7% dicen bueno y el 6,7% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de principios sobre la cultura organizacional es malo.

GRÁFICO N°04



FUENTE: Tabla N°04.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°05

¿Cuál son las Reglas sobre la cultura organizacional de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	8	21,1	26,7	26,7
	BUENO	20	52,6	66,7	93,3
	MUY BUENO	2	5,3	6,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
	Total	38	100,0		

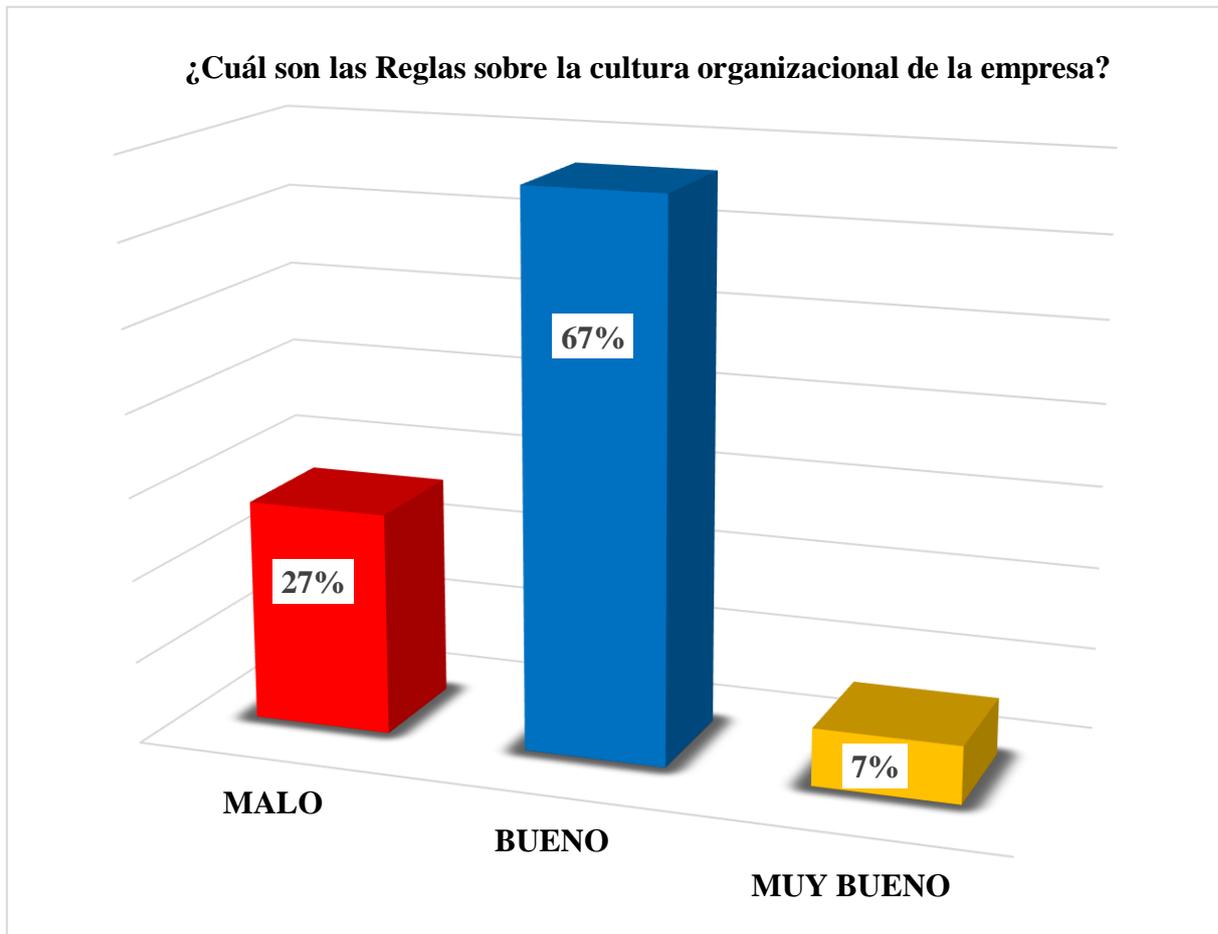
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que las reglas sobre la cultura organizacional es malo en un 26,7%, el 66,7% dicen bueno y el 6,7% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de reglas sobre la cultura organizacional es bueno.

GRÁFICO N°05



FUENTE: Tabla N°05.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°06

¿Cuál es la amplitud de las Oficinas para la atención y funcionamiento de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	9	23,7	30,0	30,0
	BUENO	14	36,8	46,7	76,7
	MUY BUENO	7	18,4	23,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

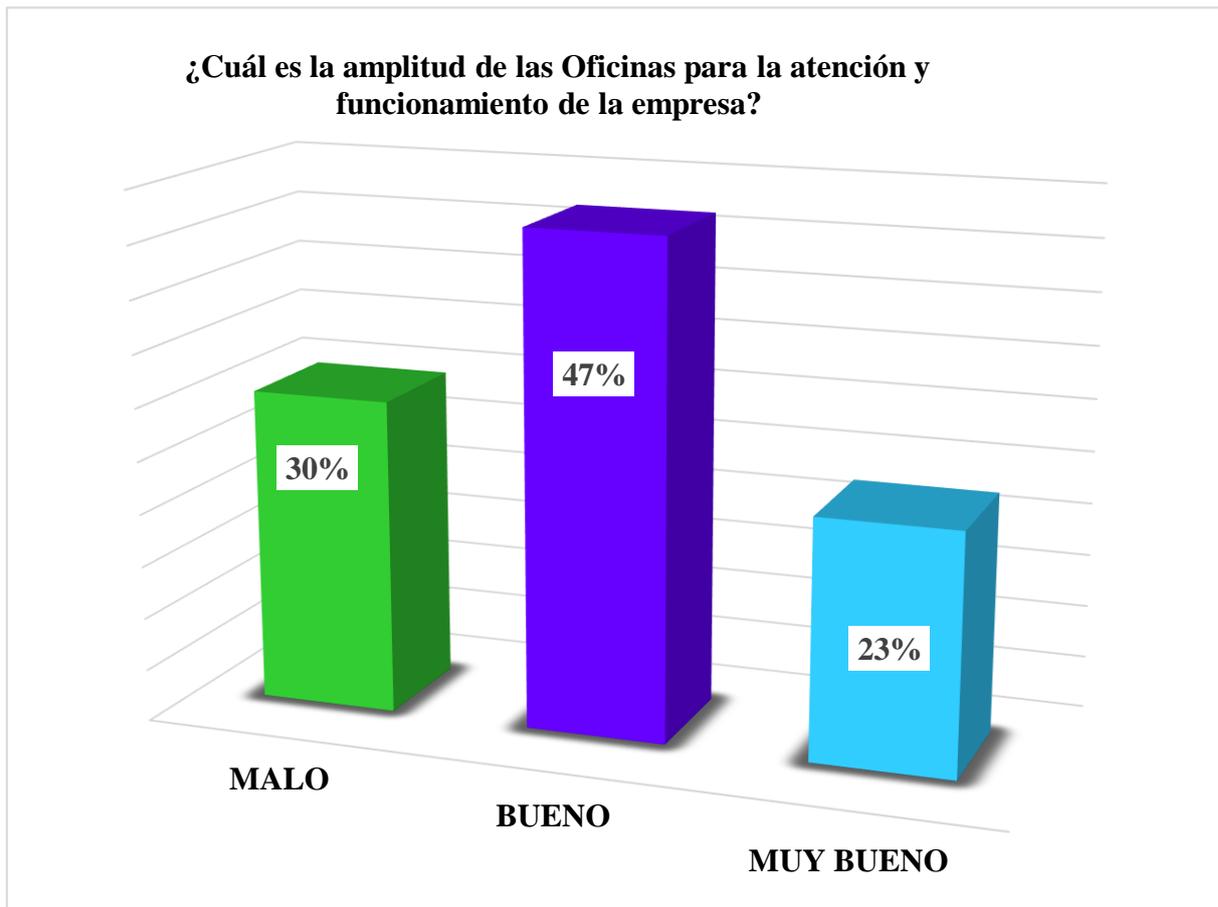
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la amplitud de las oficinas para la atención y funcionamiento de la empresa es malo en un 30%, el 46,7% dicen bueno y el 23,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de oficinas para la atención y funcionamiento es bueno.

GRÁFICO N°06



FUENTE: Tabla N°06.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°07

¿Cuál es la amplitud de Áreas libres y de trabajo de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	25	65,8	83,3	83,3
	BUENO	5	13,2	16,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

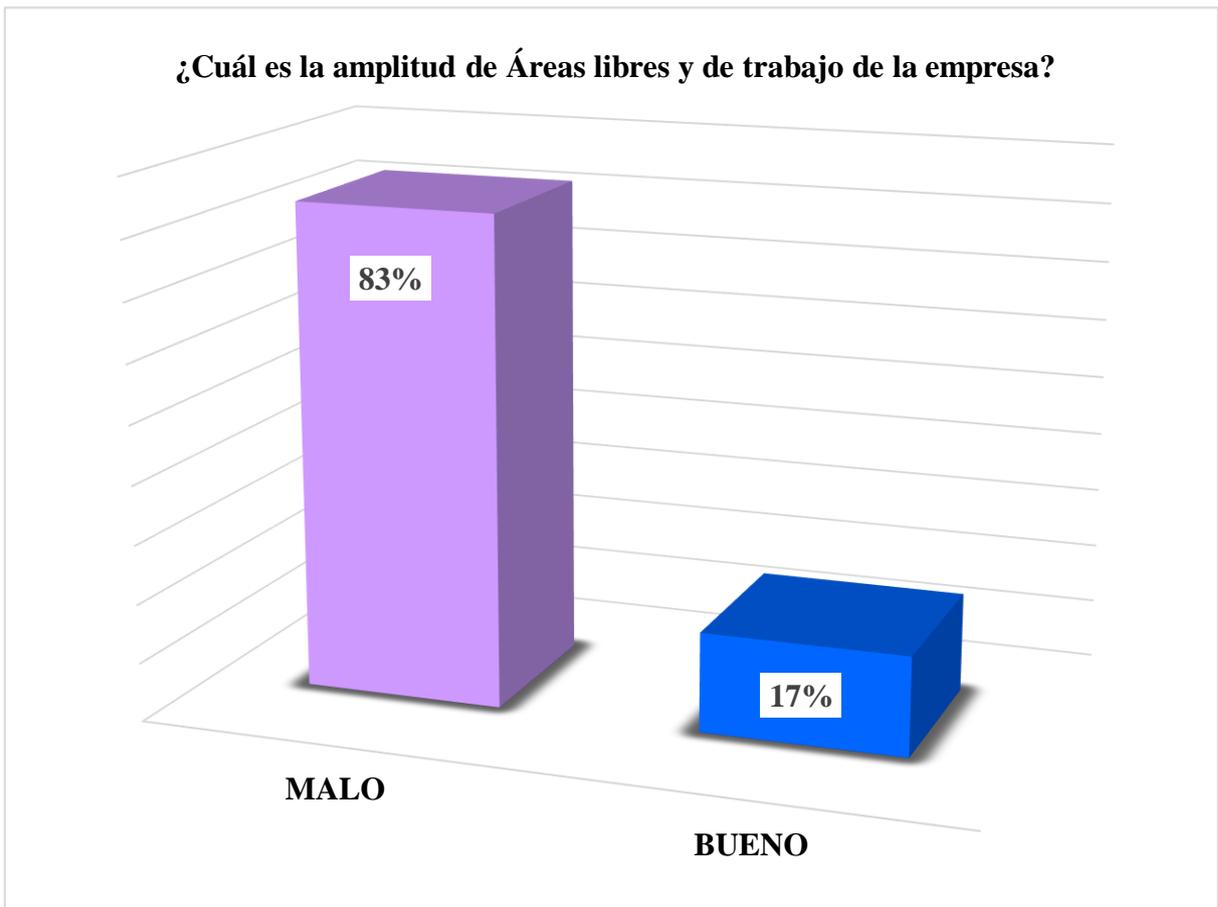
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la amplitud de áreas libres y de trabajo de la empresa es malo en un 83,3%, el 16,7% dicen bueno. Conclusión, el nivel áreas libres y de trabajo es malo.

GRÁFICO N°07



FUENTE: Tabla N°07.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°08

¿Cuál es la eficiencia de los Grupos de trabajo de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	15	39,5	50,0	50,0
	BUENO	9	23,7	30,0	80,0
	MUY BUENO	6	15,8	20,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
	Total	38	100,0		

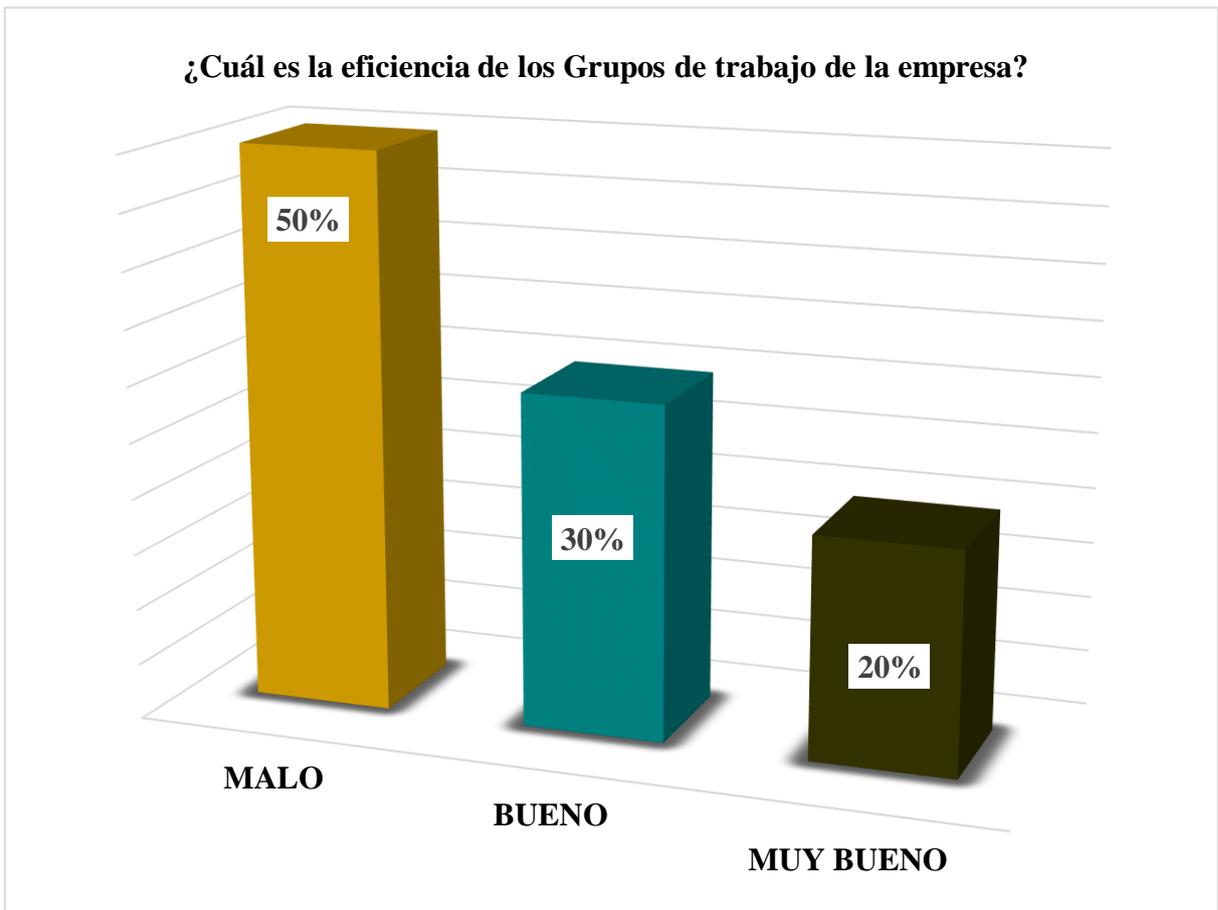
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACION: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la eficiencia de los grupos de trabajo en la empresa es malo en un 50%, el 30% dicen bueno y el 20% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de grupos de trabajo es malo.

GRÁFICO N°08



FUENTE: Tabla N°08.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°09

¿Cómo es la eficacia de las Interrelaciones entre los trabajadores de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	6	15,8	20,0	20,0
	BUENO	18	47,4	60,0	80,0
	MUY BUENO	6	15,8	20,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

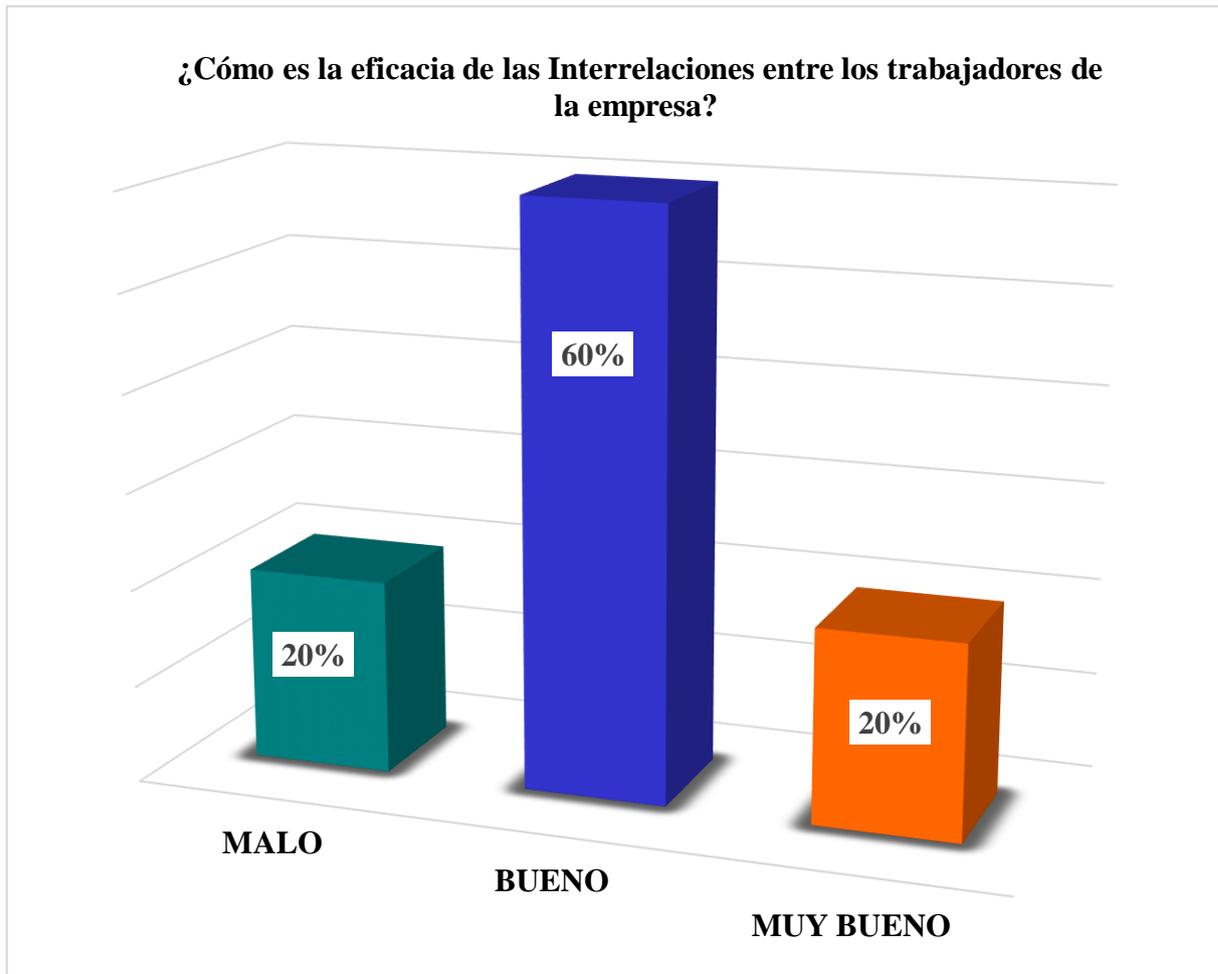
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACION: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la eficacia de las interrelaciones entre los trabajadores es malo en un 20%, el 60% dicen bueno y el 20% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de interrelaciones entre trabajadores es bueno.

GRÁFICO N°09



FUENTE: Tabla N°09.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°10

¿Cómo considera ud. el Nivel de Competencias entre los trabajadores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	13	34,2	43,3	43,3
	BUENO	14	36,8	46,7	90,0
	MUY BUENO	3	7,9	10,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

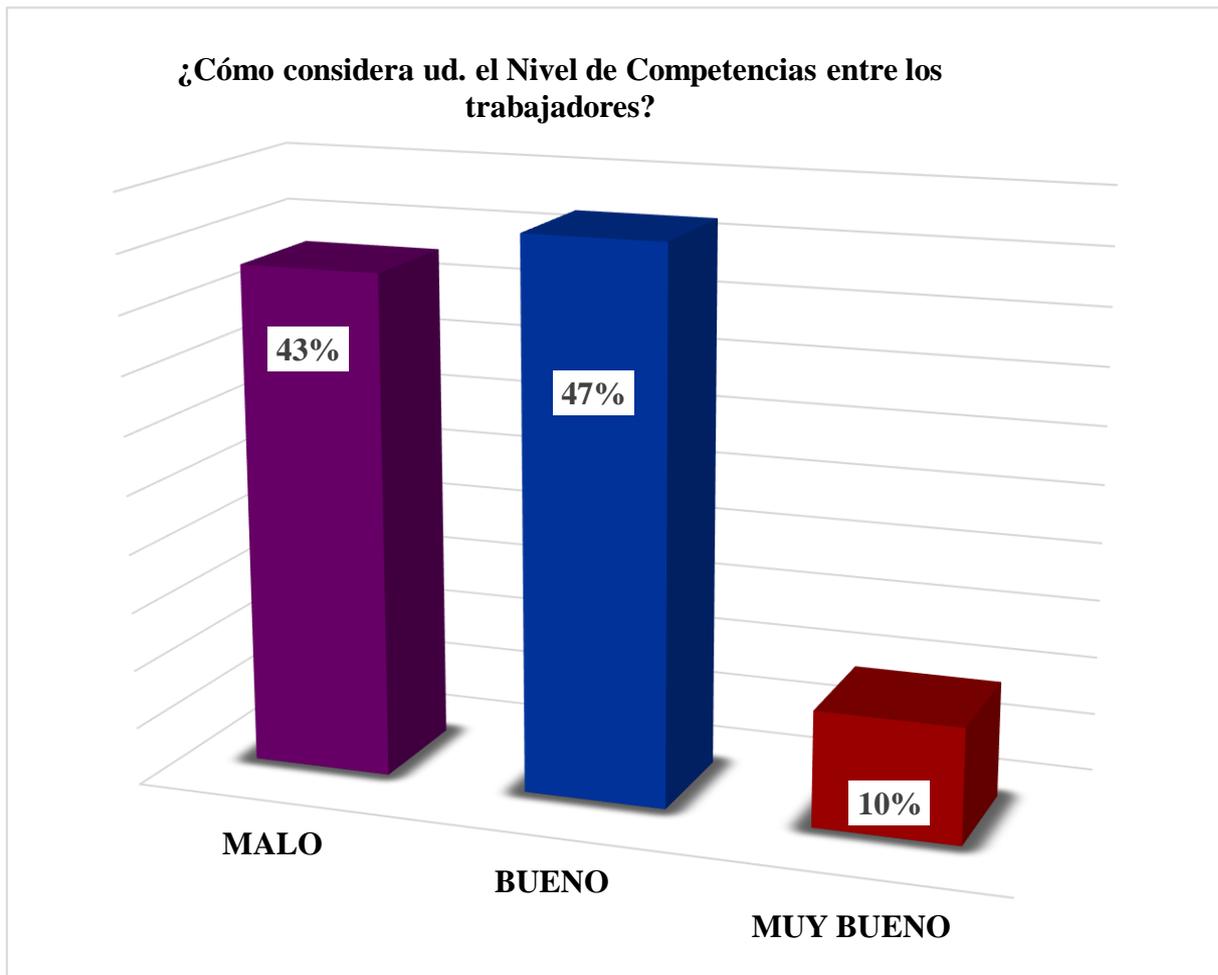
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, se considera que el nivel de competencias entre trabajadores, es malo en un 43,3%, el 46,7% dicen bueno y el 10% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de competencias entre trabajadores es bueno.

GRÁFICO N°10



FUENTE: Tabla N°10.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°11

¿Cuál es el nivel de Habilidades de los trabajadores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	12	31,6	40,0	40,0
	MUY BUENO	18	47,4	60,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
	Total	38	100,0		

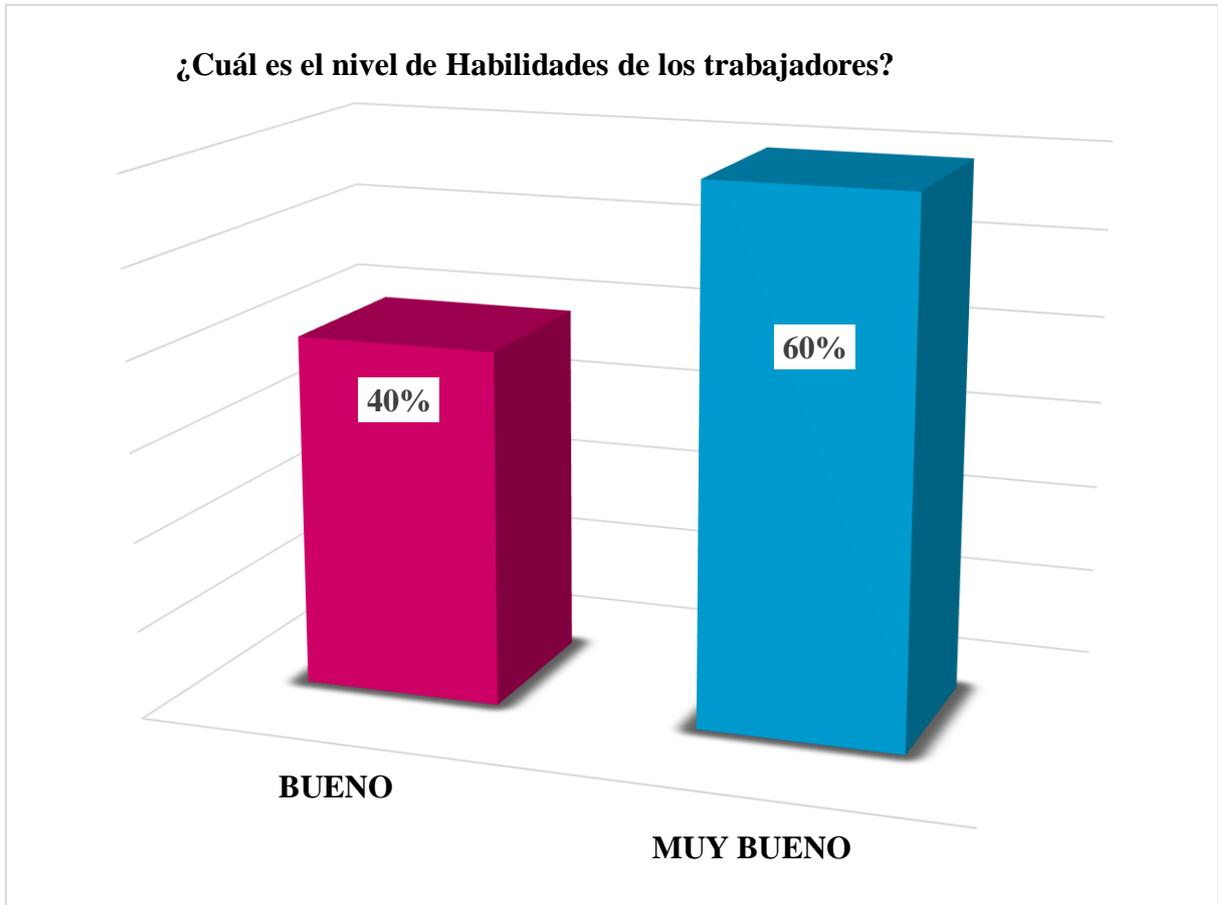
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel de habilidades de los trabajadores, el 40% dicen bueno y el 60% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de los trabajadores es muy bueno.

GRÁFICO N°11



FUENTE: Tabla N°11.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°12

¿Cuál es la Misión que pretende alcanzar la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	10	26,3	33,3	33,3
	BUENO	15	39,5	50,0	83,3
	MUY BUENO	5	13,2	16,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

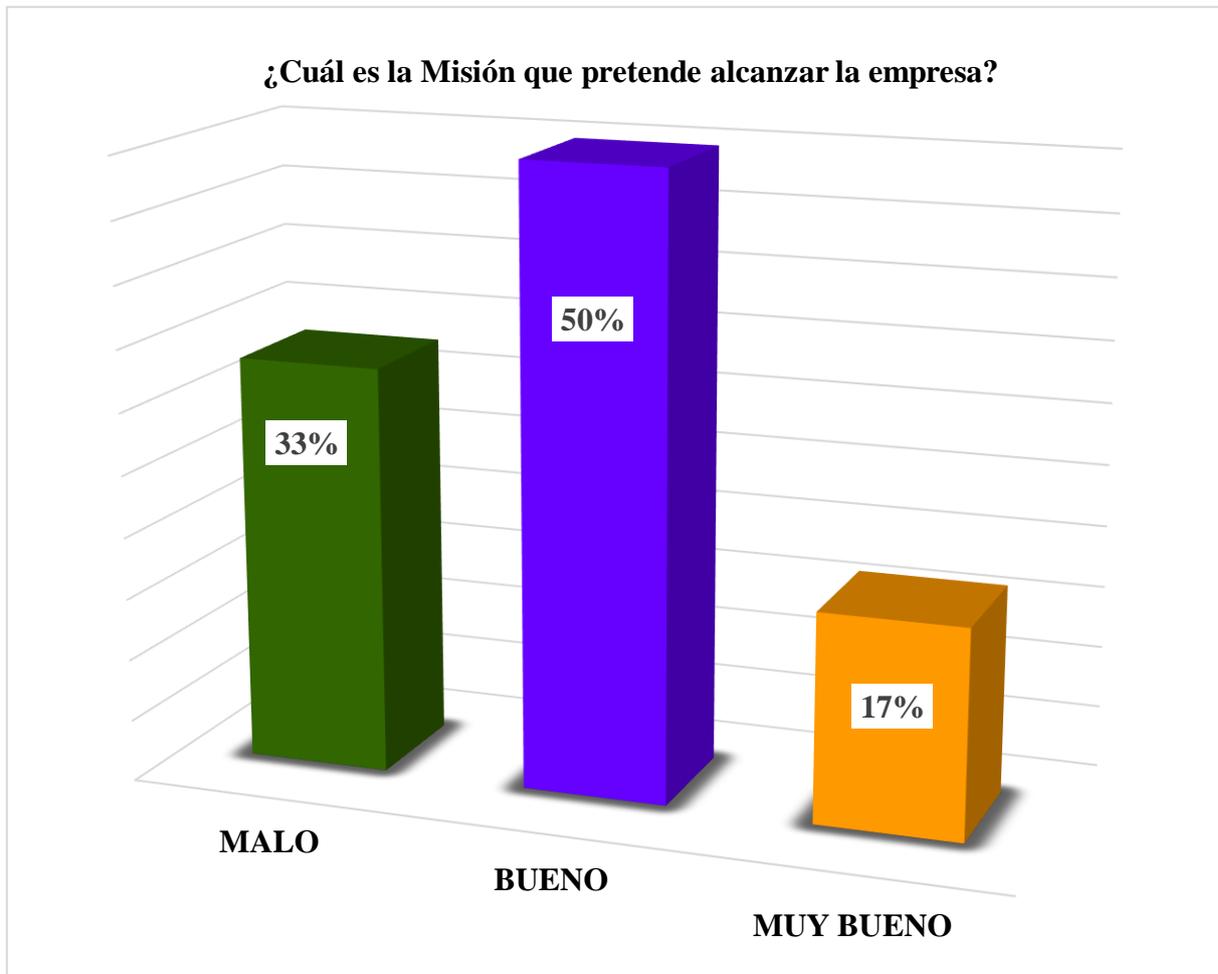
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, la misión que pretende alcanzar la empresa, es malo en un 33,3%, el 50% dicen bueno y el 16,7% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de la misión es bueno.

GRÁFICO N°12



FUENTE: Tabla N°12.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°13

¿Conoce la Vision que debe alcanzar la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	5	13,2	16,7	16,7
	BUENO	20	52,6	66,7	83,3
	MUY BUENO	5	13,2	16,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

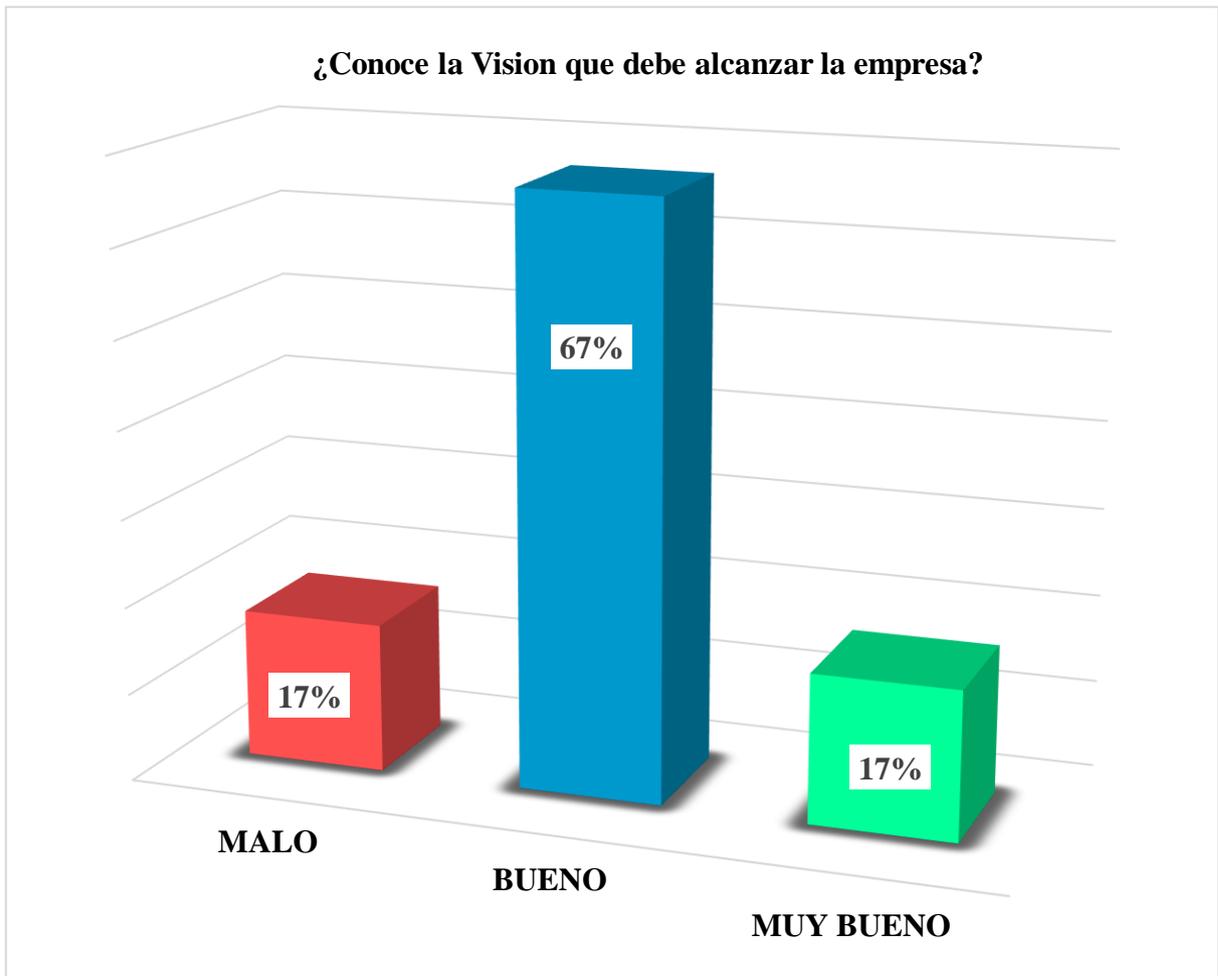
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que se conoce la visión que debe alcanzar la empresa, es malo en un 16,7%, el 66,7% dicen bueno y el 16,7% señala que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de nivel de la visión de la empresa es bueno.

GRÁFICO N°13



FUENTE: Tabla N°13.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°14

¿Cuál es el Nivel de Posicionamiento de la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	24	63,2	80,0	80,0
	BUENO	6	15,8	20,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

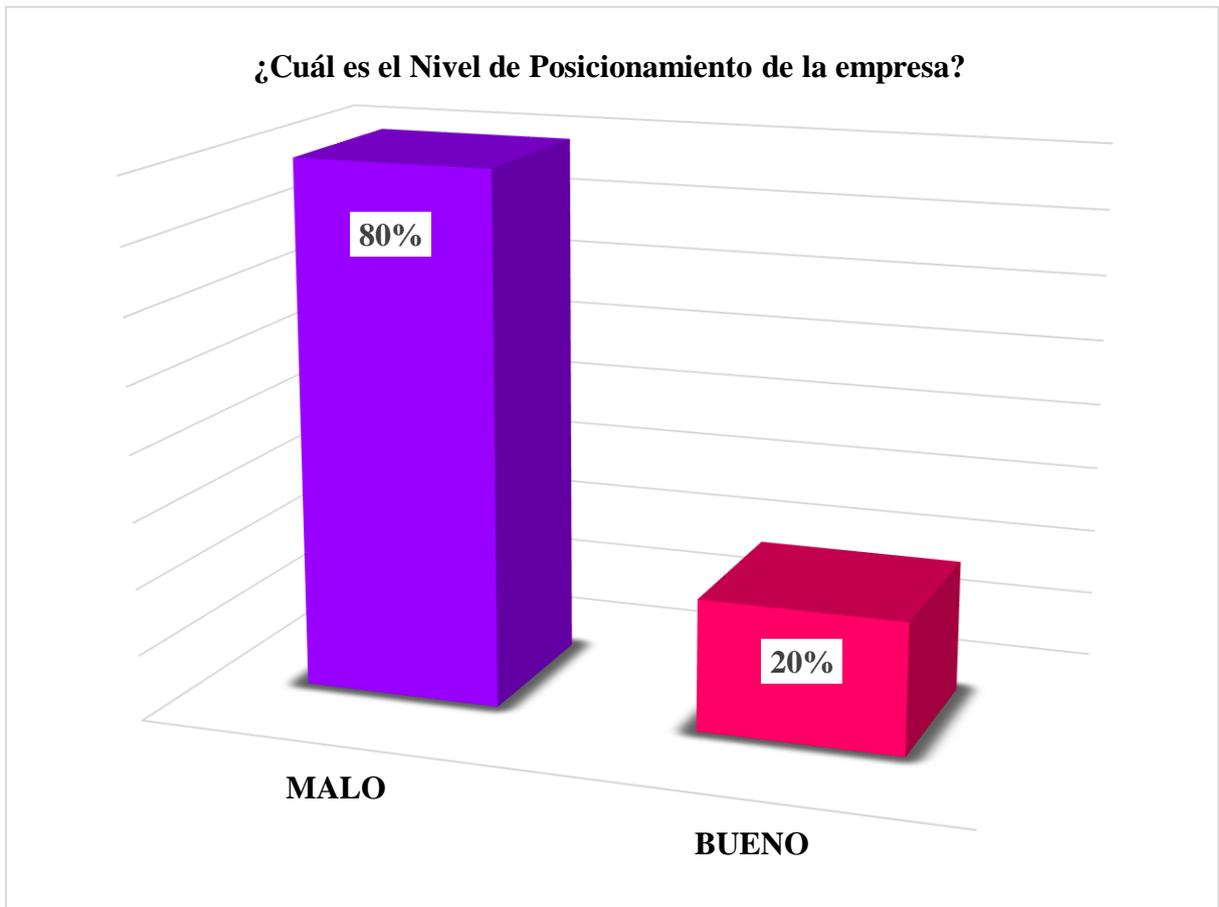
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel de posicionamiento de la empresa es malo en un 80%, el 20% dicen bueno. Conclusión, el nivel de posicionamiento es malo.

GRÁFICO N°14



FUENTE: Tabla N°14.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°15

¿Cuál es el Nivel de Información de tenencia de ordenadores en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	8	21,1	26,7	26,7
	BUENO	15	39,5	50,0	76,7
	MUY BUENO	7	18,4	23,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

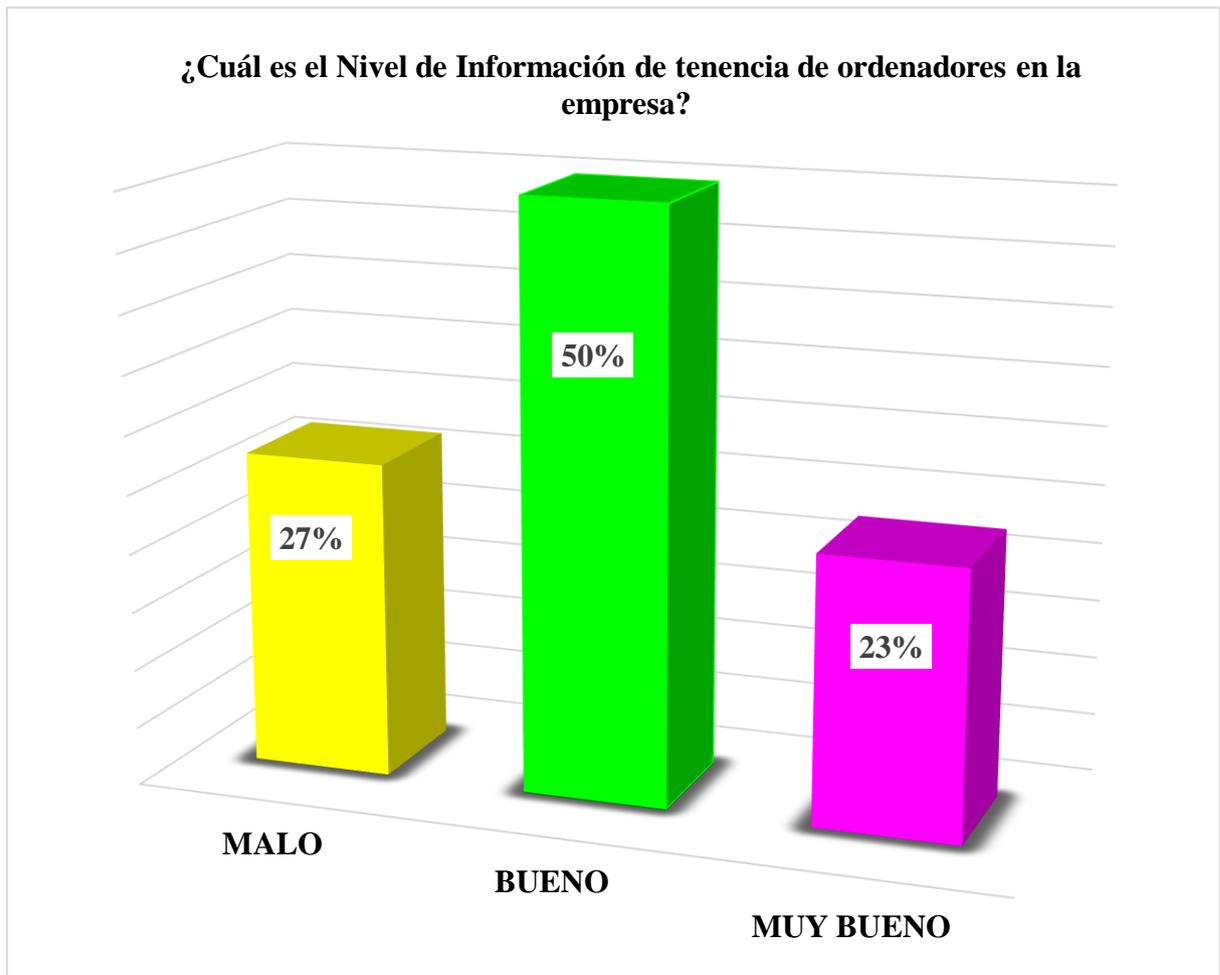
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel de información de tenencias de ordenadores en la empresa, es malo en un 26,7%, el 50% dicen bueno y el 23,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de de información en ordenadores es bueno.

GRÁFICO N°15



FUENTE: Tabla N°15.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°16

¿Cuál es la frecuencia de uso del Teléfono fijo, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	24	63,2	80,0	80,0
	MUY BUENO	6	15,8	20,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

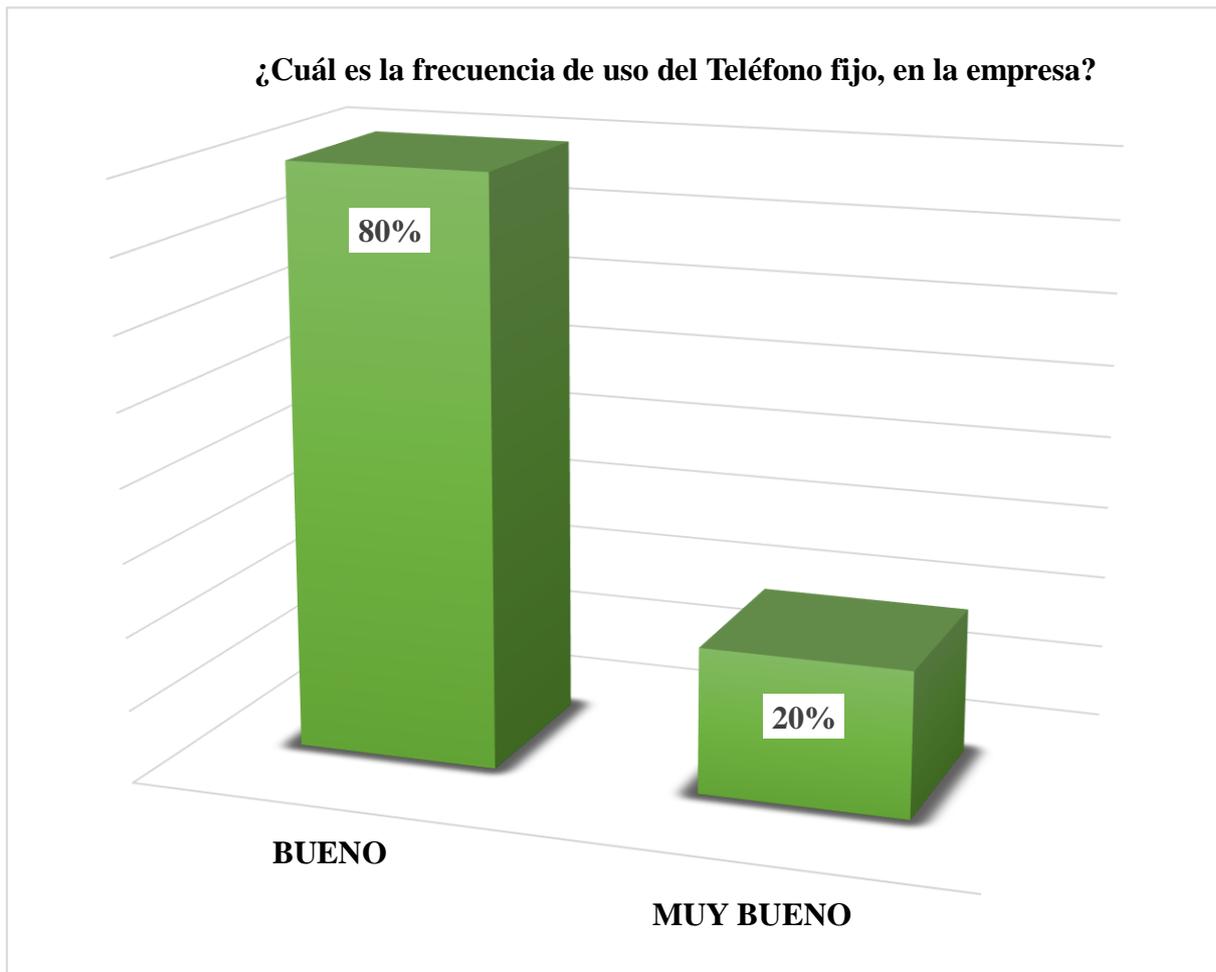
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la frecuencia de uso del teléfono fijo en la empresa, es bueno en un 80%, el 20% dicen muy bueno. Conclusión, el nivel uso del teléfono fijo es bueno.

GRÁFICO N°16



FUENTE: Tabla N°16.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°17

¿Cuál es la frecuencia de uso del teléfono Móvil, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	5	13,2	16,7	16,7
	MUY BUENO	25	65,8	83,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

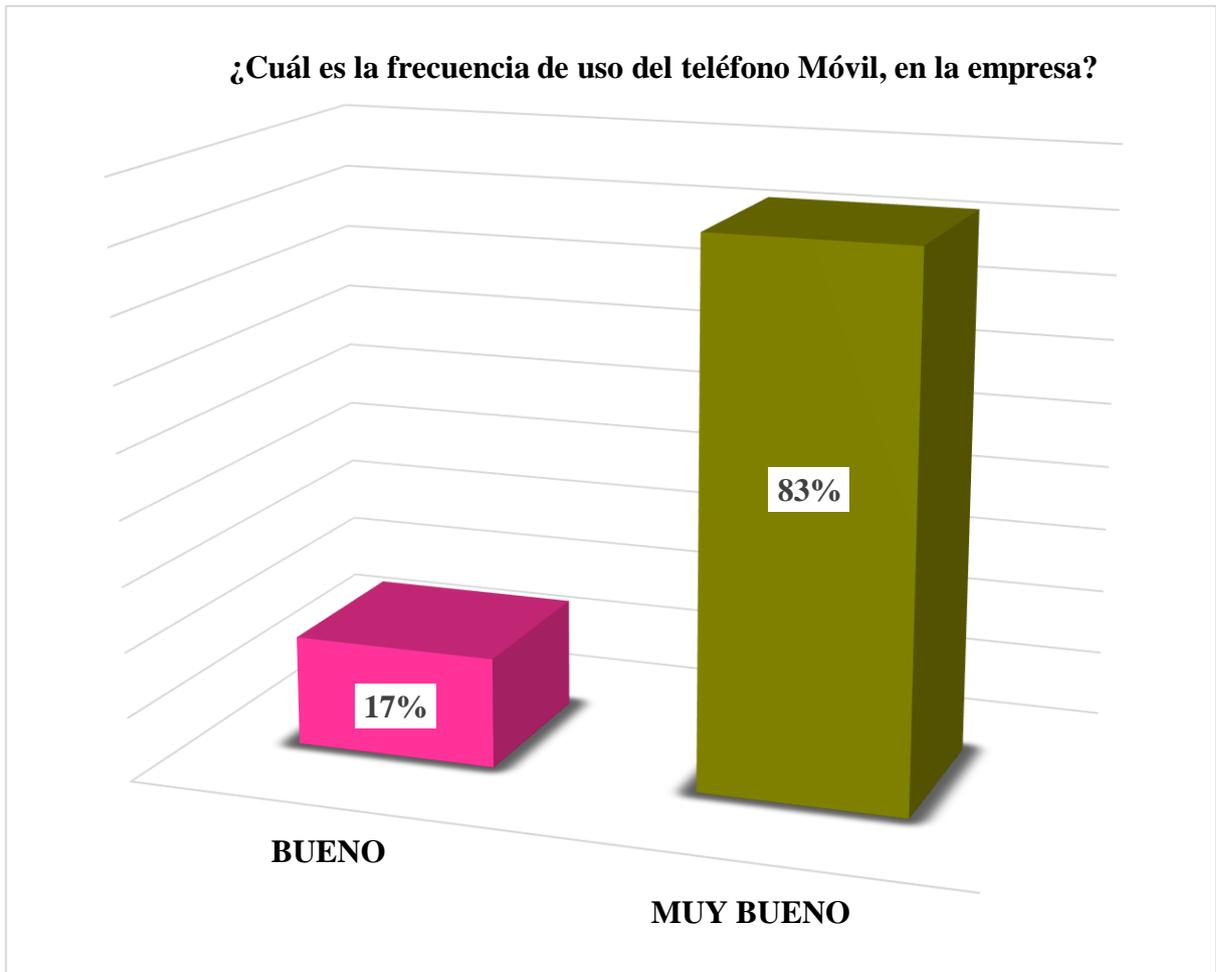
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la frecuencia de uso del teléfono móvil en la empresa, es bueno en un 16,7%, el 83,3% dicen muy bueno. Conclusión, el nivel de uso del teléfono móvil es muy bueno.

GRÁFICO N°17



FUENTE: Tabla N°17.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°18

¿Cuál es la frecuencia de uso del Smartphone, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	7	18,4	23,3	23,3
	BUENO	18	47,4	60,0	83,3
	MUY BUENO	5	13,2	16,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

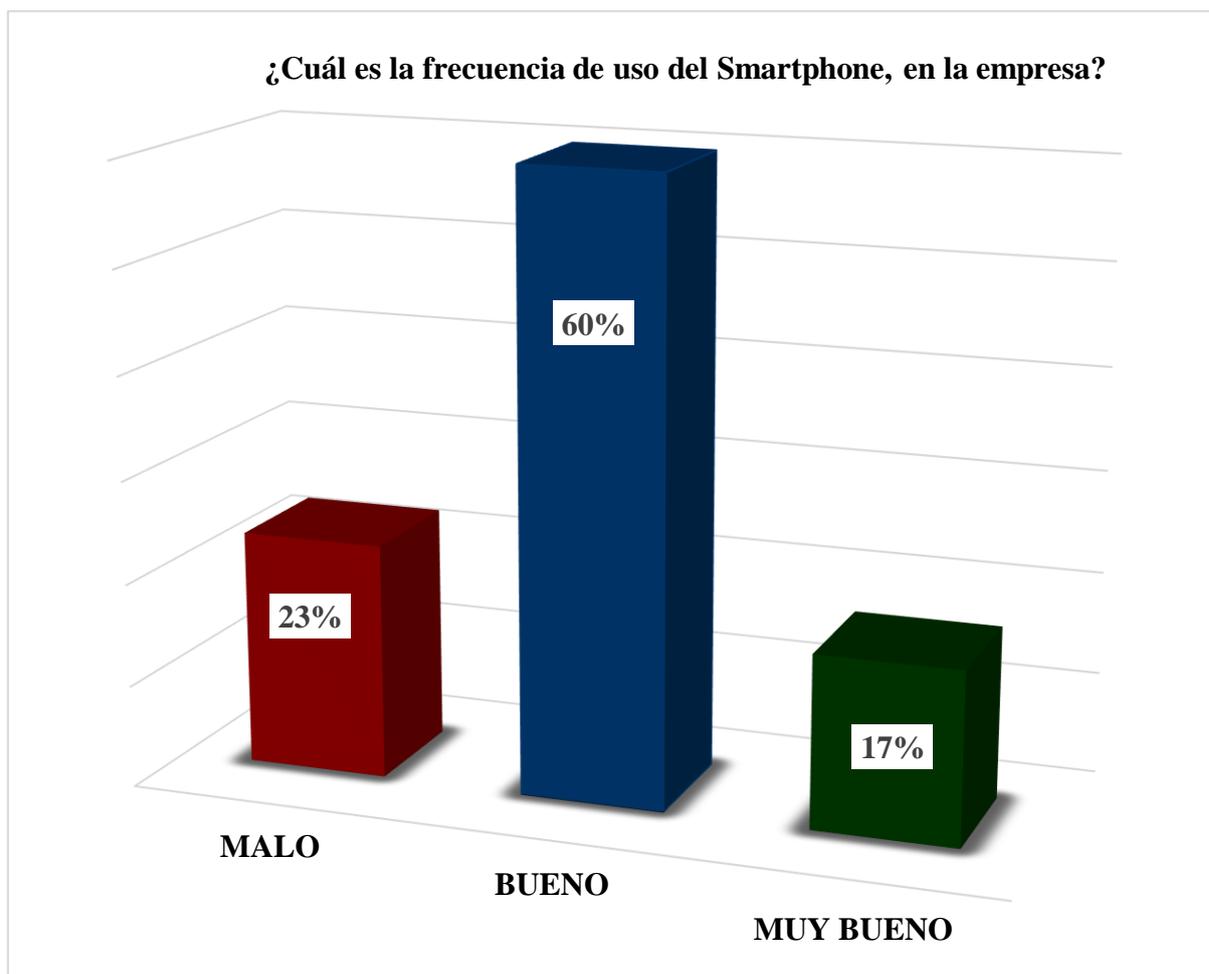
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES comerciales de Huánuco, refieren que la frecuencia de uso del Smartphone es malo en un 23,3%, el 60% dicen bueno y el 16,7% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de uso del Smartphone es bueno.

GRÁFICO N°18



FUENTE: Tabla N°18.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°19

¿Cuál es la frecuencia de uso de las Tablet digitales, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	18	47,4	60,0	60,0
	BUENO	7	18,4	23,3	83,3
	MUY BUENO	5	13,2	16,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

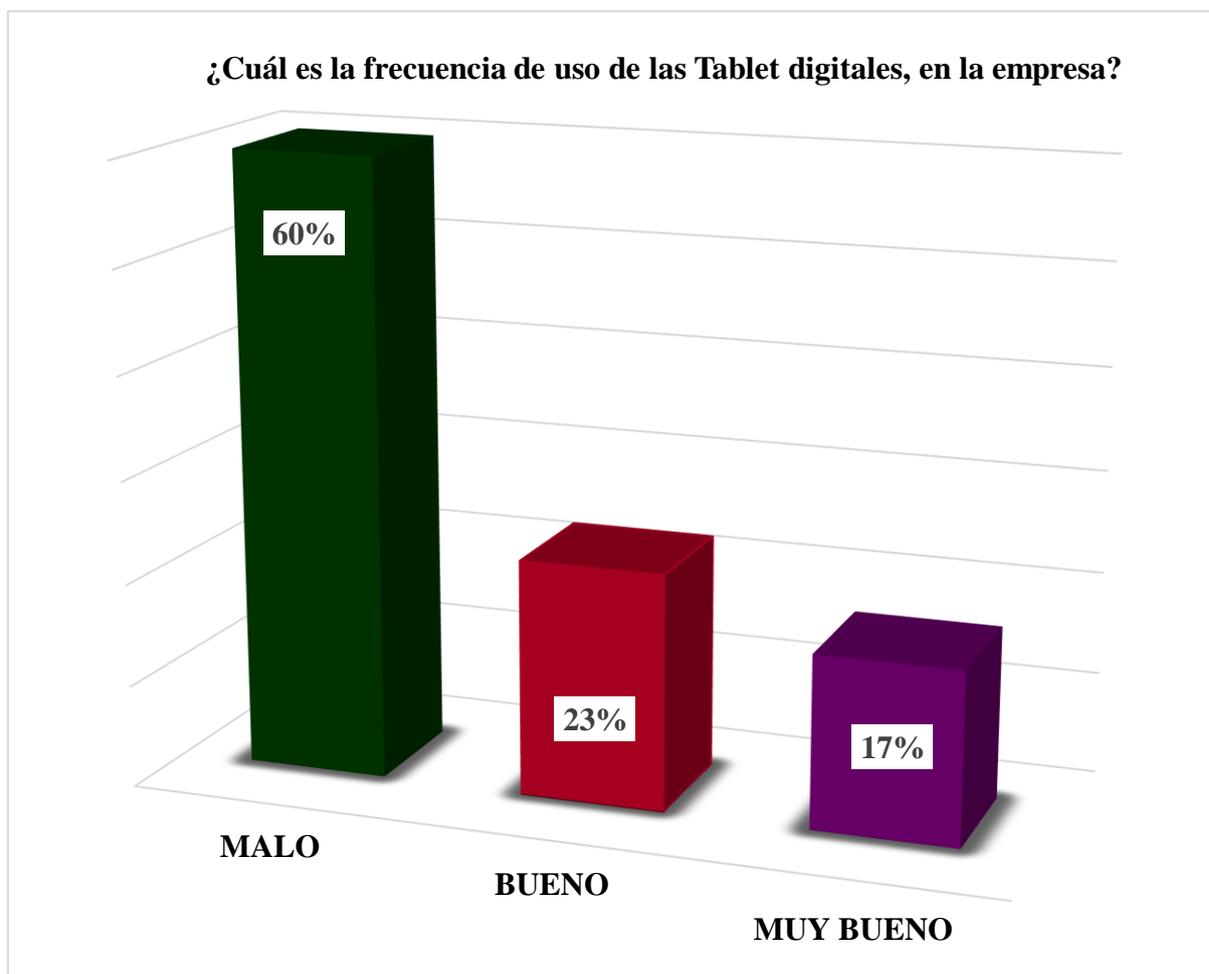
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la frecuencia de uso de las TABLETS digitales, es malo en un 60%, el 23,3% dicen bueno y el 16,7% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de uso de TABLETS digitales es malo.

GRÁFICO N°19



FUENTE: Tabla N°19.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N° 20

¿Cómo es la frecuencia de uso del Intranet, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	14	36,8	46,7	46,7
	BUENO	9	23,7	30,0	76,7
	MUY BUENO	7	18,4	23,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

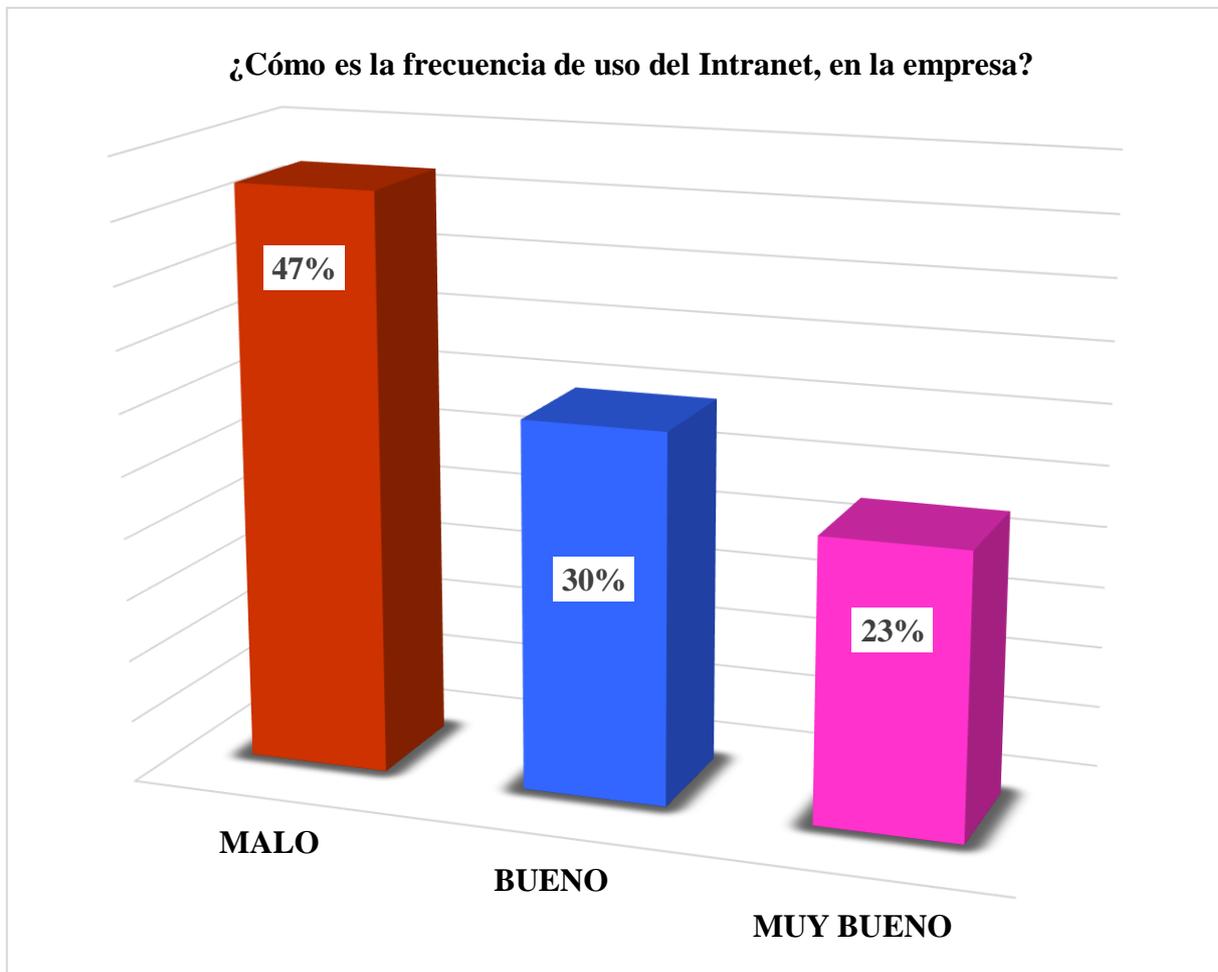
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que frecuencia de uso del intranet en la empresa, es malo en un 46,7%, el 30% dicen bueno y el 23,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de uso del intranet es malo.

GRÁFICO N°20



FUENTE: Tabla N°20

ELABORACIÓN: Tesistas

¿Cómo es la frecuencia de uso del Extranet, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	21	55,3	70,0	70,0
	BUENO	9	23,7	30,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

TABLA N°21

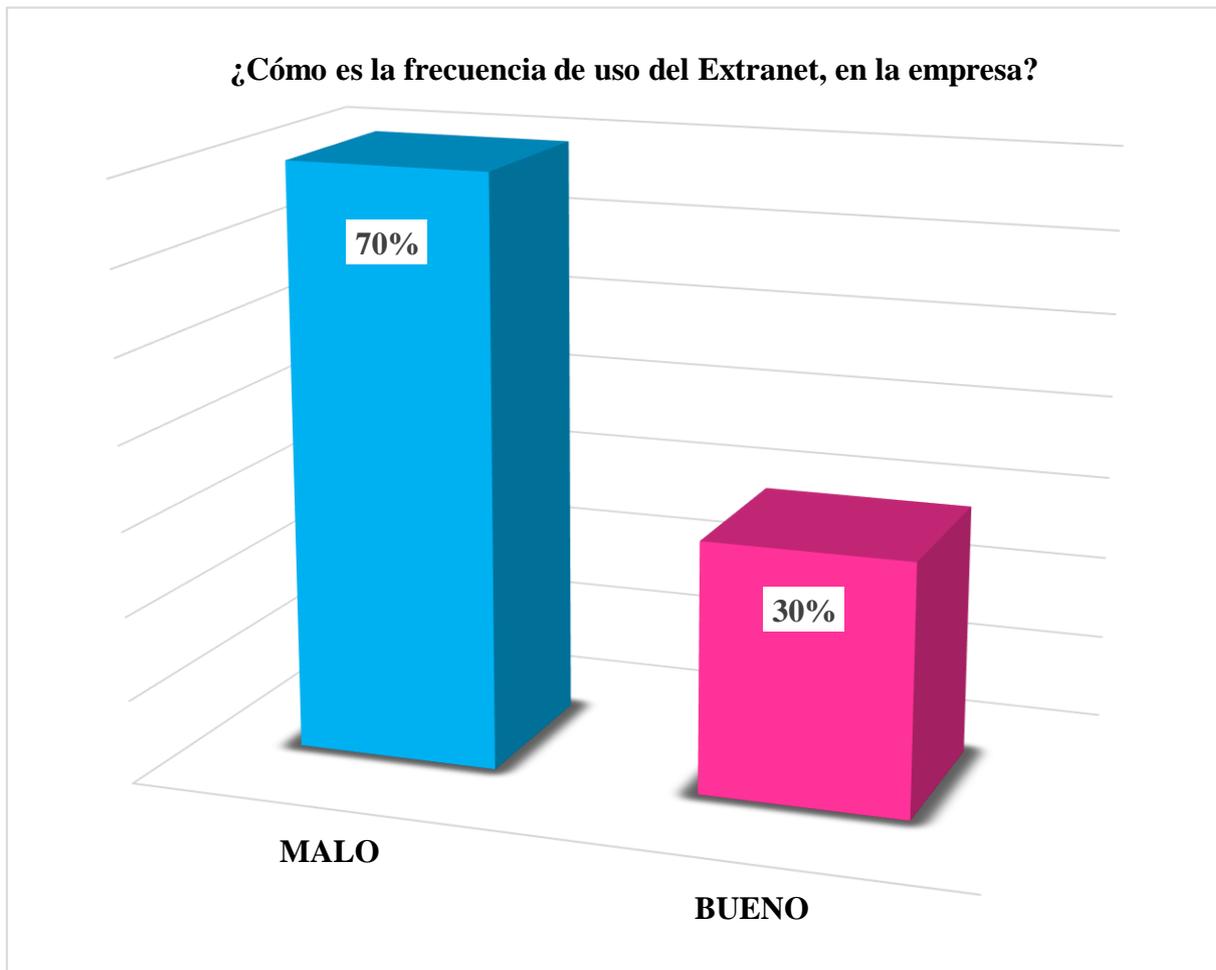
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la frecuencia de uso del extranet en la empresa, es malo en un 70%, el 30% dicen bueno. Conclusión, el nivel uso de la extranet es malo.

GRÁFICO N°21



FUENTE: Tabla N°21.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N° 22

¿Cuál es la frecuencia de uso del Internet, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	15	39,5	50,0	50,0
	MUY BUENO	15	39,5	50,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

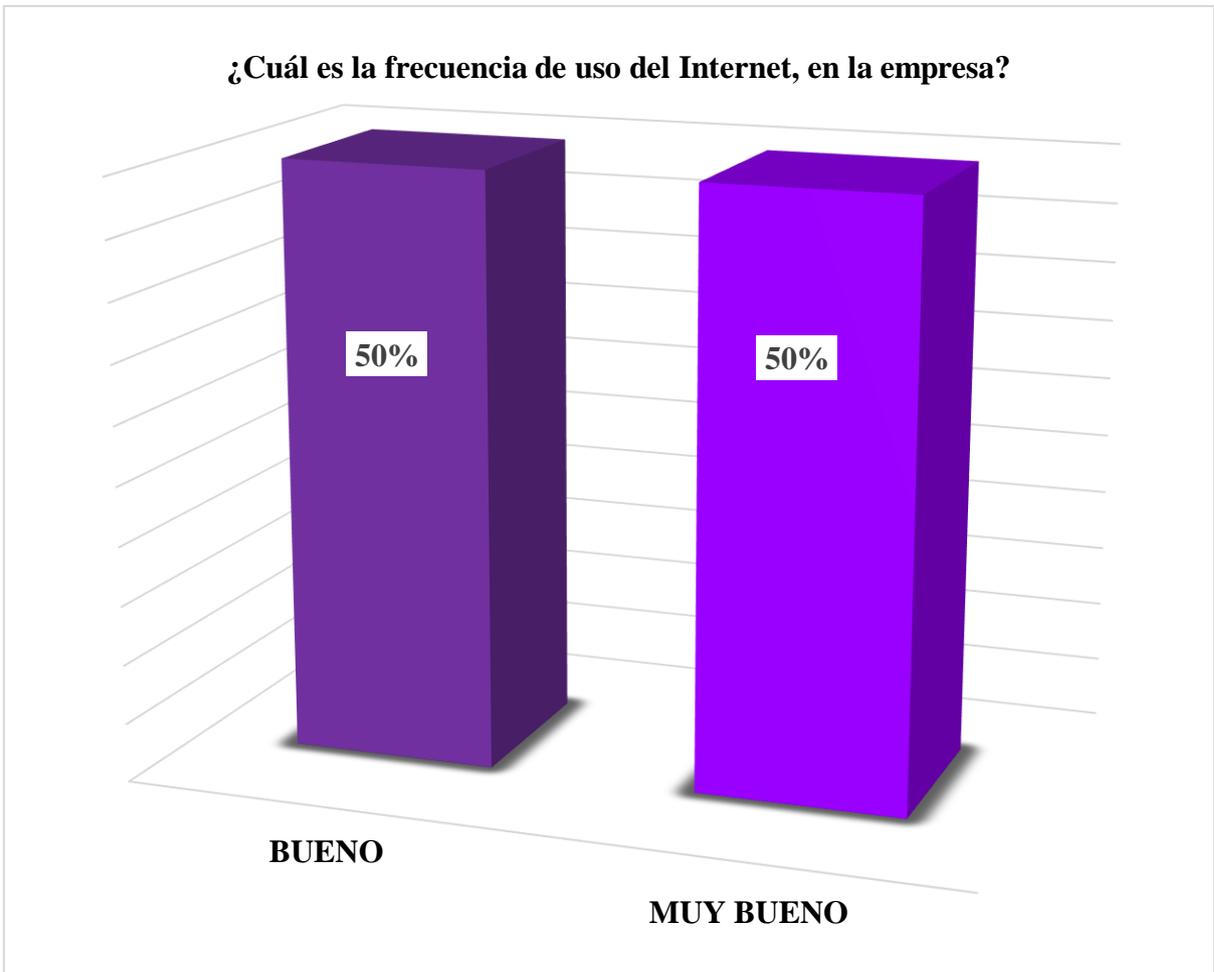
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la frecuencia de uso del internet en la empresa, es malo en un 50%, el 50% dicen. Conclusión, el nivel de uso del internet es bueno.

GRÁFICO N°22



FUENTE: Tabla N°22

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°23

¿Cuál es la calidad de Servicios a través de la red en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	20	52,6	66,7	66,7
	MUY BUENO	10	26,3	33,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
	Total	38	100,0		

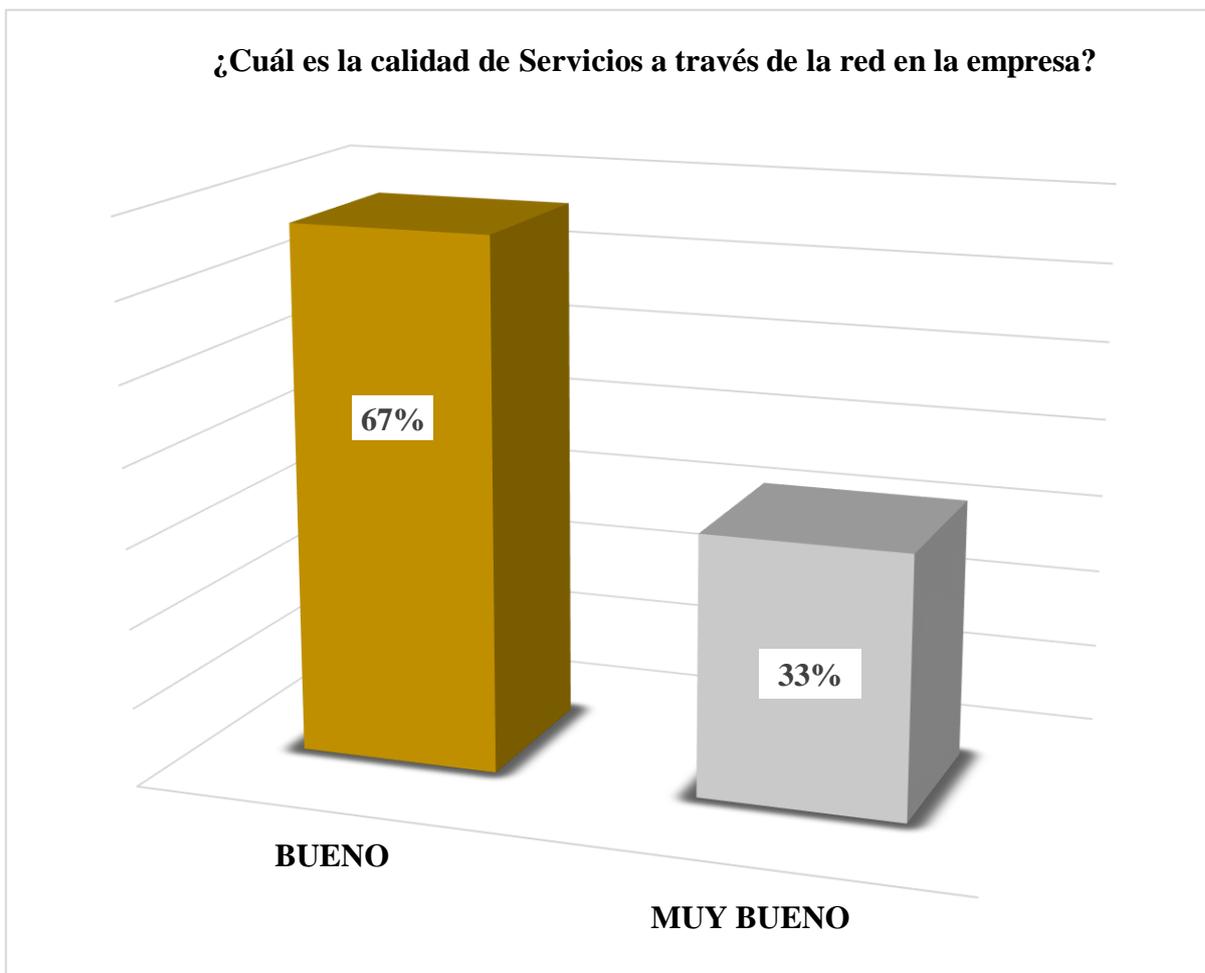
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la calidad de servicios a través de la red en la empresa, el 66,7% dicen bueno y el 33,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de servicios a través de la red es bueno.

GRÁFICO N°23



FUENTE: Tabla N°23.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°24

¿Cuál es Nivel de tenencia de Laboratorios, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	24	63,2	80,0	80,0
	BUENO	6	15,8	20,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

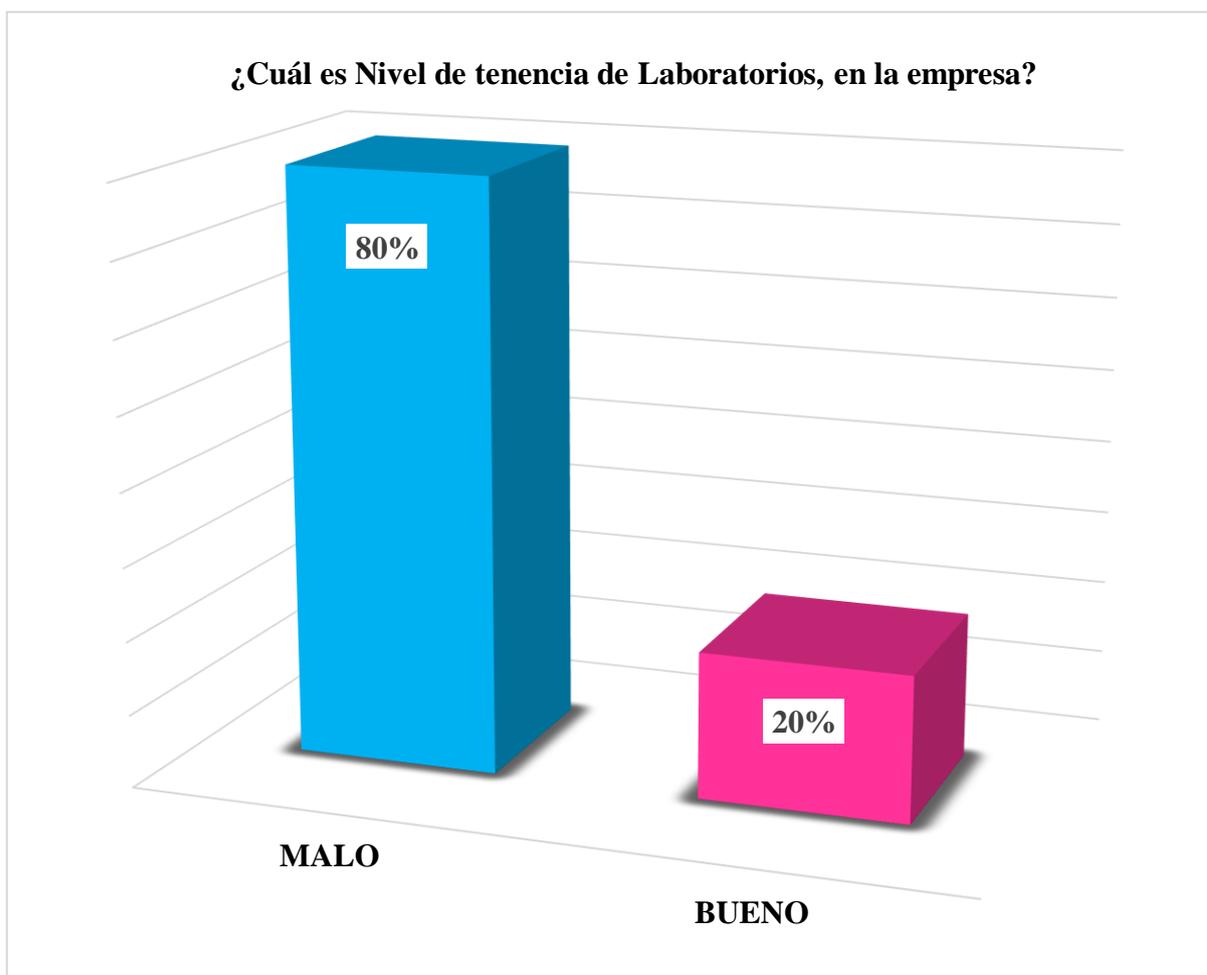
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel laboratorios en la empresa, es malo en un 80%, el 20% dicen bueno. Conclusión, el nivel de laboratorios es malo.

GRÁFICO N°24



FUENTE: Tabla N°24

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°25

¿Cómo es el Nivel de implementación de Bibliotecas digitales, en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	25	65,8	83,3	83,3
	BUENO	5	13,2	16,7	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

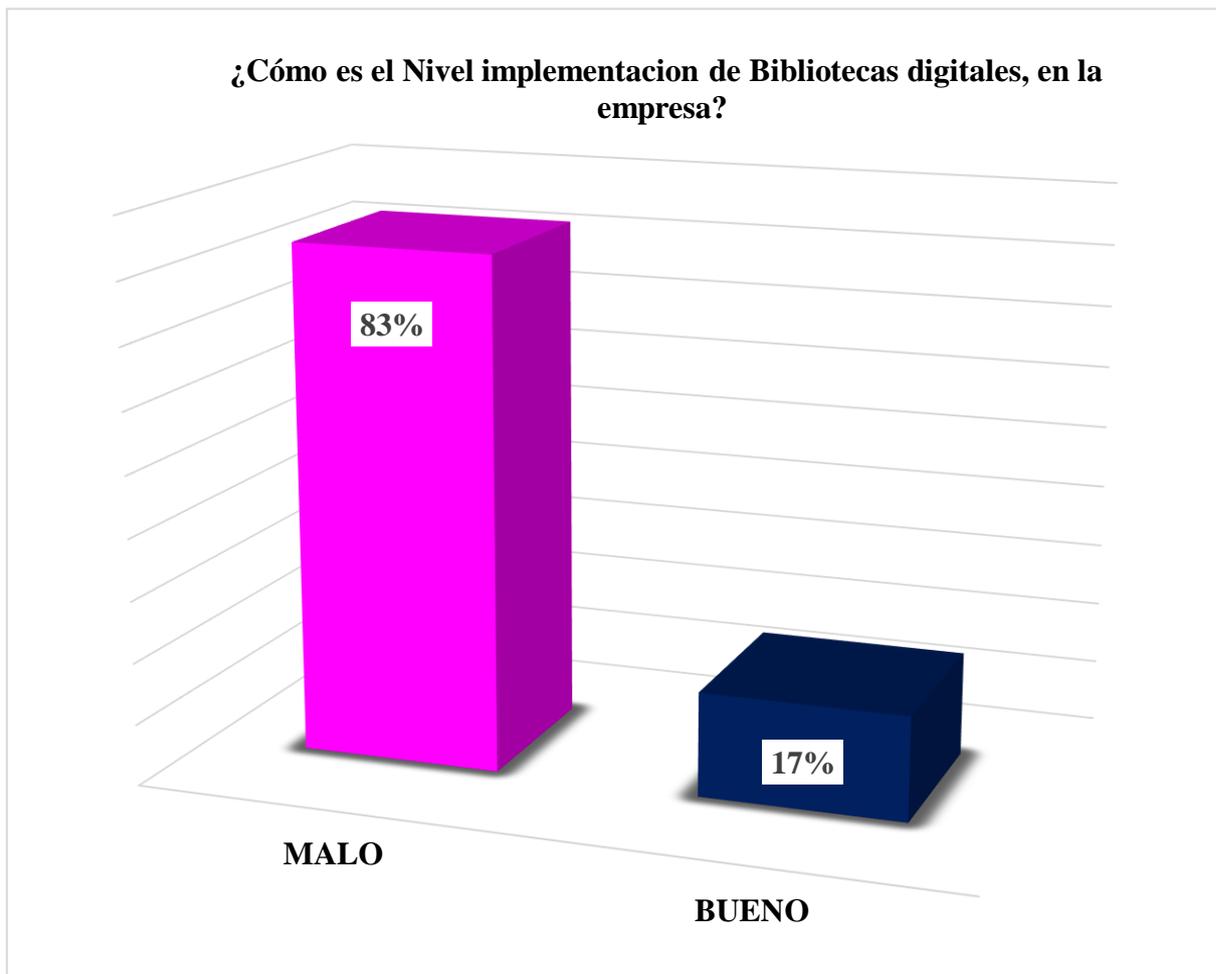
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel de implementación de bibliotecas digitales en la empresa, es malo en un 83,3%, el 16,7% dicen. Conclusión, el nivel de laboratorios es malo.

GRÁFICO N°25



FUENTE: Tabla N°25.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°26

¿Cuál es la frecuencia de información significativa sobre ordenadores con acceso a internet en la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	12	31,6	40,0	40,0
	BUENO	11	28,9	36,7	76,7
	MUY BUENO	7	18,4	23,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

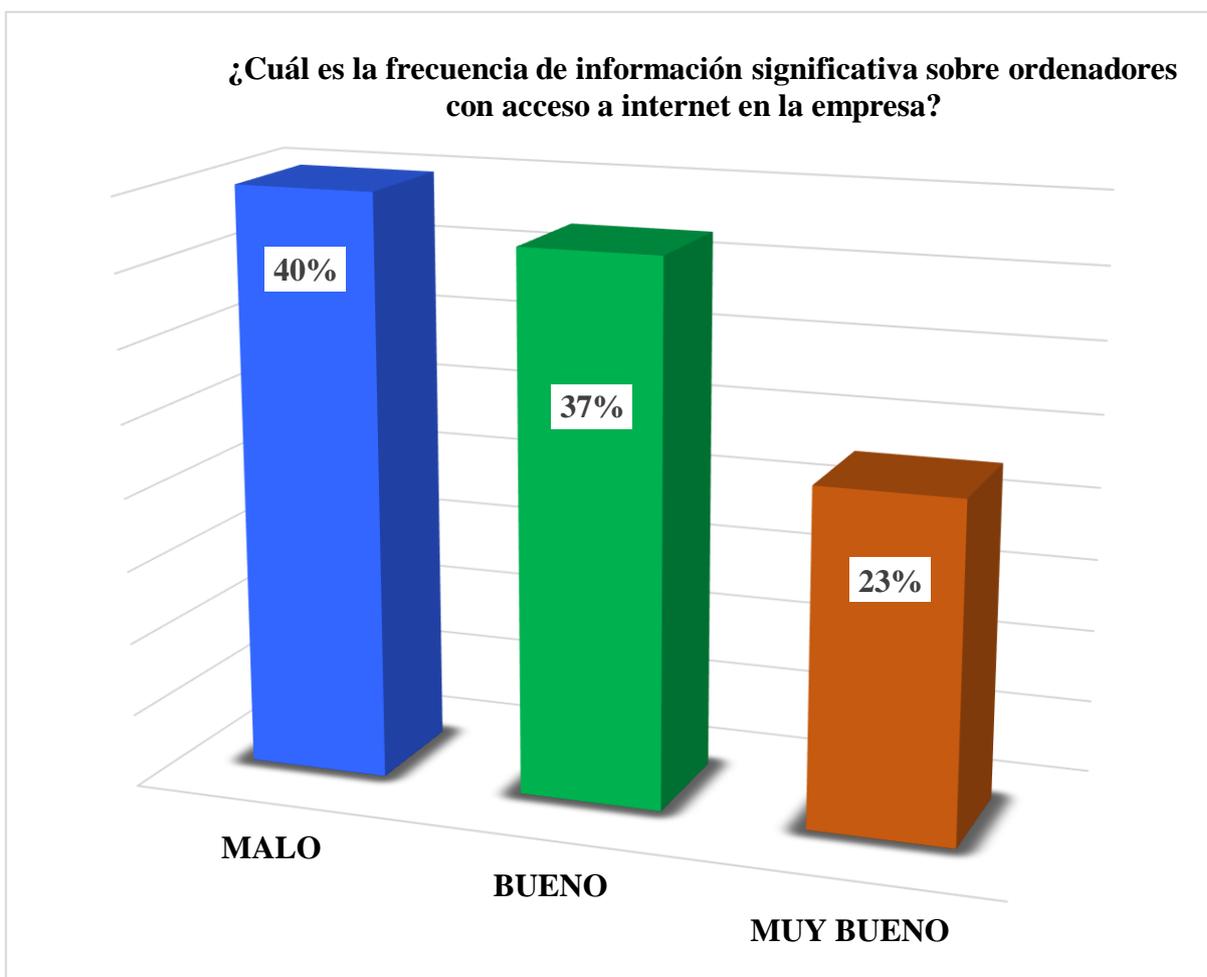
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la frecuencia de información significativa sobre ordenadores con acceso a internet en la empresa, es malo en un 40%, el 36,7% dicen bueno y el 23,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de información significativa sobre ordenadores en internet es malo.

GRÁFICO N°26



FUENTE: Tabla N°26.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°27

¿Cuál es la frecuencia de uso del internet por parte de los trabajadores de las PYMES?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	20	52,6	66,7	66,7
	MUY BUENO	10	26,3	33,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
	Total	38	100,0		

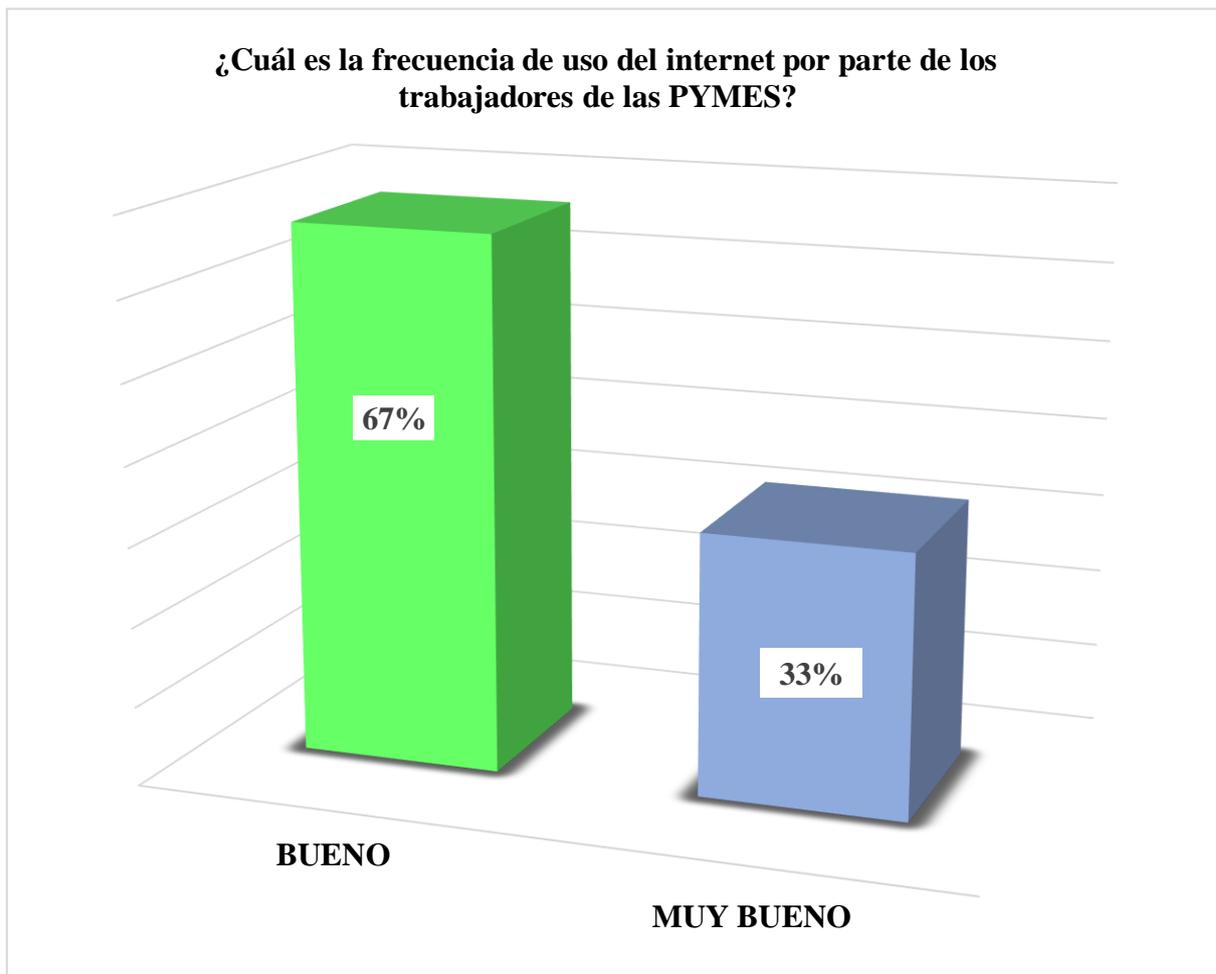
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que la frecuencia de uso del internet de los trabajadores en la empresa, el 66,7% dicen bueno y el 33,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de uso de internet por trabajadores es bueno.

GRÁFICO N°27



FUENTE: Tabla N°27.

ELABORACION: Tesistas.

TABLA N°28

¿Cuál es el nivel de tenencia de sitio web, redes sociales, clases virtuales en las PYMES?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	7	18,4	23,3	23,3
	BUENO	16	42,1	53,3	76,7
	MUY BUENO	7	18,4	23,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

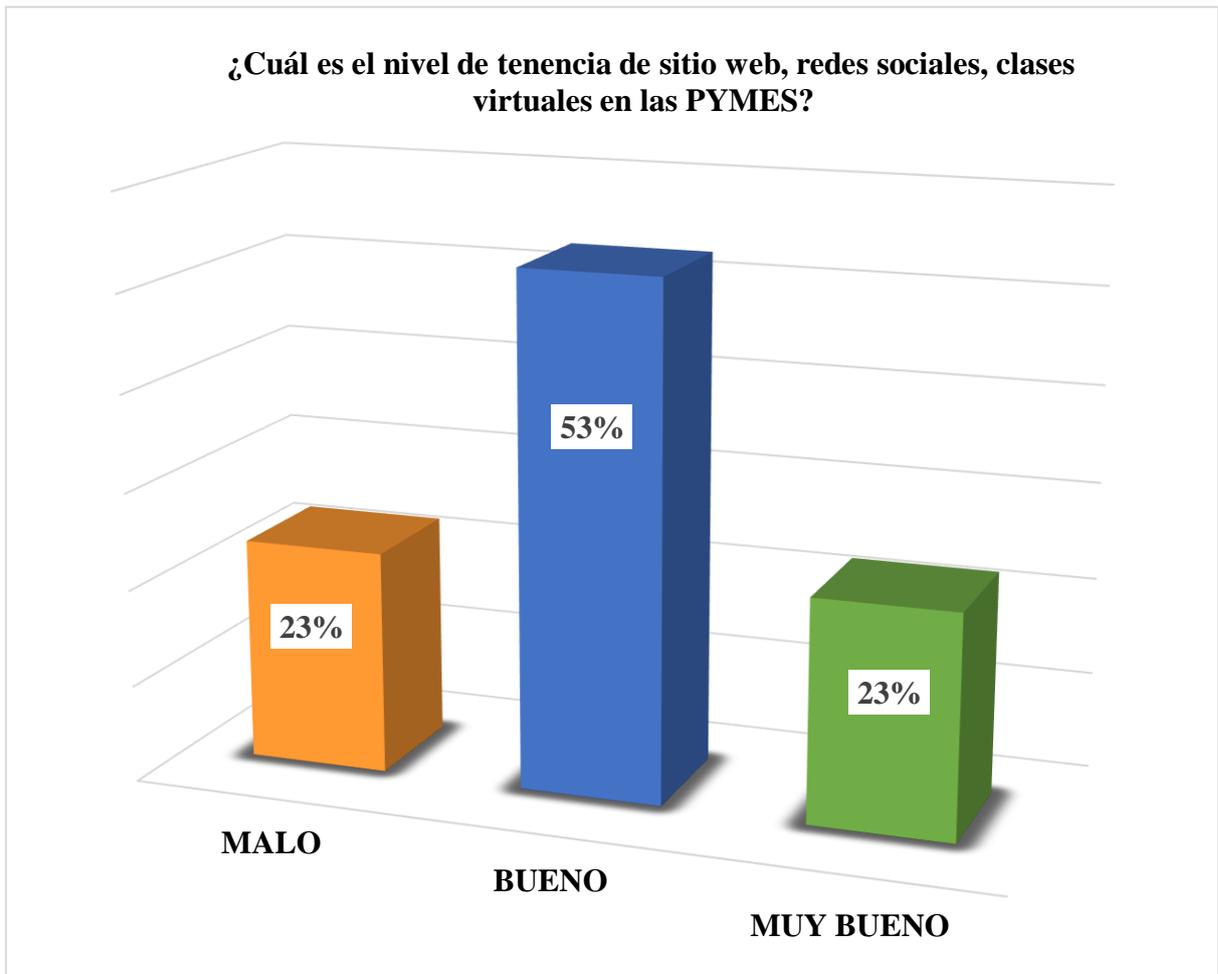
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel tenencia de sitio web, redes sociales, clases virtuales en la empresa, es malo en un 23,3%, el 53,3% dicen bueno y el 23,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de tenencia de sitio web, redes sociales, clases virtuales es bueno.

GRÁFICO N°28



FUENTE: Tabla N°28.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°29

¿Cuál es el nivel de tenencia de algún software en las PYMES?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	20	52,6	66,7	66,7
	BUENO	9	23,7	30,0	96,7
	MUY BUENO	1	2,6	3,3	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

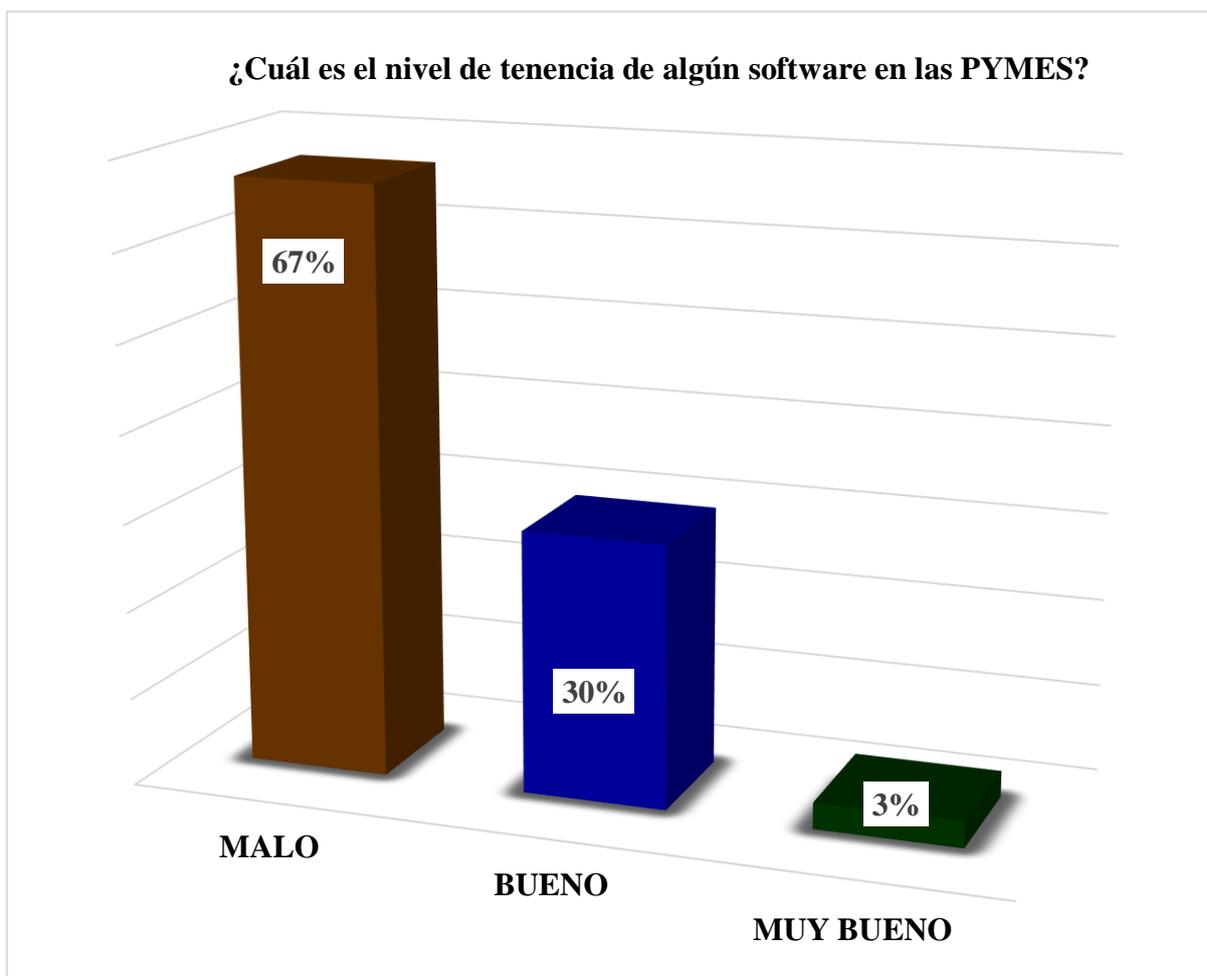
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel de tenencia de software en la empresa, es malo en un 66,7%, el 30% dicen bueno y el 3,3% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de tenencia de software en la empresa es malo.

GRÁFICO N°29



FUENTE: Tabla N°29.

ELABORACIÓN: Tesistas.

TABLA N°30

¿Cuál es el nivel de uso de políticas de capacitación del personal en las TIC y en las PYMES?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	8	21,1	26,7	26,7
	BUENO	16	42,1	53,3	80,0
	MUY BUENO	6	15,8	20,0	100,0
	Total	30	78,9	100,0	
Perdidos	Sistema	8	21,1		
Total		38	100,0		

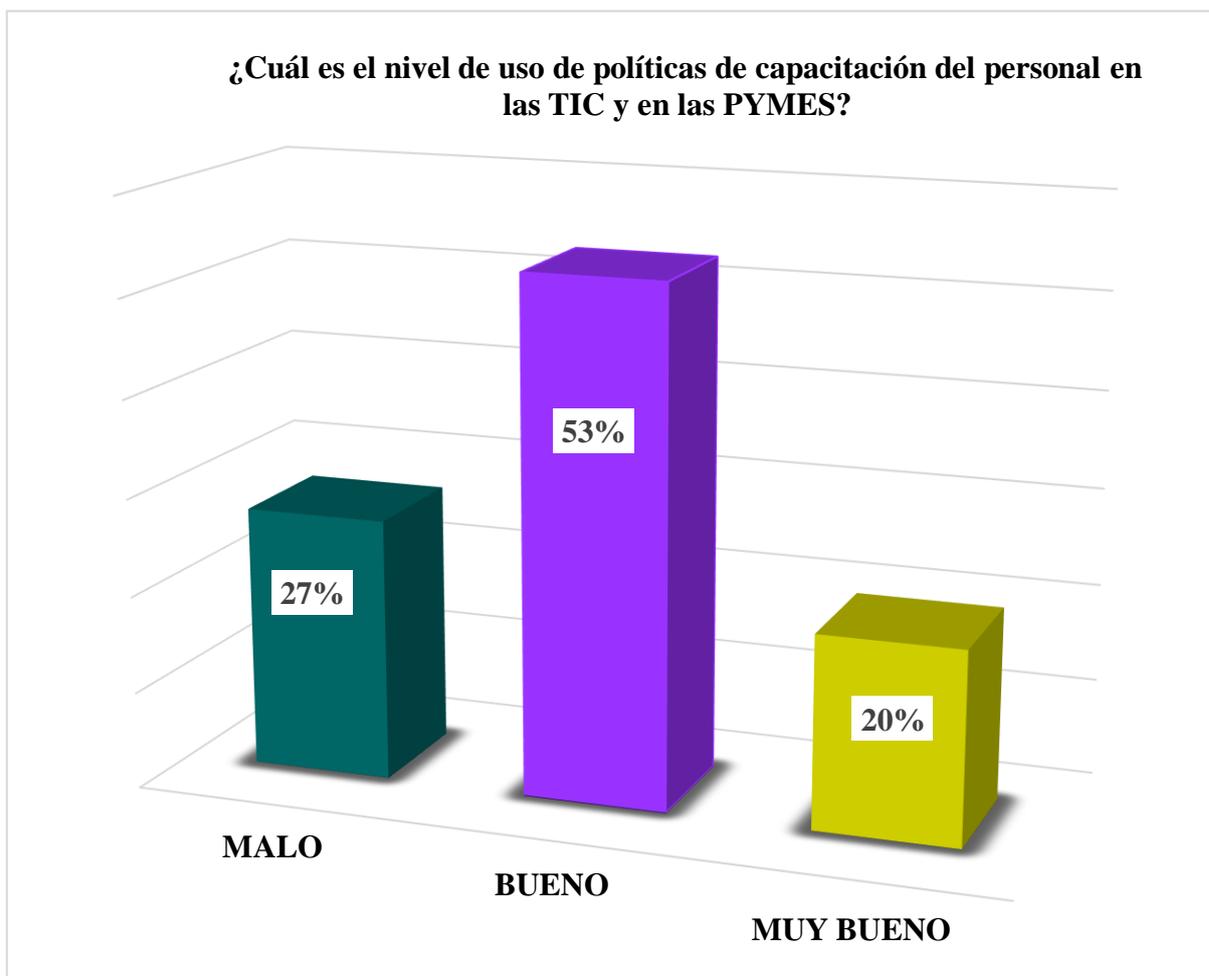
FUENTE: Cuestionario de encuesta.

ELABORACIÓN: Tesistas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta aplicada a las unidades de análisis, se tiene que las MYPES de comerciales de Huánuco, refieren que el nivel de uso de políticas de capacitación en la empresa, es malo en un 26,7%, el 53,3% dicen bueno y el 20% señalan que el nivel es muy bueno. Conclusión, el nivel de políticas de capacitación es bueno.

GRÁFICO N°30



FUENTE: Tabla N°30.

ELABORACIÓN: Tesistas.

CAPÍTULO V

PRUEBA DE HIPÓTESIS

5.1. HIPÓTESIS Y SISTEMA DE HIPÓTESIS:

5.1.1. Hipótesis general.

Paso 1:

Hi: La gestión del conocimiento se relaciona positivamente con las tecnologías de la Información, en las PYMES del sector comercial de Huánuco 2019.

Ho: La gestión del conocimiento se relaciona negativamente con las tecnologías de la Información, en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.

TABLA N°31

Correlaciones			Gestión del conocimiento	Tecnología de la Información
Rho de Spearman	Gestión del conocimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,840**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Tecnología de la Información	Coeficiente de correlación	,840**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Paso 2:

Nivel de Significancia

$\alpha = 5\%$

Paso 3:

Valor de la Prueba.

Spearman = 0.840

Paso 4:

Comparación de p y α

P valor= 0,000 < $\alpha = 0.05$

Paso 5:

Decisión: Rechazar Ho

Paso 6:

Conclusión: Existe relación lineal alta y fuerte directa y significativa entre la gestión del conocimiento con las tecnologías de la Información, en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

5.5.2. Hipótesis Específico:

✓ **Hipótesis Específico1:**

Paso 1:

Hi: Se relaciona positivamente el conocimiento, con la cultura de la organización, la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

Ho: Se relaciona negativamente el conocimiento con la cultura de la organización, la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

TABLA N°32

			Correlaciones	
			Conocimiento	Cultura de la organización
Rho de Spearman	Conocimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,719**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		30	30
	Cultura de la organización	Coeficiente de correlación	,719**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		30	30	

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

Paso 2:

Nivel de Significancia

$$\alpha = 5\%$$

Paso 3:

Valor de la Prueba.

$$\text{Spearman} = 0.719$$

Paso 4:

Comparación de p y α

$$P \text{ valor} = 0,000 < \alpha = 0.05$$

Paso 5:

Decisión: Rechazar H_0

Paso 6:

Conclusión: Existe relación lineal alta y fuerte directa y significativa entre el conocimiento, con la cultura de la organización, la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

✓ **Hipótesis Específico 2:**

Paso 1:

H_i: Se relaciona de manera positiva la Cultura de la organización con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.

H_o: Se relaciona de manera positiva la Cultura de la organización con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.

TABLA N°33

Correlaciones			Cultura de la organización	Estrategia
Rho de Spearman	Cultura de la organización	Coefficiente de correlación	1,000	,716**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
Estrategia		Coefficiente de correlación	,716**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Paso 2:

Nivel de Significancia

$\alpha = 5\%$

Paso 3:

Valor de la Prueba.

Spearman = 0.716

Paso 4:

Comparación de p y α

P valor= 0,000 < α =0.05

Paso 5:

Decisión: Rechazar Ho

Paso 6:

Conclusión: Existe relación lineal alta y fuerte directa y significativa entre la Cultura de la organización con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019

✓ **Hipótesis Específico 3:**

Paso 1:

Hi: Se relaciona de manera positiva la Infraestructura con la oportunidad y acceso de usos de internet en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

Ho: Se relaciona de manera positiva la Infraestructura con la oportunidad y acceso de usos de internet en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

TABLA N°34

Correlaciones				
			Infraestructura	Oportunidad y acceso de usos de internet
Rho de Spearman	Infraestructura	Coefficiente de correlación	1,000	,845**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Oportunidad y acceso de usos de internet	Coefficiente de correlación	,845**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Paso 2:

Nivel de Significancia

$\alpha = 5\%$

Paso 3:

Valor de la Prueba.

Spearman = 0.845

Paso 4:

Comparación de p y α

P valor= 0,000 < $\alpha = 0.05$

Paso 5:

Decisión: Rechazar Ho

Paso 6:

Conclusión: Existe relación lineal alta y fuerte directa y significativa entre la Infraestructura con la oportunidad y acceso de usos de internet en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

✓ **Hipótesis Específico 4:**

Paso 1:

Hi: Se relaciona de manera positiva la estrategia con el uso de software en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

Ho: Se relaciona de manera negativa la estrategia con el uso de software en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

TABLA N°35

Correlaciones

			Estrategia	Uso de software
Rho de Spearman	Estrategia	Coeficiente de correlación	1,000	,628**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Uso de software	Coeficiente de correlación	,628**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Paso 2:

Nivel de Significancia

$\alpha = 5\%$

Paso 3:

Valor de la Prueba.

Spearman = 0.628

Paso 4:

Comparación de p y α

P valor = 0,000 < $\alpha = 0.05$

Paso 5:

Decisión: Rechazar H_0

Paso 6:

Conclusión: Existe relación lineal alta y fuerte directa y significativa entre la estrategia con el uso de software en las PYMES del sector comercial de Huánuco - 2019.

✓ **Hipótesis Específico 5:**

Paso 1:

H_i: Se relaciona de manera positiva el conocimiento con la capacitación en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.

H_o: Se relaciona de manera positiva el conocimiento con la capacitación en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.

TABLA N°36

Correlaciones				
		Conocimiento	Capacitación y seguridad	
Rho de Spearman	Conocimiento		1,000	,731**
	Coefficiente de correlación			
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		30	30

Capacitación y seguridad	Coefficiente de correlación	,731**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	30	30

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

Paso 2:

Nivel de Significancia

$\alpha = 5\%$

Paso 3:

Valor de la Prueba.

Spearman = 0.731

Paso 4:

Comparación de p y α

P valor = 0,000 < $\alpha = 0.05$

Paso 5:

Decisión: Rechazar H_0

Paso 6:

Conclusión: Existe relación lineal alta y fuerte directa y significativa entre el conocimiento con la capacitación en las PYMES del sector comercial de Huánuco – 2019.

CAPITULO VI

DISCUSION DE RESULTADOS

Comparativamente con la investigación de (Sotelo Vicente, 2017), cuando dice que sus resultados de su investigación, lo obtuvo mediante un análisis descriptivo de las variables para conocer el nivel de correlación mediante la prueba con Rho de Spearman, y llegó a la conclusión que existe una correlación positiva moderada de 0,422 puntos entre las variables las TICs y la gestión del conocimiento, en este aspecto se puede decir que existe una coincidencia en cuanto a los resultados, ya que en nuestro estudios también se utilizó el estadístico Rho de Spearman, encontrando una correlación positiva alta de 0.840 entre las variables gestión del conocimiento y las Tics. En las Pymes del Sector comercial de Huánuco. Con el trabajo de (Otaegui, 2017), en referencia al tipo de investigación propuesta utilizado es no experimental, investigación obtuvo las conclusiones: Los servicios que facilitan las TICs facilita el desarrollo del capital intelectual, así la creación de nuevos conocimientos. El uso de las TICs mejora las capacidades y habilidades de los trabajadores, teniendo como resultado la generación de mejores productos y servicios. En la prueba de hipótesis determinó que sí existe relación entre el uso de las tecnologías de la información y comunicación y la gestión del conocimiento, estableciendo que esta relación permitirá mejorar el capital intelectual en una organización, valiéndose de los servicios que estas brindan las TICs. Al respecto también se coincide en tanto que la prueba de hipótesis aplicada para nuestro trabajo arroja que existe relación entre la gestión del conocimiento y las TICs en las Pymes del sector comercial de Huánuco, como se ha indicado anteriormente en la prueba de Rho de spearman en 0.840.

(Sarasara, 2010), en su investigación concluye señalando: El liderazgo a través de la gestión del conocimiento contribuye en la efectividad de las organizaciones. Todas las organizaciones a pesar que no se conozca bien la gestión del conocimiento, ha aprendido que dichos mecanismos son de gran utilidad en los resultados esperados. Se ha decidido tomar esta investigación ya que su estudio demuestra el elevado grado de efectividad que se obtiene por medio de la gestión del conocimiento, mejorando notablemente los resultados obtenidos. A lo

dicho por el autor en referencia, se tiene que indicar a la luz de nuestros resultados que la gestión del conocimiento es base para poder desarrollar cualquier unidad productiva o de servicios, utilizando las herramientas que nos da las Tics.

(Arceo Moheno, 2009), en sus conclusiones generales señala que el entorno económico actual no presenta condiciones que puedan decirse son nuevas, es decir, no se está ante un fenómeno nuevo; sin embargo, en el ámbito de las PYME estudiadas, se debe prestar una atención especial a las TI y al conocimiento como factores productivos relevantes, e indudablemente la innovación debe ocupar un papel primordial en el diseño estratégico empresarial. Pese al auge que está teniendo la implementación de la GC con su consiguiente reestructuración organizacional e introducción de apropiadas TI, esto no parece ser el caso de las PYME estudiadas. De acuerdo a la percepción de los encuestados, no se observa una necesidad real de implementar (o mejorar) programas adecuados dentro de las organizaciones. A pesar del reconocimiento otorgado por la literatura a la necesidad de las TI y su importancia como una herramienta efectiva para establecer una adecuada GC, el estudio empírico demuestra que son escasas las empresas que hacen uso de las TI para las actividades (informales en su mayoría) de GC llevadas a cabo. La asimilación de las TI dentro de las actividades de GC es fundamental para alcanzar el éxito de la GC, es decir, las TI por sí solas no pueden conducir al éxito de la GC sin que hayan sido asimiladas dentro de los procesos de GC. Comparativamente con nuestros resultados podemos señalar coincidencias en tanto que el conocimiento se relaciona de manera positiva con las tecnologías de la información y comunicación estudiadas en las pymes de Huánuco.

CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que la gestión del conocimiento se relaciona con las tecnologías de la Información, en las PYMES del sector comercial de Huánuco 2019, conforme se demuestra con la tabla N°31.
2. Se ha determinado que se relaciona el conocimiento con la cultura de la organización, con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco 2019, conforme se demuestra en la tabla N°32.
3. Ha quedado establecido que la cultura de la organización se relaciona con la estrategia y el equipamiento e infraestructura en las PYMES del sector comercial de Huánuco 2019, conforme se advierte en la tabla N°33.
4. Se ha determinado la relación de la Infraestructura con la oportunidad y acceso de usos de internet en las pymes del sector comercial de Huánuco 2019.Tabla N°34.
5. Se ha determinado la relación de estrategia con el uso de software en las pymes del sector comercial de Huánuco 2019. Tabla N°35.
6. Se ha determinado la relación del conocimiento con la capacitación en las pymes del sector comercial de Huánuco 2019.Tabla N°36.

SUGERENCIAS

1. En las PYMES del sector comercial de Huánuco es necesario que se mantenga la capacitación constante para que se tenga conocimiento de las tecnologías de la Información, para el aprovechamiento máximo de las tecnologías del milenio.
2. En las PYMES del sector comercial de Huánuco 2019, es necesario elevar el nivel del conocimiento, como base para tener una cultura de la organización, que permita diseñar nuevas estrategias, equipamiento e infraestructura, para ser competitivos en el mercado local, regional, nacional e internacional.
3. Las PYMES del sector comercial de Huánuco debe de contar con Infraestructura adecuada que les permita aprovechar la oportunidad y acceso de usos de internet, como herramienta importante para la gestión de la unidad económica.
4. Las PYMES del sector comercial de Huánuco deberían diseñar estrategias para el uso de software con el fin de potenciar sus ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

(s.f.). Obtenido de http://demi.produce.gob.pe/images/publicaciones/publi81171136fe74561a7_79.pdf

(s.f.). Obtenido de <https://www.gestion.org/que-son-las-pymes/>

(s.f.). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-peru>

Abdallath, A. (2004). *Asociación Argentina de Teletrabajo. Año 2. No. 23*. Buenos Aires.

Arceo Moheno, G. (2009). *EL IMPACTO DE LA GESTION DEL CONOCIMIENTO Y LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACION EN LA INNOVACION: UN ESTUDIO EN LAS PYME DEL SECTOR AGROALIMENTARIO DE CATALUÑA*. Cataluña. Obtenido de www.eumed.net/tesis/2010/gam/. Universidad Politécnica de Cataluña

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas – Venezuela: (5°. ed.) Caracas – Episteme.

Carballo, R. (2006). *Innovación y gestión del conocimiento*. Madrid: Ed. Días de Santos.

Cole, Gomolski. (1977). *Los usuarios detestan compartir sus conocimientos*. New York.

Davenport. (1999). *Gestión del conocimiento y la empresa en general: estrategia, ventaja*. New York.

Davenport, T.H.; Prusak, L. . (2000). *Conocimiento práctico: cómo las organizaciones gestionan qué*. Boston: Harvard Business School.

Fernández, J. (2013). *El mercado de las TIC en Perú*. Lima-Perú: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima.

Fischman, F. (s.f.). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-peru>

Gaynor, G. (1999). *Manual de Gestión en Tecnología. Una estrategia para la*. Colombia: Mc Graw Hill.

Gil.E. (2002). *Identidad y Nuevas Tecnologías*.

Graells, M. (2000). *Impacto de las TIC en educación: Funciones y limitaciones*. Obtenido de <http://www.pangea.org/peremarques/siyedu.htm>

Koontz, H. Y Weihrich, H. . (1998). *Administración. Una perspectiva Global*. . Mexico: Mc Graw Hill,.

Koontz, H. Y Weihrich, H. . (1998). *Administración. Una perspectiva Global*. . Mexico: Mc Graw Hill.

Márquez, P. (2000). *Impacto de las TIC en educación: funciones y limitaciones*. Obtenido de <http://dewey.uab.es/pmarques/siyedu.htm>

McElroy. (2000). *La nueva gestión del conocimiento. Conocimiento e innovación*. New York: Journal of the KMCI.

Montaner, R. (2001). *Dirigir con las Nuevas Tecnologías*. Madrid-España: Gestión 2000,.

- Monteagudo, J. (2014). *TICs en la gestión del conocimiento*. Madrid, España.: Instituto de Salud. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14944/Sotelo_VJF.pdf?sequence=1
- Newell, S.; Robertson, M.; Scarbrough, H.; Swan, J. (2002). *Gestionar el trabajo del conocimiento*. New York: Ed. Palgrave Mc Millan.
- Ochoa, X. y Cordero, S. (2002). *Las Nuevas Tecnologías de la Información y la*. Obtenido de <http://www.ruv.itesm.mx/especiales/citela/documentos/material/módulos/módulos>
- Otaegui, J. (2017). *Correlación entre las tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICS) y la Gestión del conocimiento en las PYMES de la industria del Calzado en Lima metropolitana 2015*. Lima. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/6268>
- Paniagua, E. (2007). *La Gestión tecnológica del conocimiento*. Madrid.España: 1ra edición. Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14944/Sotelo_VJF.pdf?sequence=1
- Pineda, M. (2004). *Las Ciencias de la Comunicación a la luz del siglo XXI*. Maracaibo: Universidad del Zulia (EDILUZ).
- Sarasar. (2010). *Gestión del conocimiento y liderazgo de clase mundial para el desarrollo del capital intelectual en las organizaciones inteligentes*. Lima.
- Sarasar. (2010). *Gestión del conocimiento y liderazgo de clase mundial para el desarrollo del capital intelectual en las organizaciones inteligentes* . Lima.
- Sarasara. (2010). *Gestión del conocimiento y liderazgo de clase mundial para el desarrollo del capital intelectual en las organizaciones inteligentes*. Lima.
- Sotelo Vicente, J. F. (2017). *El Uso de las Tics y su relación con la Gestión del Conocimiento de los Directores de la UGEL N°e 08-Cañete 2017*. Cañete.
- (2016). *Tecnología de la Información y comunicación*. Obtenido de <http://lasticspatricia.blogspot.com/2016/05/definicion-de-las-tics-segun-diversos.html>
- Thompson, A. y Strickland, A. (2004). Mexico: Mc Graw Hill.
- Thompson, A. y Strickland, A. (2004). *Administración Estratégica*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Valdés, L. (2000). *El sistema tecnológico en las organizaciones y su*. Obtenido de <http://www.tecnologiaycalidad/>
- Wenger. (2003). *Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad*. Cambridge: Cambridge University.

ANEXOS

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Es una encuesta netamente académica, favor contestar de manera responsable y es anónima.

1. ¿Cuál es la precisión del Informe que realiza la empresa, con las TICS?
 - a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()

2. ¿Cuál es el Nivel de uso de las Normas para el buen funcionamiento de la empresa?
 - a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()

3. ¿Cuál es el contenido del Lineamiento, sobre la cultura organizacional?
 - a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()

4. ¿Cuál son los Principios, sobre la cultura organizacional?
 - a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()

5. ¿Cuál son las Reglas sobre la cultura organizacional de la empresa?
 - a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()

6. ¿Cuál es la amplitud de Oficinas para la atención y funcionamiento de la empresa?
 - a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()

7. ¿Cuál es la amplitud de Áreas libres y de trabajo de la empresa?
 - a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()

8. ¿Cuál es la eficiencia de los Grupos de trabajo de la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()
9. ¿Cómo la eficacia de las Interrelaciones entre los trabajadores de la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()
10. ¿Cómo considera Ud. El nivel de Competencias entre los trabajadores?
- a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()
11. ¿Cuál es el nivel de Habilidades de los trabajadores?
- a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()
12. ¿Cuál es la Misión que pretende alcanzar la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()
13. ¿Conoce la Visión que debe alcanzar la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()
14. ¿Cuál es el Nivel de Posicionamiento de la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()
 - c. MALO _____ ()
15. ¿Cuál es el Nivel de Información de tenencia de ordenadores en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
 - b. BUENO _____ ()

- c. MALO _____ ()
16. ¿Cuál es la frecuencia de uso del Teléfono fijo, en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
17. ¿Cuál es la frecuencia de uso del teléfono Móvil en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
18. ¿Cuál es la frecuencia de uso del Smartphone en la empresa?,
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
19. ¿Cuál es la frecuencia de uso de las Tablet digitales, en la empresa?,
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
20. ¿Cómo es la frecuencia de uso del Intranet, en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
21. ¿Cómo es la frecuencia de uso del Extranet en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
22. ¿Cuál es la frecuencia de uso del Internet en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
23. ¿Cuál es la calidad de Servicios de a través de la red en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()

- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
24. ¿Cuál es Nivel de tenencia de Laboratorios en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
25. ¿Cómo es el Nivel de implementación de Bibliotecas digitales en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
26. ¿Cuál es la frecuencia de información significativa sobre ordenadores con acceso a internet en la empresa?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
27. ¿Cuál es la frecuencia de uso del internet por parte de los trabajadores de las PYMES?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
28. ¿Cuál es el nivel de tenencia de sitio web, redes sociales, clases virtuales en las PYMES?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
29. ¿Cuál es el nivel de tenencia de algún software en las PYMES?
- a. MUY BUENO _____ ()
- b. BUENO _____ ()
- c. MALO _____ ()
30. ¿Cuál es el nivel de uso de políticas de capacitación del personal en las TIC, en las PYMES?
- a. MUY BUENO _____ ()

b. BUENO _____ ()

c. MALO _____ ()

GRACIAS