



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Conocimiento y uso de Herramientas Tecnológicas en la  
Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Pizarro Pérez, Jerry Christopher (ORCID: [0000-0001-9996-2741](https://orcid.org/0000-0001-9996-2741))

**ASESOR:**

Dr. Espinoza de la Cruz, Manuel Antonio (ORCID: [0000-0001-6290-4484](https://orcid.org/0000-0001-6290-4484))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

CHIMBOTE - PERÚ

2021

## **Dedicatoria**

A mi estimada familia por su apoyo incondicional en todo momento.

A mis padres y hermanos, por su aliento a cada circunstancia para el cumplimiento de mis objetivos como profesional.

A mi querida madre, por inculcarme valores y ser una mejor persona, gracias por tus enseñanzas y consejos.

A Dante Pizarro y Marión Pizarro por acompañarme en todo el proceso educativo profesional.

## **Agradecimiento**

A nuestro creador por el regalo de la vida y la salud.

A los formadores de profesionales de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo.

Al docente Dr. Espinoza De La Cruz, Manuel Antonio y asesor Eddier Albino Flores Idrugo, por sus asesoría y enseñanzas en el presente trabajo de tesis.

El autor.

## Índice de Contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	IV
Índice de tablas .....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1 Tipo y diseño de Investigación	11
3.2 Variables y Operacionalización	11
3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	12
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
3.5 Procedimientos	14
3.6 Método de análisis de datos	14
3.7 Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS .....	15
V. DISCUSIÓN.....	26
VI. CONCLUSIONES .....	32
VII. RECOMENDACIONES .....	33
REFERENCIAS .....	34
ANEXOS.....	43

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b>	<i>Uso de equipos de hardware</i>	23
<b>Tabla 2:</b>	<i>Uso de herramientas de software</i>	24
<b>Tabla 3:</b>	<i>Uso de sistemas informáticos</i>	25
<b>Tabla 4:</b>	<i>Incorporación de Sistemas Informáticos</i>	26
<b>Tabla 5:</b>	<i>Uso de líneas de telefonía, equipos móviles</i>	27
<b>Tabla 6:</b>	<i>Difusión de productos y servicios</i>	28
<b>Tabla 7:</b>	<i>Uso de sistema de bases de datos</i>	29
<b>Tabla 8:</b>	<i>Incorporación de mecanismos de pagos</i>	30
<b>Tabla 9:</b>	<i>Servicios ofrecidos por la SBP</i>	31
<b>Tabla 10:</b>	<i>Incorporación de mecanismos de comunicación</i>	32
<b>Tabla 11:</b>	<i>Uso del chat o Messenger incorporado</i>	33

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figura 1:</b>	<i>Uso de equipos de hardware</i>	23
<b>Figura 2:</b>	<i>Uso de herramientas de software</i>	24
<b>Figura 3:</b>	<i>Uso de sistemas informáticos</i>	25
<b>Figura 4:</b>	<i>Incorporación de Sistemas Informáticos</i>	26
<b>Figura 5:</b>	<i>Uso de líneas de telefonía, equipos móviles</i>	27
<b>Figura 6:</b>	<i>Difusión de productos y servicios</i>	28
<b>Figura 7:</b>	<i>Uso de sistema de bases de datos</i>	29
<b>Figura 8:</b>	<i>Incorporación de mecanismos de pagos</i>	30
<b>Figura 9:</b>	<i>Servicios ofrecidos por la SBP</i>	31
<b>Figura 10:</b>	<i>Incorporación de mecanismos de comunicación</i>	32
<b>Figura 11:</b>	<i>Uso del chat o Messenger incorporado</i>	33

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo el objetivo general Describir el conocimiento y uso de las Herramientas Tecnológicas de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote. El trabajo de investigación fue del tipo cuantitativo y diseño descriptivo, para lo cual se utilizó una muestra de 48 trabajadores de Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, la duración de la encuesta fue de 13 a 18 minutos.

Los resultados obtenidos de la investigación indicaron que la Sociedad de Beneficencia Pública no usa las Herramientas Tecnológicas acorde a lo que las organizaciones vienen usando para una mejora en su gestión.

Se concluye que la Beneficencia Pública debe insertar dentro de su organización las capacitaciones para el conocimiento y uso de las Herramientas tecnológicas, mejorando así sus ventas y su imagen institucional.

**Palabras clave:** colaborador, población, Herramientas tecnológicas, investigación, imagen corporativa

## **Abstract**

The general objective of this research was to describe the knowledge and use of the Technological Tools of the Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote. The research work was of a quantitative and descriptive design, for which a sample of 48 workers of Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote was used, the survey was applied as a technique and the questionnaire as an instrument, the duration of the survey was from 13 to 18 minutes.

The results obtained from the research indicated that the Sociedad de Beneficencia Pública does not use the Technological Tools according to what the organizations are using to improve their management.

It is concluded that the Public Benefit Society should insert within its organization the training for the knowledge and use of the Technological Tools, thus improving its sales and its institutional image.

**Keywords:** collaborator, population, technological tools, research, corporate image.

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las organizaciones utilizan herramientas tecnológicas para maximizar su eficiencia y eficacia, el ininterrumpido progreso de las tecnologías en estos 10 años concurrenciosos ha permitido una gran transformación, específicamente en la incorporación de herramientas digitales en todos los ámbitos de la organización, lo que ha permitido mejorar la calidad de trabajo de las personas, incorporando nuevas modalidades y formas con el uso de software, del Smartphone, aplicaciones virtuales, y en distintas áreas como salud, seguridad, y especialmente a nivel empresarial, entre otros; esto ha conllevado a mejorar entre los colaboradores la comunicación de la empresa y al desarrollo de las empresas innovando no solo a nivel local, también internacional, conociendo sus productos y servicios. En este contexto existen herramientas de software los cuales son puestas en práctica con el fin de mejorar el rendimiento, automatizar los procesos y reducir el tiempo en que se ejecutan las actividades. Esto lo afirma Aumaille (2015), que establece el uso de aplicaciones tecnológicas, ofrecen una gran potencialidad a las empresas, ayudando a resolver problemas específicos, dentro de estas herramientas están los paquetes integrados, aplicaciones ofimáticas, bases de datos, entre otros, de igual manera la empresa Datadec. (2018) afirma que una herramienta tecnológica eficaz en manos capaces permite obtener resultados extraordinarios, las herramientas tecnológicas ayudan a las organizaciones a mejorar la rentabilidad, posicionando la compañía, adaptándose al futuro, mejorando sus procesos, para poder conseguir el éxito y la transformación digital, los CEOs deben estar en constante expectativa de las actualizaciones tecnológicas, así mismo Bocanegra (2010) afirma que el avance de las nuevas tecnologías no es distribuida de la misma manera en todas las empresas, éstas no solo se basa en el uso de la computadora y el internet, sino con herramientas que están orientadas a las áreas administrativas, y el perfil del cliente, así mismo Farinango (2017) las herramientas tecnológicas en la actualidad permiten un desarrollo en diferentes ámbitos y cumple un rol muy importante dentro de la comunicación. Dentro de lo indicado se ubica la comunicación digital y el surgimiento de nuevas profesiones (Socia Media Manager y Community Manager), éstas administran de manera estratégica la comunicación digital dentro de una empresa, por lo que su labor es trascendental y de gran impacto en la comunicación, así mismo Estrada, H. (2015), Las TICs son parte del día a día de

toda organización y colaborador, generando expectativas en todo tipo de empresa y sociedad, los gestores son quienes toman las decisiones pensando siempre en la planificación, desarrollo e implementación que requiere la organización, del mismo modo Hernández L. et al. (2016) En su artículo científico tecnologías de información y comunicación y profesionalización empresarial, publicado en la revista Espacios, destaca la importancia del uso de las TICs y como ésta brindar mejores procesos dentro de la organización, mediante los distintos niveles de una empresa, logrando rapidez y una buena confiabilidad dado a la agilización de los procesos internos de datos, por lo que favoreces a poder automatizar las operaciones, reduciendo tiempo y costos.

En este sentido, la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote no es ajena a los cambios tecnológicos de los últimos 10 años, por lo tanto se tiene una serie de problemas, la escasa comunicación con la sociedad Chimbotana, no utiliza aplicaciones tecnológicas, tales como página web, fanpage de Facebook para brindar información adecuada, los procesos son trabajados de manera manual, no incorpora herramientas de software, haciendo que la atención y la administración sea poco eficiente, a diferencia de la competencia, tal como lo es Lomas de la Paz. Las aplicaciones tecnológicas como herramientas, lograron ser un híbrido dentro de las ciencias informáticas, interactuando entre la imagen, la comunicación corporativa y la identidad, generando una perspectiva conceptual del consumidor hacia la organización. Por tal motivo la entidad requiere un estudio del conocimiento y uso de las herramientas tecnológicas por ser muy indispensable en la administración, gestión y operatividad de las actividades internas. En la localidad de Chimbote, han ido ganando terreno las herramientas tecnológicas dentro de las organizaciones, dado que el abastecimiento tecnológico aportaría en los colaboradores de la organización y mejorarían con las capacitaciones, adaptándose a las innovadoras tendencias en cuanto a tecnología se refiere. Sin embargo, ninguna herramienta tendría valor si estas no son usadas y aplicadas correcta y óptimamente en las organizaciones que las implementa; por ello es tan importante que a la par las instituciones incorporen nuevas tecnologías de comunicación, también se implemente un mecanismo de capacitación y manejo de herramientas tecnológicas por parte de los colaboradores. Por tal situación nos planteamos el siguiente problema.

¿Cuál es el nivel de conocimiento y uso de herramientas tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021?

Esta investigación se justifica teóricamente por que aportará a teorías existentes sobre el uso de herramientas tecnológicas en las organizaciones y la forma de cómo estas interactúan con las personas en las actividades establecidas, así mismo tiene una justificación práctica porque se describirán los mecanismos del uso de las herramientas tecnológicas en las organizaciones y de cómo estas ayudan a las personas a mejorar la eficacia y eficiencia de sus acciones laborales. Del mismo modo se tiene una justificación social porque permitirá brindar información relevante sobre la utilidad de herramientas de software en los trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote.

El presente informe considera el Objetivo General: Describir el conocimiento y uso de herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021, así mismo se considera los siguientes Objetivos específicos: Describir la estructura tecnológica en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021. Describir la interacción de las herramientas tecnológicas en productos y servicios de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021. Describir la interacción de las herramientas tecnológicas en las transacciones comerciales de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.

Describir los tipos de tecnologías que usan en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021. Habiendo detallado la realidad problema en los distintos ámbitos como el internacional y nacional, se pasó a describir los distintos antecedentes requeridos como las internacionales, nacionales y locales.

## II. MARCO TEÓRICO

Habiendo expuesto el contexto de la problemática, pasamos a describir los antecedentes; en el ámbito internacional se tiene a Ruiz (2015), en su artículo científico relacionado herramientas tecnológicas como instrumentos de gestión, concluye que las instituciones organizacionales que están presentes en este estudio, concuerdan que es de gran importancia las herramientas tecnológicas como medio relevante entre organización y empleado, dado que el 90% de los colaboradores aprendieron el uso de las herramientas tecnológicas además de poner en práctica dicho aprendizaje en la organización, mejorando en todo sentido la eficacia de la institución y brindando una mejor imagen organizacional, por lo que es de gran relevancia en el conocimiento que estas brindan. Sin embargo, no usan dichas herramientas de manera eficiente, debido a que no tienen conocimiento en el uso de la misma; así mismo tal como lo menciona Saavedra. et al (2013) en su artículo científico uso de las TICs en las PYMES, publicado en la revista Venezolana de Información, Las TICs , concluye que las PYMES en Mexico tienen bajas probabilidades de sobrevivencia en el largo plazo sino innovan con las herramientas tecnológicas, en cuanto a las herramientas tecnológicas usadas dentro de la organización, de las 19 que se usaron, destaca por encima el de conexiones de internet con 33.5%, (ERP) con 30.5%, (ABC) costeo basado en actividades con 28.4%, (EDI) intercambio electrónico de datos con proveedores con 19% y (EDI) intercambio electrónico con 18%, las TICs son importantes a nivel organizacional y del personal, ya que brinda capacidades de innovación, haciendo que se cumpla los objetivos de la empresa, creando estrategias competitivas diferenciales a otras organizaciones que no están a la vanguardia con las herramientas tecnológicas, del mismo modo, Okundaye et al (2019), en su artículo científico de la Revista de Economía, Finanzas y Ciencias Administrativas, indica que por muchos años las organizaciones en Nigeria se ha visto mermada por su ineficiencia al no implementar herramientas tecnológicas para una buena gestión, quedando rezagada en cuanto a competitividad., así mismo Riascos (2011) en su artículo científico relacionado a las herramientas tic como apoyo a la gestión, concluye está más que demostrado el avance tecnológico en cuanto a las técnicas TIC, como es el caso de la lógica difusa, redes neuronales, datamining, algoritmos genéticos, entre otras, siendo una herramienta eficaz el datamining, ya que es de

gran apoyo en la evaluación de desempeño, procesos de selección de personal y gestión de talento humano, mejorando la calidad de servicios y productos que brindan las empresas, del mismo modo, Jones et al. (2016) en su artículo científico indica que las pequeñas y medianas empresas, requieren de estar informados de las últimas actualizaciones o avances tecnológicos para poder competir en el mercado, para poder obtener la deseada mejora continua organizacional, no solo es ver lo financiero, sino también ver los objetivos cualitativos, cuan eficiente son los procesos, el tiempo de respuesta en la organización, pero se es sabido que en las pequeñas y medianas empresas, sus recursos hacen que no puedan estar actualizados conforme a la vanguardia de las grandes empresas hablando de tecnología se refiere, ya que las TICs van de la mano en la mejora de toda organización, por lo que es importante que todo microempresario conozca la importancia de las TICs. Por otro lado Chulvi y Ruiz (2008) en su artículo científico denominado La Dimensión Tecnológica para la innovación en la empresa, concluye que existe una serie de parámetros de innovación, que ayudan a las organizaciones a realizar una gestión sistemática, diferenciándose así una empresa de otra por su capacidad innovadora. La aplicación de estos parámetros brinda a las instituciones una estrategia de innovación que se incorporada a la gestión empresarial, siendo renovable, continua y sustentada en el conocimiento. Así mismo así mismo Gálvez et al (2014) en su artículo científico de la Revista Estudios Generales, indican en la inversión en herramientas tecnológicas generan un rendimiento óptimo y altamente positivo en toda organización, generando que toda empresa se mantenga activa empresarialmente, compitiendo con toda empresa y cumpliendo sus objetivos. Del mismo modo Morante (2007) en su artículo denominado Tecnología de información e innovación. Factores claves de la competitividad en las pequeñas y medianas empresas concluye que los constantes cambios en la dinámica organizacional ha producido que los sistemas se desarrollen de manera sistemática y continua, permitiendo cubrir las expectativas de las empresas, por lo que es importante el sistema de información que se proporciona, ésta enfocada a los objetivos de la empresa, viéndose favorecida por los avances en la tecnología (tic), en conclusión las empresas han logrado el éxito gracias a la implementación de nuevas TIC, buscando nuevos mercados para sus servicios y productos, obteniendo ventajas competitivas, del mismo modo Bocanegra (2010) en su artículo denominado el uso

de tecnología como ventaja competitiva en el micro y pequeño comercio, concluye que es indiscutible la diferencia entre el medio y gran comercio minorista, el micro y pequeño minorista los años de innovaciones tecnológicas ha tenido un impacto que ha quedado en un segundo plano. Esta revolución tecnológica, condujo una revolución comercial, manejando la parte operativa en toda actividad comercial, que va desde la elaboración del producto hasta el consumidor final, a través de la convergencia informática, electrónica y telecomunicaciones, ello implica el uso de todos los sistemas que agilizan y acortan el tiempo y costo del proceso comercial; del mismo modo En este contexto, Guña et al (2017) afirma que existen tipos de aplicaciones tecnológicas tales como redes sociales y páginas web, cuyos objetivos se centran en ahorrar tiempo y dinero al usuario, para ello se requiere un ordenador, laptop, smartphome, etc, así mismo Lillo et al. (2017), establece el impacto de las aplicaciones tecnológicas en una corporación, concluyendo que, en Latinoamérica las aplicaciones tecnológicas han sido de gran ayuda al desarrollo corporativo de distintas empresas y eso queda demostrado con la concentración solar, que pueden convertirse en una excelente alternativa, no solo como una reemplazo, sino como energía aislada, ayudando a comunidades rurales a su desarrollo; además Escaravajal (2019), concluye que los distintos medios tecnológicos son un buen soporte a la hora de realizar trabajos en el ámbito educativo y organizacional para poder sobrellevar una empresa y estar actualizado con las ultimas herramientas corporativas, aun el día de hoy son pocos las empresas y artículos que hacen referencia al uso de las aplicaciones tecnológicas en el deporte, tal como lo establece Velasteguí (2017) en su revista indexada relacionado a las herramientas tecnológicas al servicio de la gestión empresarial y administrativa, sostiene que las herramientas tecnológicas son indispensables en las organizaciones para mejorar su rendimiento, cada organización debe identificar las herramientas que deben implementarse en su institución para la mejor forma de brindar sus servicios y productos como la mejora de su gestión, haciendo que la organización se diferencia de las demás, en ese sentido Delgado et al. (2020), Establece la importancia de las aplicaciones tecnológicas en la gestión de la investigación, ya que para los universitarios es de gran utilidad las diferentes aplicaciones que existen como el internet, ésta proporciona distintas herramientas virtuales durante su proceso de investigación que los estudiantes utilizan las distintas aplicaciones como internet

que les proporciona una cantidad de herramientas digitales como ayuda durante el proceso investigativo. Concluye que, en materia de investigación, se ha desarrollado diferentes aplicaciones tecnológicas que hace de la gestión una forma óptima de usar las herramientas móviles, brindando seguridad y confianza, del modo Omwoma et al. (2017) en el artículo científico denominado Herramientas Tecnológicas para el desarrollo sostenible en países de desarrollo, de la revista científica *sustainable Chemistry and Pharmacy*, concluye que las herramientas tecnológicas son de gran importancia en la transferencia tecnológica, se debe de considerar la eliminación de las tecnologías obsoletas para no generar problemas; por otro lado Bullini et al. (2020) en su artículo científico denominado oportunismo tecnológico organizacional y redes sociales, de la revista científica *Journal of Bussines Research*, concluye que el marketing y el TI, como herramientas tecnológicas que más involucradas están en el proceso de detección y respuesta a los cambios tecnológicos, sin embargo resalta la importancia de la integración de otras funciones más digitalizadas como la producción, operaciones y cadenas de suministros, herramientas tecnológicas que en la actualidad son de bastante importancia en las organizaciones, así mismo así mismo Colin et al. (2015) en su artículo científico de la Revista *Procedia Computer Science*, refiere que las medianas y pequeñas empresas, requieren que los altos mandos implementen estrategias acorde a la actualidad, para poder tomar decisiones y obtener resultados positivos y que vayan acorde con los objetivos trazados por la organización, del mismo modo Yapar et al (2015), en su artículo científico de la Revista *Procedia - Ciencias Sociales y del Comportamiento*, afirma que las ventas online mediante la página web, permite a toda empresa optimizar sus productos y servicios, utilizando distintos medios de pagos existentes, y a los usuarios poder encontrar distintas formas para poder realizar sus compras, esta actividad debe ser para cualquier tipo de empresa, del mismo modo Walker, Saffu, y Mazurek (2016) en su artículo científico de la Revista *Comercio del Internet*, indica que las organizaciones juegan un papel importante en los objetivos de económicos y sociales, compiten constantemente entre sí, y con la segmentación del mercado actual, esto debido a las herramientas tecnológicas que van mejorando o actualizándose , siendo lo más importante el desenvolvimiento de cada empresa frente al mercado, tal como menciona Hirsch et al (2015) en la Revista científica

Suma de Negocios, donde hablar la tecnología en las empresas de manufactura en México, indicando que las organizaciones deben aprovechar todas las oportunidades que brinda estar actualizado con las mejores herramientas tecnológicas, ya que estas herramientas permiten diferenciar de otras empresas, y permiten tener objetivos alcanzables.

Así mismo Yina et al. (2018) en su investigación relacionado a cómo influye el uso de las herramientas tecnológicas en la logística, concluyen que el uso de herramientas tecnológicas en establecimientos de comercio como lo son en este caso en las salsamentarías es fundamental para la buena administración y control del negocio, pues de acuerdo a la investigación realizada nos dimos cuenta que en la recolección de datos a través de las encuestas las personas en general tienden a ser muy reservados con el tipo de información que comparten y a pesar de la poca información obtuvimos diferentes datos que nos permitieron comprobar la hipótesis de que el uso de herramientas tecnológicas facilita el tratamiento de datos y puede llevar al éxito o al fracaso un establecimiento; del mismo modo Apaza (2018) en su investigación determinó si existe la relación entre el desempeño del colaborador y las herramientas tecnológicas, y los resultados concluyeron que existe una significativa correlación y una moderada relación entre herramientas tecnológicas y desempeño, refiriendo que a mayor nivel de herramientas mayor desempeño, así mismo Galo (2019) en su artículo científico relacionado a las TICS en las empresas: evolución de la tecnología en las organizaciones, concluye que la capacidad de gestión de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), proporcionan una ventaja competitiva, y no tanto las capacidades técnicas o la infraestructura. Es fundamental el análisis de los factores afectados por la implementación de un nuevo producto tecnológico, para saber cuál ha de ser la estrategia que debe adoptar la organización frente al cambio, pero ciertamente es imperioso que la organización empresarial vaya de la mano con la evolución de la sociedad, los avances tecnológicos y la globalización, del mismo modo Salinas (2016) en su tesis Herramientas de marketing digital, afirma que las empresas se encuentran en constantes cambios, donde es importante innovar, para suplir las necesidades de los usuarios y establecer una imagen ante los clientes, así mismo Álvarez et al (2017) en su artículo científica de la Revista Latina de Comunicación Social, investiga sobre las exigencias organizacionales en cuanto a tecnologías,

por lo que se requiere en un futuro exigencias laborales o expertos en la materia que vayan acorde a los objetivos o necesidades que requieren las empresas.

Así mismo en el ámbito local, Melgarejo (2019) en su investigación sobre implementación de un sistema de información web concluye que, dado los resultados de la investigación, los trabajadores de la farmacia no están satisfecho con la funcionalidad del sistema que manejan actualmente por lo que se requiere implementar el sistema de información web para poder mejora procesos en las distintas áreas beneficiando varios aspectos de la empresa.

Después de describir los antecedentes encontrados, también se tienen teorías relacionadas a la variable de estudio tales como:

La comunicación digital nació de la evolución constante de las TICs, lo que en la actualidad las organizaciones usan por su determinante cambio cultural y su adopción a cualquier tipo de empresa, tal como lo indica Yapar, et al. (2015), las TIC han mejorado el conocimiento en los colaboradores dentro de la organización, mejorando también a nivel individual su productividad, por lo que el desarrollo general de la organización y del individuo cambian positivamente.

Percepción de las tecnologías: Las herramientas tecnológicas han tenido un papel importante en las organizaciones, tal como lo indica Wart et al (2017) en su revista científica Telemática e Informática, indican que el nivel de los colaboradores en la organización es fundamental, especialmente en la toma de decisión de querer implementar o no herramientas tecnológicas, tal como lo señala Rodríguez et al (2017), en su Revista de Sistemas de Información y Gestión de la Tecnología que indica que la correcta gestión en una transformación de los negocios de una organización y su crecimiento, se debe a su correcto asesoramiento y eficacia de sus utilidades.

Aplicaciones Web: Según Pérez (2011), lo define como un conjunto de códigos que ejecutan procesos y transacciones a través de las comunicaciones, así mismo

Marketing Digital: según Ríos (2017) en su entrevista a Philip Kotler, establece que el marketing es un proceso administrativo y social, en donde individuos y grupos obtienen lo que desean y necesitan, a través del intercambio de productos con valor, el marketing permite anticipar la estructura de la demanda de un mercado.

Recopilando lo que dijo el padre del marketing, indica que el marketing 1.0 es para llegar a la mente del consumidor, el 2.0, alcanza sus sentimientos (corazón) y el 3.0 es donde se cuida ese sentimiento del consumidor, por lo que no puede saltarse el proceso, ya que se debe recorrer de manera sistemática.

Aplicaciones Virtuales: Según Aumaille (2015) afirma que “Las aplicaciones ofrecen una variedad de recursos que potencias a una organización, ya que resuelven distintos problemas laborales, la aplicación tecnológica para páginas WEB: Son herramientas que permiten la publicación de información empresarial y que permiten su actualización permanente, estas herramientas permiten interactuar con otros programas tales como base de datos, efectos especiales, diseño gráfico, audio y video, permiten mostrar información relevante de la empresa tales como los productos y servicios, permitiendo la interacción con los clientes y público en general.

Aplicaciones de Software: Según Rodríguez (2017) “Son recursos informáticos que permiten la interacción entre equipos electrónicos y las personas, favoreciendo de esta manera el acceso y apoyo en diferentes actividades que las personas realizan, la gran mayoría de ellas tiene acceso a internet.

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC): Según la Comisión Europea (2017) se define aquellas aplicaciones, servicios y tecnologías que usan programas informáticos y equipos, transmitiéndose a través de redes de telecomunicaciones, así mismo las TICs no solo son computadoras y sistemas informáticos, abarca un amplio sistema de redes que permiten una comunicación constante, manteniendo interacción entre interlocutores.

Adopción de las tecnologías: Las organizaciones tienen un gran desafío en la actualidad, López y Monroy (2013), en su artículo científico de la revista INNOVAR, indica que existe un mejoramiento en su gestión de las organizaciones con la adaptación de las tecnologías, aceptar estas tecnologías es estar a la vanguardia y crecer a nivel organizacional, mejorando a su vez las capacidades y habilidades de sus colaboradores.

### III. METODOLOGÍA

#### a. Tipo y diseño de Investigación

Tipo:

El tipo de la investigación fue aplicada, porque estuvo dirigido a encontrar un conocimiento específico permitiendo comprender aspectos fundamentales de fenómenos y hechos observables entre los entes. Concytec (2018).

Diseño:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), fue del tipo descriptivo y diseño no experimental ya que no se manipularon las variables por parte del investigador, así mismo es transversal porque se recogió información en un tiempo determinado.

Por lo expuesto el diagrama de diseño de la investigación fue el siguiente:

Esquema:

Donde:

M — O — D

Donde:

M = Muestra.

O = Observación.

D = Descripción.

#### b. Variables y Operacionalización

La variable de estudio para esta investigación es:

x: Conocimiento y uso de Herramientas Tecnológicas,

La siguiente investigación consideró como variable al Conocimiento y uso de Herramientas Tecnológicas, teniendo en cuenta sus dimensiones: Estructura Tecnológica, Interacción con productos y servicios, transacciones comerciales, tecnología, siendo su definición conceptual, operacional e indicadores de la siguiente manera:

Dentro de la definición conceptual de la variable, son todo tipo de medios electrónicos digitales y de comunicación que permiten a las organizaciones mejorar su relación con el mercado, de tal manera que mejore su participación.

Por otro lado, se consideró la definición operacional que permitirá medir a la variable mediante un cuestionario de 20 preguntas en 04 dimensiones (Estructura Tecnológica, Interacción con producto o servicio, Transacciones comerciales y Tecnología), así mismo se identificaron los siguientes indicadores: Primero Estructura Tecnológica con sus indicadores Hardware y software Recursos Humanos y Dirección, la segunda dimensión Interacción con producto o servicio con sus indicadores Producto/Servicio, Cliente y Comercial, el tercer indicador Transacciones comerciales con indicadores tales como Sistemas de ventas, Mercado y Relaciones Públicas, y por último, la dimensión Tecnología con sus indicadores Páginas web, Redes Sociales y Sistema de Comunicación

### **c. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis**

#### **Población.**

Estuvo constituida por los 48 trabajadores de la Beneficencia Pública de Chimbote. Según Arias (2012) define como “conjunto infinito o finito de elementos con características idénticas lo que hace que las conclusiones de una investigación sean extensivas.”

#### **Muestra**

La muestra poblacional, fue del tipo no probabilístico por lo que se tomó a la población de 48 trabajadores de la Beneficencia Pública de Chimbote como muestra del estudio.

Según Tamayo (2006), define la muestra como: “el conjunto de operaciones que se llevan a cabo para estudiar determinados de una población, partiendo del proceso de observación poblacional.”

#### **Criterios de Inclusión**

- Personal administrativo que estuvo laborando mínimo 03 meses.

#### Criterios de exclusión

- Personal administrativo que fue recientemente incorporado a la Institución.
- Personal administrativo que estuvieron de permiso o cumpliendo vacaciones.
- Personal imposibilitado por enfermedad.

#### **d. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

Técnicas: La técnica empleada para la obtención de datos fue la encuesta, definida por Hernández (2014) como, parte del proceso para obtener información mediante preguntas formuladas, para registrar situaciones o acontecimientos o conducta humana, con el objetivo de procesarlos y analizarlos.

Instrumentos: El instrumento utilizado fue el cuestionario, en relación a las dimensiones de la variable de estudios, el cual sirve para obtener información de situaciones o contextos a sujetos que constituyen la unidad de análisis de estudio (Hernández, 2014).

El cuestionario para identificar las Herramientas Tecnológicas utilizadas por la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, cuenta con 20 ítems, con una valoración de 1 a 5 puntos: Siempre = 5, Casi siempre = 4, Algunas Veces = 3, Pocas Veces = 2, Nunca = 1, los cuales están organizados en función a sus 4 dimensiones (Estructura Tecnológica, interacción con producto o servicio, transacciones comerciales y tecnología).

#### **Validez y confiabilidad del Instrumento**

##### **Validez**

La validación del instrumento se efectuó mediante el juicio de expertos, para lo cual se contó con 03 expertos en el ámbito y experiencia de la administración.

Según Hernández (2014), afirma que: "Todo instrumento debe ser valorado y evaluado para poder tener una mayor evidencia de su contenido y de esa manera realizar mediciones más eficaces."

Validación por juicio de expertos: según el Experto 1: Dr. Domínguez Moreno Miguel A. calificó al instrumento como Alto, el experto 2: Mg. Ramos Flores

Fransheska A. calificó como Alto y el Experto 3: Mg. Ladero Moreno Milagros J. calificó como Alto.

## **Confiabilidad**

Para la confiabilidad se utilizó la prueba de Alfa de Cronbach, que según Hernández (2014) es el grado en que un instrumento es evaluado para obtener información consistente y resultados similares. El instrumento Herramientas Tecnológicas obtuvo un valor de Alfa de Cronbach de ,847, con un total de elementos de 48, lo que indica que el instrumento es altamente confiable.

### **e. Procedimientos**

Para el desarrollo de esta investigación, en primer lugar, se elaboró, los instrumentos tales como el cuestionario, se realizó la validación con 03 expertos Licenciados en Administración, luego se solicitó el permiso a la Beneficencia Pública para aplicar los instrumentos, posteriormente se procesaron con herramientas de software estadísticos, se analizaron y finalmente se presentaron los resultados, en tablas y gráficos.

### **f. Método de análisis de datos**

Se utilizó la estadística descriptiva manejando tablas y figuras para la representación de resultados, el proceso de análisis de datos se realizó mediante software especializados como Microsoft Excel 2016, y Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 24.

### **g. Aspectos éticos**

En esta Investigación se respetó la información proporcionada por la Beneficencia Pública de Chimbote, sin alterar información y resultados obtenidos, los cuales fueron trabajados por veracidad, objetividad y transparencia, negando cualquier escenario o evento de plagio.

#### IV. RESULTADOS

**Objetivo General: Describir el conocimiento y uso de herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.**

**Tabla 1**

*Uso de equipos de Hardware*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	14,6
Pocas veces	5	10,4
Algunas veces	8	16,7
Casi Siempre	15	31,3
Siempre	13	27,1
Total	48	100,0

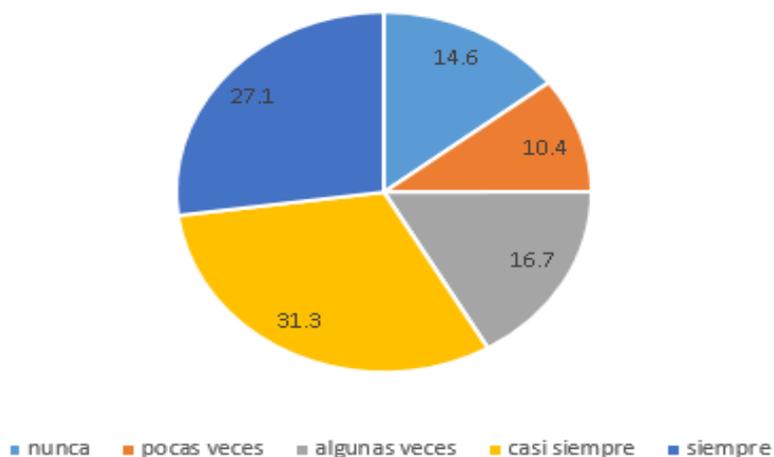
*Nota.* Base de datos del estudio

#### **Interpretación:**

De los resultados obtenidos se aprecia que el 31,3% del personal estableció que casi siempre usa equipos de hardware como computadoras e impresoras, un 27.1% refirió que siempre lo usa y un 10.4% lo usaron pocas veces.

**Figura 1**

*Uso de equipos de Hardware*



**Tabla 2**

*Uso de herramientas de software para soporte administrativo*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	14,6
Pocas veces	12	25,0
Algunas veces	6	12,5
Casi Siempre	12	25,0
Siempre	11	22,9
<hr/>		
Total	48	100,0

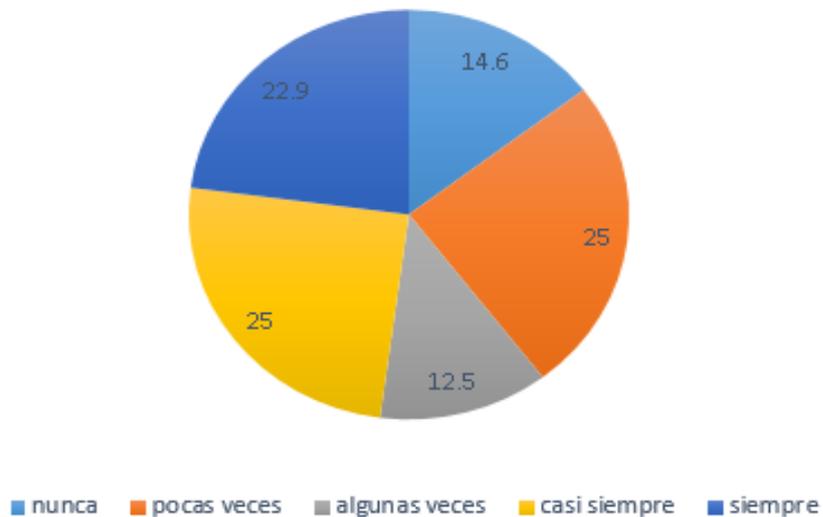
*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 25% del personal estableció que casi siempre usa herramientas de software para soporte administrativo, un 25% refirió que pocas veces lo usa y un 12.5% lo usaron algunas veces.

**Figura 2**

*Uso de herramientas de software para soporte administrativo*



**Tabla 3**

*Uso de sistemas informáticos para la toma de decisiones*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	14	29,2
Pocas veces	19	39,6
Algunas veces	7	14,6
Casi Siempre	3	6,3
Siempre	5	10,4
Total	48	100,0

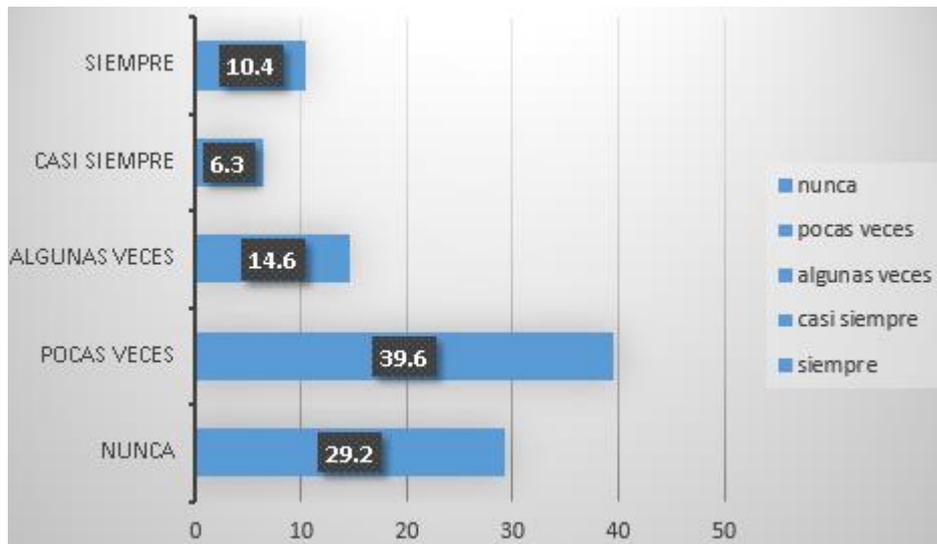
*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 39,6% del personal estableció que pocas veces usan sistemas informáticos para la toma de decisiones, un 29,2% refirió que nunca usan y un 6,3% lo usaron casi siempre.

**Figura 3**

*Uso de sistemas informáticos para la toma de decisiones*



**Objetivo específico 1: Describir la estructura tecnológica en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.**

**Tabla 4**

*Incorporación de Sistemas Informáticos para el control de los Recursos Humanos y Económicos*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	9	18,8
Pocas veces	17	35,4
Algunas veces	6	12,5
Casi Siempre	8	16,7
Siempre	8	16,7
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,0</b>

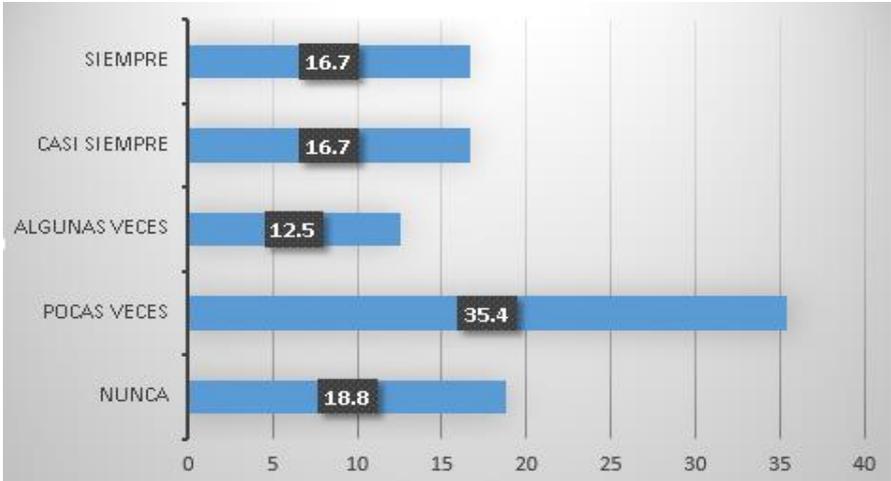
*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 35,4% del personal estableció que pocas veces incorporan sistemas informáticos para el control de los recursos humanos y económicos, un 18,8% refirió que nunca lo incorporan y un 12,5% indicaron que algunas veces lo incorporan.

**Figura 4**

*Incorporación de Sistemas Informáticos para el control de los Recursos Humanos y Económicos*



**Tabla 5**

*Uso de líneas de telefonía, equipos móviles y medios de comunicación por internet, proporcionados por la SBP*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	10	20,8
Pocas veces	5	10,4
Algunas veces	4	8,3
Casi Siempre	15	31,3
Siempre	14	29,2
Total	48	100,0

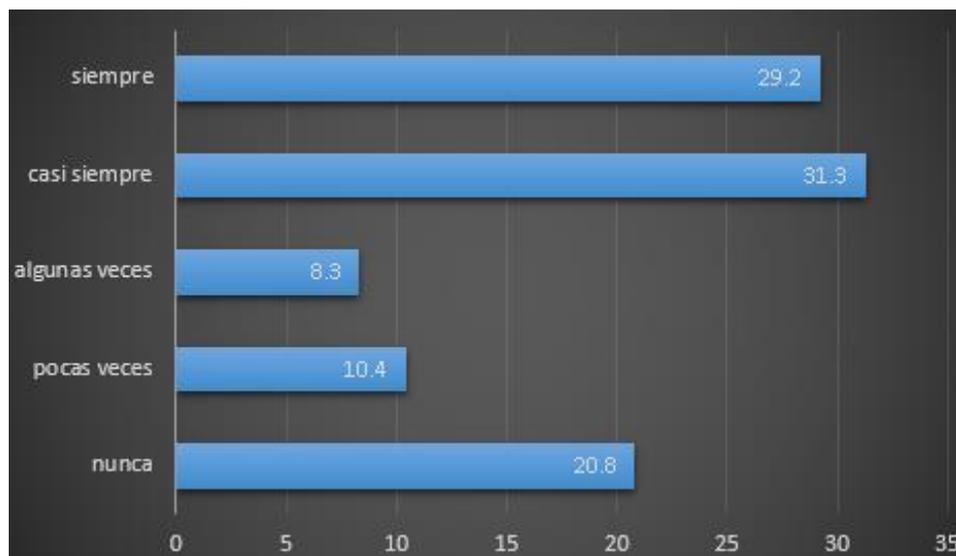
*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 31,3% del personal estableció que casi siempre usan líneas de telefonía, equipos móviles y medios de comunicación por internet proporcionados por la SBPCH, un 29,2% refirió que siempre usan y un 8,3% lo usan algunas veces.

**Figura 5**

*Uso de líneas de telefonía, equipos móviles y medios de comunicación por internet, proporcionados por la SBP*



**Objetivo Específico 2: Describir la interacción de las herramientas tecnológicas en productos y servicios de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.**

**Tabla 6**

*Difusión de productos y servicios utilizando estrategias publicitarias*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	12,5
Pocas veces	14	29,2
Algunas veces	5	10,4
Casi Siempre	11	22,9
Siempre	12	25,0
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,0</b>

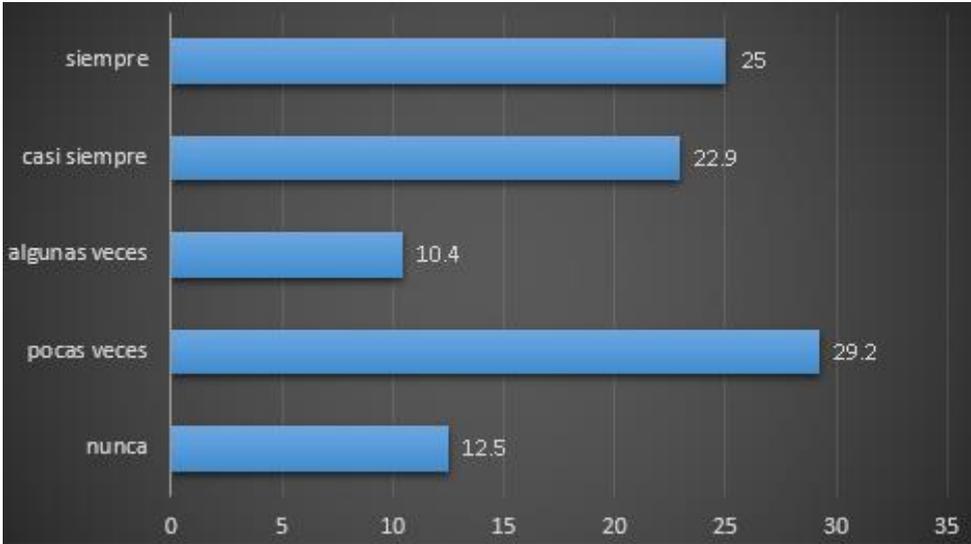
*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 29,2% del personal estableció que pocas veces difunden los productos y servicios utilizando estrategias publicitarias, un 25% refirió que siempre lo difunden y un 10,4% algunas veces lo difundieron.

**Figura 6**

*Difusión de productos y servicios utilizando estrategias publicitarias*



**Tabla 7**

*Uso de sistema de bases de datos que permita obtener información de forma rápida y eficaz sobre clientes*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	14,6
Pocas veces	12	25,0
Algunas veces	5	10,4
Casi Siempre	9	18,8
Siempre	15	31,3
Total	48	100,0

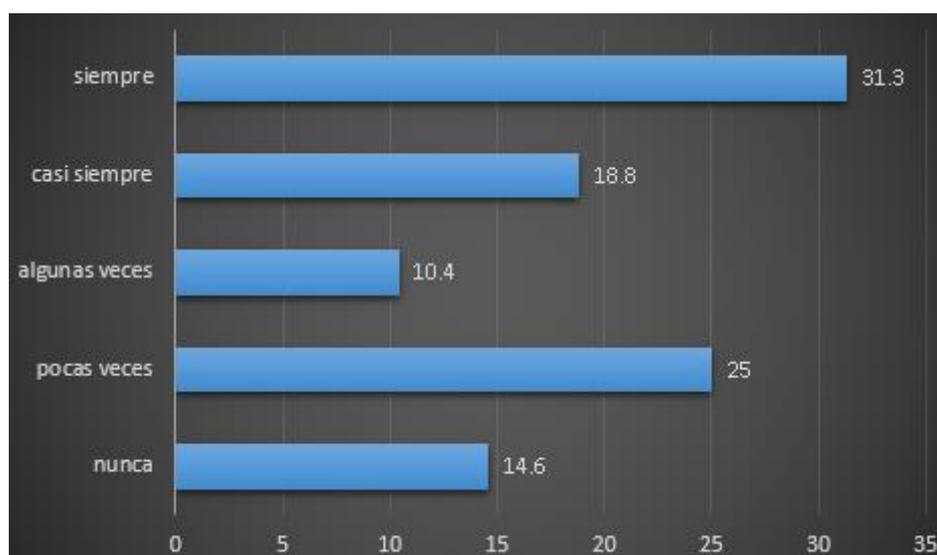
*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 31,3% del personal estableció que siempre líneas de telefonía, equipos móviles y medios de comunicación por internet proporcionados por la SBPCH, un 25% refirió que pocas veces lo usaron y un 10,4% algunas veces.

**Figura 7**

*Uso de sistema de bases de datos que permita obtener información de forma rápida y eficaz sobre clientes*



**Objetivo Específico 3: Describir la interacción de las herramientas tecnológicas en las transacciones comerciales de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.**

**Tabla 8**

*Incorporación de mecanismos de pagos de servicios a través de tarjetas publicitarias*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	11	22,9
Pocas veces	14	29,2
Algunas veces	12	25,0
Casi Siempre	9	18,8
Siempre	2	4,2
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>100,0</b>

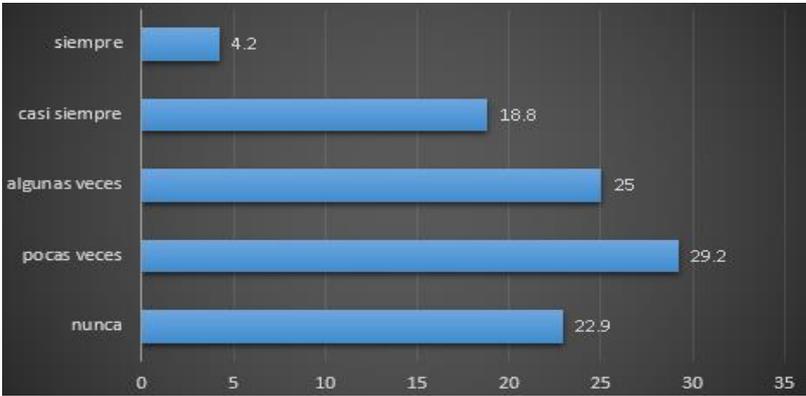
*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 29,2% del personal estableció que pocas veces incorporan mecanismos de pagos de servicios a través de tarjetas, un 25% refirió que algunas veces lo incorporan y un 4,2% indicaron que siempre lo incorporan.

**Figura 8**

*Incorporación de mecanismos de pagos de servicios a través de tarjetas publicitarias*



**Tabla 9**

*Servicios ofrecidos por la SBP permiten atender a sus clientes que requieren servicio en cualquier lugar de nuestro país*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	10,4
Pocas veces	11	22,9
Algunas veces	4	8,3
Casi Siempre	18	37,5
Siempre	10	20,8
Total	48	100,0

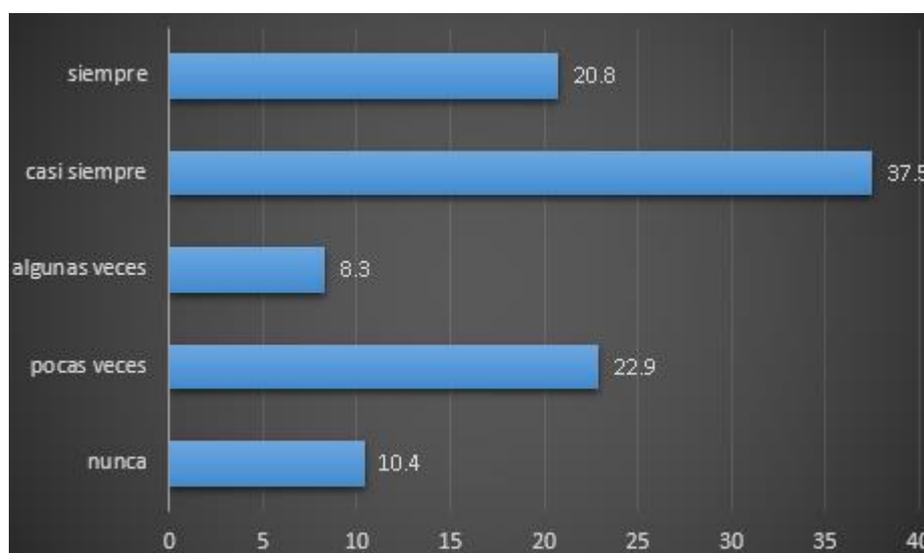
*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:**

De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 37,5% del personal estableció que casi siempre los servicios ofrecidos por la SBPCH permiten atender a sus clientes que requieren servicio en cualquier lugar de nuestro país, un 22,9% refirió que pocas veces permite atender y un 8,3% indicaron que algunas veces.

**Figura 9**

*Servicios ofrecidos por la SBP permiten atender a sus clientes que requieren servicio en cualquier lugar de nuestro país*



**Objetivo Específico 4: Describir los tipos de tecnologías que usan en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.**

**Tabla 10**

*Incorporación de mecanismos de comunicación con la sociedad a través de las redes sociales.*

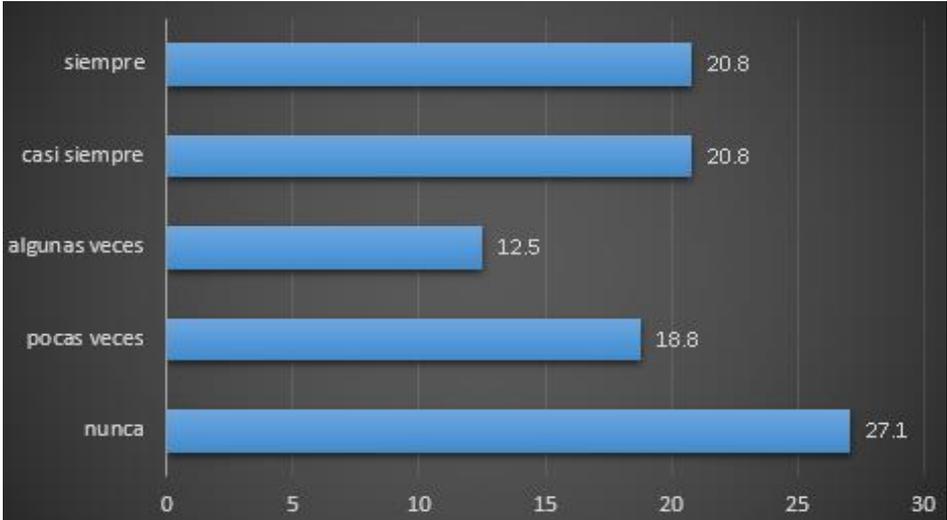
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	13	27,1
Pocas veces	9	18,8
Algunas veces	6	12,5
Casi Siempre	10	20,8
Siempre	10	20,8
Total	48	100,0

*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:** De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 20,8% del personal estableció que siempre incorporan mecanismos de comunicación con la sociedad a través de las redes sociales, un 27% refirió que nunca lo incorporan y un 12,5% indicaron que algunas veces lo incorporan.

**Figura 10.**

*Incorporación de mecanismos de comunicación con la sociedad a través de las redes sociales.*



**Tabla 11**

*Uso del chat o Messenger incorporado en la página Web de la SBP para interactuar con los clientes.*

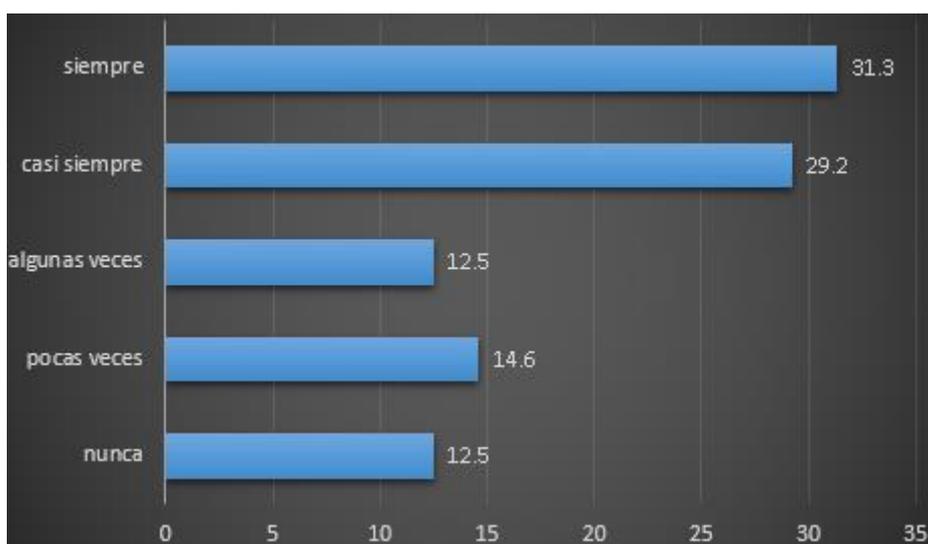
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	12,5
Pocas veces	7	14,6
Algunas veces	6	12,5
Casi Siempre	14	29,2
Siempre	15	31,3
Total	48	100,0

*Nota.* Base de datos del estudio

**Interpretación:** De los resultados obtenidos se puede apreciar que el 31,3% del personal estableció que siempre usan el chat o Messenger incorporado en la página web para interactuar con los clientes, un 29,2% refirió que casi siempre lo usan y un 12,5% indicaron que nunca lo incorporan.

**Figura 11**

*Uso del chat o Messenger incorporado en la página Web de la SBP para interactuar con los clientes.*



## V. DISCUSIÓN

Se determinó el nivel de conocimiento y uso de herramientas tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, del procesamiento y descripción de los datos estadísticos recogidos, Se evidencia en la tabla 1 que los trabajadores de la SBPCH manifiestan que casi siempre usan equipos de hardware como computadoras e impresoras con un 33,3% y un 10,4% indicaron que pocas veces, además se observa en la tabla 2 que los trabajadores de la SBPCH manifiestan que casi siempre usan herramientas de software para soporte administrativo y solo un 12,5% indicaron que algunas veces. En base a los resultados podemos indicar que los trabajadores tienen un conocimiento medio de las herramientas tecnológicas, además no tienen experiencia en su uso ya que tienen poca experiencia en cuanto a tecnología, desaprovechando las oportunidades que ofrece el conocimiento de herramientas tecnológicas, se concluye que los trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote desconocen en su mayoría sobre las herramientas tecnológicas y los beneficios de la misma, siendo ésta fundamental en una empresa para su crecimiento y logro de objetivos, como lo indica Morante. L (2007) en su artículo denominado Tecnología de información e innovación. Factores claves de la competitividad en las pequeñas y medianas empresas concluye que los constantes cambios en la dinámica organizacional ha producido que los sistemas se desarrollen de manera sistemática y continua, permitiendo cubrir las expectativas de las empresas, por lo que es importante el sistema de información que se proporciona, ésta enfocada a los objetivos de la empresa, viéndose favorecida por los avances en la tecnología (tic), en conclusión las empresas han logrado el éxito gracias a la implementación de nuevas TIC, buscando nuevos mercados para sus servicios y productos, obteniendo ventajas competitivas, del mismo modo Aumaille (2015), que establece el uso de aplicaciones tecnológicas, ofrecen una gran potencialidad a las empresas, ayudando a resolver problemas específicos, dentro de estas herramientas están los paquetes integrados, aplicaciones ofimáticas, bases de datos, entre otros, de igual manera la empresa, así mismo Bocanegra (2010) afirma que el avance de las nuevas tecnologías no es distribuida de la misma manera en todas las empresas, éstas no solo se basa en el uso de la computadora y el internet, sino con herramientas que están orientadas a las áreas administrativas, y el perfil del cliente.

Se describió la estructura tecnológica en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, de los datos obtenidos se evidencia en la tabla 4, que el 35,4% del personal de la SBPCH pocas veces incorporan sistemas informáticos para el control de los recursos humanos y económicos y un 12,5% algunas veces incorporan sistemas informáticos, además en la tabla 5, el 31,3% de los trabajadores establece que casi siempre usan líneas de telefonía, equipos móviles y medios de comunicación por internet proporcionados por la SBPH y solo un 8,3% lo usan algunas veces, de estos datos se puede establecer que el personal administrativo y directorio de la SBPCH no tienen el conocimiento de la estructura tecnológica de la institución, actualmente es necesario e imprescindible que el personal administrativo y directorio de la SBPCH conozcan y usen las distintas herramientas como software, hardware, o sistemas informáticos para áreas como recursos humanos o para la toma de decisiones ya que son muy importantes en el desarrollo de las organizaciones, pues no solo deben beneficiarse de las herramientas tecnológicas, sino que además deben anticiparse a los cambios del futuro. Sin lugar a dudas las herramientas tecnología tiene un efecto enorme en las organizaciones y los colaboradores, como lo menciona Rodríguez (2014) “Son recursos informáticos que permiten la interacción entre equipos electrónicos y las personas, favoreciendo de esta manera el acceso y apoyo en diferentes actividades que las personas realizan, la gran mayoría de ellas tiene acceso a internet, así mismo Estelio et.al (2020), en su artículo científico relacionado a Implementación de plataformas de servicios de datos, sostiene que las herramientas tecnológicas son indispensables en las organizaciones para mejorar su rendimiento, cada organización debe identificar las herramientas que deben implementarse en su institución para la mejor forma de brindar sus servicios y productos como la mejora de su gestión, haciendo que la organización se diferencia de las demás, así mismo Lillo et all. (2017), establece el impacto de las aplicaciones tecnológicas en una corporación, concluyendo que, en Latinoamérica las aplicaciones tecnológicas han sido de gran ayuda al desarrollo corporativo de distintas empresas y eso queda demostrado con la concentración solar, que pueden convertirse en una excelente alternativa, no solo como un reemplazo, sino como energía aislada, ayudando a comunidades rurales a su desarrollo.

Se describió la interacción de las herramientas tecnológicas en productos y servicios de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, de los datos obtenidos se evidencia en la tabla 6, que el 29,2% del personal indica que casi siempre se difunde los productos y servicios utilizando estrategias publicitarias y solo un 10,4% refiere que algunas veces se difunden, además en la tabla 7, un 31.3% de los trabajadores indica que siempre utilizan sistemas de base de datos que permitan obtener información de forma rápida y eficaz sobre clientes y solo un 10,4% refieren que algunas veces utilizan sistemas de base de datos, de estos datos se puede establecer que la interacción de las herramientas tecnológicas en productos y servicios por parte de los colaboradores de la SBPCH es mediana por lo que es necesario replantear y mejorar la interacción de sus productos y servicios en todos los medios necesarios que existen en la actualidad, para poder competir con empresas del mismo rubro, la SBPCH no se beneficia de las herramientas tecnológicas que existen y dan a explotar los recursos profesionales de una organización, así mismo Galo, E (2017) en su artículo científico relacionado a las TICs en las empresas: evolución de la tecnología en las organizaciones, concluye que la capacidad de gestión de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), proporcionan una ventaja competitiva, y no tanto las capacidades técnicas o la infraestructura. Es fundamental el análisis de los factores afectados por la implementación de un nuevo producto tecnológico, para saber cuál ha de ser la estrategia que debe adoptar la organización frente al cambio, pero ciertamente es imperioso que la organización empresarial vaya de la mano con la evolución de la sociedad, los avances tecnológicos y la globalización, Estelio et.al (2020), en su artículo científico relacionado a Implementación de plataformas de servicios de datos, sostiene que cada organización debe identificar las herramientas que deben implementarse en su institución para la mejor forma de brindar sus servicios y productos como la mejora de su gestión, haciendo que la organización se diferencie de las demás. en ese sentido, de igual manera la empresa Datadec. (2018) afirma que una herramienta tecnológica eficaz en manos capaces permite obtener resultados extraordinarios, las herramientas tecnológicas ayudan a las organizaciones a mejorar la rentabilidad así mismo Según Aumaille (2015) afirma que “Las aplicaciones ofrecen una variedad de recursos que potencian a una organización, ya que resuelven distintos problemas laborales, la aplicación

tecnológica para páginas WEB: Son herramientas que permiten la publicación de información empresarial y que permiten su actualización permanente, estas herramientas permiten interactuar con otros programas tales como base de datos, efectos especiales, diseño gráfico, audio y video, permiten mostrar información relevante de la empresa tales como los productos y servicios, permitiendo la interacción con los clientes y público en general.

Se describió interacción de las herramientas tecnológicas en las transacciones comerciales de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, de los datos obtenidos se evidenció en la tabla 8, que el 29,2% del personal indicó que pocas veces incorporan mecanismos de pagos a través de tarjetas y solo un 4,2% indica que siempre lo incorporan, además en la tabla 9, un 37,5% indicaron que casi siempre los servicios ofrecidos por la SBPCH permiten atender a sus clientes que requieren servicio en cualquier lugar de nuestro país y solo un 8,3% algunas veces los servicios ofrecidos por la SBPCH permiten atender a sus clientes que requieren servicio en cualquier lugar de nuestro país, de estos datos se puede establecer que la organización no tiene una buena interacción de las herramientas tecnológicas en las transacciones comerciales, los colaboradores desconocen si su empresa brinda o tiene incorporado mecanismos de pagos online y si brindan servicios en cualquier lugar del país, sabiendo que la mejor publicidad es la comunicación, por lo que la SBPCH tiene un arduo trabajo para poder capacitar a los trabajadores en cuanto a las herramientas tecnológicas comerciales, y puedan brindar un mejor servicio y tener un mejor conocimiento de las herramientas, así mismo Según Rodríguez (2014) "Son recursos informáticos que permiten la interacción entre equipos electrónicos y las personas, favoreciendo de esta manera el acceso y apoyo en diferentes actividades que las personas realizan, la gran mayoría de ellas tiene acceso a internet, del mismo modo Galo, E (2017) en su artículo científico relacionado a las TICS en las empresas: evolución de la tecnología en las organizaciones, concluye que la capacidad de gestión de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), proporcionan una ventaja competitiva, y no tanto las capacidades técnicas o la infraestructura. Es fundamental el análisis de los factores afectados por la implementación de un nuevo producto tecnológico, para saber cuál ha de ser la estrategia que debe adoptar la organización frente al cambio,

pero ciertamente es imperioso que la organización empresarial vaya de la mano con la evolución de la sociedad, los avances tecnológicos y la globalización.

Se describió los tipos de tecnologías que usan en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, de los datos obtenidos se evidenció en la tabla 10, que el 27,1% indicaron que nunca incorporan mecanismos de comunicación con la sociedad a través de las redes sociales y solo un 12,5% indicaron que algunas veces lo incorporan, además en la tabla 11, un 31,3% indicaron que siempre usan el chat o Messenger incorporado en la página web de la SBPCH para interactuar con los clientes y solo un 12,5% indicaron que nunca lo usan, de los datos obtenidos se puede establecer que la organización usa los tipos de tecnologías que se usan en la actualidad en los negocios, tales como msn , además de mecanismos de comunicación, siendo muy importante en la actualidad para poder darse a conocer en la sociedad en un ámbito local , regional inclusive nacional, aunque aún tienen un camino largo para implementar en su organización otros tipos de tecnología que ayudarían a distintas áreas y mejorar su gestión en todos los sentidos, así mismo Guaña et al (2017) afirma que existen tipos de aplicaciones tecnológicas tales como redes sociales y páginas web, cuyos objetivos se centran en ahorrar tiempo y dinero al usuario, para ello se requiere un ordenador, laptop, smartphone, del mismo modo Bullini et al. (2020) en su artículo científico denominado oportunidad tecnológica organizacional y redes sociales, de la revista científica Journal of Bussines Research, concluye que el marketing y el TI, como herramientas tecnológicas que más involucradas están en el proceso de detección y respuesta a los cambios tecnológicos, sin embargo resalta la importancia de la integración de otras funciones más digitalizadas como la producción, operaciones y cadenas de suministros, herramientas tecnológicas que en la actualidad son de bastante importancia en las organizaciones, por otro lado Omwoma et al. (2017) en el artículo científico denominado Herramientas Tecnológicas para el desarrollo sostenible en países de desarrollo, de la revista científica sustainable Chemistry and Pharmacy, concluye que las herramientas tecnológicas son de gran importancia en la transferencia tecnológica, se debe de considerar la eliminación de las tecnologías obsoletas para no generar problemas, así mismo Morante. L (2007) en su artículo denominado Tecnología de información e innovación. Factores claves de la competitividad en las pequeñas y medianas empresas concluye que los constantes

cambios en la dinámica organizacional ha producido que los sistemas se desarrollen de manera sistemática y continua, permitiendo cubrir las expectativas de las empresas, por lo que es importante el sistema de información que se proporciona, ésta enfocada a los objetivos de la empresa, viéndose favorecida por los avances en la tecnología (tic), en conclusión las empresas han logrado el éxito gracias a la implementación de nuevas TIC, buscando nuevos mercados para sus servicios y productos, obteniendo ventajas competitivas.

## **VI. CONCLUSIONES**

1.- El nivel de conocimiento y uso de las herramientas tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote es medianamente malo debido a que la mayoría de los trabajadores son adultos y no tuvieron las capacitaciones constantes en cuanto a herramientas tecnológicas y del constante cambio que estas tienen, carecen en su mayoría de conocimiento.

2.- La estructura tecnológica en la SBPCH es obsoleta, el personal administrativo y directorio de la SBPCH deben conocer y usar las distintas herramientas como software, hardware, ya que indicaron que pocas veces incorporan sistemas informáticos para el control de recursos humanos y económicos, siendo un porcentaje bajo para una institución que tiene mucha gente que recurre a ella.

3.- El personal de la SBPCH debe difundir los productos y servicios en un porcentaje más elevado ya que los resultados son bajos, de esa manera demuestran que no tienen una estrategia publicitaria eficaz, y solo un porcentaje bajo de trabajadores conoce que existe un sistema de base de datos que les permite obtener información de clientes, no aprovechando la importancia de la misma en la difusión de productos y servicios.

4.- La interacción de las herramientas tecnológicas en las transacciones comerciales es muy baja, el personal desconoce si la SBPCH usa o no este tipo de herramientas que ayudan a la realización de una compra online, además que no existe un compromiso del personal por conocer y mejorar el sistema de servicios que pueden ofrecer en todo el país.

5.- Los tipos de tecnología en la SBPCH son pocas y se usan de manera moderada, dado que los trabajadores tienen un conocimiento muy bajo, pudiendo mejorar su conocimiento para darse a conocer y competir con otras pymes, además que la SBPCH debe implementar más tipo de tecnología acorde al mercado y actualidad.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1.- Se recomienda al Directorio de la SBPCH implementar capacitaciones a todos los trabajadores de la organización, contratar personal capacitado para la difusión y el uso adecuado de las herramientas tecnológicas, para obtener un mayor grado de competitividad y poder aumentar las ventas de sus productos.

2.- Recomendar al presidente de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, establecer alianzas estratégicas, tales como el Ministerio de la Producción, Cámara de comercio, Universidades e Institutos, para poder llevar a cabo mecanismos de capacitación y orientación sobre herramientas tecnológicas.

3.- A los estudiantes de posgrado, que desean proseguir con este proceso de investigación, pueden usar la información dada en este trabajo para generar un plan estratégico para mejorar el nivel de conocimiento y uso de las herramientas tecnológicas, esto abrirá un estudio experimental que será provechoso no solo para la empresa sino para la sociedad.

## REFERENCIAS

- Álvarez, E., Nuñez, P. y Rodríguez, C. (2017) Adquisición y carencia académica de competencias tecnológicas ante una economía digital. *Revista Latina de Comunicación Social*.72, 540-559.  
<https://www.redalyc.org/pdf/819/81952828028.pdf>
- Apaza, A. y Zavala, L. (2018) *Las herramientas tecnológicas y el desempeño docente en las instituciones educativas de educación secundaria de la Ugel N° 15 de la provincia de Huarochiri – 2014* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22366/Apaza\\_TAB-Zabala\\_CLP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22366/Apaza_TAB-Zabala_CLP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, F. (2012). Investigación e Innovación Metodológica. *investigacionmetodologicaderojas*.  
<http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html?m=1>
- Aumaille, B. (2015). Desarrollo de aplicaciones web. Ediciones Eni.  
<https://fdocuments.es/document/j2ee-desarrollo-de-aplicaciones-web-escrito-por-benjamin-aumaille.html>
- Bocanegra, C., Vázquez Miguel. (2010). El uso de tecnología como ventaja competitiva en el micro y pequeño comercio minorista en Hermosillo, Sonora. *Estudios fronterizos*, 11(22), 207-229.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-69612010000200008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612010000200008&lng=es&tlng=es).
- Bullini. O., Zardini., y Rossignoli. C. (2020). Oportunismo tecnológico organizacional y redes sociales: el despliegue de análisis de redes sociales para detectar y responder a las discontinuidades tecnológicas. *Journal of Business Research*. 12, 385-395. [doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.070](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.070)

Colin, M., Galindo, R., y Hernández, O. (2015). Information and Communication Technology as a Key Strategy for Efficient Supply Chain Management in Manufacturing SMEs. *Procedia Computer Science*, 55, 833–842. doi:10.1016/j.procs.2015.07.152

Concytec. (2018). Tipos de Investigación. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNIS\\_5b55a9811d9ab27b8e45c193546b0187](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNIS_5b55a9811d9ab27b8e45c193546b0187)

Chulvi, V., Ruiz, J. (2008). La dimensión tecnológica para la innovación en la empresa. Cátedra INCREA, de Innovación, Creatividad y Aprendizaje. Universitat Jaume I. Castellón (España).[Presentación de paper]. XII Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos, 2008 Zaragoza, pp 0550-0556. <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/82446/La+dimension+tecnologica+para+la+innovacion+en+la+empresa.pdf;jsessionid=53DA46287CA104B381E6521DC20E5BFB?sequence=1>

Datadec. (mayo 2018). Distintas Herramientas tecnológicas al servicio de la empresa. Datadec. <https://www.datadec.es/blog/herramientas-tecnologicas-servicio-de-empresa>

Delgado, J.C., Valarezo, J.W y Soriano, K.G. (2020). Aplicaciones tecnológicas en la gestión de la investigación: experiencia de creación de una tool box. [https://www.researchgate.net/publication/343413850\\_Aplicaciones\\_tecnologicas\\_en\\_la\\_gestion\\_de\\_la\\_investigacion\\_experiencia\\_de\\_creacion\\_de\\_una\\_tool\\_box](https://www.researchgate.net/publication/343413850_Aplicaciones_tecnologicas_en_la_gestion_de_la_investigacion_experiencia_de_creacion_de_una_tool_box)

Equipo Datadec. (mayo 2018). Distintas herramientas tecnológicas al servicio de la empresa. Datadec. <https://www.datadec.es/blog/herramientas-tecnologicas-servicio-de-empresa#:~:text=Seg%C3%BAn%20una%20definici%C3%B3n%20global%2C%20una,en%20recursos%20personales%20y%20econ%C3%B3micos.>

Escaravajal, J.C., y Extremera, A.B. (marzo de 2019). Las Aplicaciones Tecnológicas en el Deporte de Orientación y en Educación Física. Researchgate. [https://www.researchgate.net/publication/336856000\\_Las\\_Aplicaciones\\_Tecnologicas\\_en\\_el\\_Deporte\\_de\\_Orientacion\\_y\\_en\\_Educacion\\_Fisica](https://www.researchgate.net/publication/336856000_Las_Aplicaciones_Tecnologicas_en_el_Deporte_de_Orientacion_y_en_Educacion_Fisica)

Estrada Hernández, J. A., y León Robaina, R. C. (2015). La integración de las tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial. Revista Espacio.0 (132), 634–646.<http://revistas.uo.edu.cu/index.php/stgo/article/view/72>

European Commission. (2017). Tecnologías de la Información y de la Comunicación.[https://ec.europa.eu/regional\\_policy/es/policy/themes/ict/](https://ec.europa.eu/regional_policy/es/policy/themes/ict/)

Farinango,L. (2017).COMUNICACIÓN DIGITAL Y MARCA PERSONAL: las plataformas digitales y el uso estratégico por parte de los profesionales de la comunicación digital; Social Media Manager y Community Manager en el posicionamiento de la marca personal digital Leo Farinango CS 2.0 (Tesis de grado).<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10999/1/T-UCE-0009-715.pdf>

Fernández, C. (2015). Acceso Libre a Información Científica para la Innovación-Concytec.

alicia.concytec.[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDEA\\_b5c164d7c68d5ecc3defb3506189fca6](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDEA_b5c164d7c68d5ecc3defb3506189fca6)

Galo, E. (enero, 2019). Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*.4 (1),499-510

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6313252>

Gálvez Albarracín, E. J., Riascos Erazo, S. C., y Contreras Palacios, F. (2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. *Estudios Gerenciales*, 30(133), 355–364.

Guaña, E.J., Quinatoa, E., y Pérez, M.A. (2017). Tendencias del uso de las tecnologías y conducta del consumidor tecnológico. *Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín*, 23 (2), 1-17.

<https://www.redalyc.org/pdf/1815/181550959002.pdf>

Hernández F, L., Portillo M, R., Hernández Ch, A., y Romero B, J. (2016). Tecnologías de información y comunicación, y profesionalización empresarial en hipermercados y supermercados familiares en Venezuela.

*Revista Espacios*, 37, 28.

<http://www.revistaespacios.com/a16v37n38/16373828.html>

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (abril de 2014). Metodología de la investigación. (6ª ed). Observatorio

epacartagena.<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp->

content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf

Hirsch, J., Almaraz Rodríguez, I., y Ríos Manríquez, M. (2015). La preparación de las empresas manufactureras del Estado de Querétaro, México, en el área de las tecnologías de información y comunicación. *Suma de Negocios*, 6(14), 166–177. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X15000300>

Jimenes, E.E., Quintero, J.B., y Lozada, B.M. (2020) Creación colaborativa de una arquitectura de referencia para la implementación de plataformas de servicios de datos. *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (39), 114-130. [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S1646-98952020000400009&script=sci\\_arttext&tlng=es](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?pid=S1646-98952020000400009&script=sci_arttext&tlng=es)

Jones, C., Motta, J., y Alderete, M. (2016). Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina, 32, 4–13. [doi.org/10.1016/j.estger.2015.12.003](https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.12.003)

Lillo, I., Moreno, S., Sancho-Caparrini, N., Larrañeta, N., Silva, M., y Pérez, E (Marzo de 2019). Mercado-potencial-y-aplicaciones-tecnologicas-solares-de-concentracion-de-media-temperatura. Researchgate. [https://www.researchgate.net/publication/331928607\\_Mercado-potencial-y-aplicaciones-tecnologicas-solares-de-concentracion-de-media-temperatura/references](https://www.researchgate.net/publication/331928607_Mercado-potencial-y-aplicaciones-tecnologicas-solares-de-concentracion-de-media-temperatura/references)

López Jiménez, David, y Monroy Antón, Antonio J. (2013). El comercio electrónico de calidad: compromisos empresariales asumidos en beneficio del consumidor. *Revista Innovar*, 23(47), 40-52.  
<http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v23n47/v23n47a05.pdf>

Melgarejo, J.L. (2019). Implementación de un Sistema de Información Web de Control de Ventas y Almacén para la Farmacia Bazán. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10701/FARMACIA\\_PROCESOS\\_MELGAREJO\\_ROCCA\\_JOSE\\_LUIS.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10701/FARMACIA_PROCESOS_MELGAREJO_ROCCA_JOSE_LUIS.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Morantes. L, Miraidy E. (2007). Tecnología de información e innovación: Factores clave de la competitividad en las pequeñas y medianas empresas. *Revista de Ciencias Sociales*, 13(1), 84-97.  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182007000100007&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182007000100007&lng=es&tlng=es)

Okundaye, K., Fan, S. y Dwyer, R. (2019), "Impact of information and communication technology in Nigerian small-to medium-sized enterprises", *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 24 (47). 29-46.  
[doi.org/10.1108/JEFAS-08-2018-0086](https://doi.org/10.1108/JEFAS-08-2018-0086)

Olarte, C., Reinares, E. y Saco, M. (2015). La Imagen Institucional como elemento clave de la Estrategia de Marketing: Factores y Enfoques de Medición. [Tesis de Pregrado, Universidad Complutense de Madrid].  
<http://studylib.es/doc/4760650/ejemplo-de-evaluaci%C3%B3n-de-la-imagen-institucional-percibida>

Omwoma, S., Lalah, J. O, Kueppers, S., Wang, Y., Lenoir, D. y Schramm, K. (2017). Herramientas tecnológicas para el desarrollo sostenible en países

en desarrollo: el ejemplo de África, una revisión. *Química y farmacia sostenibles*, 6 , 67-81. doi: 10.1016 / j.scp.2017.10.001

Pérez, Gabriel. (2011). La Web 2.0 y la sociedad de la información. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 56(212), 57-68. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-19182011000200004&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182011000200004&lng=es&tlng=es).

Ramos, E.V., y Valle, N. (2020). Gestión de imagen corporativa como estrategia de sostenibilidad: camino al cambio empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 292-298. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000100292&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000100292&lng=es&tlng=es).

Riascos,S., Aguilera.A (2011). Herramientas TIC como apoyo a la gestión del talento humano. *Cuadernos de Administración*, 27(46),141-154. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v27n46/v27n46a11.pdf>

Rios,R (04 de Agosto de 2017). Philip Kotler, el padre del marketing moderno. *reasonwhy*.<https://www.reasonwhy.es/reportaje/philip-kotler-padre-marketing-moderno>

Roa, Y. (2018). Cómo influye el uso de herramientas tecnológicas en la logística del negocio?. 10.13140/RG.2.2.11527.44967.

Rodríguez Ardura, I., Meseguer Artola, A., y Vilaseca Requena, J. (2017). Sistemas de venta en línea: un análisis de sus factores críticos para el pequeño comerciante. *Revista de Gestao Da Tecnologia E Sistemas de Información*, 4(1), 95–108. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203220233005>

Ruiz, M. (2015). Herramientas tecnológicas como instrumentos para la gestión del conocimiento en las organizaciones cooperativas. *Estrategias*, 12(22), 7-

15.

[https://www.researchgate.net/publication/293042330\\_Herramientas\\_tecnologicas\\_como\\_instrumentos\\_para\\_la\\_gestion\\_del\\_conocimiento\\_en\\_las\\_organizaciones\\_cooperativas](https://www.researchgate.net/publication/293042330_Herramientas_tecnologicas_como_instrumentos_para_la_gestion_del_conocimiento_en_las_organizaciones_cooperativas)

Saavedra García, María L.; Tapia Sánchez, B. (2013). The use of Information and Communication Technologies ICTS in the Micro, Small and Medium Sized Enterprises (MSMES) Mexican Industrial. *Revista Venezolana de Información, Tecnología Y Conocimiento*, 10(1), 85–104. <http://www.redalyc.org/pdf/823/82326270007.pdf>

Salinas Ramos, Yuan Zulay. (2016). Herramientas de marketing digital como estrategia de adaptación frente a las nuevas perturbaciones del mercado para las micro y pequeñas empresas de muebles de madera en Villa el Salvador - Perú. [Tesis Posgrado, Universidad Buenos Aires]. <http://ri.agro.uba.ar/cgi-bin/library.cgi?a=d&c=tesis&d=2016salinasramosyuanzulay>

Tamayo y Tamayo, M. (2006). Investigación e Innovación Metodológica. [investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html?m=1](http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html?m=1)

TICS. (s.f).Tecnologías de la información y de la comunicación. European Commision. [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/es/policy/themes/ict/](https://ec.europa.eu/regional_policy/es/policy/themes/ict/)

Velasteguí, L.E., y Toaquiza, I. (2017). Las herramientas tecnológicas al servicio de gestión empresarial y administrativa. *Visionario Digital. Revista Indexada*, 1(4), 45-61. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v1i4.258>

Walker, J. H., Saffu, K., y Mazurek, M. (2016). An Empirical Study of Factors Influencing ECommerce Adoption/Non-Adoption in Slovakian SMEs.

Journal of Internet Commerce, 15(3),189–213.<https://doi.org/10.1080/15332861.2016.1191049>

Wart, M. Van, Roman, A., Wang, X., y Liu, C. (2017). Telematics and Informatics Integrating ICT adoption issues into leadership theory. *Telematics and Informatics*, 34(5), 527–537. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.11.003>

Yapar, Burcu Kuzucu, Seda Bayrakdar y Mustafa Yapar (2015). The role of taxation problems on the development of e-commerce. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 642-648. [doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.145](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.145)

Zapata,Cortés, J. A.- Arango Serna, M. D, y Jaimes, W. A (2010). Herramientas tecnológicas al servicio de la gestión empresarial. *Revista Avances en Sistemas e Informática*, 7(3),87-101.[fecha de Consulta 18 de Agosto de 2021]. ISSN: 1657-7663. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=133117498011>

# **ANEXOS**

## Anexo 01: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Herramienta tecnológica	Las herramientas tecnológicas son todo tipo de medios electrónicos digitales y de comunicación que permiten a las organizaciones mejorar su relación con el mercado, de tal manera que mejore su participación.	Las herramientas tecnológicas son mecanismos que permiten a las organizaciones a ponerse a la vanguardia de la innovación y cuyas dimensiones son: Estructura Tecnológica, Interacción con producto o servicio, transacciones comerciales, tecnológica	1. Estructura Tecnológica 2. Interacción con producto o servicio 3. Transacciones comerciales. 4. Tecnología	Hardware y software Recursos Humanos Dirección  Producto/Servicio Cliente Comercial  Sistemas de ventas Mercado Relaciones Públicas  Páginas web Redes Sociales Sistema de Comunicación	Ordinal

## Anexo 02: Matriz de Consistencia Lógica

Título: Conocimiento y uso de las herramientas tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, 2021

Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Método
¿Cuál es el nivel de conocimiento y uso de herramientas tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021?	<b>General</b> Describir el conocimiento y uso de herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021	<b>Herramienta Tecnológica</b>		<b>Tipo de investigación:</b> Descriptivo No experimental, Cuantitativo Transversal <b>Diseño:</b> M -----O ----- D M : Muestra (Trabajadores de la SBPCH) O : Observación P : Descripción. <b>Población: 48 trabajadores</b> <b>Técnicas de recolección de datos.</b> .Encuesta
	<b>Específicos</b>			
	<b>Objetivo específico 1:</b> Describir la estructura tecnológica en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.		Estructura Tecnológica	
	<b>Objetivo específico 2:</b> Describir la interacción de las herramientas tecnológicas en productos y servicios de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.		Interacción con productos o servicios	
	<b>Objetivo específico 3:</b> Describir la interacción de las herramientas tecnológicas en las transacciones comerciales de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021.		Transacciones Comerciales	
	<b>Objetivo específico 4:</b> Describir los tipos de tecnologías que usan en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote – 2021		Tecnología	

**Anexo 03:** Instrumentos de recolección de datos

**CUESTIONARIO PARA IDENTIFICAR EL CONOCIMIENTO USO DE  
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LA SOCIEDAD DE BENEFICENCIA  
PÚBLICA DE CHIMBOTE**

<b>Instrucciones:</b> A continuación, se presenta un conjunto de preguntas respecto del conocimiento y uso de Herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública (SBP) de Chimbote.	<b>VALORACIÓN</b>				
	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Pocas Veces	Nunca
<b>Preguntas</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>ESTRUCTURA TECNOLÓGICA</b>					
1. ¿Utiliza en su labor equipos de hardware tal como computadora e impresora?					
2. ¿Utiliza en su labor equipos de herramientas de software (Sistemas informáticos) para el soporte administrativo?					
3. ¿La SBP, incorpora Sistemas Informáticos para el control de los Recursos Humanos y Económicos?					
4. ¿La alta dirección de la SBP utiliza sistemas informáticos para la toma de decisiones?					
5. ¿Utiliza líneas de telefonía, equipos móviles y medios de comunicación por internet, proporcionados por la SBP?					
<b>INTERACCIÓN CON PRODUCTO O SERVICIO</b>					
6. ¿La SBP difunde los productos y servicios que brinda utilizando estrategias publicitarias?					
7. ¿La SBP utiliza un sistema de bases de datos que permita obtener información de forma rápida y eficaz sobre clientes?					
8. ¿La SBP, utiliza registros computarizados de sus servicios y productos ofrecidos con bases históricas?					
9. ¿La SBP, tiene alianzas estrategias para promover sus productos y son de conocimiento público?					
10. ¿La SBP, incorpora redes de conexión tales como hospitales, Essalud, SIS u otros mecanismos como SOAT que permitan a los clientes interactuar con los servicios ofrecidos?					

Preguntas	VALORACIÓN				
	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Pocas Veces	Nunca
	5	4	3	2	1
<b>TRANSACCIONES COMERCIALES.</b>					
11. ¿La SBP incorpora mecanismos de pagos de servicios a través de Tarjeta de Crédito, Tarjeta de Debito o deposito en cuenta?					
12. ¿La SBP, incorpora en su página web o aplicación móvil algún mecanismo de transacciones de pagos?					
13. ¿Los servicios ofrecidos por la SBP permiten atender a sus clientes que requieren servicio en cualquier lugar de nuestro país?					
14. ¿La SBP, incorpora un sistema de Base de Datos, que permita identificar a sus clientes potenciales?					
15. ¿La SBP, ejecuta acciones de relaciones públicas que le permiten sostener y mejorar su imagen corporativa?					
<b>TECNOLOGÍA</b>					
16. ¿Utiliza el chat o Messenger incorporado en la página Web de la SBP para interactuar con los clientes?					
17. ¿Cree usted que la SBP debe implementar una aplicación móvil para interactuar con los clientes?					
18. ¿La SBP, incorpora mecanismo de comunicación con la sociedad a través de las redes sociales (¿Facebook, Instagram, YouTube, otro para promocionar productos y servicios?					
19. ¿Utiliza algún correo corporativo para la comunicación con colaboradores y clientes?					
20. ¿La SBP, utiliza mecanismos de promoción para la afiliación para los clientes o usuarios?					

## Anexo 04: FICHA TÉCNICA

### CUESTIONARIO PARA DESCRIBIR EL CONOCIMIENTO Y USO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS EN LA SOCIEDAD DE BENEFICENCIA PÚBLICA DE CHIMBOTE

#### I. DATOS INFORMATIVOS

1. **Técnica e instrumento:** Cuestionario.
2. **Nombre Instrumento :** Cuestionario para identificar el conocimiento y uso de Herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote
3. **Autor original :** Jerry, Christopher, Pizarro Pérez.
4. **Forma de aplicación :** Individual.
5. **Medición :** Conocimiento y Uso de Herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote.
6. **Administración :** Personal Administrativo (48 trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública.
7. **Tiempo de aplicación :** 30 minutos.

#### II. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO

Describir el conocimiento y uso de Herramientas Tecnológicas utilizadas por la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote.

#### III. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

El instrumento para su validación, ha sido sometido a juicio de expertos, los cuales han evaluado y calificado el instrumento.

Expertos	Valoración del Instrumento
Experto 1: Dr. Domínguez Moreno Miguel A.	Alto
Experto 2: Mg. Ramos Flores Fransheska A.	Alto
Experto 3: Mg. Ladero Moreno Milagros J.	Alto

Así mismo para la confiabilidad se utilizó el método del alfa de Cronbach con el cual se obtuvo una confiabilidad de, 833, el cual indica que el instrumento es confiable.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	20

#### IV. DIRIGIDO A:

48 trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote.

#### V. INSTRUMENTOS:

Cuadernillo de ítem, hojas de respuestas

#### V. DESCRIPCIÓN DEL INSTRUMENTO

Este cuestionario cuenta con 20 ítems, con una valoración de 1 a 5 puntos: Siempre = 5, Casi siempre = 4, Algunas Veces = 3, Pocas Veces = 2, Nunca = 1, los cuales están organizados en función a sus dimensiones.

Distribución de Ítems por dimensiones.

Estructura tecnológica (D1)	P1, P2, P3, P4, P5,
Interacción con productos y servicios(D2)	P6, P7, P8, P9, P10
Transacciones comerciales(D3)	P11, P12, P13, P14, P15,
Tecnología(D4)	P16, P17, P18, P19, P20

**Anexo 05:** Base de datos de la variable Herramienta Tecnológica



Visible: 21 de 21 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	ACUMULADO	VAR	VAR
1	5	5	3	4	5	5	5	3	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	84,00		
2	5	5	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79,00		
3	4	4	3	2	4	4	4	5	4	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	78,00		
4	4	2	5	5	4	5	5	2	5	2	4	4	2	4	4	5	3	5	4	5	77,00		
5	5	2	5	5	5	5	2	3	5	3	1	4	4	5	5	5	5	1	5	4	76,00		
6	4	4	4	4	4	2	5	2	4	5	4	4	5	5	2	3	5	4	2	4	75,00		
7	4	5	3	3	1	2	5	2	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	74,00		
8	3	5	2	3	4	5	3	3	5	2	5	4	2	4	3	5	5	3	5	5	73,00		
9	5	5	5	5	4	5	1	4	4	3	3	2	5	5	4	4	4	3	2	4	73,00		
10	4	4	5	2	4	5	4	2	3	3	3	5	3	4	4	5	4	1	2	5	70,00		
11	4	2	4	3	5	3	4	5	5	4	3	3	4	5	3	3	5	3	3	4	70,00		
12	5	5	4	3	5	2	5	4	5	1	2	4	4	5	2	4	1	4	4	4	69,00		
13	3	5	2	3	4	4	2	4	3	3	3	5	5	4	5	1	4	1	5	5	67,00		
14	4	3	2	2	2	1	4	5	5	2	4	5	4	4	2	5	1	5	5	5	65,00		
15	5	5	4	2	3	3	2	4	5	1	2	5	2	5	5	3	5	1	3	4	65,00		
16	5	4	1	1	5	4	3	4	4	3	2	3	5	4	2	5	3	1	4	5	64,00		
17	5	2	2	1	5	4	5	1	4	2	4	1	4	3	2	4	5	2	4	5	64,00		
18	4	1	4	1	4	4	5	1	5	2	2	5	2	4	5	4	1	5	2	4	64,00		
19	4	4	4	2	4	4	4	5	5	1	1	4	4	4	2	4	4	5	2	1	63,00		
20	4	5	2	1	4	3	2	2	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	1	3	63,00		
21	3	4	2	2	3	5	2	2	4	3	2	2	4	4	4	5	4	5	2	3	63,00		
22	5	4	5	2	4	1	2	3	5	3	2	2	4	4	2	4	2	5	2	4	62,00		
23	2	4	2	5	5	5	3	5	2	2	1	1	4	4	2	4	4	4	2	5	61,00		

Vista de datos Vista de variables

2 : P16

Visible: 21 de 21 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	ACUMULADO	VAR	VAR
24	5	4	1	4	1	4	5	5	2	1	4	3	2	5	5	5	5	1	3	1	61,00		
25	4	3	3	2	4	5	2	5	5	3	4	4	5	2	1	3	3	5	1	2	61,00		
26	3	4	5	2	5	3	2	5	2	1	2	1	4	5	2	5	1	5	4	4	60,00		
27	5	5	2	1	2	5	5	5	2	2	3	5	3	3	5	2	1	2	3	3	59,00		
28	5	3	5	1	5	2	5	4	4	2	1	4	4	5	2	1	1	4	3	2	59,00		
29	4	1	2	3	1	5	2	5	5	2	3	1	4	2	5	5	4	3	3	4	59,00		
30	4	2	3	2	1	3	4	5	5	3	1	3	3	4	2	5	5	3	1	5	59,00		
31	3	4	2	1	4	2	5	4	4	2	2	5	2	4	2	4	4	1	2	5	58,00		
32	4	3	1	1	5	2	4	4	4	3	2	5	4	1	2	4	5	2	4	1	57,00		
33	2	4	1	3	5	5	5	3	4	2	2	2	5	3	3	1	3	2	2	1	55,00		
34	3	3	2	5	2	4	3	5	1	4	3	1	2	5	2	5	3	2	1	4	55,00		
35	3	5	5	2	1	2	5	1	4	1	2	4	1	2	1	4	5	1	4	4	53,00		
36	1	1	2	1	5	4	5	2	3	2	3	2	2	2	1	4	4	2	2	2	48,00		
37	1	2	1	1	3	4	1	2	3	3	3	5	2	2	2	2	4	4	4	1	45,00		
38	1	2	3	1	3	2	1	2	4	2	1	5	5	3	1	2	3	4	1	1	45,00		
39	5	2	4	1	1	2	1	2	4	1	1	2	1	3	1	2	2	3	4	5	45,00		
40	2	3	1	2	4	1	4	3	1	1	1	3	1	4	2	2	1	2	4	5	44,00		
41	1	1	1	1	5	2	5	1	3	2	1	1	2	1	3	4	5	1	1	4	44,00		
42	3	1	2	2	1	1	3	1	2	2	3	2	3	4	1	1	5	1	2	1	43,00		
43	4	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	4	3	1	4	2	2	3	41,00		
44	1	2	2	2	1	2	2	2	4	1	1	1	4	5	1	2	2	4	2	2	41,00		
45	2	1	2	2	4	1	1	2	1	1	2	5	4	2	2	1	2	1	4	1	38,00		
46	2	2	2	2	1	2	1	4	3	1	4	4	1	1	2	3	2	1	1	1	36,00		

Vista de datos

Vista de variables



	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	ACUMULADO	VAR	VAR
46	2	2	2	2	1	2	1	4	3	1	4	4	1	1	2	3	2	1	1	1			
47	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	4	1	2	2	2	2	1	3	36,00		
48	1	1	1	2	1	2	1	2	3	1	2	2	2	1	1	3	2	1	2	2	31,00		
49																							
50																							
51																							
52																							
53																							
54																							
55																							
56																							
57																							
58																							
59																							
60																							
61																							
62																							
63																							
64																							
65																							
66																							
67																							
68																							

Visible: 21 de 21 variables

## Anexo 06: confiabilidad de instrumentos de recolección de datos

*Confiabilidad del instrumento Herramientas Tecnológicas según Alfa de Cronbach*

### Fiabilidad

### Escala: ALL VARIABLES

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	48	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	48	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,833	20

## Anexo 7. Resultados de Validación de Instrumentos de recolección de datos

### Matriz de Validación

Conocimiento y uso de las Herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote 2021

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta					Criterios de evaluación						Observación y/o recomendaciones	
				Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	Relación entre la variable y la dimensión	Relación entre la dimensión y el indicador	Relación entre el indicador y el ítem	Relación entre el ítem y la opción de respuesta				
Herramientas Tecnológicas	Estructura Tecnológica	Hardware y Software	1. ¿Utiliza en su labor equipos de hardware tal como computadora e impresora?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X			X		X		
			2. ¿Utiliza en su labor equipos de herramientas de software (sistemas informáticos) para el soporte administrativo?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X			X		X		
		Recursos Humanos	3. ¿La SBP, incorpora Sistemas Informáticos para el control de los Recursos Humanos y Económicos?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X			X		X		
			4. ¿La alta dirección de la SBP, utiliza sistemas informáticos para la toma de decisiones?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X			X		X		
		Dirección	5. ¿Utiliza líneas de telefonía, equipos móviles y medios de comunicación por internet, proporcionados por la SBP?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X			X		X		



TECNOLOGÍA															
Paginas web	16. ¿Utiliza el chat o Messenger incorporado en la página Web de la SBP para interactuar con los clientes?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
Redes Sociales	17. ¿Cree usted que la SBP debe incorporar una aplicación móvil para interactuar con los clientes?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
Sistemas de Comunicación	18. ¿La SBP, incorpora mecanismo de comunicación con la sociedad a través de las redes sociales (¿Facebook, Instagram, YouTube, otro para promocionar productos y servicios)?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
	19. ¿Utiliza algún un correo corporativo para la comunicación con colaboradores y clientes?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
	20. ¿La SBP, utiliza mecanismos de promoción para la afiliación de nuevos clientes o usuarios?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>		

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Herramientas Tecnológicas

OBJETIVO: Describir el Conocimiento y Uso de Herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote

DIRIGIDO A: Los trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
1	2	3	<del>4</del>	5

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : RAMOS FLORES FRANSHESCA ALEJANDRA

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA

MS. FRANSHESCA ALEJANDRA RAMOS FLORES

DNI 70000166









### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:** Cuestionario de Herramientas Tecnológicas.

**OBJETIVO:** Describir el conocimiento y uso de Herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote - 2021.

**DIRIGIDO A:** Los Trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote.

**VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
1		2	3	4 X	5

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR :** Ladero Moreno Milagros Jesus

**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR :** Maestra en Administración de Negocios- MBA



Mgtr. Milagros Jesus Ladero Moreno

DNI: 72499252

### Matriz de Validación

Conocimiento y uso de las Herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote 2021

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Opción de respuesta					Criterios de evaluación				Observación y/o recomendaciones		
				Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre el ítem y la opción de respuesta				
									si	no	si	no			
<b>Herramientas Tecnológicas</b>	Estructura Tecnológica	Hardware y Software	1. ¿Utiliza en su labor equipos de hardware tal como computadora e impresora?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		
			2. ¿Utiliza en su labor equipos de herramientas de software (sistemas informáticos) para el soporte administrativo?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		
		Recursos Humanos	3. ¿La SBP, incorpora Sistemas Informáticos para el control de los Recursos Humanos y Económicos?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		
			4. ¿La alta dirección de la SBP, utiliza sistemas informáticos para la toma de decisiones?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		
			Dirección	5. ¿Utiliza líneas de telefonía, equipos móviles y medios de comunicación por internet, proporcionados por la SBP?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X	

Interacción con producto y servicio												
Producto/ Servicio	6. ¿La SBP difunde los productos y servicios que brinda, utilizando estrategias publicitarias?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X	X	X	X		
Cliente	7. ¿La SBP utiliza un sistema de bases de datos que permita obtener información de forma rápida y eficaz sobre clientes?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X	X	X	X		
	8. ¿La SBP, utiliza registros computarizados de sus servicios y productos ofrecidos con bases históricas?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X	X	X	X		
Comercial	9. ¿La SBP, tiene alianzas estratégicas para promover sus productos y son de conocimiento público?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X	X	X	X		
	10. ¿La SBP, incorpora redes de conexión tales como hospitales, <b>Essalud</b> , SIS u otros mecanismos como SOAT que permitan a los clientes interactuar con los servicios ofrecidos?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X	X	X	X		



		TECNOLOGÍA													
Paginas web	16. ¿Utiliza el chat o Messenger incorporado en la página Web de la SBP para interactuar con los clientes?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		X		
	17. ¿Cree usted que la SBP debe incorporar una aplicación móvil para interactuar con los clientes?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		X		
Redes Sociales	18. ¿La SBP, incorpora mecanismo de comunicación con la sociedad a través de las redes sociales (¿Facebook, Instagram, YouTube, otro para promocionar productos y servicios)?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		X		
Sistemas de Comunicación	19. ¿Utiliza algún correo corporativo para la comunicación con colaboradores y clientes?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		X		
	20. ¿La SBP, utiliza mecanismos de promoción para la afiliación de nuevos clientes o usuarios?	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	X		X		X		X		

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Herramientas Tecnológicas

OBJETIVO: Describir el Conocimiento y Uso de Herramientas Tecnológicas de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote

DIRIGIDO A: Los trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
1	2	3	4	5

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : DOMINGUEZ MORENO MIGUEL ANGEL

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN



Anexo 9: Evidencias de Trabajo



## Anexo 10: Carta de autorización y consentimiento

### CARTA DE AUTORIZACIÓN Y CONSENTIMIENTO

Yo, Sulay Malhu González Tello, Gerente General de la Sociedad de Beneficencia Pública de Chimbote, de acuerdo a la carta enviada por el Sr. Jerry Christopher Pizarro Pérez, se le autoriza a elaborar el estudio relacionado: "Conocimiento y Uso de las Herramientas Tecnológicas en la Sociedad de Beneficencia de Chimbote, 2021", por cuanto se le permita realizar una encuesta a los trabajadores, en las instalaciones de la Institución y obtener la información que crea conveniente a través de los colaboradores.



SOC. DE BENEFICENCIA DE CHIMBOTE  
Abajo: Sulay González Tello  
C.A.S. 1856  
Gerente General de la SBCH

---

Dra. Sulay Malhu Gonzáles Tello