



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Cardenas Rojas, Enrique Frank Alejandro (orcid.org/0000-0002-4675-5500)

ASESOR:

Dr. Jimenez Calderon, Cesar Eduardo (orcid.org/0000-0001-7894-7526)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

A nuestros padres por motivarnos día a día, son nuestro motor para seguir avanzando con nuestro proyecto para nuestra apreciada titulación.

Agradecimiento

Damos las gracias a nuestro apreciado profesor de tesis por entrega y sostén en el desarrollo de aprendizaje, la cual fue difícil, pero se pudo obtener el preciado éxito profesional. A Dios por guiarnos en el camino

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	7
3.1. Tipo y diseño de la investigación	7
3.2. Variables y operacionalización	7
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	8
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	9
3.5. Procedimientos	9
3.6. Método de análisis de datos	10
3.7. Aspectos éticos	11
IV. RESULTADOS	12
V. DISCUSIÓN	16
VI. CONCLUSIONES	19
VII. RECOMENDACIONES	20
REFERENCIAS	21
ANEXOS	29

Índice de tablas

Tabla 1. <i>Distribución de frecuencias para la variable vigilancia tecnológica</i>	12
Tabla 2. <i>Distribución de frecuencias para la dimensión innovación en estrategia de vigilancia tecnológica</i>	12
Tabla 3. <i>Distribución de frecuencias para la dimensión competitividad en estrategia de vigilancia tecnológica</i>	13
Tabla 4. <i>Distribución de frecuencias para la dimensión crecimiento en estrategia de vigilancia tecnológica</i>	13

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre estrategias de vigilancia tecnológica con las dimensiones innovación, competitividad y crecimiento para un restobar, Lima, 2022. La investigación fue aplicada, de diseño no experimental bajo un enfoque cuantitativo, nivel Descriptivo – Relativo, método de investigación Hipotético – Deductivo. Los resultados corroboraron que el total de los encuestados se encontró como primer punto que el objetivo general la brecha percibida para la variable vigilancia tecnológica es igual a 60.71 por ciento. Como segundo punto el objetivo específico 1 la brecha percibida para la dimensión innovación en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 71.67 por ciento. Como tercer punto el objetivo 2 la brecha percibida para la dimensión competitividad en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 56 por ciento. Como cuarto y último punto se encuentra el objetivo 3 donde la brecha percibida para la dimensión crecimiento en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 46.67 por ciento, dando una relación negativa y no significativa. Para el análisis inferencial se concluyó que ni innovación, ni la competitividad y ni el crecimiento está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022. En conclusión, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Palabra clave: Marketing, estrategia y vigilancia tecnológica

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between technology watch strategies and the dimensions of innovation, competitiveness and growth for a restobar, Lima, 2022. The research was applied, of non-experimental design under a quantitative approach, Descriptive - Relative level, Hypothetical - Deductive research method. The results corroborated that the total of the respondents, it was found as first point that the general objective the perceived gap for the technological vigilance variable is equal to 60.71 percent. As a second point the specific objective 1 perceived gap for the dimension innovation in technology watch strategy is equal to 71.67 percent. As a third point, objective 2, the perceived gap for the competitiveness dimension in technology watch strategy is equal to 56 percent. The fourth and last point is objective 3, where the perceived gap for the growth dimension in technology watch strategy is equal to 46.67 percent, giving a negative and non-significant relationship. For the inferential analysis it was concluded that neither innovation, competitiveness nor growth is directly related to technology watch strategies for a restobar, lima 2022. In conclusion, the alternative hypothesis is rejected and the null hypothesis is accepted.

Keywords: Marketing, strategy and technology watch

I. INTRODUCCIÓN

La vigilancia tecnológica es parte esencial en los emprendimientos para la experiencia de los clientes, para así asegurar su existencia en el mercado competitivo. Sin embargo, muchos empresarios no siguen con este mecanismo ya que existe desconocimiento de las ventajas que tendría la vigilancia tecnológica. La Vigilancia Tecnológica es un desarrollo estructurado, selectivo y metódico para adquirir, seleccionar, analizar, difundir y divulgar información sobre ciencia y tecnología desde fuera y dentro de la propia empresa para transformarla en conocimiento con el fin de realizar comparaciones basadas en riesgos, para así ser capaz de adelantarse a los cambios (UNE, 2006)

San & Romero (2016) nos dice que la vigilancia tecnológica es la difusión clara de opciones e información analizada útil para una buena decisión estratégica, siguiendo la observación y el análisis del entorno.

Solo algunas PYMES utilizan las relaciones con sus clientes y proveedores para un intercambio de conocimientos. En la cual conduce a innovar productos o procesos para una ventaja competitiva (Valdez, Solano & Martin, 2018). En la contingencia en la que vivimos actualmente muchas de las personas se han visto en la necesidad de emprender sin tener conocimientos previos. Los emprendimientos son cruciales para el avance y mejora de la economía contemporánea (Silva et al, 2021).

Una de ellas son los restaurantes que son motores fundamentales para un país. Es por eso que la gestión tecnológica surge como un instrumento para fomentar la innovación en beneficio del posicionamiento y la competencia en el mercado (Delgado, Vargas. & Montes, 2021). La supervisión técnica permite a las empresas identificar los sectores que entregan mayor innovación, tanto en los procesos como en los productos que afectan a la empresa (Lechuga, 2015).

En la Vigilancia Tecnológica se revela que existen pocas capacidades de investigación y desarrollo que fortalezcan las competencias e innovaciones, es por ello que se hace imperativo buscar mecanismos que permitan el fortalecimiento de estas capacidades (Robin, Salomon, Hamaud & Rasguido, 2013). Por otro lado, las empresas tienen necesidad de conocer lo que se está haciendo en cada campo de su interés, pero tienen tanta información ya sea importante o no que se debería organizar (Robin, Salomon, Hamaud & Rasguido, 2013).

En esencia, si los empresarios de las pymes transforman su modelo mental basado en la reacción y el corto plazo, hacia una orientación sistemática, progresiva y general, las organizaciones tendrían más potencial y responderán con mayor eficacia a los desafíos del entorno global porque se darán cuenta de la importancia estratégica del proceso de vigilancia tecnológica (Manjarres & Venegas, 2020)

Por tal razón, el problema general de estudio: ¿Cuál es la relación que existe en las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022 en base a sus dimensiones innovación, competitividad, crecimiento? Problemas Específicos: ¿Cuál es la relación que existe entre la innovación con la estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022?, ¿Cuál es la relación que existe entre el crecimiento con la estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022?, ¿Cuál es la relación que existe entre la competitividad con la estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022? Justificación de la investigación: Justificación social, este estudio se dio para que las empresas puedan obtener información útil para aplicar nuevas tecnologías para crear nuevos productos y evaluar el posible impacto de un cambio en el entorno para reaccionar oportunamente aprovechando oportunidades y contrarrestando amenazas.

Justificación Práctica, este estudio se llevó a cabo porque precisan de elaborar una estrategia de vigilancia tecnológica para poder ayudar a que las empresas tomen conocimiento y puedan hacer una buena toma de decisiones dentro de la empresa y que a su vez puede ser aceptado por la demanda.

Justificación Metodológica, para alcanzar los objetivos en nuestro estudio, se preparó la elaboración de cuestionarios para poder comprobar las hipótesis de la investigación Objetivos, Objetivo General, Determinar la relación que existe entre Estrategia de vigilancia tecnológica con el restobar, Lima, 2022. Objetivos Específicos: Determinar la relación que existe entre la innovación con la estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022, Determinar la relación que existe entre el crecimiento con la estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022, Determinar la relación que existe entre la competitividad con la estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022,

Hipótesis: Hipótesis general, Ha: Las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar están relacionadas directamente con la innovación, competitividad y crecimiento. Ho: Las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar no

están relacionadas directamente con la innovación, competitividad, crecimiento. Hipótesis Específico: Ha: La innovación está relacionada con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022. Ho: La innovación no está relacionada con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022. Ha: La competitividad está relacionada con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022. Ho: La competitividad no está relacionada con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022. Ha: El crecimiento está relacionado con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022. Ho: El crecimiento no está relacionado con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentó la teoría y diversos conceptos de autores referidos a las dimensiones de la variable en estudio en lo que fue contextualizadas:

Guevara (2017) nos dijo que la superintendencia tecnológica del Perú implemento un método similar de vigilancia tecnológica a nivel metódico, utilizando datos e instrumentos básicos como antecedentes ya conocidos y verificados pero el problema se presenta cuando utilizan datos o herramientas poco habituales o conocidas relacionado con la vigilancia tecnológica así también como la mala auto investigación y el manejo de este tema, hay muchas coincidencias en la metodología de la vigilancia tecnológico interno adoptada por los expertos peruanos, aunque hay varios criterios o puntos con los que cuantitativamente la mayoría está de acuerdo: preferencia por ciertas instalaciones, información y herramientas electrónicas, obtener resultados y estrategias, demostrando que cada experto tiene un conocimiento tácito y que no existe una forma única y organizada de crear una vigilancia tecnológica.

Berges (2018) La gestión de la información en las organizaciones de hoy en día es una herramienta crítica para sobrevivir en un mercado global dinámico y que cambia rápidamente, comprender cómo usar la información es fundamental para respaldar la toma de decisiones, impulsar el crecimiento y administrar la inteligencia organizacional por lo que cada vez es más importante comprender lo que sucede en el entorno y dentro de la propia organización, y el tiempo disponible es limitado, por lo que es necesario acceder a la información lo más rápido posible para poder analizarla y tomar decisiones basadas en los resultados del análisis.

Hoy en día, el panorama para las grandes empresas ha cambiado drásticamente, pero no así para las pequeñas y medianas empresas continúan viendo la vigilancia tecnológica como una herramienta más allá de sus capacidades y, por lo tanto, no lo utilizan como un punto de entrada a su sistema de soporte de decisiones de seguridad de la información de las diferentes partes de la organización, el nivel de comprensión y aplicación de vigilancia tecnológica es muy bajo, por lo que algunas empresas quieren familiarizarse con el concepto, quieren adoptarlo, enfatizar la efectividad y la necesidad de intensificar estas actividades como una forma de cambiar este desconocimiento (Placer, 2016).

Si bien se reconoce la importancia de la vigilancia tecnológica, existe la práctica de reaccionar ante ellos tomando medidas en lugar de idear estrategias planificadas para predecir y resolver problemas ambientales altamente dinámicos vistos en un contexto global, hay que tener en cuenta que los recursos a menudo se desperdician en innovaciones y proyectos patentados, esto se debe a la falta de comprensión de los beneficios que pueden aportar la vigilancia tecnológica (Riquelme, 2018).

Roberto, et al. (2018), Hervás, Parrilli y Sempere (2021) y Morais, Rodrigues y Gava (2016) nos habló que grandes avances en tecnología y comunicación en la economía basada en el conocimiento, la información, la innovación y la expansión digital y el desmantelamiento de fronteras geopolíticas. La innovación se está convirtiendo en un factor importante en la diferenciación competitiva de una organización (Molina, Martínez y Valiente, 2017). Es común combinar siempre la innovación y los últimos productos, así como funciones que se centran únicamente en los aspectos técnicos de la innovación, utilizando los últimos conocimientos científicos (Aali, y Venegas, 2016) y (Silveira, et al., 2016).

Belyaeva, et al. (2021), Orjuela, et al. (2021), Perez, Moreno y Padron (2018), Aponte (2016) y Silva, Ziritt y Moreno (2021) nos dijo que en América Latina no hay mucho conocimiento acerca de las tecnologías por lo que no los implementan en sus compañías, también es debido a las fuertes importaciones en el sector de alta tecnología, su baja posición en la cadena global de valor.

Por su parte, Simonsen y Figueiredo (2021), Delgado, Vargas y Montes (2021) y Tejada, et al. (2019) señalaron que a medida que la tecnología cambia, las empresas se vuelven cada día más difíciles de hacer una constante innovar y diferenciarse del mercado. Con eso dicho, la gestión técnica proporciona un vínculo entre las estrategias competitivas y el beneficio que es explotar los recursos y las capacidades técnicas mientras se logran altos niveles de innovación (Cao y Ge, 2021) y (Barreto y Petit, 2017).

Además, Hernández, Cardona y Del Río (2017) y Ranjandish y Khanalizadeh (2021) estimaron que la innovación se está convirtiendo en una estrategia para enfrentar los obstáculos que plantean la globalización económica, el desarrollo tecnológico y las herramientas que generan comunicación. De Sayas, Aguirre y Mejias (2017) las exigencias que existe en la competitividad son muy cuantiosas.

Es importante que las empresas deben reforzar sus ventajas para poder adaptarse y así permanecer en el mercado competitivo (Solleiro y Colin, 2019) y (Valdés y Leiva, 2020).

Para Hernández, Cardona y Pineda (2017), Brida, Lados y Sicilia (2021), y Caballero, Gualdron y Ibarra (2021) La globalización ha traído consigo un sinnúmero de cambios en la percepción de cómo medir las características del servicio, las expectativas y la satisfacción del servicio como eje central para la mejora continua de los procesos operativos de todas las organizaciones, no solo de la sociedad. La calidad es una característica única del consumidor (Lais, 2016), Sin embargo, esta definición ha evolucionado con el tiempo hasta convertirse en uno de los rasgos diferenciadores y necesarios para asegurar la sostenibilidad y competitividad en el mercado (Idárraga, López y Rodríguez, 2019) y (Costa, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de Investigación

El tipo de Investigación fue aplicada. Como dice Rodríguez (2005) "el objetivo de la investigación aplicada es generar conocimiento que sea directamente aplicable a problemas sociales o industriales" (p.23). Para Elizondo (2002) "En qué está trabajando para utilizar los resultados de la investigación básica para ayudar a las personas" (p.22).

El diseño no experimental es un procedimiento estadístico encaminado a establecer posibles efectos de causas no manipuladas, donde los científicos observan situaciones existentes y las variables independientes tienen precedentes que han sido resueltas con anterioridad, por lo que indica que no se manipula. (Hernández y Mendoza, 2018, pp174)

Enfoque: Cuantitativo Para Bernal (2006) nos habla que "esta es una estrategia de investigación enfocada en recopilar y analizar datos cuantitativos, formada a partir de un enfoque deductivo centrado en pruebas teóricas basadas en filosofías empíricas y positivistas" "Este tipo de enfoque se basa en una revisión de literatura que está centrada en el tema y da como resultado un marco teórico que encamina la investigación, las hipótesis derivadas de estas recopilaciones de datos se probarán para demostrar la validez del estudio" (Otero, 2018).

Nivel: Descriptivo- relacional. "Comprobación de frecuencia, análisis descriptivo, procedimiento de conteo, identificación de casos en la muestra o población, son procedimientos sencillos de análisis estadístico" (Arias,2012).

Método de investigación: Hipotético-Deductivo "Implica el proceso de tomar ciertas declaraciones como hipótesis y encontrar formas de refutar o falsificar estas suposiciones y sacar conclusiones frente a la realidad" (Arias,2012)

3.2 Variable y Operacionalización de variables

Este estudio contó con una variable que es vigilancia tecnológica, La Vigilancia Tecnológica es un desarrollo estructurado, selectivo y metódico para adquirir, seleccionar, analizar, difundir y divulgar información sobre ciencia y tecnología desde fuera y dentro de la propia empresa para transformarla en conocimiento con el fin de realizar comparaciones basadas en riesgos, para así ser capaz de adelantarse a los cambios (UNE, 2006). San & Romero (2016) nos dice que "la vigilancia tecnológica es la difusión clara de opciones e información

analizada útil para una buena decisión estratégica, siguiendo la observación y el análisis del entorno". Además, contará con 3 dimensiones que son innovación, desarrollo y competitividad. por otro lado, los indicadores por cada dimensión son a continuación:

Innovación: Productos o servicios, marketing y procesos

Competitividad: Satisfacción al cliente, calidad y producción

Desarrollo: Planeación, diseño y ejecución

Operacionalización

"Se utiliza en la investigación para seleccionar una variable que transforma un concepto incierto en un proceso determinista, observable y simultáneamente medible, lo que significa que debe tener dimensiones e indicadores" (Arias, 2012, p.57). "Se utiliza también cuadros, tablas o gráficos o cualquier tipo de mecanismo adecuado" (Valbuena, 2017 p.173).

Esto llevó a una tabla de operacionalización de la variable (ver anexo 1), en donde se incorpora la variable, las dimensiones, los ítems y la escala de dimensión.

3.3 Población, muestra y muestreo

Población:

"Una población es un conjunto de elementos, finitos o ilimitados, que tienen características comunes a los que se extenderán los resultados del estudio" (Vara, 2012, p.221). También "Es probable que todo el tema exhiba algunas características generales muy específicas" (Díaz, 2006, p.276).

Criterio de inclusión: unidad de análisis

- Personas mayores de 18 años a más
- Personal de los restobares

Con respecto a la muestra para esta investigación es en los restobares de Lima donde se recolectó datos de los representantes de este rubro será de manera censal. Según Passos (2015):

La muestra se aplica cuando se requiere obtener información de los participantes que integran la población, pero no se refiere solo a personas sino a elementos que han sido elegidos para su estudio, es decir, la muestra se precisa como un fragmento seleccionado de la población.

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica: **Encuesta**. Para Passos (2015), es aquella técnica en la cual nos ayuda para poder recolectar información de las personas seleccionadas para el estudio, proporcionada por ellos mismos sobre su parecer, recomendación, o actitudes.

Instrumento: **Cuestionario**. "El cuestionario es un conjunto de preguntas donde te permite recopilar y medir información descifrando el lenguaje de variables y preguntas" (Passos, 2015). El formulario consta de 14 ítems, 9 indicadores, 3 dimensiones y 1 variable. Este cuestionario se ha organizado en base a la escala de Likert del 1 al 5, donde 1 (nunca), 2 (casi nunca), 3 (a veces), 4 (casi siempre) y 5 (siempre) con escala ordinal.

Validez: El cuestionario fue **aprobado** por ponentes en la investigación Hernández y Mendoza (2018), "Nos indica que se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir" (p. 200). Es el grado en que las diferencias de puntuación reflejan realmente las diferencias individuales en el rasgo que pretende medir, en lugar de un error persistente o una casualidad (Ortiz, 2003, p.117).

Confiabilidad del instrumento

Para determinar que fue fiable se empleó el programa SPSS para poder conseguir o hallar el **alfa de Cronbach** para así asegurar que los ítems de la variable fueran consistentes. La confiabilidad se describió como la consistencia de las calificaciones obtenidas por la misma población cuando se analizan con las mismas preguntas en diferentes ocasiones (Bernal, 2010, p.247).

3.5 Procedimientos

La presente investigación, se realizó y aplicó para el mejoramiento de las empresas de restobares en la cual consta de fases:

- a) En esta etapa que se realizó la problemática sobre factores relacionados con nuestra variable vigilancia tecnológica de restobares fue identificada en Lima, 2022. Además de los objetivos y las hipótesis establecidas.

- b) Se desarrolló un marco teórico que permitió desarrollar contextos, teorías y enfoques conceptuales nacionales e internacionales a partir de la investigación propuesta.
- c) Se implementó el tipo, diseño de estudio, aparte las variables y sus actividades, así como también la población de nuestro estudio, la técnica y la recolección de datos a través del cuestionario.
- d) Consistió en ejecutar el cuestionario a los empleados del restobar, fueron informados sobre en que se utilizará la información brindada y aceptaron responder con total sinceridad.
- e) La información obtenida del cuestionario fue utilizada para poder realizar los resultados obtenidos mediante el programa del spss.
- f) En la última etapa fue donde se implementó gráficos y tablas en donde se analizaron e interpretaron cada una de ellas.

3.6. Métodos de análisis de datos

Análisis descriptivo: De acuerdo con Viedma (2015, p. 45) la estructura que se visualizó de acuerdo a la variable y su comportamiento fue a través de tablas y gráficos donde se juntó los datos recolectados del cuestionario.

Análisis inferencial: Ayudó con la correlación de mis variables y las dimensiones que fueron estructurados como pruebas estadísticas (Viedma, 2015, p. 45).

Así mismo la herramienta "Rho Spearman mide la fuerza de una relación creciente o decreciente entre dos variables (...) se basa en los datos clasificados, toma valores de -1 a 1 y se interpreta de la misma manera que la correlación de Pearson" (Elliot y Woodward, 2007, p.192)

3.7. Aspectos éticos

Se respetó el código de ética de la universidad César Vallejo N°0126-2017. Se hizo un uso adecuado de la información obtenida del encuestado, para certificar la confiabilidad del estudio, la confidencialidad que se debe mantener, para demostrar que el único propósito es para los fines del

estudiante. Además, siempre se respetó el estándar APA y no se violaron los derechos de autor.

IV. RESULTADOS

IV.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Tabla 1 *Distribución de frecuencias para la variable vigilancia tecnológica*

	Frecuencia	Frecuencia acumulada	porcentaje	porcentaje acumulado
Nunca	5	5	3.57	3.57
Casi Nunca	23	28	16.43	20.00
A veces	57	85	40.71	60.71
Casi Siempre	27	112	19.29	80.00
Siempre	28	140	20.00	100.00
Total	140		100.00	

La brecha percibida para la variable vigilancia tecnológica es igual a 60.71 por ciento. La brecha está conformada por 40.71% a veces; 16.43% casi nunca; y, 3.57% nunca.

Tabla 2 *Distribución de frecuencias para la dimensión innovación en estrategia de vigilancia tecnológica*

	Frecuencia	Frecuencia acumulada	porcentaje	porcentaje acumulado
Nunca	4	4	6.67	6.67
Casi Nunca	12	16	20.00	26.67
A veces	27	43	45.00	71.67
Casi Siempre	10	53	16.67	88.34
Siempre	7	60	11.67	100.00
Total	60		100.00	

La brecha percibida para la dimensión innovación en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 71.67 por ciento. La brecha está conformada por 45% a veces; 20% casi nunca; y, 6.67% nunca.

Tabla 3 *Distribución de frecuencias para la dimensión competitividad en estrategia de vigilancia tecnológica*

	Frecuencia	Frecuencia acumulada	porcentaje	porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0.00	0.00
Casi Nunca	9	9	18.00	18.00
A veces	19	28	38.00	56.00
Casi Siempre	10	38	20.00	76.00
<u>Siempre</u>	<u>12</u>	<u>50</u>	24.00	<u>100.00</u>
Total	50		100.00	

La brecha percibida para la dimensión competitividad en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 56 por ciento. La brecha está conformada por 38% a veces; 18% casi nunca; y,0% nunca.

Tabla 4 *Distribución de frecuencias para la dimensión crecimiento en estrategia de vigilancia tecnológica*

	Frecuencia	Frecuencia acumulada	porcentaje	porcentaje acumulado
Nunca	1	1	3.33	3.33
Casi Nunca	2	3	6.67	10.00
A veces	11	14	36.67	46.67
Casi Siempre	7	21	23.33	70.00
<u>Siempre</u>	<u>9</u>	<u>30</u>	30.00	<u>100.00</u>
Total	30		100.00	

La brecha percibida para la dimensión crecimiento en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 46.67 por ciento. La brecha está conformada por 36.67% a veces; 6.67% casi nunca; y,3.33% nunca.

4.2. ANÁLISIS INFERENCIAL

HIPÓTESIS GENERAL:

Las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar no están relacionadas directamente con la innovación, competitividad y crecimiento.

HIPÓTESIS ESPECÍFICOS:

- a. Estrategias de vigilancia tecnológica y Innovación

Prueba de Hipótesis

H1: La innovación si está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

Ho: La innovación no está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

Regla de decisión

Si: Sig. < 0.05; entonces Rechazar Hipótesis Nula

Resultado

Sig. = 0.060

Conclusión

Sig. 0.060 > 0.05 por ello se acepta la hipótesis nula

La innovación no está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

- b. Estrategias de vigilancia tecnológica y competitividad

Prueba de Hipótesis

H1: La competitividad si está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

Ho: La competitividad no está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

Regla de decisión

Si: Sig. < 0.05; entonces Rechazar Hipótesis Nula

Resultado

Sig. = 0.242

Conclusión

Sig. 0.242 > 0.05 por ello se acepta la hipótesis nula

La competitividad no está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

c. Estrategias de vigilancia tecnológica y crecimiento

Prueba de Hipótesis

H1: El crecimiento si está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

Ho: El crecimiento no está relacionada directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

Regla de decisión

Si: Sig. < 0.05; entonces Rechazar Hipótesis Nula

Resultado

Sig. = 0.746

Conclusión

Sig. 0.746 > 0.05 por ello se acepta la hipótesis nula

El crecimiento no está relacionado directamente con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022.

V. DISCUSIÓN

Según lo indicado en este estudio intenta detallar la relación de la variable Estrategia de Vigilancia Tecnológica con las dimensiones innovación, competitividad y crecimiento para un restobar, Lima, 2022.

El objetivo general que es determinar la relación que existe entre estrategia de marketing internacional con las tres dimensiones innovación, competitividad y crecimiento. Su metodología en esta investigación fue hipotético – deductivo para todo el estudio. El resultado se halló una brecha para la variable estrategia de marketing internacional igual a 60.71% en cuando a sus dimensiones no tuvieron una relación significativa por la cual se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. Los resultados se apoyaron en Riquelme (2018) en su tesis Diseño de un modelo de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva para la universidad técnica Federico Santa María con su objetivo de diseñar un modelo de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva para así poder anticiparse a los cambios y obtener conocimiento con potencial de innovación. Sus resultados fueron a través de una entrevista donde encontraron que la universidad no cuenta con vigilancia tecnológica ya que existe una brecha de desconocimiento en donde tiene solo 1 punto de 3, el 3 es mayor existencia con brechas mínimas y el 1 es inexistente, deficiente o débil siendo una de las más bajas.

El objetivo específico 1 y la hipótesis específico 1 no se relaciona positivamente y significativamente entre la variable con la primera dimensión que se llevó a cabo: Estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022, en la cual el coeficiente Rho fue 0,612 y conforme al baremo de estimación de Spearman, existió una correlación negativa. Como también el valor obtenido de la probabilidad fue $p=0,060$ siendo superior a 0,05 donde este es el valor crítico, tomando así la determinación de aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna. La dimensión innovación contribuye con el 37,45 por ciento a la variable. Los resultados se corroboran con Guevara (2017) en su tesis: Evaluación de las metodologías de vigilancia tecnológica aplicadas por expertos nacionales en el Perú, la vigilancia tecnológica juega un papel muy importante en varias estrategias de la empresa; la falta de un sistema de monitoreo de tecnología a menudo conduce a la pérdida de oportunidades en nuevos mercados o, peor aún, a una disminución

gradual de la competitividad. Una de las limitaciones de implementar esta herramienta en una organización es la falta de recursos financieros y capital humano dedicado a estas herramientas. CONCYTEC entrevistó a 25 personas para obtener un diagnóstico de la realidad nacional en el tema de perspectiva y vigilancia tecnológica. Nótese que muchas personas desconocen las preocupaciones de emplear las previsiones y observaciones tecnológicas y no cuentan con los recursos profesionales necesarios si desean aplicar las herramientas antes mencionadas. Las investigaciones muestran que las empresas que utilizan o adoptan tecnología no están familiarizadas con los motores de vigilancia tecnológica. Pocos de los encuestados se dedican como consultores brindando servicios empresariales, y la mayoría (70%) trabaja para organizaciones públicas y privadas además en cuanto a la experiencia de los profesionales de la TV, se demostró que, si bien hay muchos profesionales jóvenes entre 21 y 29 años, su experiencia a largo plazo es todavía baja en comparación con otros profesionales, especialmente los de 40 años. Falta de mano de obra peruana con calificación y experiencia en VT. Los temas de su servicio y/o producto de VT a menudo no están relacionados entre sí y no están relacionados con su experiencia profesional.

El objetivo específico 2 y la hipótesis específico 2 no se relaciona positivamente y significativamente entre la variable con la segunda dimensión que se llevó a cabo: Estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022, en la cual el coeficiente Rho fue 0,408 y conforme al baremo de estimación de Spearman, existió una correlación negativa. Como también el valor obtenido de la probabilidad fue $p=0,242$ siendo superior a 0,05 donde este es el valor crítico, tomando así la determinación de aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna. La dimensión competitividad contribuye con el 16,65 por ciento a la variable estrategia de vigilancia tecnológica los resultados se corroboran con Berges (2018) en su tesis: Contribución al desarrollo de metodologías de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva y su implementación con plataformas web. Llego a la conclusión de que las organizaciones requieren de información y conocimiento de este para que puedan funcionar además de que no todas las plataformas dedicadas a la vigilancia tecnológica facilitan la gestión de implementación de esta herramienta para la empresa. De acuerdo a las encuestas hechas por el autor el 77,36% de los encuestados perciben que la empresa tiene un buen historial de

innovación, mientras que el 7,55% indica todo lo contrario y solo el 15% no respondió a la pregunta. Así como la capacidad para recaudar información, se identifica que el 60% de los encuestados lo consideran muy importante la capacidad de identificar fuentes de información que necesitan con total autonomía.

El objetivo específico 3 y la hipótesis específico 3 no se relaciona positivamente y significativamente entre la variable con la tercera dimensión que se llevó a cabo: Estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022, en la cual el coeficiente Rho fue 0,118 y conforme al baremo de estimación de Spearman, existió una correlación negativa. Como también el valor obtenido de la probabilidad fue $p=0,746$ siendo superior a 0,05 donde este es el valor crítico, tomando así la determinación de aceptar la hipótesis nula y rechazar la hipótesis alterna. La dimensión crecimiento contribuye con el 1,39 por ciento a la variable estrategia de vigilancia tecnológica los resultados se corroboran con Placer (2016) dada la disposición detallada, el estudio se concentra en la investigación de la vigilancia tecnológica de las pequeñas y medianas empresas con dos finalidades, por un lado, analizamos el nivel de conocimiento y su uso, explicando como llevas a cabo ese proceso, y, por otro lado, identificaremos los frenos y barreras para analizar los resultados obtenidos a partir de la adopción de este instrumento en las empresas. Se concluyo que a nivel de comprensión y aplicación del VT es muy reducido, pero parece que las compañías comprenden y están interesados en poder implementarlo. En conjunto, el estudio proporciona evidencia de que la TV no solo tiene un efecto positivo en la adaptabilidad ambiental y la innovación, sino también en variables económicas.

VI. CONCLUSIONES

1. La variable estrategia de vigilancia tecnológica no está relacionada significativamente con sus dimensiones innovación, competitividad y crecimiento.
2. La innovación no está relacionada significativamente con la variable estrategia de vigilancia tecnológica, donde dio como resultados en Sperman 0,612, Sig. 0.060 > 0.05, Además, la brecha percibida para la dimensión innovación en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 71.67 por ciento.
3. La competitividad no está relacionada significativamente con la variable estrategia de vigilancia tecnológica, donde dio como resultados en Sperman 0,408, Sig. 0.242 > 0.05. Además, la brecha percibida para la dimensión competitividad en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 56 por ciento.
4. El crecimiento no está relacionado significativamente con la variable estrategia de vigilancia tecnológica, donde dio como resultados en Sperman 0,118, Sig. 0.746 > 0.05. Además, La brecha percibida para la dimensión crecimiento en estrategia de vigilancia tecnológica es igual a 46.67 por ciento.

VII. RECOMENDACIONES

1. Monitorear sistemáticamente los mercados, las nuevas tecnologías, los competidores, las nuevas fuentes de información y otros ejes estratégicos, con el objetivo de reconocer las necesidades existentes en la industria y el entorno, a partir de las cuales se pueden desarrollar estrategias. También necesitamos poder identificar nuevas oportunidades. en base a los recursos disponibles de la toma de decisiones.
2. Esto quiere decir que necesariamente se debe de plantear estrategias de innovación que ayudaran en el crecimiento interno y externo de los restobares para tener clientes fieles aprovechando oportunidades y contrarrestar amenazas.
3. Esto nos indica que para poder tener mayor posicionamiento en el mercado se tiene que ser competitivos, es decir, añadir un valor agregado al producto o servicio que se ofrece o incluso un precio menor que otros competidores manteniendo la calidad que se ofrece.
4. Una propuesta de definición de política de vigilancia tecnológica será acordada por los restobares con el objetivo de mitigar las deficiencias identificadas. Esto le permite tener un plan claro para mejorar los procedimientos relacionados con otros aspectos y se evalúa en el proceso de identificación de deficiencias para las otras dimensiones.

REFERENCIAS

- Aali Bujari, A. & Venegas Martínez, F. (2016). Technological Innovation and Economic Growth in Latin America. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas. Nueva Época*. vol. 11, núm. 2, pp. 77-89. <https://www.redalyc.org/journal/4237/423746532005/>
- Arias (2012). El proyecto de investigación. Editorial Episteme. 6ta edición. <https://books.google.com.pe/books?id=W5n0BgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Arias,2012&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjek6fF0sz4AhUPB7kGHcl-BsAQ6AF6BAgDEAI#v=onepage&q=Arias%2C2012&f=false>
- Aponte Figueroa, A. (2016). Gestión de la innovación tecnológica mediante el análisis de la información de patentes, *Negotium*, núm. 33 (año 11) pág. 42-68. <https://www.redalyc.org/pdf/782/78245566003.pdf>
- Barreto Ferreira, J. R. & Petit Torres E. E. (2017). Modelos explicativos del proceso de innovación tecnológica en las organizaciones. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 22, núm. 79. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055964004>
- Bernal (2010). Metodología de la investigación. 3ra edición. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Belyaeva, M., Kitova, O., Popov, A. & Chernikova, E (2021), Innovative technologies in food production processes. *IOP Publishing Ltd*. Volume 937, Issue 3. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85122432697&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=TECHNOLOGICAL+INNOVATION&nlo=&nlr=&nls=&sid=e6a2bd99f6a63830c586d56d24b1b15b&sot=b&sdt=cl&cluster=sco-pubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=39&s=TITLE-ABS-KEY%28TECHNOLOGICAL+INNOVATION%29&relpos=15&citeCnt>

=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1

Brida, J.G., Lados, V & Sicilia, G (2021). Innovative efficiency in the service sector: The case of Uruguay. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*. Volumen 31, Pages 240 – 258.
https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85108539951&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=INNOVACION+DE+SERVICIOS&nlo=&nlr=&nls=&sid=c9484537ac4a9a1b71defd69afc79ee3&sot=b&sdt=cl&cluster=scofretoread%2c%22all%22%2ct%2b%2cscopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=38&s=TITLE-ABS-KEY%28INNOVACION+DE+SERVICIOS%29&relpos=1&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1

Caballero, R.M.G., Gualdrón, C.I.L. & Ibarra, E.R.B (2021). Innovación en Servicios de Salud usando herramientas de Pensamiento de Diseño. *Universidad de Caldas*. Volume 18, Issue 23, Pages 15 – 48.
https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85116041978&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=INNOVACION+DE+SERVICIOS&nlo=&nlr=&nls=&sid=c9484537ac4a9a1b71defd69afc79ee3&sot=b&sdt=cl&cluster=scofretoread%2c%22all%22%2ct%2b%2cscopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=38&s=TITLE-ABS-KEY%28INNOVACION+DE+SERVICIOS%29&relpos=0&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1

Cao, Jialei & Ge, Chenranb (2021), Research on the Impact of Technology Innovation on Quantity and Quality of Economic Growth in the Yangtze River Delta of China: A Comparative Study. *International Information and Engineering Technology Association*.
[file:///C:/Users/hp/Downloads/16.08_06%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/16.08_06%20(2).pdf)

Cerezal, J. y Fiallo, J. (2002). Los metodos científicos en las investigaciones pedagogicas.

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxtcGVmc2VkbWJ8Z3g6N2Q0NmI5NWVINzQwZDUyZQ>

Costa, L.S. (2016). Inovação nos serviços de saúde: Apontamentos sobre os limites do conhecimento. Cadernos de Saude Publica.

[https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-84994631086&origin=resultslist&sort=plf-)

84994631086&origin=resultslist&sort=plf-

f&src=s&st1=INNOVACION+DE+SERVICIOS&nlo=&nlr=&nls=&sid=c9484537ac4a9a1b71defd69afc79ee3&sot=b&sdt=cl&cluster=scofre

etoread%2c%22all%22%2ct%2b%2cscopubyr%2c%222021%22%2ct%2

c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%

2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=38&s=TITLE-ABS-

KEY%28INNOVACION+DE+SERVICIOS%29&relpos=9&citeCnt=3&

searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_E

XPORT:1

Delgado Cruz, A., Vargas Martínez, E. E & Montes Hincapié J. M.(2021), Impacto de la gestión tecnológica sobre la capacidad de innovación en el sector restauranero de Medellín, *Revista de ingeniería de organización*.

[file:///C:/Users/hp/Downloads/594-1201-3-](file:///C:/Users/hp/Downloads/594-1201-3-PB%20(1).pdf)

[PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/hp/Downloads/594-1201-3-PB%20(1).pdf)

De Rosa de Sayas Pérez, M. R., Aguirre Feria, G & Mejías Leyva, Y. (2017).

La gestión de innovación en las empresas, tendencias en el período

2002-2013. *Ciencias Holguin*. Vol. 23, No.3.

<https://www.redalyc.org/journal/1815/181552082005/>

Díaz (2006). Metodologia de la investigacion científica y bioestadistica. Ril editores. 1ra edicion.

[https://books.google.com.pe/books?id=KfscYYsconYC&printsec=fron](https://books.google.com.pe/books?id=KfscYYsconYC&printsec=frontcover&dq=D%C3%ADaz+(2006)&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=D%C3%ADaz%20(2006)&f=false)

[tcover&dq=D%C3%ADaz+\(2006\)&hl=es-](https://books.google.com.pe/books?id=KfscYYsconYC&printsec=frontcover&dq=D%C3%ADaz+(2006)&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=D%C3%ADaz%20(2006)&f=false)

[419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=D%C3%ADaz%20\(2006\)&f=f](https://books.google.com.pe/books?id=KfscYYsconYC&printsec=frontcover&dq=D%C3%ADaz+(2006)&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=D%C3%ADaz%20(2006)&f=false)

[alse](https://books.google.com.pe/books?id=KfscYYsconYC&printsec=frontcover&dq=D%C3%ADaz+(2006)&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=D%C3%ADaz%20(2006)&f=false)

Elizondo (2002). Metodologia de la investigacion contable. 3ra edicion.

<https://books.google.com.pe/books?id=BLO9spGHxrwC&pg=PA417>

&dq=Elizondo,+2002&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwivqZ6d2Mz4AhWNI7kGHVY3CDEQ6AF6BAGFEAl#v=onepage&q=Elizondo%2C%202002&f=false

Guevara (2017). Evaluación de las metodologías de vigilancia tecnológica aplicadas por expertos nacionales en el Perú. *chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9101/Guevara_C%C3%B3rdova_Evaluaci%C3%B3n_metodolog%C3%ADas_vigilancia.pdf?sequence=6&isAllowed=y*

Hervas Oliver, J.L., Parrilli, M.D. & Sempere Ripoll, F. (2021). SME modes of innovation in European catching-up countries: The impact of STI and DUI drivers on technological innovation. *Elsevier Inc.* Volume 173. https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85114696931&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=TECHNOLOGICAL+INNOVATION&nlo=&nlr=&nls=&sid=d3cabe0c085e9abebd2ecf8e4151de1a&sot=b&sdt=cl&cluster=scopusbyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct%2bscoaffilctry%2c%22Brazil%22%2ct%2c%22Mexico%22%2ct%2c%22Colombia%22%2ct%2c%22Chile%22%2ct%2c%22Argentina%22%2ct%2c%22Ecuador%22%2ct%2c%22Peru%22%2ct%2c%22Venezuela%22%2ct%2c%22Bolivia%22%2ct%2c%22Paraguay%22%2ct&sessionSearchId=d3cabe0c085e9abebd2ecf8e4151de1a&relpos=19&citeCnt=3&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1

Hernández Palma, H. G., Cardona Arbeláez, D., A. & Pineda Carreño (2017). Proyección estratégica de la calidad como facilitadora para la innovación en el sector salud de la ciudad de Barranquilla. *Revista Lasallista de Investigación.* vol. 14, núm. 1, pp. 170-178. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69551301016>

Hernández, H. G., Cardona, D.A. & Del Rio, J.L. (2017). Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas. *Información tecnológica.*

vol.28 no.5.https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=s0718-07642017000500003&script=sci_arttext

- Hernández y Mendoza (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas. file:///C:/Users/hp/Downloads/Hern%C3%A1ndez-%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf
- Idarraga-Chavarriaga, P.A., López-González, C. & Rodríguez-Vargas, F.A. (2019), Evaluación de capacidades de innovación. Estudio de caso en una Institución Prestadora de Servicios de Salud (IPS) colombiana. *Revista Gerencia y Política de Salud*. https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85084423751&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=INNOVACION+DE+SERVICIOS&nlo=&nlr=&nls=&sid=c9484537ac4a9a1b71defd69afc79ee3&sot=b&sdt=cl&cluster=scofretoread%2c%22all%22%2ct%2bscopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=38&s=TITLE-ABS-KEY%28INNOVACION+DE+SERVICIOS%29&relpos=7&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_EXPORT:1
- Morais Pereira, R. Rodriguez Marquez, H. & Gava, R (2016) innovation ecosystems of Brazilian federal universities: a mapping of technological innovation centers, incubators of technology-based companies and technological Parks. *International Journal of Innovation*. <https://www.redalyc.org/journal/4991/499165585001/>
- Molina Morales, F.X., Martínez-Cháfer. L. & Valiente Bordanova, D. (2017). Disruptive Technological Innovations as New Opportunities for Mature Industrial Clusters. The Case of Digital Printing Innovation in the Spanish Ceramic Tile Cluster. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*. <https://www.redalyc.org/journal/289/28966569003/>
- Núñez (2007). Las variables: estructura y función en la hipótesis. *Investigación educativa*. file:///C:/Users/hp/Downloads/3857.pdf

- Orjuela Garzon, W., Quintero, S., Giraldo, D.P., Lotero, L. & Nieto Lodoño. (2021). A Theoretical Framework for Analysing Technology Transfer Processes Using Agent-Based Modelling: A Case Study on Massive Technology Adoption (AMTEC) Program on Rice Production. *Sustainability*. file:///C:/Users/hp/Downloads/sustainability-13-11143-v2.pdf
- Oliveira, Silveira & Arruda (2016). Patterns of technological innovation: a comparative analysis between low-tech and high-tech industries in Brasil. *International Journal of Innovation*. vol. 4, núm. 2. <https://www.redalyc.org/journal/4991/499151080008/>
- Pérez & Placer (2011) Vigilancia tecnológica en pymes industriales del metal: conocimiento, aplicación y medición de sus beneficios. Artículo el profesor de la información. Recuperado de: file:///C:/Users/hp/Downloads/37377-Texto%20del%20art%C3%ADculo-117382-1-10-20150718%20(1)%20(3).pdf
- Pérez Padrón, S. & Moreno Méndez, F,R (2018). La innovación tecnológica y la investigación de mercado en el Sistema Empresarial Cubano, *Revista Universidad y Sociedad*, vol.10 no.1.<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n1/2218-3620-rus-10-01-367.pdf>
- Placer, E. (2016). Vigilancia tecnológica y procesos de gestión de la información como factores clave para la innovación en PYMES. Universidad de Cantabria.chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/8490/Tesis%20EPM.pdf?sequence=1>
- Ranjandish, N. & Khanalizadeh, B. (2021). Impact of technoligiactal innovation, research and development on the defense economy - iran country. *HRCAK*. Vol. 7 No. 1. <https://hrcak.srce.hr/file/378004>
- Riquelme, M. (2018). Diseño de un modelo de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva para La Universidad Técnica Federico Santa María.chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.usm.cl/bitstream/handle/11673/47175/3560900260953UTFSM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Roberto, Rogel, Salinas & Guzmán (2018) Innovación tecnológica. conceptos y aplicaciones desarrollados en el Manual de Bogotá por la Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología. Essentials. <https://essentials.ebsco.com/search/eds/details/la-gestion-para-la-innovacion-tecnologica-en-peque%C3%B1as-y-medianas-empresas-pymes-agroindustriales?query=INNOVACION%20TECNOLOGICA&db=edb&an=128994277>
- Rodríguez (2005) Metodología de la Investigación. 1ra edición. https://books.google.com.pe/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PR5&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false
- Silva Guerra, H., Ziritt Trejo, G. & Moreno Freites, Z. (2021). Estrategias de triangulación del marketing para el posicionamiento de innovación tecnológica en equipos médicos colombianos. *Dictamen Libre*. https://content.ebscohost.com/cds/retrieve?content=AQICAHioQh6vaQ1f_660avHqehX5LEStxh3GpqBCg7yJ_AGctQG0t_12SjC-cwOKXx735z0AAAA4zCB4AYJKoZlhcNAQcGoIHSMIHPAgEAMIHJBgkqhkiG9w0BBwEwHgYJYIZIAWUDBAEuMBEEDKT1Ye1a9O3OY_-0xglBEICBm0LsnGMm2KKrlby9g0vwKsw9zcuE0u34ZNsKB53NgebXihyyxjpQqs9RP5mKTOzZmEq4dIG7MrtDXhJUm3PTPOMhjTiCEZsMA-jZBI-zyGZxNW1Zw9NX7S01zpolfg2BVqqL8-DqLjWCzxCGLrZwg4PPuTIX4EeLs051eEn6uvUtanSVmKitYxtD6Wxb_SGipFxp6ITPHGOhDP5
- Simonsen Leal, C.I. & Figueiredo, P. N. (2021). Technological innovation in brazil: Challenges and inputs for public policies [Inovação tecnológica no brasil: Desafios e insumos para políticas públicas]. *Revista de Administracao Public*, Volume 55, Issue 3, Pages 512 – 537. <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85111075543&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&st1=INNOVACION+TECNOLOGICA&nlo=&nlr=&nls=&sid=8>

59db50e56c854ca8dfeec7a1eccc6d&sot=b&sdt=cl&cluster=scopub
yr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%
2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22
%2ct&sl=37&s=TITLE-ABS-
KEY%28INNOVACION+TECNOLOGICA%29&relpos=3&citeCnt=0&
searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_DOC_DETAILS_E
XPORT:1

- Solleiro Robelledo, J.L. & Colín García, H.M. (2019). Premio innovagro, modelo de articulación y difusión de la innovación en el sector agroalimentario. *Revista Mexicana de Agronegocios*, vol. 45. <https://www.redalyc.org/journal/141/14162394006/>
- Tejada Estrada, G.C., Cruz Montero, J.M., Uribe Hernández, Y. C. & Ríos Herrera, J.J. (2019). Innovación tecnológica: Reflexiones teóricas. *Revista Venezolana*. vol. 24, núm. 85. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058864011/html/>
- Valdez-Juárez, L. E., Solano Rodríguez, O. J., & Martin, D. P. (2018). Modes of learning and profitability in Colombian and Mexican SMEs. *Journal of High Technology Management Research*, Vol 29 PP 193-203. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01909818>
- Valdés Sao, M.S. & Leyva Martínez, A (2019). Procedimiento metodológico para el diagnóstico de las capacidades tecnológicas en las empresas. *Ciencias* Holguin. <https://www.redalyc.org/journal/1815/181562407003/>
- Vara (2012). Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. 3ra edición. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Viedma (2015). Estadística descriptiva e inferencial. file:///C:/Users/hp/Downloads/Estadistica_descriptiva_e_inferencial_Ca.pdf

ANEXOS

ANEXO 1.

Tabla 5
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Título: Vigilancia Tecnológica Autor: Enrique Frank Alejandro Cárdenas RojasAsesor: Dr. Jiménez Calderón, César Eduardo Cuestionario adaptado de: Pérez & Placer (2011) <i>Vigilancia tecnológica en pymes industriales del metal: conocimiento, aplicación y medición de sus beneficios</i> . Artículo el profesor de la información. Recuperado de: file:///C:/Users/hp/Downloads/37377-Texto%20del%20art%C3%ADculo-117382-1-10-20150718%20(1)%20(3).pdf				Escala de valoración	
Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems		
ESTRATEGIA DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA Escorsa, Maspons y Libre (2001) nos dice que es un esfuerzo dirigido a obtener información relativa al estado actual de las tecnologías que son utilizadas por la empresa. No se trata de una tarea que pueda considerarse simple, sino que requiere una gran especialización de los responsables de este tipo de actividad es, pues constituye la base para el diagnóstico de la posición tecnológica de la empresa y permitirá abordar la elaboración de la estrategia tecnológica con sus correspondientes programas de acción.	INNOVACIÓN La innovaciones la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, dirigidos al cliente, consumidor o usuario (Shumpeter, 1997)	PRODUCTOS O SERVICIOS	1	El Desarrollo de nuevos productos o servicios en la sociedad afectan el crecimiento de la empresa	Ordinal – 1= NUNCA 2=CASI NUNCA 3= A VECES 4= CASI SIEMPRE 5= SIEMPRE
			2	La empresa aprovecha las sugerencias y los conocimientos de sus proveedores para generar mejoras en producto o de proceso	
		MARKETING	3	Introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en las áreas de marketing y ventas	
			4	La estrategia de la empresa tiene en cuenta el marketing digital y la considera como un factor clave para su éxito	
	PROCESOS	5	La estrategia de la organización es proactiva en materia de innovación y se anticipa a los cambios que se producen en el mercado y en el entorno		
		6	Se implementan constantemente nuevos procesos para la eficacia de la organización.		
		SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	7	La empresa aprovecha las sugerencias y las quejas de los clientes para generar mejoras e innovaciones de producto o servicio.	
			8	La empresa tiene diferenciación de productos o servicios que su competencia	
	CALIDAD	9	Los precios de sus productos o servicios de la empresa van acorde al mercado		
		10	Considera que hay mayor demanda en la empresa por el producto o servicio que ofrece		
	CRECIMIENTO Tiene como referencia nuevas tecnologías, formas de uso, nuevas regulaciones y nuevos productos derivados de la tecnología.	PRODUCCIÓN	11	La competitividad ayuda a que la empresa pueda tener un mayor posicionamiento en el mercado	
			12	Considera que existe mejoras en las áreas de servicio post-venta y soporte al cliente para su crecimiento	
		PLANEACIÓN	13	Considera que la empresa contribuye con	
		DISEÑO	14	Considera que si la empresa tiene un buen servicio/producto tendrán un mejor crecimiento y desarrollo económico	

ANEXO 2.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS
Problema general:	Objetivo general:	Hipótesis general:
¿Cuál es la relación de las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022? en base a sus dimensiones innovación, competitividad y desarrollo.	Determinar las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022 en base a sus dimensiones innovación, competitividad y desarrollo.	Las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar están relacionadas directamente con la innovación, competitividad y desarrollo.
Problemas específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:
¿Cuál es la relación de innovación con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022?	Determinar la relación de innovación con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022	La innovación está relacionada con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022
¿Cuál es la relación de competitividad con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022?	Determinar la relación de competitividad con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022	La competitividad está relacionada con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022
¿cuál es la relación de desarrollo con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022?	Determinar la relación de desarrollo con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022	El desarrollo está relacionado con las estrategias de vigilancia tecnológica para un restobar, lima 2022

Tabla 6

ANEXO 3. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO VARIABLE:

■ CUESTIONARIO SOBRE VIGILANCIA TECNOLÓGICA EN LA EMPRESA DEDICADA A RESTOBARES

Estimados Colaboradores tengo el agrado de dirigirme para que me puedan apoyar con unos minutos de su tiempo para poder llenar el cuestionario que se presenta a continuación. Este cuestionario es exclusivamente académico que nos ayudará a obtener información relacionada con la variable vigilancia tecnológica Desde ya agradezco su comprensión y su tiempo.

INSTRUCCIONES

A continuación, le mostramos una serie de enunciados, léalos detenidamente y contesta todas las preguntas. El cuestionario es anónimo y solo tiene fines académicos. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Trate de ser sincero en sus respuestas y utilice cualquiera de las escalas de estimación.

La escala de estimación posee valores de equivalencia de 1 al 5 que, a su vez, indican el grado mayor o menor de satisfacción de la norma contenida en el instrumento de investigación. Para lo cual deberá tener en cuenta los siguientes criterios:

ESCALA	EQUIVALENCIA
5	Siempre
4	Casi Siempre
3	A veces
2	Casi Nunca
1	Nunca

Para determinar la valoración, marque con un aspa (x) en uno de los casilleros, de acuerdo con la tabla de equivalencia:

I	INNOVACIÓN	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
1	El Desarrollo de nuevos productos o servicios en la sociedad afectan el crecimiento de la empresa					
2	La empresa aprovecha las sugerencias y los conocimientos de sus proveedores para generar mejoras en producto o de proceso					
3	Introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en las áreas de marketing y ventas					
4	La estrategia de la empresa tiene en cuenta el marketing digital y la					

	considera como un factor clave para su éxito					
5	La estrategia de la organización es proactiva en materia de innovación y se anticipa a los cambios que se producen en el mercado y en el entorno					
6	Se implementan constantemente nuevos procesos para la eficacia de la organización.					

II	COMPETITIVIDAD	Escala de valorización				
		1	2	3	4	5
7	La empresa aprovecha las sugerencias y las quejas de los clientes para generar mejoras e innovaciones de producto o servicio.					
8	La empresa tiene diferenciación de productos o servicios que su competencia					
9	Los precios de sus productos o servicios de la empresa van acorde al mercado					
10	Considera que hay mayor demanda en la empresa por el producto o servicio que ofrece					
11	La competitividad ayuda a que la empresa pueda tener un mayor posicionamiento en el mercado					

III	CRECIMIENTO	Escala de valorización				
		1	2	3	4	5
12	Considera que existe mejoras en las áreas de servicio post-venta y soporte al a clientes para su crecimiento					
13	Considera que la empresa contribuye con el crecimiento económico del país, disminuyendo así la pobreza					
14	Considera que si la empresa tiene un buen servicio/producto tendrán un mejor crecimiento y desarrollo económico					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, JIMENEZ CALDERON CESAR EDUARDO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Estrategia de vigilancia tecnológica para un restobar, Lima, 2022", cuyo autor es CARDENAS ROJAS ENRIQUE FRANK ALEJANDRO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 17 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
JIMENEZ CALDERON CESAR EDUARDO DNI: 16436847 ORCID: 0000-0001-7894-7526	Firmado electrónicamente por: JCALDERONCE el 17-11-2022 14:46:38

Código documento Trilce: TRI - 0443691