



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL**  
**Y DERECHO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA**  
**OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO (A) EN MARKETING**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**TEMA: ANÁLISIS DE LA EFICACIA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE**  
**MODELOS DE VIGILANCIA EN LAS EMPRESAS DE CONSUMO**  
**MASIVO.**

**Autores:**

Sra. Bazán Rizzo Génesis Julieth  
Sr. Velasco Moran Jefferson Ariel

**Tutor:**

MAE. Echeverría Vásquez Huber Gregorio

**Milagro, Octubre 2019**  
**ECUADOR**



## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.  
Fabricio Guevara Viejó, PhD.  
**RECTOR**  
**Universidad Estatal de Milagro**  
Presente.

Yo, **Velasco Moran Jefferson Ariel** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad (Proyecto de Investigación) de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 29 de octubre de 2019



Velasco Moran Jefferson Ariel  
Autor 2  
C.I: 0929171213

## APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Echeverría Vásquez Huber Gregorio en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por los estudiantes Bazán Rizzo Génesis Julieth y Velasco Moran Jefferson Ariel cuyo tema de trabajo de Titulación es Análisis de la eficacia en la implementación de los modelos de vigilancia en las empresas de consumo masivo, que aporta a la Línea de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad (Proyecto de Investigación) previo a la obtención del Grado INGENIERA EN MARKETING ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 29 de octubre de 2019



Echeverría Vásquez Huber Gregorio  
Tutor  
C.I: 0916577810

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MAE. Echeverría Vásquez Huber Gregorio

MBA. Pérez Jiménez Leopoldo Izquieta

Mgr. Icaza Rivera Dalva Patricia

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERA EN MARKETING presentado por la estudiante Bazán Rizzo Génesis Julieth

Con el tema de trabajo de Titulación: ANÁLISIS DE LA EFICACIA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE VIGILANCIA EN LAS EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO.



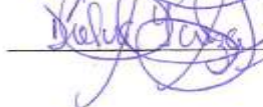
Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[ 56,33 ]
Defensa oral	[ 37,67 ]
Total	[ 94 ]

Emita el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 29 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Echeverría Vásquez Huber Gregorio	
Secretario (a)	Pérez Jiménez Leopoldo Izquieta	
Integrante	Icaza Rivera Dalva Patricia	

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MAE. Echeverría Vásquez Huber Gregorio

MBA. Pérez Jiménez Leopoldo Izquieta

Mgtr. Icaza Rivera Dalva Patricia

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de INGENIERO EN MARKETING presentado por el estudiante Velasco Moran Jefferson Ariel

Con el tema de trabajo de Titulación: ANÁLISIS DE LA EFICACIA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE VIGILANCIA EN LAS EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO.




Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[56,33]
Defensa oral	[37,67]
Total	[94]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 29 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Echeverría Vásquez Huber Gregorio	
Secretario (a)	Pérez Jiménez Leopoldo Izquieta	
Integrante	Icaza Rivera Dalva Patricia	

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de investigación a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis padres Jorge Bazán, Karina Rizzo y hermanos Jerson Bazán, Stephany Bazán quienes por ellos soy lo que soy, por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi esposo Kevin López e hijo Klein López Bazán por creer en mi capacidad, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado brindándome su comprensión, cariño y amor por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

Y sin dejar atrás a toda mi familia por confiar en mí, a mis abuelitos, tíos y primos, gracias por ser parte de mi vida y por permitirme ser parte de su orgullo.

**Bazán Rizzo Génesis Julieth**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de investigación a Dios por brindarme la fortaleza y sabiduría cuando más lo he necesitado y además por permitirme llegar a estos momentos de mi formación profesional, a mis padres José Velasco y Margarita Moran, a mi hermano Javier por su apoyo incondicional en cada meta planteada, ya que mis logros son los suyos también.

**VELASCO MORAN JEFFERSON ARIEL**



## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito una de mis tantas metas propuestas.

A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron y a mi esposo por su apoyo y paciencia en este proyecto de investigación, gracias por confiar siempre en mí.

De igual forma, agradezco a mi tutor Ing. Echeverría Vásquez Huber Gregorio, que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este proyecto de investigación. A los docentes que con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Estatal de Milagro.

**Bazán Rizzo Génesis Julieth**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios en todo momento por darme la fe y las fuerzas para cumplir con esta meta, a los catedráticos que impartieron sus conocimientos y experiencias académicas y profesionales, los cuales fueron aplicados para el desarrollo de la presente tesis, a mis padres y hermano por estar a mi lado siempre y en especial al Ing. Huber Echeverría por su asesoramiento para llevar a cabo este proyecto de investigación.

**Velasco Moran Jefferson Ariel**

## INDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR .....	II
DERECHOS DE AUTOR .....	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR .....	V
DEDICATORIA.....	VI
DEDICATORIA.....	VIII
AGRADECIMIENTO .....	IX
Bazán Rizzo Génesis Julieth .....	IX
AGRADECIMIENTO .....	X
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XIV
ÍNDICE DE TABLAS.....	XV
RESUMEN .....	XVI
ABSTRACT.....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
Breve descripción de los antecedentes.....	1
Importancia y actualidad del tema.....	1
Descripción de la situación y planteamiento del problema.....	1
Objetivos de la investigación.....	2
Objetivo general .....	2
Objetivos específicos.....	2
Justificación de la investigación .....	3
CAPÍTULO 1 .....	4
1.1. Marco Teórico .....	4

1.1.1. Vigilancia en las empresas.....	4
1.1.2. Vigilancia tecnológica.....	5
1.1.3. Inteligencia competitiva .....	6
1.1.4. Generalidades de la inteligencia competitiva.....	7
1.1.5. Tipos de inteligencia competitiva.....	9
1.1.5.1. Inteligencia competitiva en el proceso de gestión estratégica.....	9
1.1.6. Fases de la vigilancia tecnológica.....	11
1.2. Marco conceptual.....	13
CAPÍTULO 2 .....	15
2.1. Metodología .....	15
2.1.1. Diseño de la investigación .....	15
2.1.2. Tipo de investigación.....	15
2.1.3. Método de la investigación .....	15
2.1.4. Enfoque de la investigación .....	16
2.1.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	16
2.1.6. Población y muestra .....	16
2.1.6.1. Población.....	16
2.1.7. Muestra.....	20
2.1.8Hipótesis.....	22
2.1.8.1Hipótesis general.....	22
2.1.8.2Hipótesis particulares.....	22
2.1.9Variables.....	23
2.1.9.1Variables de la investigación .....	23
CAPÍTULO 3 .....	24
3.1. Análisis de datos .....	24

3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectiva .....	38
3.3. Resultados .....	39
3.4. Verificación de hipótesis .....	40
CAPÍTULO 4 .....	41
Conclusiones.....	41
Recomendaciones.....	42
Bibliografía .....	43
ANEXOS.....	45

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ciclo de la vigilancia tecnológica.....	12
Figura 2 Sectores de más participación .....	27
Figura 3 Empresa ubicadas en Guayas .....	28
Figura 4 Empleados promedio por empresas.....	29
Figura 5 Empresa lleva a cabo un proceso de vigilancia .....	33
Figura 6 Gerencia de las empresas manejan las Tics.....	34
Figura 7 Modelos de vigilancia que usan la empresa son los apropiados.....	35
Figura 8 Aspectos vigilados están alineados al crecimiento organizacional .....	36
Figura 9 Aspectos vigilados están alineados al crecimiento del personal .....	37
Figura 10 Aspectos vigilados aportan a los resultados esperados.....	38
Figura 11 Manejo de medios tecnológicos requeridos para una vigilancia eficiente .....	39
Figura 12 Información se gestiona por algún sistema informático transaccional ..	40
Figura 13 Información desde su puesto de trabajo es bien aprovechada en las tomas de decisiones.....	41
Figura 14 Recibe retroalimentación sobre los aspectos vigilados .....	42
Figura 15 Importancia de la información generada para la toma de decisiones ...	43
Figura 16 Vigilancia tiene un enfoque dirigido más al trabajador .....	44
Figura 17 Información obtenida es analizada de manera eficaz .....	45
Figura 18 Vigilancia tecnológica ha traído buenos resultados .....	46

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables de investigación .....	23
Tabla 2 Empresa lleva a cabo un proceso de vigilancia.....	24
Tabla 3 Gerencia de las empresas manejan las Tics.....	25
Tabla 4 Modelos de vigilancia que usan la empresa son los apropiados .....	26
Tabla 5 Aspectos vigilados están alineados al crecimiento organizacional.....	27
Tabla 6 Aspectos vigilados están alineados al crecimiento del personal .....	28
Tabla 7 Aspectos vigilados aportan a los resultados esperados .....	29
Tabla 8 Manejo de medios tecnológicos requeridos para una vigilancia eficiente	30
Tabla 9 Información se gestiona por algún sistema informático transaccional.....	31
Tabla 10 Información desde su puesto de trabajo es bien aprovechada en las tomas de decisiones.....	32
Tabla 11 Recibe retroalimentación sobre los aspectos vigilados .....	33
Tabla 12 Importancia de la información generada para la toma de decisiones.....	34
Tabla 13 Vigilancia tiene un enfoque dirigido más al trabajador .....	35
Tabla 14 Información obtenida es analizada de manera eficaz .....	36
Tabla 15 Vigilancia tecnológica ha traído buenos resultados.....	37
Tabla 16 Verificación de Hipótesis .....	40
Tabla 17 Operacionalización de las Variables.....	46

# **ANÁLISIS DE LA EFICACIA EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS MODELOS DE VIGILANCIA EN LAS EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO**

## **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación estuvo enfocada en las empresas de consumo masivo a nivel de la provincia del Guayas, en la cual es evidente la falta de innovación e inversión en el desarrollo tecnológico en la industria de los productos de consumo masivo, el cual es un sector estratégico de interés para el desarrollo de la economía del país, el objetivo general fue determinar la eficacia de la implementación de los modelos de vigilancia en relación a la visión estratégica en las empresas de consumo masivo, para lo cual tuvo que aplicarse una metodología basada en una investigación con diseño no experimental, es decir es una investigación que carece de la manipulación de una variable independiente, además fue de tipo descriptiva puesto que se determinó la eficacia de la implementación de los modelos de vigilancia en relación a la visión estratégica en las empresas de consumo masivo. Como resultado se obtuvo que las mismas llevan a cabo un proceso de vigilancia tecnológica con muchas falencias, finalmente se concluyó que las empresas de consumo masivo utilizan principalmente las siguientes Tics como computadoras, smartphones, cámara de vigilancias, sistemas biométricos y softwares.

### **Palabras claves:**

Empresas – Consumo masivo – Guayas – Vigilancia tecnológica



# **ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS IN THE IMPLEMENTATION OF SURVEILLANCE MODELS IN MASS CONSUMPTION COMPANIES**

## **ABSTRACT**

The present research project was focused on mass consumption companies at the level of the province of Guayas, in which the lack of innovation and investment in technological development in the mass consumption products industry is evident, which is a strategic sector of interest for the development of the economy of the country, the general objective was to determine the effectiveness of the implementation of surveillance models in relation to the strategic vision in mass consumption companies, for which a methodology based on In an investigation with a non-experimental design, that is to say, it is an investigation that lacks the manipulation of an independent variable, it was also descriptive, since the effectiveness of the implementation of surveillance models was determined in relation to the strategic vision in the mass consumption companies. As a result it was obtained that they carry out a technological surveillance process with many flaws, it was finally concluded that the mass consumption companies mainly use the following Tics such as computers, smartphones, surveillance cameras, biometric systems and software.

### **Keywords:**

SMEs - Mass consumption – Guayas - Technology Watch

# INTRODUCCIÓN

## **Breve descripción de los antecedentes**

La gestión de la información es cada vez más accesible debido a la rapidez con que se extienden las herramientas de comunicación y difusión, tomando en cuenta que toda información es útil para una empresa, sector, fabrica o industria independientemente del entorno en el que compita.

Las empresas necesitan un protocolo para la prestación de servicios empresariales de alto valor con un énfasis en la vigilancia tecnológica que permita satisfacer las necesidades de los clientes. La información tecnológica especializada en mercados, tecnología e investigación servirá para promover el desarrollo de la innovación.

## **Importancia y actualidad del tema**

Las empresas de consumo masivo dedicadas a la comercialización de productos de primera necesidad, comprometidas con la innovación constante y la mejora continua para lograr la satisfacción del cliente y la rentabilidad para sus inversores, para su gestión integral requieren una serie de recursos y sistemas de información óptimos que permiten la automatización de sus procesos de forma eficiente y ágil.

## **Descripción de la situación y planteamiento del problema**

Hoy en día las empresas tienen implementados sistemas de vigilancia que no tienen coherencia con la visión estratégica, pues vigilan múltiples situaciones de las cuales muchas de ellas no están alineadas a los objetivos empresariales, esto encadena un problema debido a que la mala identificación de los procesos, tendrá como resultado un erróneo análisis de información, de toma de decisión y de la difusión de información.

La vigilancia tecnológica actúa como una herramienta para la innovación, ya que es un proceso sistemático en el que el punto de partida es obtener datos y / o información que se procesará para tomar las decisiones adecuadas que den ventaja a las empresas objetos de estudio para competir en el mercado a través del conocimiento necesario y puro de la información para la toma de decisiones orientada a la innovación de productos, servicios, procesos, etc.

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Determinar la eficacia de la implementación de los modelos de vigilancia en relación a la visión estratégica en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.

### **Objetivos específicos**

- Evaluar la coherencia de la captación e identificación de objetos de vigilancia en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.
- Analizar los medios y mecanismos de captación de información de los objetos de vigilancia las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.
- Establecer si la información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia son analizados de manera eficaz en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.
- Diagnosticar la interpretación y comunicación de los reportes que se obtienen de los modelos de vigilancia en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.

## **Justificación de la investigación**

El análisis de los procesos de vigilancia tecnológica se considera importante para la innovación. Este trabajo se realiza en respuesta a la necesidad de saber si las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas realizan eficientemente los procesos de vigilancia tecnológica, ya que es necesario que adopten estos procesos, que sean generadores de actividades innovadoras que otorguen un desarrollo sostenible, ventaja competitiva, y potenciar su crecimiento y desarrollo económico.

Las empresas deben anticipar los cambios en el mercado, anticipar las acciones de los competidores, reconocer a los competidores nuevos o potenciales, aprender de los éxitos y fracasos de otros, aumentar su participación en el mercado, aprender sobre nuevas tecnologías, productos y procesos, actualizarse en términos políticos y legislativos. o cambios regulatorios que puedan afectar su negocio, entre otros.

Esta información debe tener un significado para la empresa, es decir, debe ser información centrada en contribuir al cumplimiento de los objetivos propuestos, que convierta el conocimiento y los recursos disponibles para la toma de decisiones para generar valor agregado en sus productos, servicios, procesos, etc.

# CAPÍTULO 1

## 1.1. Marco Teórico

### 1.1.1. Vigilancia en las empresas

Las pequeñas empresas utilizan la vigilancia estratégica para observar eventos dentro y fuera de la empresa que probablemente afectará su estrategia. Las empresas pueden hacer estas observaciones de diversas maneras, como revisar la literatura externa, monitorear los factores ambientales, asistir a conferencias comerciales y ver sitios web de redes sociales. El objetivo de esta vigilancia es mantenerse por delante de los competidores y los cambios en el clima empresarial.

Un ejemplo de la vigilancia estratégica diaria por parte de pequeñas empresas es la revisión de literatura externa relacionada con actividades comerciales. Esta literatura puede incluir la lectura de *The Wall Street Journal*, *Business Weekly* o cualquier otra publicación comercial. Estos periódicos y publicaciones periódicas ofrecen información sobre tendencias de negocios o tendencias que se están quedando obsoletas. Esta es una forma relativamente barata para que las pequeñas empresas observen las tendencias comerciales que afectarán la estrategia de su empresa.

Otro ejemplo de vigilancia estratégica es asistir a conferencias comerciales en su línea de negocios. Cada tipo de negocio lleva a cabo varias conferencias comerciales a lo largo del año para presentar nuevos productos y discutir ideas para el futuro. Estas conferencias son una manera perfecta de ver la competencia y probar nuevas ideas o productos. Los clientes también asisten a estas conferencias para que las pequeñas empresas puedan ver cómo reaccionarán los clientes ante posibles cambios.

Otro ejemplo de vigilancia estratégica es mirar los sitios web de redes sociales. Esta es una forma económica de observar cómo los clientes y los competidores reaccionarán ante una estrategia cambiante de la empresa y recibir sus comentarios.

La vigilancia estratégica está diseñada para monitorear una amplia gama de eventos dentro y fuera de la empresa que probablemente amenacen el curso de la estrategia de la empresa". La idea básica detrás de la vigilancia estratégica es que debe fomentarse algún tipo de monitoreo general de múltiples fuentes de información, con la intención específica de ser la oportunidad de descubrir información importante pero no anticipada.

La vigilancia estratégica parece ser similar de alguna manera al "análisis ambiental". El razonamiento, sin embargo, es diferente. El escaneo ambiental generalmente se considera como parte del ciclo de planificación cronológica dedicado a generar información para el nuevo plan. En contraste, la vigilancia estratégica está diseñada para salvaguardar la estrategia establecida de manera continua.

### **1.1.2. Vigilancia tecnológica**

A continuación, se mencionan algunas de las actividades de vigilancia tecnológica.

- **Vigilancia estratégica**

Las pequeñas empresas utilizan la vigilancia estratégica para observar eventos dentro y fuera de la empresa que probablemente afectarán su estrategia (Aguirre, Cataño, & Rojas, 2013). Las empresas pueden hacer estas observaciones de diversas maneras, como revisar la literatura externa, monitorear los factores ambientales, asistir a conferencias comerciales y ver sitios web de redes sociales. El objetivo de esta vigilancia es mantenerse por delante de los competidores y los cambios en el clima empresarial.

- **Vigilancia activa**

La vigilancia activa consiste en establecer un procedimiento de búsqueda de información regular sobre una necesidad de recopilación de datos previamente definidos, en muchos casos estas responden a la investigación puntual sobre un determinado tema.

- **Vigilancia pasiva**

La vigilancia pasiva representa el descubrimiento de datos o información de interés para una empresa, compañía u organización en diferentes fuentes de búsqueda, de manera frecuente, la misma, llega de manera permanente a través de terceras personas involucradas de manera indirecta en una investigación.

### **1.1.3. Inteligencia competitiva**

Son los datos recopilados por una compañía sobre negocios y mercados rivales, que luego pueden analizarse para crear estrategias comerciales más efectivas en el futuro (García, 2016). Por definición, la inteligencia competitiva reúne información procesable de diversas fuentes publicadas y no publicadas, recopilada de manera eficiente y ética.

No existe una definición única y universal de la inteligencia competitiva. La definición más utilizada y citada fue la proporcionada por la Society of Competitive Intelligence Professionals, donde se define como el proceso de estudio y vigilancia del entorno competitivo (Moya & Moscoso, 2017).

Trasciende el simple cliché de "conoce a tu competencia". Más bien, es un ejercicio de inmersión profunda, donde las empresas desentierran los puntos más finos de los planes de negocios de los competidores, incluidos los clientes a los que sirven y los mercados en los que operan (Maruri, Pérez, & Soto, 2016).

Dentro de cualquier organización, la inteligencia competitiva tiene diferentes significados y aportes de acuerdo a un determinado departamento. Por ejemplo, a un representante de ventas, puede referirse a consejos tácticos sobre la mejor manera de ofertar por un contrato lucrativo (Villarroel, Comai, & Fernandez, 2016).

La finalidad de la aplicación de la inteligencia competitiva es el apoyo en la toma de decisiones mejor informadas para así mejorar el desempeño de la organización mediante el descubrimiento de riesgos y oportunidades antes de que sean evidentes. En otras palabras, la inteligencia competitiva apunta a evitar que las empresas sean sorprendidas por las fuerzas de oposición.

#### **1.1.4. Generalidades de la inteligencia competitiva**

En el entorno empresarial moderno, el conocimiento es el recurso más importante. El posicionamiento válido en el mercado y el desarrollo de estrategias corporativas son impensables sin tener en cuenta la competencia, tanto la información actual como la potencial relacionada (Villarroel, Comai, & Fernandez, 2016). A fines del siglo pasado, la información relativa a la competencia se refería principalmente a su participación en el mercado y a su oferta, que en ese momento parecía ser un volumen de información satisfactorio.

Sin embargo, la excepcional complejidad y la volatilidad del entorno empresarial moderno de hoy en día requieren una información mucho más amplia sobre la competencia, la actualidad y el potencial (Hernandez, 2016). Estas informaciones se refieren no solo a la participación en el mercado de los competidores y su oferta, sino también al nivel y la estructura de sus gastos, productos y servicios, relación calidad-precio, volumen de ventas, alcance de actividades, flujos de efectivo, liquidez, solvencia y rentabilidad.



La información sobre la competencia es hoy en día un componente crítico para la toma de decisiones tácticas y estratégicas de cada empresa. Construir un sistema de información que apoye la gestión y la toma de decisiones, y que puede ser una fuente de ventaja competitiva, no es una tarea fácil (Berges, Meneses, & Martinez, 2016). El desarrollo turbulento de tecnologías de la información, hardware y software, actividades transformadas como la recopilación, acumulación y transmisión de información, en una tarea muy sencilla, pero solo desde el punto de vista técnico.

Lo que sigue siendo el problema es cómo obtener información de calidad y útil. Dicha información de alta calidad sobre las empresas de la competencia que se puede tener a su disposición solo si establecen un sistema integrado e inteligente para recopilar y analizar datos sobre la competencia.

Un eficiente proceso de inteligencia competitiva incluye el análisis y el suministro de información y conocimientos oportunos y útiles, que son esenciales para los gerentes y todos los encargados de tomar decisiones para mejorar la posición competitiva de sus empresas, a los ojos de los consumidores (Berges, Meneses, & Martinez, 2016). La inteligencia competitiva proporciona herramientas para transformar información sin procesar con respecto al entorno competitivo en la información y el conocimiento que se utiliza para tomar decisiones estratégicas de negocios. Las compañías que entienden este concepto generan mucho más éxito en el mercado que sus competidores que no entienden la relación entre el análisis ambiental y la toma de decisiones estratégicas.

### **1.1.5. Tipos de inteligencia competitiva**

#### **1.1.5.1. Inteligencia competitiva en el proceso de gestión estratégica.**

La tarea básica de la administración estratégica moderna es el diseño e implementación de estrategias ganadoras. En términos generales, la estrategia "ganadora" permite el posicionamiento exitoso de empresas en el mercado (Aguirre, Cataño, & Rojas, 2013). Un posicionamiento superior en el mercado, significa entregar el mayor valor a los clientes, al menor costo. Alcanzar tal posición líder en el mercado se ha convertido en una tarea cada vez más difícil en el mercado global moderno, debido al creciente ritmo e intensidad de la competencia.

Las compañías que no logran aprovechar oportunamente las nuevas oportunidades de mercado y defenderse de la amenaza de los competidores, muy pronto se dan cuenta de que su posición competitiva en el mercado se ha debilitado. Al perder una posición líder en el mercado, las empresas pierden su ventaja competitiva y con el tiempo, sufren el deterioro de los resultados financieros.

Numerosos estudios e investigaciones en el pasado demostraron que el proceso de toma de decisiones estratégicas no debe ignorar las acciones estratégicas de los competidores actuales y potenciales, y que las empresas deben hacer un esfuerzo adicional para asegurar esta información, sin importar en qué sucursal operan. (Moya & Moscoso, 2017)

La información y el análisis de la información relacionada con los competidores tienen sus raíces en la literatura científica que se remonta a Aguilar, quien afirmó que el ambiente crea importantes limitaciones y minimiza la posibilidad de que los gerentes utilicen y analicen la información proveniente del mercado. Las compañías que pueden adaptar y ajustar sus estrategias comerciales, basadas en el flujo continuo de información sobre sus

competidores, mejorarán su ventaja competitiva sobre aquellas compañías que no intentan o no se ajustan (Aguilar, 1967).

Porter sostiene que el análisis de la competencia es el problema central en el proceso de definición de la estrategia. Sin esta información, a las empresas les resultará muy difícil posicionarse dentro del mercado, de una manera que las diferencie de sus competidores. Comprender las posiciones actuales del mercado y las estrategias de los competidores, es la base para diseñar estrategias futuras. Sin esta información, es casi imposible evaluar las oportunidades y competencias de sus principales competidores en el mercado (Porter, 1980).

Sin embargo, hasta hace poco, solo unos pocos investigadores centraron su investigación en identificar la relación entre el proceso de gestión estratégica y las actividades que realiza la administración para comprender su entorno competitivo (Marulanda, Hernandez, & Lopez, 2016). La inteligencia competitiva es la conexión entre estos dos procesos.

Las empresas pueden aplicar la vigilancia tecnológica o la inteligencia competitiva para: entender cómo y dónde encontrar recursos y capacidades únicas que puedan mejorar su posición en el mercado y luchar contra la competencia; para estimar la manera única de combinar sus recursos para crear valores para sus clientes; evaluar las habilidades de los rivales para imitar sus estrategias; para comprender la forma en que su competencia desarrolló sus capacidades únicas; para crear "almacenamientos de conocimiento" en toda la organización mediante la introducción de sistemas de gestión de habilidades y actividades dentro de la empresa; para evitar la erosión de la información con respecto a los fundamentos en los que la empresa basa sus ventajas competitivas mediante la aplicación de estrategias de

contrainteligencia que se utilizan para la protección de procesos clave en las actividades operativas de una empresa.

El desarrollo, la integración y la aplicación de inteligencia competitiva sirven para aumentar el valor para los clientes (Rubio, 2016). Mediante la recopilación de información sobre la competencia, las empresas pueden analizar sus habilidades y competencias, mejorar sus propias habilidades, así como predecir el comportamiento y las acciones futuras de los competidores para preservar o mejorar su posición en el mercado.

Más importante aún, es que la inteligencia competitiva crea un conocimiento comparativo que permite a las empresas resaltar sus fortalezas y mejorar las debilidades de sus competidores a través de la diferenciación de productos y / o servicios ofrecidos en el mercado (Maruri, Perez, & Soto, 2016). Las empresas que implementan cada vez más análisis ambientales e invierten en sistemas de información para el procesamiento y distribución de datos, consumen sus productos en el mercado con más éxito que sus competidores.

#### **1.1.6. Fases de la vigilancia tecnológica**

La implementación de los procesos de vigilancia tecnológica consiste en la implementación de un sistema en el cual, a través de un conjunto de métodos, procedimientos y recursos, la información se captura, analiza y difunde sistemáticamente como inteligencia a los gerentes de una organización, que pueden actuar desde ella. A continuación, se mencionan las fases de la vigilancia tecnológica.

## Ciclo de la Vigilancia Tecnológica



*Figura 1* Ciclo de la vigilancia tecnológica

- **Planeación e identificación de necesidades**

Como primera medida, se identifican las necesidades de información, las tecnologías que deben supervisarse y los factores críticos de vigilancia (FCV) para definir la estrategia de vigilancia más adecuada para la organización, establecer una hoja de ruta con objetivos y responsabilidades viables basadas en los recursos humanos, materiales y económicos que la organización tiene y decide dedicar al proceso. Toda la organización debe estar involucrada.

- **Búsqueda y captación de información**

Para este paso, es necesario definir los objetivos de la búsqueda de información donde se elaborará la estrategia que precise las necesidades, asimismo será de importancia conseguir la información de una manera ordenada. Para esto, se deben realizar tareas fundamentales como:

- a) Identificación de palabras claves

- b) Validación de expertos
- c) Selección de fuentes de información relevantes
- d) Formulación de la búsqueda
- e) Registro de resultados

- **Análisis, organización y depuración de la información**

Para ello, se combinan criterios de validación de la información obtenida, técnicas de información analítica y herramientas informáticas especializadas que ayudan al equipo a seleccionar la información relevante de acuerdo con los objetivos de búsqueda. En esta fase, herramientas como: mapas tecnológicos, software de patentes, gestores bibliográficos, visualización de información o software de vigilancia tecnológica integral son útiles.

- **Comunicación y toma de decisiones**

Para ello, desde la difusión de productos de vigilancia tecnológica, se debe promover la reflexión interna y colectiva sobre las implicaciones tecnológicas, productivas y competitivas de los resultados obtenidos. Se trata de interpretar los resultados y proponer posibilidades de acción para apoyar el proceso continuo de toma de decisiones en la organización-.

## **1.2. Marco conceptual**

**Detección de errores:** Para la detección de errores, vea Barrido de errores.

**Bug Sweeping:** es la detección y eliminación de dispositivos de escucha encubiertos.

**Micrófono de contacto:** Los micrófonos de contacto se usan a menudo en la vigilancia. No tiene un diafragma propio, pero capta el sonido al estar directamente en contacto con una pared u otra gran superficie plana vibratoria.

**Contravigilancia:** Son acciones específicas tomadas para contrarrestar las amenazas de vigilancia.

**Detector GSM:** Los detectores GSM son dispositivos electrónicos que detectan la presencia de teléfonos móviles activos en el área circundante que utilizan el "Sistema global para comunicaciones móviles".

**Operación de infiltración:** Una Operación de infiltración es donde el operativo ingresa físicamente en un área objetivo, de tal manera que su presencia o afiliación real no se detecte. Estas siguen siendo una forma sorprendentemente común de espionaje industrial.

**Bloqueador de teléfono satelital:** Un bloqueador de teléfonos satelitales bloquea las partes del espectro de la banda L utilizadas por los teléfonos satelitales emitiendo una señal modulada que se extiende por la banda y ahoga la recepción local de los satélites.

**Equipo de vigilancia:** Un equipo de vigilancia se refiere a un equipo de agentes asignados para mantener una vigilancia constante en un individuo o ubicación específica.

**Golpeteo de alambre:** Es una interceptación remota de ambos lados de una conversación telefónica.

## **CAPÍTULO 2**

### **2.1. Metodología**

#### **2.1.1. Diseño de la investigación**

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación, es necesario dar a conocer el diseño de investigación que mantendrá la misma.

El diseño de una investigación forma la estructura de cada trabajo científico, se encarga de definir la dirección y sistematización de la investigación. Existen diferentes tipos de diseños los cuales presentan ventajas y desventajas, pero el método que se vaya a utilizar deberá afectar los resultados obtenidos y la finalización de los descubrimientos. (Galeano, 2013, pág. 76).

#### **2.1.2. Tipo de investigación**

La presente investigación es de tipo descriptiva puesto que se ira describiendo las posibles causas y los efectos que el principal problema de investigación puede repercutir en las empresas de consumo masivo de la provincia del Guayas, adicionalmente la investigación es de tipo exploratoria también, pues se acudirán a fuentes primarias y secundarias para la recolección de información, es decir se exploraran las teorías más aceptables sobre vigilancia tecnológica para así definir si las mismas son aplicadas eficientemente en las empresas de consumo masivo de la provincia del Guayas.

#### **2.1.3. Método de la investigación**

Para el presente proyecto de investigación el método de investigación a utilizar fue el no experimental, puesto que no habrá injerencia de una variable sobre la otra, ni se manipularán las evidencias que se hayan recolectado durante el proceso de la recopilación de



información, siendo así, se concluye que se evalúa en el contexto natural la situación de las empresas de consumo masivo de la provincia del Guayas.

#### **2.1.4. Enfoque de la investigación**

El método cuantitativo es esencial desarrollarlo en el presente trabajo, debido a que funciona como una herramienta que permite la obtención del análisis matemático y estadístico, los cuales serán utilizados para el procesamiento de la información recolectada, que permita hacer inferencias sobre característica especiales de la población de estudio.

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

##### **Encuesta**

En este caso, se aplicará la encuesta a los trabajadores de las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas con la finalidad de evaluar la coherencia de la captación e identificación de objetos de vigilancia y analizar los medios y mecanismos de captación de información de los objetos de vigilancia.

#### **2.1.6. Población y muestra**

##### **2.1.6.1. Población**

La población es un grupo de personas que comparten una característica común y se desarrollan en un entorno geográfico específico. A partir de esta definición, la población es parte del problema de estudio, ya que se inicia allí el estudio del fenómeno.

Con respecto al desarrollo de la presente investigación, se ha tomado en cuenta a los trabajadores de las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas es decir la encuesta será aplicada a la población seleccionada para conocer acerca de la situación actual

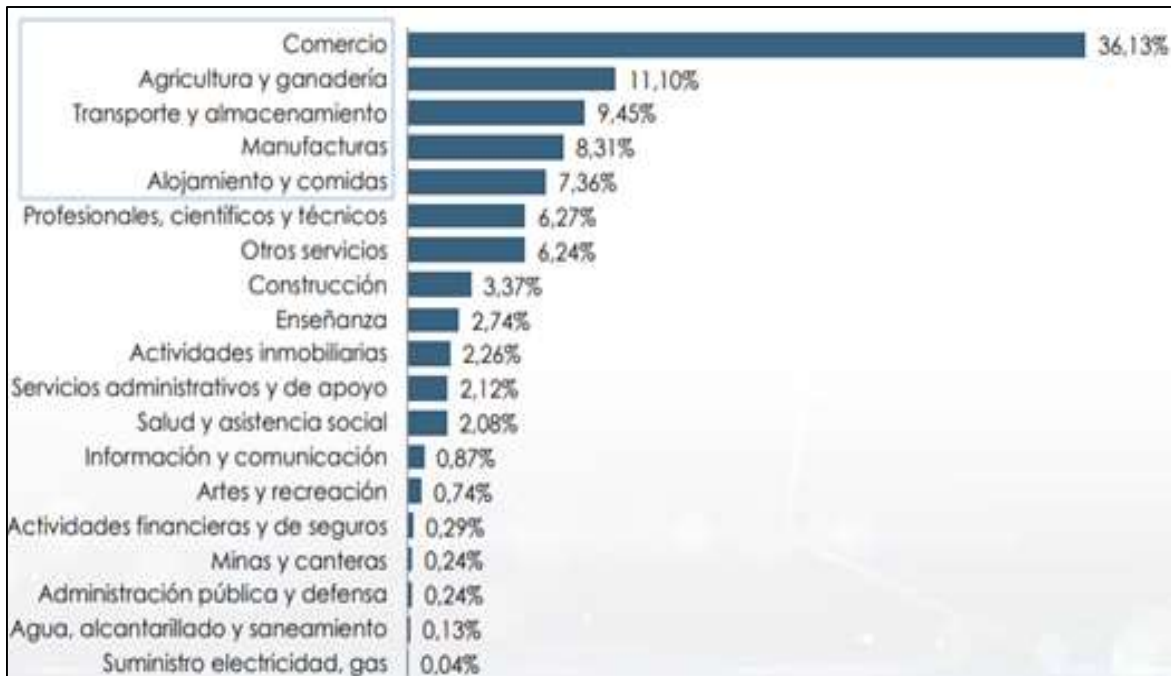
de las empresas antes mencionadas en cuanto a sus sistemas de vigilancia. A continuación, se expone como se calcula la población sujeta de estudio.

La población de investigación, son los trabajadores de las empresas de consumo masivo de la provincia del Guayas, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en su informe Directorio de Empresas y Establecimientos 2017, manifiesta que las empresas representan el 0.46% de los negocios en el Ecuador, el INEC indica que existen a nivel nacional 4.033 empresas.

<b>Tamaño de empresa</b>	<b>Subtotal de empresas</b>
Microempresa	802.696
Pequeña empresa	63.814
Mediana empresa “A”	8.225
Mediana empresa “B”	5.468
Empresas	4.033
<b>TOTAL</b>	<b>884.236</b>

**Tomado de:** INEC (2017) [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2017.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf)

De los cuales el mismo INEC indica que el 36.13% de estas empresas participan en el sector de comercio que es donde se ubican los productos de consumo masivo.



**Figura 2** Sectores de más participación

**Tomado de:** INEC (2017) [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2017.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf)

Por lo que se puede concluir que de las 4.033 empresas a nivel nacional, actualmente 1.457 de estas participan en el sector del comercio que es donde se ubican los productos de consumo masivo. Ahora se expone dentro de este mismo informe que aproximadamente un 18.77% de estos negocios se encuentran ubicados en la provincia del Guayas.



**Figura 3** Empresa ubicadas en Guayas

**Tomado de:** INEC (2017) [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2017.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf)

Por lo tanto se expone que en la provincia del Guayas, existe un total de 273 empresas compitiendo en el sector del comercio, ahora como la población se mencionó anteriormente que son los trabajadores de las empresas de consumo masivo del Guayas, es necesario recurrir al mismo INEC el cual manifiesta que las empresas tienen un mínimo de 200 trabajadores.

<b>Grande:</b>	•V: \$5'000.001 en adelante. P: 200 en adelante.
<b>Mediana "B":</b>	•V: \$2'000.001 a \$5'000.000. P: 100 a 199.
<b>Mediana "A":</b>	•V: \$1'000.001 a \$2'000.000. P: 50 a 99.
<b>Pequeña:</b>	•V: \$ \$100.001 a \$1'000.000. P: 10 a 49
<b>Microempresa:</b>	•V: menor o igual a \$100.000. P: 1 a 9.

**Figura 4** Empleados promedio por empresas

**Tomado de:** INEC (2017) [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio\\_Empresas\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Documentos\\_DIEE\\_2017/Principales\\_Resultados\\_DIEE\\_2017.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf)

Siendo así la población total del presente proyecto de investigación pasarían a ser las 54.600 personas que actualmente laboral en las empresas de consumo masivo a nivel de la provincia del Guayas.

### 2.1.7. Muestra

La muestra es una sección representativa de la población, y es aquí donde se examinan los problemas de investigación. Para conocer el tamaño de la muestra utilizada en el presente trabajo, es necesario tomar en cuenta el total de la población a participar.

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el muestreo probabilístico mediante la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

- Z: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos.
- N = Población = 54.600
- P = Probabilidad de éxito = 0,5
- Q = Probabilidad de fracaso = 0,5
- P\*Q= Varianza de la Población= 0,25
- E = Margen de error = 5,00%
- NC (1- $\alpha$ ) = Confiabilidad = 95%
- Z = Nivel de Confianza = 1,96 .

**Aplicación de la fórmula:**

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 54.600}{(0,05)^2 * (54.600 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 54.600}{0,0025 * (53.599) + 3,84 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{52437.84}{133.99 + 0,96}$$

$$n = \frac{52437.84}{134.95}$$

$$n = 388$$

Obteniendo que la muestra se ubique en 388 personas.

## **2.1.8 Hipótesis**

### **2.1.8.1 Hipótesis general**

Los modelos de vigilancia son eficaces en relación a la visión estratégica en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.

### **2.1.8.2 Hipótesis particulares**

- Existe coherencia en la captación e identificación de objetos de vigilancia en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.
- Los actuales medios y mecanismos son los efectivos para la captación de información de los objetos de vigilancia en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.
- La información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia si son analizados de manera eficaz.
- La interpretación de los reportes que se obtienen de los modelos de vigilancia traen buenos resultados a las empresas de consumo masivo.

## 2.1.9 Variables

### 2.1.9.1 Variables de la investigación

**Tabla 1**

*Variables de investigación*

<b>DECLARACIÓN DE VARIABLES</b>		
<b>HIPOTESIS</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>
Los modelos de vigilancia son eficaces en relación a la visión estratégica en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.	Eficacia de los modelos de vigilancia	Visión estratégica
Existe coherencia en la captación e identificación de objetos de vigilancia en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.	Coherencia en la captación e identificación de objetos de vigilancia	Empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.
Los actuales medios y mecanismos son los efectivos para la captación de información de los objetos de vigilancia las empresas de consumo masivo.	Efectividad de los medios y mecanismos	Captación de información de los objetos de vigilancia
La información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia si son analizados de manera eficaz.	Información obtenida de los modelos de vigilancia	Análisis eficaz
La interpretación de los reportes que se obtienen de los modelos de vigilancia trae buenos resultados a las empresas de consumo masivo.	Interpretación de reportes.	Buenos resultados en las empresas de consumo masivo.

**Elaborado por:** Los autores



## CAPÍTULO 3

### RESULTADOS OBTENIDOS

#### 3.1. Análisis de datos

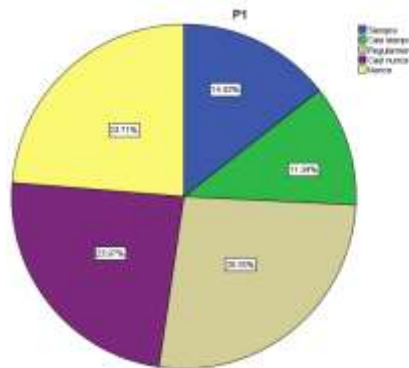
#### 1. ¿Usted considera que su empresa lleva a cabo un proceso de vigilancia estricta?

**Tabla 2**

*Empresa lleva a cabo un proceso de vigilancia*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	56	14.4	14.4
	Casi siempre	44	11.3	25.8
	Regularmente	103	26.5	52.3
	Casi nunca	93	24.0	76.3
	Nunca	92	23.7	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 5** Empresa lleva a cabo un proceso de vigilancia

El 14.4% de los encuestados, consideran que en las empresas donde laboran, siempre se lleva a cabo un estricto proceso de vigilancia tecnológica, lo que no quiere decir que el mismo sea efectivo, otro 24% manifestó que casi nunca se mantiene un proceso de vigilancia tecnológica en sus empresas, sin embargo, el problema radica cuando el 26.5% de los encuestados coinciden que los procesos de vigilancia en sus empresas son regulares.

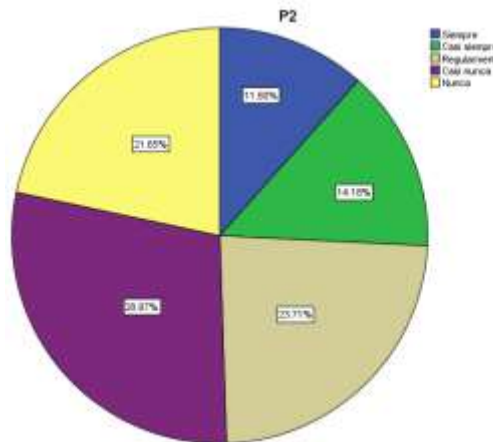
2. ¿La empresa a través de la gerencia maneja las tecnologías de información y comunicación (Tics) para el control de la conducta y comportamiento humano?

**Tabla 3**

*Gerencia de las empresas manejan las Tics*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	45	11.6	11.6
	Casi siempre	55	14.2	25.8
	Regularmente	92	23.7	49.5
	Casi nunca	112	28.9	78.4
	Nunca	84	21.6	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 6** *Gerencia de las empresas manejan las Tics*

El 11.6% de los encuestados, consideran que en las empresas donde laboran, siempre se manejan las tecnologías de información y comunicación (Tics) para el control de la conducta y comportamiento humano, otro 28.9% manifestó que casi nunca se manejan las tecnologías de información y comunicación, sin embargo, el problema radica cuando el 23.7% de los encuestados coinciden que el uso de las tecnologías de información y comunicación en sus empresas son regulares.

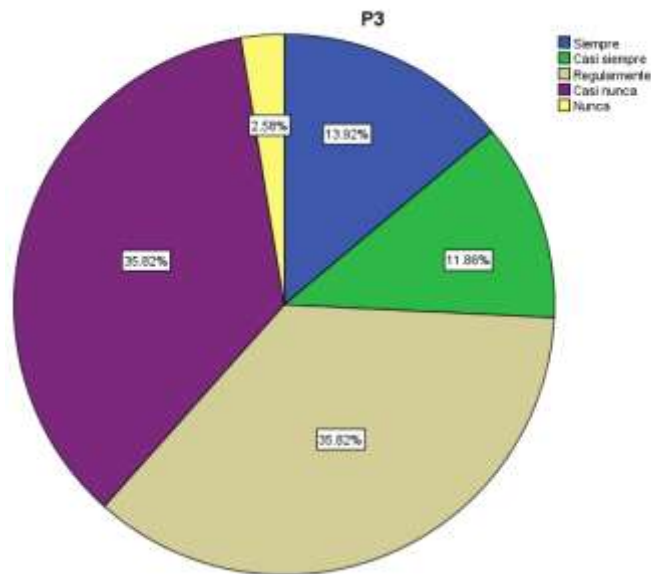
**3. ¿Usted considera apropiado el modelo de vigilancia y las herramientas tecnológicas que usa la compañía para ese fin?**

**Tabla 4**

*Modelos de vigilancia que usan la empresa son los apropiados*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	54	13.9	13.9
	Casi siempre	46	11.9	25.8
	Regularmente	139	35.8	61.6
	Casi nunca	139	35.8	97.4
	Nunca	10	2.6	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 7** Modelos de vigilancia que usan la empresa son los apropiados

El 35.8% de los trabajadores de las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas coinciden en que casi nunca es apropiado el modelo de vigilancia y las herramientas tecnológicas que usa la compañía, situación que debe mejorar a fin de hacer más competitiva a estas, otro 35.8% indica que regularmente son apropiadas y finalmente tan solo un 13.9% manifiesta que siempre son apropiadas.

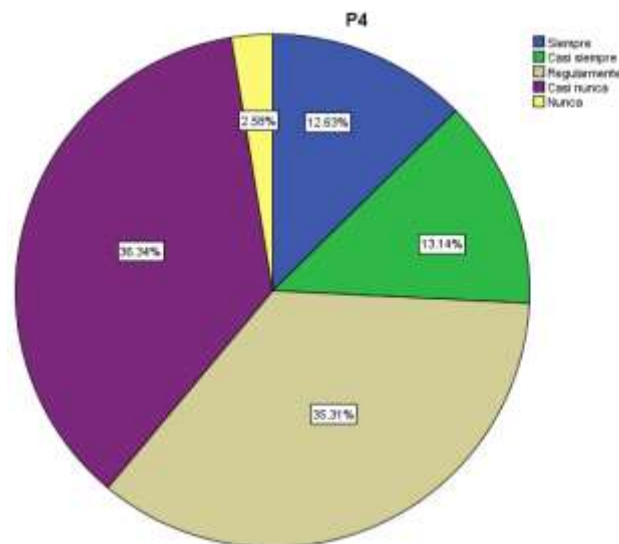
#### 4. ¿Los aspectos vigilados están alineados al crecimiento organizacional?

**Tabla 5**

*Aspectos vigilados están alineados al crecimiento organizacional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	49	12.6	12.6	12.6
	Casi siempre	51	13.1	13.1	25.8
	Regularmente	137	35.3	35.3	61.1
	Casi nunca	141	36.3	36.3	97.4
	Nunca	10	2.6	2.6	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 8** Aspectos vigilados están alineados al crecimiento organizacional

El 35.3% de los encuestados consideran que regularmente los aspectos vigilados están alineados al crecimiento organizacional, otro 36.3% manifiesta que casi nunca coinciden los aspectos vigilados en el crecimiento organizacional de las empresas en la provincia del Guayas, finalmente tan solo el 13.1% indican que casi siempre coinciden los aspectos vigilados con el crecimiento organizacional.

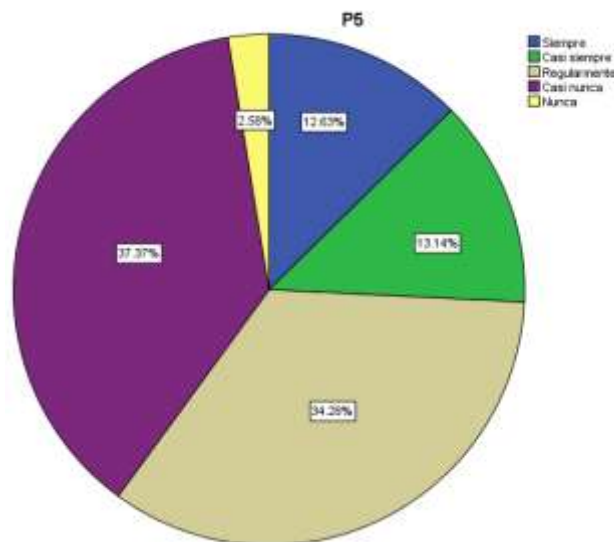
5. ¿Los aspectos vigilados están alineados al crecimiento de las competencias del personal?

**Tabla 6**

*Aspectos vigilados están alineados al crecimiento del personal*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	49	12.6	12.6
	Casi siempre	51	13.1	25.8
	Regularmente	133	34.3	60.1
	Casi nunca	145	37.4	97.4
	Nunca	10	2.6	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Elaborado por: Los autores



**Figura 9** Aspectos vigilados están alineados al crecimiento del personal

El 13.1% de los trabajadores manifiestan que casi siempre coinciden en que los aspectos vigilados están alineados al crecimiento de las competencias del personal, un 34.3% de los mismos indican que esta alineación se da regularmente finalmente el 37.4% de los trabajadores concluyen que casi nunca los aspectos vigilados se relacionan con el crecimiento de las competencias de su personal.

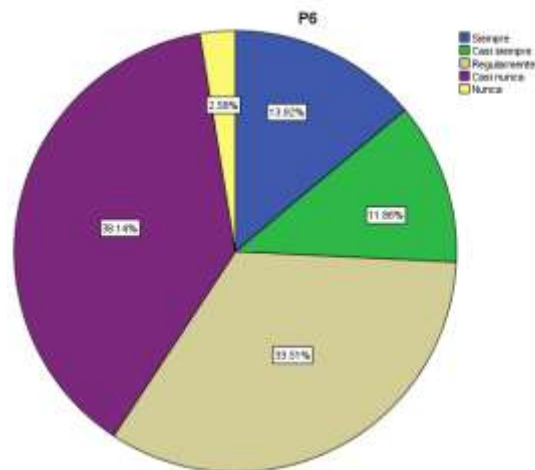
**6. ¿Considera que existen aspectos vigilados aportan significativamente a los resultados esperados?**

**Tabla 7**

*Aspectos vigilados aportan a los resultados esperados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	54	13.9	13.9	13.9
	Casi siempre	46	11.9	11.9	25.8
	Regularmente	130	33.5	33.5	59.3
	Casi nunca	148	38.1	38.1	97.4
	Nunca	10	2.6	2.6	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 10** Aspectos vigilados aportan a los resultados esperados

El 38.1% de los trabajadores manifiestan que casi nunca existen aspectos vigilados que aportan significativamente a los resultados esperados, un 13.9% se muestran contrarios a este planteamiento, indicando que casi siempre hay aportes de la vigilancia a los resultados esperados, finalmente el 33.5% de los trabajadores concluyen que regularmente los aspectos vigilados han aportado a los resultados esperados.

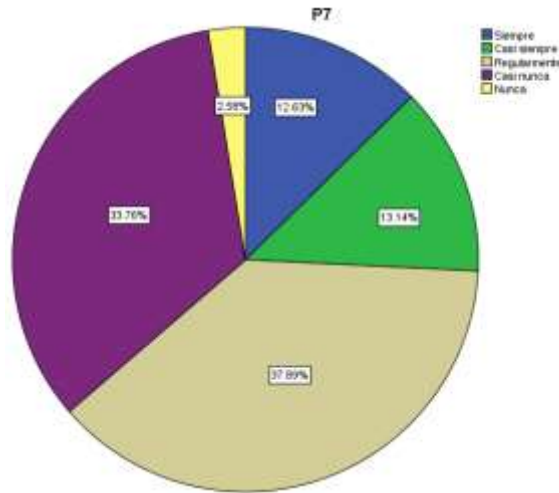
7. ¿Se cuenta con el medio tecnológico para obtener la data que requiere la organización para la vigilancia de todas las operaciones de la organización?

**Tabla 8**

*Manejo de medios tecnológicos requeridos para una vigilancia eficiente*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	49	12.6	12.6
	Casi siempre	51	13.1	25.8
	Regularmente	147	37.9	63.7
	Casi nunca	131	33.8	97.4
	Nunca	10	2.6	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 11** Manejo de medios tecnológicos requeridos para una vigilancia eficiente

El 33.8% de los trabajadores manifiestan que casi nunca se cuenta con el medio tecnológico para obtener la data que requiere la organización para la vigilancia de todas las operaciones de la organización, un 12.6% coincide en que siempre se cuenta con los medios tecnológicos necesarios, finalmente otro 37.9% de los trabajadores concluyen que el uso de medios tecnológicos se da regularmente.

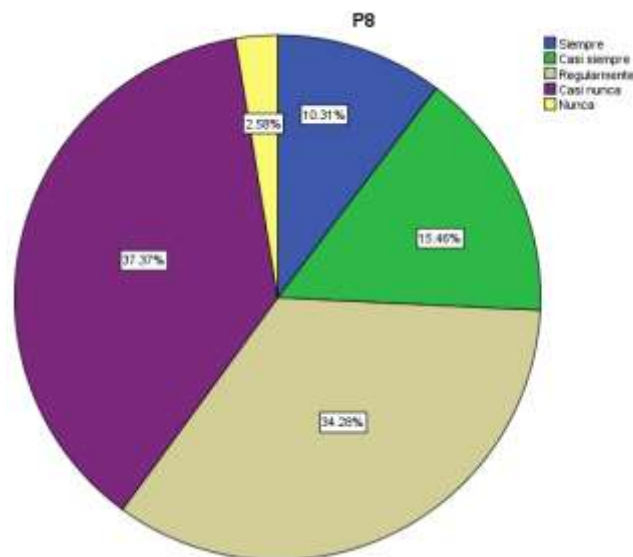
**8. ¿La captura de información se gestiona por algún sistema informático transaccional propio de la empresa?**

**Tabla 9**

*Información se gestiona por algún sistema informático transaccional*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	40	10.3	10.3
	Casi siempre	60	15.5	25.8
	Regularmente	133	34.3	60.1
	Casi nunca	145	37.4	97.4
	Nunca	10	2.6	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 12** Información se gestiona por algún sistema informático transaccional

El 10.3% de los trabajadores manifiestan que siempre la captura de información se gestiona por algún sistema informático transaccional propio de la empresa, un 37.4% coincide en que casi nunca se ha usado un sistema informático transaccional propio, finalmente otro 34.3% de los trabajadores concluyen que el uso de un sistema informático transaccional propio se da regularmente.



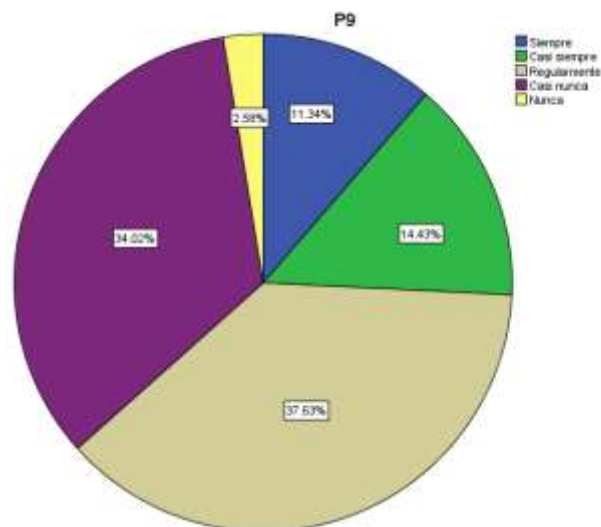
9. ¿Considera que toda la información que genera desde su puesto de trabajo es bien aprovechada en las tomas de decisiones?

**Tabla 10**

*Información desde su puesto de trabajo es bien aprovechada en las tomas de decisiones*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	44	11.3	11.3
	Casi siempre	56	14.4	25.8
	Regularmente	146	37.6	63.4
	Casi nunca	132	34.0	97.4
	Nunca	10	2.6	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Elaborado por: Los autores



**Figura 13** Información desde su puesto de trabajo es bien aprovechada en las tomas de decisiones

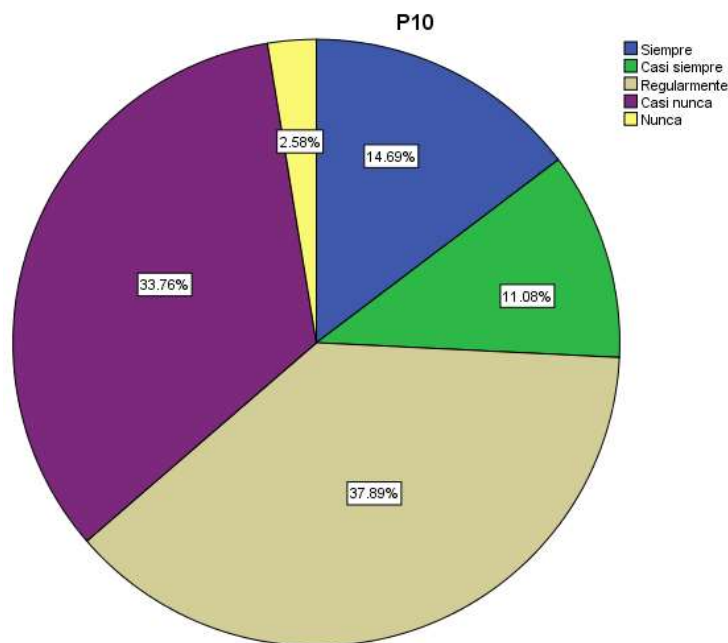
El 11.3% de los trabajadores manifiestan que siempre la captura de información se gestiona por algún sistema informático transaccional propio de la empresa, un 34% coincide en que casi nunca se ha usado un sistema informático transaccional propio, finalmente otro 37.6% de los trabajadores concluyen que el uso de un sistema informático transaccional propio no se da regularmente.

**10. ¿Recibe la retroalimentación sobre todos los aspectos vigilados por la organización?**

**Tabla 11**  
*Recibe retroalimentación sobre los aspectos vigilados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	57	14.7	14.7	14.7
	Casi siempre	43	11.1	11.1	25.8
	Regularmente	147	37.9	37.9	63.7
	Casi nunca	131	33.8	33.8	97.4
	Nunca	10	2.6	2.6	100.
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 14** *Recibe retroalimentación sobre los aspectos vigilados*

El 14.7% de los trabajadores manifiestan que siempre reciben la retroalimentación sobre todos los aspectos vigilados por la organización, un 11.1% coincide en que casi siempre se les proporciona retroalimentación, finalmente otro 33.8% de los trabajadores concluyen casi nunca se les ha dado retroalimentación sobre los aspectos vigilados.

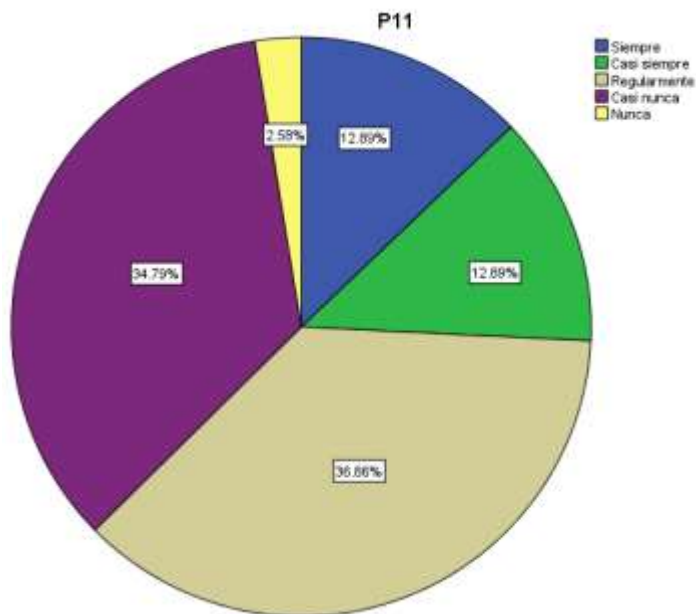
**11. ¿Considera importante la información generada de la vigilancia para la toma de decisiones?**

**Tabla 12**

*Importancia de la información generada para la toma de decisiones*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	50	12.9	12.9
	Casi siempre	50	12.9	25.8
	Regularmente	143	36.9	36.9
	Casi nunca	135	34.8	97.4
	Nunca	10	2.6	100.
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 15** *Importancia de la información generada para la toma de decisiones*

El 12.9% de los trabajadores considera importante la información generada de la vigilancia para la toma de decisiones, otro 12.9% coincide en que casi siempre es importante la información generada de la vigilancia, finalmente otro 34.8% de los trabajadores concluyen que casi nunca es relevante la información obtenida de los procesos de vigilancia.

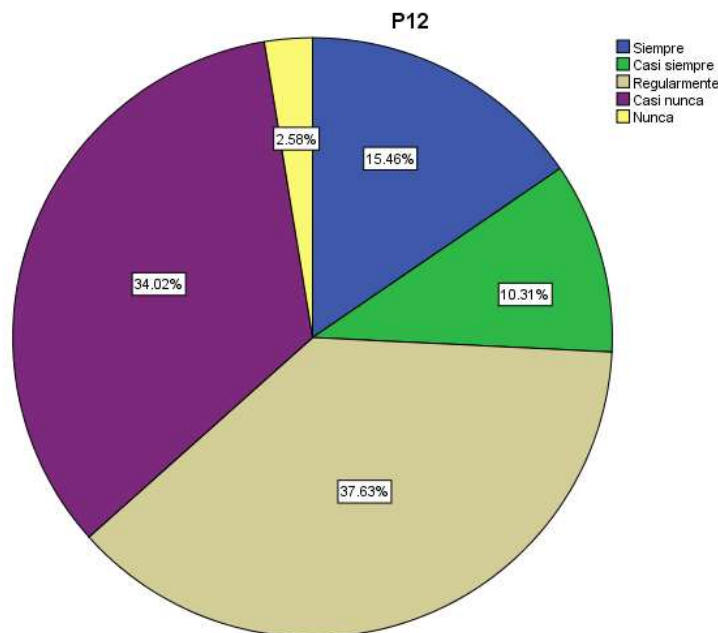
**12. ¿Considera que la vigilancia tiene un enfoque dirigido más al trabajador que a los objetivos organizacionales?**

**Tabla 13**

*Vigilancia tiene un enfoque dirigido más al trabajador*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	60	15.5	15.5
	Casi siempre	40	10.3	25.8
	Regularmente	146	37.6	63.4
	Casi nunca	132	34.0	97.4
	Nunca	10	2.6	100.
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 16** *Vigilancia tiene un enfoque dirigido más al trabajador*

El 10.3% de los trabajadores considera que casi siempre la vigilancia tiene un enfoque dirigido más al trabajador que a los objetivos organizacionales, un 37.6% coincide en que regularmente la vigilancia se dirige más al trabajador, finalmente otro 34.0% de los trabajadores concluyen que casi nunca los procesos de vigilancia están dirigidos al trabajador.

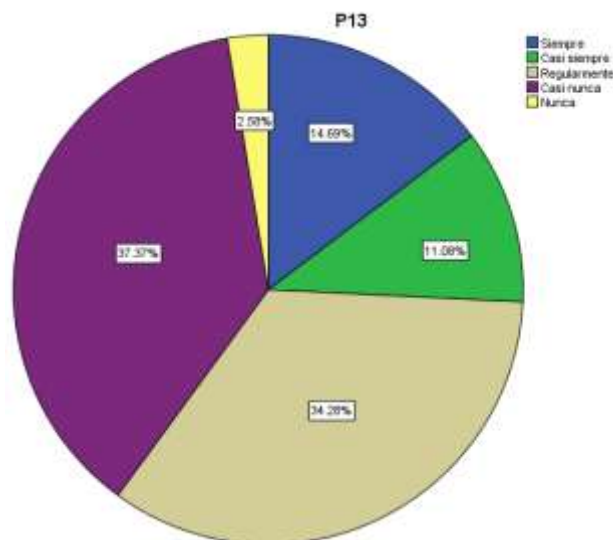
**13. ¿Según su opinión la información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia que se aplican en la empresa son analizados de manera eficaz?**

**Tabla 14**

*Información obtenida es analizada de manera eficaz*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	57	14.7	14.7
	Casi siempre	43	11.1	25.8
	Regularmente	133	34.3	60.1
	Casi nunca	145	37.4	97.4
	Nunca	10	2.6	100.
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 17** *Información obtenida es analizada de manera eficaz*

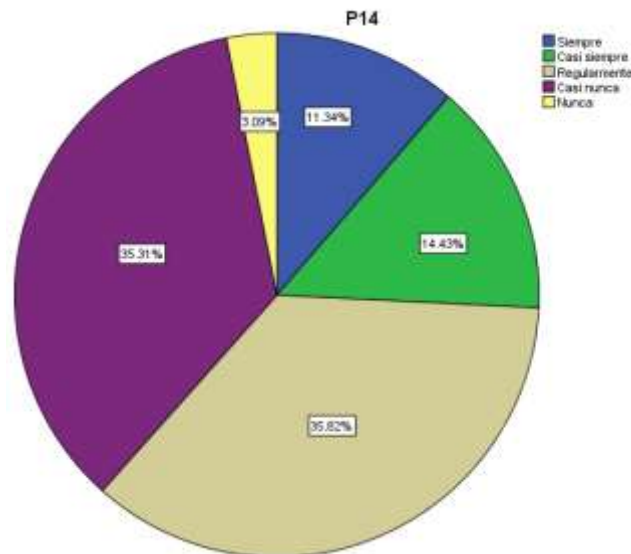
El 34.3% de los trabajadores considera que regularmente la información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia se aplican en la empresa son analizados de manera eficaz, un 11.1% coincide en que nunca se maneja de manera eficiente esta información, finalmente tan solo el 14.7% de los trabajadores concluyen que esta información es siempre bien gestionada.

**14. ¿Considera usted que la aplicación de la vigilancia tecnológica ha traído buenos resultados en ventas a la empresa?**

**Tabla 15**  
*Vigilancia tecnológica ha traído buenos resultados*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	44	11.3	11.3
	Casi siempre	56	14.4	25.8
	Regularmente	139	35.8	61.6
	Casi nunca	137	35.3	96.9
	Nunca	12	3.1	100.0
	<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Elaborado por:** Los autores



**Figura 18** *Vigilancia tecnológica ha traído buenos resultados*

El 35.3% de los trabajadores manifiestan que casi nunca la aplicación de la vigilancia tecnológica ha traído buenos resultados en ventas a la empresa producto a la mala gestión por parte de la principal administración de las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas, un 11.3% coincide en que siempre se ha traído buenos resultados, finalmente otro 35.8% de los trabajadores concluyen que regularmente trae buenos resultados.

### **3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectiva**

El futuro de la tecnología de seguridad se considerará con la intención de proporcionar un nivel de evaluación de tecnologías en desarrollo y cambiantes que puedan aplicarse en la protección de activos en las próximas décadas. La discusión debería proporcionar cierta comprensión de las amenazas y vulnerabilidades potenciales y en desarrollo de las tecnologías de seguridad, a través de una mayor comprensión del riesgo y la aplicación de tecnologías actuales y en progreso que aún no han sido adoptadas por la industria de la seguridad.

Actualmente todas las empresas considerarán el mayor uso de dispositivos móviles y telecomunicaciones para facilitar la conectividad, plug-and-play para facilitar la conectividad, enfoque de diseño único, inteligencia artificial, sensores inteligentes y multifuncionales, mantenimiento de sistemas tan complejos y aumentar la automatización de instalaciones inteligentes.

La evolución de la tecnología desde el desarrollo militar restringido hasta la comercialización y, finalmente, la mercantilización, proporciona una fuente constante de tecnología fresca para las aplicaciones comunitarias. Por ejemplo, los sistemas de posicionamiento global (GPS), que alguna vez fueron el dominio de aplicaciones militares restringidas, ahora tienen aplicación en dispositivos comunes como teléfonos móviles y cámaras.

El desarrollo del comando y control y las tecnologías infrarrojas con visión de futuro en las cámaras respaldan la idea de que las tecnologías de defensa continuarán mejorando el futuro de las tecnologías de seguridad y control interno para las empresas.

### **3.3. Resultados**

Las empresas de consumo masivo dedicadas a la comercialización de productos de primera necesidad, comprometidas con la innovación constante y la mejora continua para lograr la satisfacción paciente-paciente y la rentabilidad para sus inversores, para su gestión integral requieren una serie de recursos y sistemas de información óptimos que permiten la automatización de sus procesos de forma eficiente y ágil.

En las empresas de consumo masivo, cada departamento genera una gran cantidad de datos: sobre clientes, producción, cartera, facturación, efectividad de las campañas de marketing, así como información de las redes sociales. En este sentido, la vigilancia tecnológica puede hacer contribuciones a cada departamento, siempre con el objetivo de generar un valor agregado a los análisis que se realizaron manualmente y que ahora se obtienen a través de las herramientas de inteligencia tecnológica, además de optimizar la información disponible en la organización.

En las empresas de consumo masivo de la provincia del Guayas existen falencias en el proceso actual de vigilancia, mientras que el uso de las tecnologías de información y comunicación en sus empresas son regulares, sin embargo, casi nunca es apropiado el modelo de vigilancia y las herramientas tecnológicas que usa la compañía.



### 3.4. Verificación de hipótesis

**Tabla 16** Verificación de Hipótesis

HIPOTESIS	VERIFICACIÓN
<p>Los modelos de vigilancia son eficaces en relación a la visión estratégica en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.</p>	<p>El 36% de los encuestados coinciden que el uso de las tecnologías de información y comunicación en sus empresas son regulares, lo que da a entender que no siempre estos modelos de vigilancia son eficaces en las empresas de consumo masivo.</p>
<p>Existe coherencia en la captación e identificación de objetos de vigilancia en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.</p>	<p>El 36% de los trabajadores de las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas coinciden en que casi nunca es apropiado el modelo de vigilancia y las herramientas tecnológicas que usa la compañía, situación que debe mejorar a fin de hacer más competitiva a estas.</p>
<p>Los actuales medios y mecanismos son los efectivos para la captación de información de los objetos de vigilancia las empresas de consumo masivo.</p>	<p>El 40% de los trabajadores manifiestan que casi nunca existen aspectos vigilados que aportan significativamente a los resultados esperados, lo que sustenta que los modelos de vigilancia no son del todo eficaces en las empresas de consumo masivo de la provincia del Guayas.</p>
<p>La información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia si son analizados de manera eficaz.</p>	<p>El 24% de los trabajadores considera que regularmente la información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia se aplican en la empresa son analizados de manera eficaz, se puede concluir que en algunas empresas si se analizan bien esta información sin embargo ante la investigación de campo realizada existen aún varios procesos por mejorar.</p>
<p>La interpretación de los reportes que se obtienen de los modelos de vigilancia trae buenos resultados a las empresas de consumo masivo.</p>	<p>El 40% de los trabajadores manifiestan que casi nunca la aplicación de la vigilancia tecnológica ha traído buenos resultados en ventas a la empresa producto a la mala gestión por parte de la principal administración.</p>

**Elaborado por:** Los autores

## CAPÍTULO 4

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### Conclusiones

- Los procesos de vigilancia en sus empresas son regulares, actualmente no se manejan las tecnologías de información y comunicación, la mayoría de trabajadores coinciden en que no es apropiado el modelo de vigilancia y las herramientas tecnológicas que usa la compañía. Así mismo no coinciden los aspectos vigilados en el crecimiento organizacional de las empresas en la provincia del Guayas
- Los aspectos vigilados no se relacionan con el crecimiento de las competencias de su personal, y en pocas empresas existen aspectos vigilados que aportan significativamente a los resultados esperados, donde en la mayoría no se cuenta con el medio tecnológico para obtener la data que requiere la organización para la vigilancia de todas las operaciones de la organización.
- En gran parte de las empresas no se ha usado un sistema informático transaccional propio, donde pocas veces a los trabajadores se les ha dado retroalimentación sobre los aspectos vigilados, ante esto es fácil concluir que no es relevante la información obtenida de los procesos de vigilancia, pues la misma se dirige más al trabajador.

## **Recomendaciones**

- Elaborar e implementar un manual de procesos para la vigilancia y supervisión de las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.
- Realizar inspección de forma semestral sobre el funcionamiento del sistema de vigilancia tecnológica en general para un mantenimiento apropiado y una gestión eficiente.
- Realizar un monitoreo de control y evaluación permanente a todos los equipos de vigilancia para un óptimo funcionamiento.
- Brindar capacitaciones a todos los trabajadores de las empresas para que los mismos entiendan de mejor manera los procesos de vigilancia tecnología en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.

## Bibliografía

- Aguirre, J., Cataño, J., & Rojas, M. (2013). *Análisis prospectivo de oportunidades de negocios basados en vigilancia tecnológica*. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Berges, A., Meneses, J., & Martínez, J. (2016). *Metodología para evaluar funciones y productos de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva (vt/ic) y su implementación a través de web*. Madrid: Univ. Politécnica de Madrid.
- Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Caimi, M. (2003). *DISCURSO DEL MÉTODO: Volúmen 39 of (Clásicos del pensamiento) Colihue Clásica*. Argentina: Ediciones Colihue SRL.
- Cumming, C., Jaime, O., & Leon, A. (2018). *Metodología para la creación de indicadores compuestos enfocados en optimizar la gestión de Empresas*. Mexico: Universidad de Sonora.
- Galeano, M. (2013). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Mexico: McGrawHill.
- García, E. (2016). *La inteligencia competitiva*. Barcelona: UOC.
- García, J., Ramos, C., & Ruiz, G. (2006). *ESTADÍSTICA EMPRESARIAL. Manuales a 6 euros*. Cádiz: Servicio Publicaciones UCA.
- Gimeno, V. (2013). *La influencia de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y su repercusión en las estrategias empresariales*. Valencia: Universidad de Valencia .

- Hernandez, R. (2016). *Vigilancia tecnológica y análisis del ciclo de vida de la tecnología: evaluación del potencial comercial de un prototipo de guantes biodegradables a partir de almidón termoplástico de yuca*. Caracas: Revista Espacios.
- Marulanda, C., Hernandez, A., & Lopez, M. (2016). *Vigilancia tecnológica para estudiantes universitarios: El caso de la universidad nacional de colombia, sede manizales*. La Serena: Scielo.
- Maruri, E., Perez, D., & Soto, P. (2016). *Efectos de la utilización de la Inteligencia Competitiva en Empresas industriales*. Catalunya: Universidad Politecnica de Catalunya.
- Moya, P., & Moscoso, F. (2017). *Vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva en el modelo empresarial del sector hotelero colombiano*. Medellin: Universidad EAN.
- Prats, J. (Junio de 2004). *Técnicas y recursos para la elaboración de tesis doctorales*. Obtenido de Universidad de Barcelona: [http://www.ub.edu/histodidactica/images/documentos/pdf/tecnicas\\_recursos\\_elaboracion\\_tesis\\_doctorales\\_bibliografia\\_orientacion\\_metodologicas.pdf](http://www.ub.edu/histodidactica/images/documentos/pdf/tecnicas_recursos_elaboracion_tesis_doctorales_bibliografia_orientacion_metodologicas.pdf)
- Rubio, E. (2016). *Programa de monitorización de la vigilancia activa en cáncer de próstata en España de la Sociedad Española de Urología; resultados preliminares*. Madrid: Actas Urológicas Españolas.
- Villarroel, C., Comai, A., & Fernandez, A. (2016). *Diseño e implementación de una unidad de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva*. Santiago: Redalyc.

# ANEXOS

## Anexo 1: Propuesta del Trabajo de Investigación Aprobada

### REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: INGENIERIA EN MARKETING

Línea de Investigación: MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD (PROYECTO DE INVESTIGACIÓN)

TEMA: ANALISIS DE LA EFICACIA EN LA IMPLEMENTACION DE MODELOS DE VIGILANCIA EN LAS EMPRESAS DE CONSUMO MASIVO

ACOMPAÑANTE: ECHEVERRIA VASQUEZ HUBER GREGORIO

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	BAZAN RIZZO GENESIS JULIETH	0966444862	INGENIERIA EN MARKETING
2	VELASCO MORAN JEFFERSON ARIEL	0929171213	INGENIERIA EN MARKETING

Nº	FECHA	HORA	Nº HORAS	DETALLE
1	12-05-2019	Inicio: 09:00 a.m. Fin: 10:00 a.m.	1	ASIGNACIÓN DE TEMA
2	25-05-2019	Inicio: 09:00 a.m. Fin: 10:00 a.m.	1	PLACION DE CAPITULO 1 Y MARCO TEORICO
3	03-07-2019	Inicio: 09:00 a.m. Fin: 10:00 a.m.	1	DESGLOSE DE MARCO TEORICO Y REVISION DE PROBLEMÁTICA
4	03-08-2019	Inicio: 12:54 p.m. Fin: 18:54 p.m.	6	REVISIÓN DE DOCUMENTO
5	09-09-2019	Inicio: 12:52 p.m. Fin: 18:52 p.m.	6	REVISIÓN DOCUMENTO

  
 ECHEVERRIA VASQUEZ HUBER GREGORIO  
 PROFESOR(A)

  
 SOLÍS GRANDA LUIS EDUARDO  
 DIRECTOR(A)

  
 BAZAN RIZZO GENESIS JULIETH  
 ESTUDIANTE

  
 VELASCO MORAN JEFFERSON ARIEL  
 ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 20  
 CompuLab: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107  
 Teléfax: (04) 2715187  
 Milagro - Guayas - Ecuador

**VISIÓN**  
 Ser una universidad de excelencia e investigación.

**MISIÓN**  
 La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos; desarrolla investigación innovadora y presta servicios que demanden el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

www.unemi.edu.ec

## Anexo 2: Operacionalización de las Variables

*Tabla 17 Operacionalización de las Variables*

HIPOTESIS	DECLARACIÓN DE VARIABLES		INDICADOR	INSTRUMENTO
	VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLE INDEPENDIENTE		
Los modelos de vigilancia son eficaces en relación a la visión estratégica en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.	Eficacia de los modelos de vigilancia	Visión estratégica	Manejo de las Tecnologías de información y comunicación (Tics)	
Existe coherencia en la captación e identificación de objetos de vigilancia en las empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.	Coherencia en la captación e identificación de objetos de vigilancia	Empresas de consumo masivo en la provincia del Guayas.	Herramientas tecnológicas que usan las compañías	
Los actuales medios y mecanismos son los efectivos para la captación de información de los objetos de vigilancia las empresas de consumo masivo.	Efectividad de los medios y mecanismos	Captación de información de los objetos de vigilancia	Aportes significativos de los actuales medios y mecanismos de vigilancia.	Encuestas
La información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia si son analizados de manera eficaz.	Información obtenida de los modelos de vigilancia	Análisis eficaz	Medio tecnológicos para obtener la data que requiere la organización	
La interpretación de los reportes que se obtienen de los modelos de vigilancia trae buenos resultados a	Interpretación de reportes.	Buenos resultados en las empresas de consumo masivo.	Resultados obtenidos de la aplicación de la vigilancia tecnológica	

las empresas de  
consumo masivo.

---

**Elaborado por:** Los autores



Anexo 3: Formato de la Encuesta

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL**  
**Y DERECHO**  
**INGENIERIA EN MARKETING**

Sexo: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Estado civil: \_\_\_\_\_

1: Siempre 2: Casi siempre 3: Regularmente 4: Casi nunca 5: Nunca

No	Pregunta	1	2	3	4	5
1	¿Usted considera que su empresa lleva a cabo un proceso de vigilancia estricta?					
2	¿La empresa a través de la gerencia maneja las tecnologías de información y comunicación (Tics) para el control de la conducta y comportamiento humano?					
3	¿Usted considera apropiado el modelo de vigilancia y las herramientas tecnológicas que usa la compañía para ese fin?					
4	¿Los aspectos vigilados están alineados al crecimiento organizacional?					
5	¿Los aspectos vigilados están alineados al crecimiento de las competencias de su personal?					
6	¿Considera que existen aspectos vigilados aportan significativamente a los resultados esperados?					

7	¿Se cuenta con el medio tecnológico para obtener la data que requiere la organización para la vigilancia de todas las operaciones de la organización?					
8	¿La captura de información se gestiona por algún sistema informático transaccional propio de la empresa?					
9	¿Considera que toda la información que genera desde su puesto de trabajo es bien aprovechada en las tomas de decisiones?					
10	¿Recibe la retroalimentación sobre todos los aspectos vigilados por la organización?					
11	¿Considera importante la información generada de la vigilancia para la toma de decisiones?					
12	¿Considera que la vigilancia tiene un enfoque dirigido más al trabajador que a los objetivos organizacionales?					
13	¿Según su opinión la información que se obtiene mediante los modelos de vigilancia que se aplican en la empresa son analizados de manera eficaz?					
14	¿Considera usted que la aplicación de la vigilancia tecnológica ha traído buenos resultados en ventas a la empresa?					

#### Anexo 4: Fotos de la Encuesta



**Registro de Acompañamiento**

