ISBN: 978-628-96613-1-6. ISSN: 2414-6390. Digital Object Identifier: https://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2025.1.1.554

The influence of innovation and implementation of technology in a film company in the city of Cajamarca, 2024

Huamán Chuquilín, Kelly Allison [1]; Arribasplata Sánchez, Erica Pamela [2]; Barrinotto Roncal, Patricia[3]; Infante Pollack, Wilmer Enrique [4];
[1,3]Bachiller en Administración, Universidad Privada Del Norte, Cajamarca, Perú, *N00235546@upn.pe*
[2 3]Bachiller en Administración, Universidad Privada Del Norte, Cajamarca, Perú, *N00241941@upn.pe*
[3, 3]Doctora en Administración, Universidad Privada Del Norte, Perú , *patricia.barinotto@upn.edu.pe, 0000-0003-3286-0593*
[4.3] Magister en Administración, Universidad Privada Del Norte, Perú, *wilmer.infante@upn.edu.pe*, 0000-0002-6183-395X
[4]

Abstract– ***The present research work, aims to identify the influence of technology innovation and implementation in a Cinematographic company, in the city of Cajamarca, 2024. Technology innovation and implementation within organizations and in Peru is in decline due to the different circumstances we have experienced. The pandemic originated the closure of several organizations and presidential deficiency limited investment in technology and increment innovation in companies, all of which caused Peru to have scarce economic means and interest in change and applied sciences. This research is of descriptive type of non-experimental and cross-sectional design, with an infinite study population participant from the film companies and with a probabilistic sample of 245. As data collection technique surveys were used. As a result, technology implementation reaches 66.9%, indicating a significant degree of dependence between innovation use and technology implementation in 2024, where innovation influences security and privacy perceptions in 59.8%, customer compatibility in 58.1%, and facilitators at a 52.3%. In synthesis, the purpose of this exploration is to decree the effect that technological implementation has, the importance and innovation of this within Peruvian organizations.***

Keywords: Implementation, technology, innovation, enterprises, intelligence.

La influencia de la innovación e implementación de la tecnología en una empresa cinematográfica en la ciudad de Cajamarca, 2024

Huamán Chuquilín, Kelly Allison [1]; Arribasplata Sánchez, Erica Pamela [2]; Barrinotto Roncal, Patricia[3]; Infante Pollack, Wilmer Enrique [4];
[1,3]Bachiller en Administración, Universidad Privada Del Norte, Cajamarca, Perú, *N00235546@upn.pe*
[2 3] Bachiller en Administración, Universidad Privada Del Norte, Cajamarca, Perú, *N00241941@upn.pe*
[3, 3]Doctora en Administración, Universidad Privada Del Norte, Perú , *patricia.barinotto@upn.edu.pe, 0000-0003-3286-0593*
[4.3] Magister en Administración, Universidad Privada Del Norte, Perú, *wilmer.infante@upn.edu.pe* 0000-0002-6183-395X

Resumen– ***El presente trabajo de investigación, tiene por objetivo identificar la influencia de la innovación e implementación de la tecnología en una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024. La innovación e implementación de la tecnología dentro de las organizaciones y en el Perú está en decadencia debido a las diferentes circunstancias por las que hemos atravesado. La pandemia origino el cierre de varias organizaciones y la deficiencia presidencial limitó la inversión en tecnología y la incrementación de la innovación en las empresas, todo esto provoco que el Perú que tenga escasos medios económicos e interés para el cambio y las ciencias aplicadas. Esta investigación es de tipo descriptivo de diseño no experimental y de corte trasversal, con una población de estudio infinita participes de las empresas cinematográficas y con una muestra probabilística 245. Como técnica de recolección de datos se hizo uso de encuestas. Por ende, se tuvo como resultado, que la implementación de tecnología alcanza un 66.9%, lo que indica un grado de dependencia significativo entre el uso de la innovación y la implementación tecnológica en el año 2024, donde la innovación influye en la percepción de seguridad y privacidad en un 59.8%, en la compatibilidad con los clientes en un 58.1%, y en los facilitadores en un 52.3%. En síntesis, la finalidad de esta exploración es decretar el efecto que tiene la implementación tecnológica, la importancia e innovación de esta dentro de las organizaciones peruanas.***

Palabras claves: Implementación, tecnología, innovación, empresas, inteligencia.

I. INTRODUCCIÓN

En las organizaciones peruanas uno de los principales objetivos es la evolución digital, esto conlleva que todas las empresas se involucren con la innovación e implementación de las tecnologías como las plataformas software, inteligencia artificial, realidad aumentada, entre otros; ayudando la interacción con sus clientes y colaboradores que forman parte de las diferentes áreas y departamentos de cada entidad incluyendo sus procesos internos; todo esto sirve para enfrentar los cambios que existen en su entorno y en las actividades que cada empresa posee.

La situación digital en el Perú genera inicialmente limitaciones en el desarrollo tecnológico, por lo que se puede concluir que es importante optimizar el despliegue tecnológico y mejorar el panorama general de las estrategias del uso de la tecnología. El bajo nivel de competitividad del Perú apunta a la necesidad de evaluar y ajustar el enfoque o modelo de un gobierno que durante décadas no ha priorizado la tecnología, la investigación y la innovación (1)

A raíz de la pandemia las organizaciones se han visto afectadas de manera significativa, podemos decir que gran parte de las empresas a nivel mundial se han visto obligadas a clausurar sus establecimientos por falta de solvencia y no contar con los insumos y/o recursos suficientes para mantenerse dentro del mercado, gran parte de empresarios han quebrado debido a las circunstancias que trajo consigo la pandemia. El avance de la tecnología ha permitido que distintas empresas salgan a flote a pesar del confinamiento que hemos tenido durante los 3 años por el COVID -19. Los encargados y gerentes se han visto forzados a innovar y aumentar su tecnología para poder sacar adelante su negocio y no cerrarlo.

Una empresa del sector financiero de Colombia, la cual pertenece a un prestigioso grupo económico, tomó a la población total de los colaboradores de la ciudad de Cali; en donde se analizó la influencia de la innovación en servicios y/o producto evaluando su desempeño organizacional que ha logrado tener, por lo tanto se comprobó que hay una correlación negativa entre la innovación del producto y su desempeño organizacional, esto arrojó que el mayor impacto que tuvo fue el incremento de cuota de mercado, esto significa que la empresa tuvo una elevada participación en el mercado; esta correlación negativa pudo ser por los diversos productos financieros y porque la organización y los colaboradores están en el proceso de asimilación por la nueva innovación empleada, entre otras. (2)

En Costa Rica el transporte público es importante para las actividades y la movilización de muchas personas, se podría decir que los autobuses son medios de transporte de gran importancia a nivel mundial. Es por eso que la implementación de autobuses eléctricos es una de las primordiales soluciones que permite la movilización en las ciudades, podemos decir que la implementación tecnológica es. Por otro lado, algunos países de Latinoamérica han tomado la decisión de instituir políticas públicas como es el caso de Chile, Colombia y Panamá, quienes han optado en cambiar la flota eléctrica en autobuses eléctricos que beneficie a las personas y a la ciudad, algo significativo para el progreso de la tecnología y su implementación. (3)

La implementación de tecnologías avanzadas en una empresa cinematográfica permite mejorar la calidad del

servicio ofrecido al público. Tecnologías como la proyección digital, sistemas de sonido envolvente y la posibilidad de ofrecer experiencias 3D o 4D son atractivos que pueden diferenciar a la empresa en el mercado local. En una ciudad como Cajamarca, donde la oferta de entretenimiento puede ser limitada, estas innovaciones pueden resultar en un aumento significativo de la asistencia al cine, ya que los espectadores buscan experiencias más inmersivas y de mayor calidad.

En Cajamarca las personas basan su expectativa en 2 opciones, el precio y la comodidad, existen 3 cines en la ciudad donde la implementación de la tecnología e innovación no es muy avanzada debido a la falta de actualizaciones en las páginas web, escasos módulos de autoatención, dificultad para facilitar el pago con anticipación y muy poca variedad de películas a comparación de otras ciudades y países.

La innovación tecnológica no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también optimiza las operaciones internas de la empresa. La automatización de procesos, como la venta de entradas en línea, la programación automatizada de películas, y el control eficiente de recursos como la energía y el personal, puede reducir costos operativos y aumentar la eficiencia. Estos avances permiten a la empresa maximizar su rentabilidad y reinvertir en nuevas tecnologías, creando un ciclo continuo de mejora y adaptación al mercado.

En este sentido, la adopción de nuevas tecnologías también influye en la estrategia de marketing y en la capacidad de la empresa para atraer a un público más amplio. Las herramientas digitales permiten una segmentación más precisa del público, la personalización de campañas publicitarias y una comunicación más efectiva a través de plataformas digitales y redes sociales. Esto no solo incrementa la visibilidad de la empresa, sino que también fortalece su marca, consolidándola como un referente en innovación dentro del mercado cinematográfico local. En resumen, la innovación y la implementación tecnológica son factores clave que impactan tanto en la operación interna como en la competitividad externa de una empresa. En este sentido se planteó como objetivo general identificar la influencia de la innovación e implementación de la tecnología en una empresa cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024. Asimismo, como objetivos específicos se plantearon: OE1. Identificar la influencia de la innovación con la percepción de seguridad y privacidad en una empresa cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024, OE2. Identificar la influencia de la innovación con la compatibilidad con los clientes de una empresa cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024, OE3. Identificar la influencia de la innovación con los facilitadores que tiene una empresa cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024.

Antecedentes

A nivel internacional, en los proyectos hidroeléctricos se destacan diferentes herramientas como es el caso de la teledetección, el aprendizaje automático, la inteligencia artificial y los múltiples sistemas en donde se ha empleado estos diversos recursos tecnológicos en el uso de información geográfica. A todo esto, lo que más resalta es la importancia en la tecnología, como se demuestra en este artículo, estos avances han aumentado considerablemente la eficiencia y la toma de decisiones informada en la EIA, además de ventajas en términos de eficiencia, precisión y toma de decisiones informada. Por otro lado, han facilitado la identificación de impactos ambientales relevantes, la implementación de medidas de mitigación y la gestión ambiental de los proyectos hidroeléctricos. (4)

Las OTT, se han vuelto una de las tecnologías más influyentes en el mundo, desde el Covid-19 en donde todo ser humano tuvo que estar encerrado debido a las circunstancias por la que atravesaba el mundo, gran parte de la población tuvo que verse obligada al encierro, es donde las plataformas OTT tuvieron mayor impacto como: Netflix, Movistar, Plus+, HBO Max, Vodafone TV, Orange TV, DAZN y AtresPlayer, estas fundamentan sus estrategias en prototipos basados en inteligencia artificial. Esta alta demanda ha dado como resultado que la implementación de la tecnología en las empresas del mundo aumente su productividad y eficiencia al optimizar sus servicios. La tecnología no solo aporta a las grandes compañías si no también al usuario quien busca oferta de servicios técnicos y diferentes plataformas de streaming en donde puedan distraerse. (5)

Para México, las industrias manufactureras también conocidas en llevar a cabo actividades secundarias e identificadas en el sector industrial, es un pilar clave lo que se considera un sector estratégico que ha ido promoviendo el equilibrio económico y el uso de la tecnología avanzada. Este tipo de empresas son importantes por la transformación de materia prima en producto final o comercial, son especialistas en logística, comercio exterior y cadena de suministro, dado a las actividades que han ido desempeñando han generado crecimiento económico para el país, además de enfrentarse a retos como la competencia global de hoy en día y la necesidad de ser eficientes y contar con costos apropiados, por ello, algunas de estas empresas manufactureras el adaptarse es un punto clave ya que van creciendo exponencialmente para lograr responder y adaptarse de manera rápida y efectiva a los cambios. (6)

En cuanto a los antecedentes nacionales, en el Perú se sabe que las organizaciones necesitan ciertas habilidades para ajustarse y adaptarse a los cambios que les presente el entorno para una mejora continua en los procesos dados. Por ello, la Pymes en la urbanización panamericana norte, los olivos de Perú que se encarga en la comercialización de productos variados están utilizando una investigación para explicar cómo influye la innovación en la competitividad; por ende, se realizarán encuestas a los clientes ya que ellos brindan información sobre los productos adquiridos, se utilizó SPSS de análisis y obtención de información de dicho estudio. Por lo tanto, se determinó que las dimensiones de mejora continua y la implementación de nuevas tecnologías existe una relación directamente proporcional ya que busca una ventaja competitiva sostenible para la mejora en sus estrategias de adopción a la tecnología. (7)

Innovación

La innovación representa una variable importante para el desarrollo a nivel mundial ya que beneficia a la economía y a

las organizaciones como por ejemplo en el incremento de su productividad además permite crear mejores prácticas, ayudando a las empresas en su introducción al mercado y aumentar su competitividad. (8)

La innovación y competitividad son primordiales para las organizaciones públicas y/o privadas, en la actualidad el mundo se encuentra atravesando diversos cambios sociales, económicos y tecnológicos a los cuales las organizaciones se deben adaptar, es por ello que la innovación se ha convertido en un factor estratégico para mejorar la productividad y eficiencia de las empresas y permitirles diferenciarse. (9)

Tecnología

La tecnología está cambiando la manera en cómo las empresas realizan sus actividades, trayendo ventajas de valor como la capacidad de poder aumentar la productividad, aumentar y mejorar la experiencia del cliente, aumentar la satisfacción y la experiencia de cada usuario al consumir o usar su servicio y/o Productos. (10)

Las empresas consideraron que la implementación de nuevas tecnologías son uno de los puntos más importantes para su crecimiento sostenible. De igual manera en las diferentes industrias que se encuentran en constante transformación las organizaciones buscan aumentar la interacción con sus clientes y aumentar la comunicación con ellos, es por ello que la tecnología se ha convertido relevante en todo el proceso. (11)

Influencia de la innovación

La influencia que tiene la innovación es de gran importancia para lograr la eficiencia y eficacia establecidas parte del proceso productivo para las organizaciones mundiales, lo cual esto indica un conjunto de actividades para obtener un bien o servicios que sean factibles en la organización empresarial. (12)

Implementación de la tecnología

La implementación de la tecnología en las organizaciones, se ha vuelto trascendental para el desarrollo mundial y de la sociedad llegó para impulsar a las organizaciones a renovar sus productos o servicios es por ello que los empresarios se han visto obligados a adaptarse al cambio continuo y mejorar esos aspectos que les ayuden en la permanencia del mercado. (13)

II. METODOLOGÍA

A. Alcance de investigación

Identificar la influencia de la innovación e implementación de la tecnología en una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca. Para ello, la investigación analiza las relaciones entre las dimensiones de compatibilidad, los facilitadores, la percepción de seguridad y privacidad.

B. Enfoque de investigación

Esta investigación tiene como objetivo importante ajustarlo desde la observación en donde contribuya y origine datos descriptivos. En cuanto a las entrevistas se aplicó la de Escala Likert. Por lo tanto, este enfoque se utilizará la observación del proceso en forma de recolección de datos los que se tendrá que analizar para llegar a dar respuesta a las preguntas de la investigación, además de utilizar los análisis estadísticos. (14) Por tal motivo el enfoque del estudio de investigación fue el nivel descriptivo correlacional, con el propósito de analizar la dinámica entre la influencia de la innovación y la implementación de la tecnología.

C. Temporalidad de investigación

El presente estudio es transversal, porque el horizonte de tiempo para evaluar las variables fue en un solo momento.

D. Población y muestra

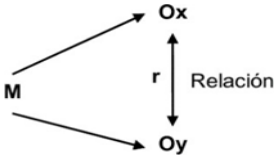
La población es un conjunto de elementos ilimitado con peculiaridades similares que sirven para concluir la investigación. acceso. (15)

En la investigación, se consideró una población infinita ya que es considerada una información demasiado extensa con datos no estipulados, pero si delimitada a todos los clientes que visitan y usan los diferentes recursos tecnológicos que una empresa cinematográfica posee. obtendrá una muestra probabilística debido a que se delimitará a una cantidad exacta de la población tomando en cuenta los criterios de exclusión para realizar la investigación Las encuestas aplicadas para obtener datos satisfactorios para la presente investigación son 385 encuestas

E. Diseño de contrastación

La investigación realizada tiene el diseño no experimental ya que las variables se han realizado sin manipulación alguna; esto quiere decir que son independientes ya que estas ya ocurrieron y no se pueden manipular ni controlar. (16) En conclusión, este diseño se basará en las variables sin intervención alguna y solo será observado y tendrá una relación con su contexto natural y real de cada una de ellas.

Fig. 1 Esquema de diseño de investigación



Donde:

$$n = \frac{1{,}88^2 x\ 0{,}50 x\ 0{,}50}{0{,}06^2}$$

n= 245

Las encuestas aplicadas para obtener datos satisfactorios para la presente investigación son 385 encuestas.

F. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Para la presente investigación se realizó un enfoque cuantitativo lo que se utilizó un método de observación ya que nos permite tener información con claridad. define que han sido desarrollados más directamente para la tarea de verificar o de confirmar teorías y que, en gran medida. (17)

El instrumento de apoyo principal para la realización de nuestra investigación y obtener mayor realidad de nuestras variables es la implementación de la entrevista escala Likert donde se aplicó 16 preguntas de acuerdo al estudio que estamos llevando donde se identifica el grado de satisfacción del cliente con la implementación de la tecnología.

Los métodos aplicados para esta investigación y poder recolectar los datos fueron basados de acuerdo al enfoque lo cual hemos elegido el cuantitativo, para ello aplicaremos la entrevista Escala Likert de forma presencial o digital sin ningún límite de tiempo y así tengan el tiempo necesario para que puedan responder.

Por otro lado, la encuesta de escala Likert que se muestra, consta de 16 indicadores los cuales son preguntas detalladas que darán respuestas exactas a lo que queremos investigar, esta entrevista fue creada para calificar lo que se está cuestionando a los usuarios de una empresa Cinematográfica incluyendo el nivel; lo cual consta en una escala de estar de acuerdo, de valor, y de dificultad.

Influencia de la innovación

Este instrumento contiene 9 preguntas divididas según las dimensiones de este estudio, las 3 primeras preguntas corresponden a la dimensión atención al cliente, las 3 siguientes preguntas a la dimensión experiencia de compra, las 3 últimas preguntas a la dimensión imagen de la empresa,

Implementación de la tecnología

Este instrumento contiene 7 preguntas divididas según las dimensiones de este estudio, las 3 primeras preguntas corresponden a la dimensión percepción de seguridad y privacidad, las 3 siguientes preguntas a la dimensión compatibilidad, las 3 últimas preguntas a la dimensión facilitadores.

G. Validación y confiabilidad del instrumento

La validación de estos instrumentos se llevó a cabo con la participación de expertos, tres profesionales con grado de Doctor, licenciado. La fiabilidad del instrumento se realizó mediante un análisis basado en el coeficiente Alfa de Cronbach. Esta evaluación se realizó utilizando el software estadístico SPSS, versión 25, teniendo en cuenta los datos recopilados de las respuestas de una muestra piloto compuesta por 15 encuestados.

TABLA I
ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS
INFLUENCIA DE LA INNOVACIÓN

Variables	**Alpha de Cronbach**	*N.º Ítems*
Influencia de la innovación	0,882	7

Fuente: Encuestas procesadas en el software SPSS v.25

TABLA II
ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS:
IMPLEMENTACIÓN DE LA TECNOLOGÍA

Variables	**Alpha de Cronbach**	*N.º Ítems*
Implementación de la Tecnología	0,885	9

Fuente: Encuestas procesadas en el software SPSS v.25

El grado de fiabilidad de la primera variable TABLA 1 evidenciándose un valor de 882 lo cual demuestra que el instrumento es altamente confiable; 88.2% por otro lado, para el cuestionario de la segunda variable TABLA 2 se obtuvo un valor de 885 señalando una alta confiabilidad representado por el 88.5%. Esto permite conocer que los instrumentos son altamente confiables para poder ser aplicados a la muestra respectiva, ya que, sus valores se encuentran en un rango cercano a 1.

H. Procesamiento y análisis de datos

Después de aplicar el cuestionario a la muestra conformada por gerentes, se procedió a registrar los datos en una hoja de cálculo de Excel. Para garantizar la practicidad, se consideró la disposición adecuada de tablas y gráficos al presentar los datos de la investigación.

Para presentar los resultados, se exhibieron después de utilizar el software IBM SPSS 25.0, el cual posibilita el análisis de los datos a través de métodos estadísticos:

Los métodos aplicados para esta investigación y poder recolectar los datos fueron basados de acuerdo al enfoque lo cual hemos elegido (cuantitativo), para ello aplicaremos la entrevista Escala Likert de forma presencial o digital sin ningún límite de tiempo y así tengan el tiempo necesario para que puedan responder.

Por otro lado, la encuesta de escala Likert que se muestra, consta de 16 indicadores los cuales son preguntas detalladas que darán respuestas exactas a lo que queremos investigar, esta entrevista fue creada para calificar lo que se está cuestionando a los usuarios de una empresa Cinematográfica incluyendo el nivel; lo cual consta en una escala de estar de acuerdo, de valor, y de dificultad.

III. RESULTADOS

El objetivo identificar la influencia de la innovación e implementación de la tecnología en una empresa cinematográfica en la Ciudad de Cajamarca, Perú 2024

OE.1 Identificar la influencia de la innovación con la percepción de seguridad y privacidad en una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024

De la tabla se verifica que existe relación significativa (sig.<0.01), positiva alta, entre la innovación con la percepción de seguridad y privacidad en una empresa cinematográfica, con un coeficiente Rho Spearman 0.742. Lo cual quiere decir que la percepción de seguridad y privacidad va con la innovación en un nivel alto.

TABLA III
RELACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD Y PRIVACIDAD EN UNA EMPRESA CINEMATOGRÁFICA.

Correlaciones				
			Innovación	*Percepción de seguridad*
Rho de Spearman	Innovación	Coeficiente de correlación	1,000	,742**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	245	245
	Percepción de seguridad	Coeficiente de correlación	,742**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	245	245
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Fuente: Elaborado por el autor en base a las encuestas procesadas en SPSS

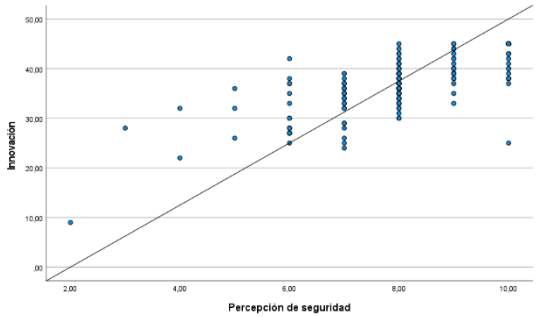


Fig. 2 Dispersión de la innovación y la percepción de seguridad y privacidad en una empresa Cinematográfica

De la tabla 4, se evidencia con el coeficiente de determinación (R^2 = 0.598), que la innovación impacta en la percepción de seguridad y privacidad en un 59.8%, asumiendo así un grado de dependencia alto entre el uso de la innovación con la percepción de seguridad y privacidad.

TABLA IV

IMPACTO DE LA INNOVACIÓN Y LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD Y PRIVACIDAD EN UNA EMPRESA CINEMATOGRÁFICA

Resumen del modelo									
Modelo	R	R^2	R^2 ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R^2	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,773a	,598	,596	3,39106	,598	361,480	1	243	,000
Predictores: (Constante), Percepción de seguridad									

Fuente: Elaborado por el autor en base a las encuestas procesadas en SPSS

OE.2 Identificar la influencia de la innovación con la compatibilidad con los clientes de una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024

De la tabla 5, se demuestra que existe relación significativa (sig.<0.01), positiva alta, entre la innovación y la compatibilidad con los clientes de una empresa Cinematográfica, con un coeficiente Rho Spearman 0.753. Esto indica que el mayor uso de la innovación se relaciona directamente con la compatibilidad con los clientes de una empresa cinematográfica

TABLA V

RELACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA COMPATIBILIDAD CON LOS CLIENTES DE UNA EMPRESA CINEMATOGRÁFICA

Correlaciones				
			Innovación	Compatibilidad
Rho de Spearman	Innovación	Coeficiente de correlación	1,000	,753**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	245	245
	Compatibilidad	Coeficiente de correlación	,753**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	245	245
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Fuente: Elaborado por el autor en base a las encuestas procesadas en SPSS

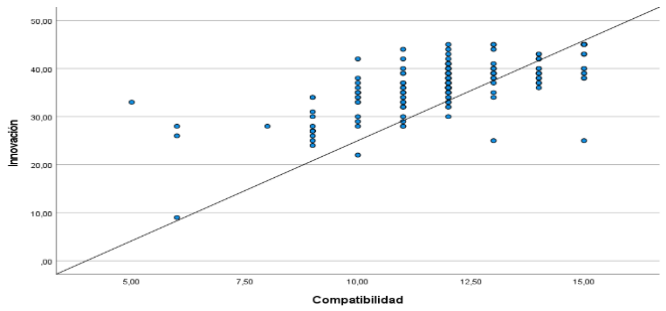


Fig.2 Dispersión de la innovación y la compatibilidad con los clientes de una empresa Cinematográfica

De la tabla 6, se evidencia con el coeficiente de determinación (R^2 = 0.581), que la innovación impacta significativamente en la compatibilidad con los clientes en un 58.1%, asumiendo así un grado de dependencia importante entre el uso de la innovación y la compatibilidad con los clientes de la empresa cinematográfica.

TABLA VI

IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN LA COMPATIBILIDAD CON LOS CLIENTES DE UNA EMPRESA CINEMATOGRÁFICA

Resumen del modelo									
Modelo	R	R^2	R^2 ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R^2	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,762a	,581	,579	346,350	,581	336,457	1	243	,000
Predictores: (Constante), Compatibilidad con los clientes									

Fuente: Elaborado por el autor en base a las encuestas procesadas en SPSS

OE.3 Identificar la influencia de la innovación con los facilitadores que tiene una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024

De la tabla 7, se verifica que existe relación significativa (sig.<0.01), positiva alta, entre la innovación y los facilitadores que tiene una empresa Cinematográfica, con un coeficiente Rho Spearman 0.708. Lo que da a entender que la innovación afecta en un alto nivel a los facilitadores de tecnología.

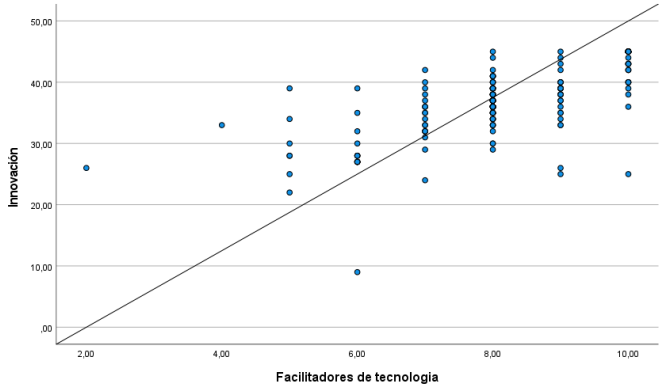
TABLA VII

RELACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LOS FACILITADORES QUE TIENE UNA EMPRESA CINEMATOGRÁFICA

Correlaciones				
			Innovación	Facilitadores de tecnología
Rho de Spearman	Innovación	Coeficiente de correlación	1,000	,708**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	245	245
	Facilitadores de tecnología	Coeficiente de correlación	,708**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	245	245
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Fuente: Elaborado por el autor en base a las encuestas procesadas en SPSS

Fig. 3 Dispersión de la innovación y los facilitadores que tiene una empresa Cinematográfica.



De la tabla 8, se demuestra con el coeficiente de determinación (R^2 = 0.523), que la innovación impacta significativamente en los facilitadores en un 52.3%, asumiendo así un grado de

dependencia alto entre el uso de la innovación y los facilitadores que tiene una empresa Cinematográfica.

TABLA VIII
IMPACTO DE LA INNOVACIÓN Y LOS FACILITADORES QUE TIENE UNA EMPRESA CINEMATOGRÁFICA.

Modelo	R	R^2	R^2 ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R^2	Cambio en F
1	,723[a]	,523	,521	369,568	,523	265,936

Fuente: Elaborado por el autor en base a las encuestas procesadas en SPSS

OG.5 Identificar la influencia de la innovación e implementación de la tecnología en una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024

De la tabla 9, se comprueba que existe relación significativa (sig.<0.01), positiva y alta, entre la innovación y la implementación de la tecnología en una empresa Cinematográfica, con un coeficiente Rho Spearman 0.792. Lo cual nos da entender el alto uso de la innovación se asocia la implementación de la tecnología.

TABLA IX
RELACIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA IMPLEMENTACIÓN DE LA TECNOLOGÍA EN UNA EMPRESA CINEMATOGRÁFICA, EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA

Correlaciones				
			Innovación	Implementación de tecnología
Rho de Spearman	Innovación	Coeficiente de correlación	1,000	,792**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	245	245
	Implementación de tecnología	Coeficiente de correlación	,792**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	245	245
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Fuente: Elaborado por el autor en base a las encuestas procesadas en SPSS

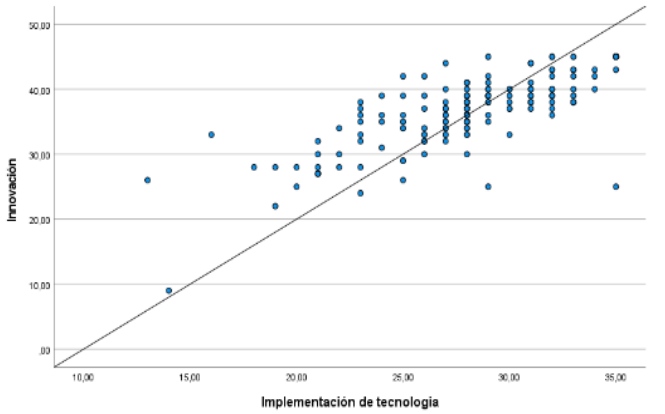


Fig.4 Dispersión de la innovación y la compatibilidad con los clientes de una empresa Cinematográfica

De la tabla 10, se evidencia con el coeficiente de determinación (R^2= 0.669), que la innovación impacta significativamente en implementación de tecnología en un 66.9%, asumiendo así un grado de dependencia importante entre el uso de la innovación y la implementación de la tecnología.

TABLA X

IMPACTO DE LA INNOVACIÓN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE LA TECNOLOGÍA EN UNA EMPRESA CINEMATOGRÁFICA, EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA

Resumen del modelo					
R	R^2	R^2 ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio	
				Cambio en R^2	Cambio en F
,818a	,669	,667	3,07845	,669	490,479

Fuente: Elaborado por el autor en base a las encuestas procesadas en SPSS

IV. DISCUSIONES

En la presente investigación, se estableció como objetivo General identificar la influencia de la innovación e implementación de la tecnología en una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024. Para ello, se encontró una relación significativa (sig.<0.01), positiva y alta, entre la innovación y la implementación de la tecnología con un coeficiente Rho Spearman 0.792. Esto indica un alto uso de la innovación asociado con la implementación de la tecnología. Estos resultados son consistentes con lo reportado en el artículo científico titulado Tecnologías de Información y Comunicación como innovación pedagógica y tecnológica en el aprendizaje del Cálculo I, en estudiantes de la escuela de Ingeniería Civil, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, en contexto COVID-19 (18), donde se evidencio que la influencia en el uso de las TIC como herramienta de la innovación pedagógica y tecnológica en el aprendizaje de los contenidos de relaciones y funciones con un valor de t= 5.211, gl = 30 grados de libertad y p = 0.00< 0.05. Así mismo sucedió con el artículo científico denominada el Impacto de las fuentes externas de conocimiento en la innovación de productos de empresas de baja y media baja intensidad tecnológica (19), donde se hace mención que la fuente externa de conocimiento de mercado y tecnológico, presentan coeficientes positivos y estadísticamente significativos con un p<0,05, para ambas especificaciones. De esta manera, se comprueba que ambas fuentes incrementan la probabilidad de desarrollar innovaciones en producto en las empresas de baja y media baja intensidad tecnológica. Así mismo, dentro de la contextualización teórica (20), donde se menciona que la innovación es fundamental para la dinámica económica o social, y se ha mencionado como un factor crucial tanto a nivel empresarial como a nivel nacional. En relación con lo anterior, podemos decir que el alto uso de la innovación mediante la implementación de tecnología en las empresas es crucial para mantener la competitividad en un entorno empresarial en constante cambio. De hecho, el uso de tecnología avanzada en la empresa está destinado a ayudar a optimizar procesos, reducir costos y mejorar la calidad del producto y la empresa. Más importante aún, la innovación permitirá nuevas oportunidades de mercado y aumentará el uso de la empresa. La creación de nuevas oportunidades de mercado y el aumento de la satisfacción del cliente a largo plazo, se traduce en un aumento de la sostenibilidad.

Con respecto al objetivo específico 1 del presente artículo, se plantea identificar la influencia de la innovación con la percepción de seguridad y privacidad en una empresa

Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024; lo que se observó que existe relación significativa (sig.<0.01), positiva alta, entre la innovación con la percepción de seguridad y privacidad en una empresa Cinematográfica, con un coeficiente Rho Spearman 0.742. Esto quiere decir que la percepción de seguridad y privacidad va con la innovación en un nivel alto. Continuamente, se encontró que en el artículo titulado el sistema de ciencia, tecnología e innovación y la actualización del modelo de desarrollo económico de Cuba (21), halló que, solo el 50% de las empresas encuestadas cuentan con proyección estratégica para la CTI. Una cifra similar elabora planes anuales de CTI. En el 58% de los casos se evalúa como insuficiente la información disponible sobre tecnologías y la vigilancia tecnológica. Caso contrario, en la tesis titulada como factores críticos que determinan la intención de compra en línea en el comercio electrónico mexicano (22), descubrió que para la variable de seguridad resulta relevante con peso de 19% y nivel de confianza de 93% (α=0.068), o sea ligeramente desviado del nivel óptimo deseado (α=0.05). Así mismo nos da valores de los coeficientes de regresión (Betas) no relevantes y sin significancia estadística para las variables percepción de facilidad de uso, privacidad e integridad. Con estos resultados no es posible rechazar la hipótesis nula (Ho: β =0) para estas 3 variables. Ahora bien, desde el punto de vista teórico (23) la percepción de seguridad y privacidad es una dimensión crítica en la implementación de tecnologías móviles, ya que influye directamente en la disposición de los usuarios a adoptar estos servicios. La percepción negativa de la seguridad puede disuadir a los usuarios de adoptar nuevas tecnologías, a pesar de sus beneficios potenciales. Mediante esta premisa, la percepción de seguridad y privacidad no solo ayuda a las empresas a cumplir con las regulaciones y a eludir sanciones, sino que también sirve como un factor diferenciador. En un mercado competitivo, los consumidores valoran la protección de su información personal más que nunca, y tener una sólida reputación en seguridad y privacidad atraerá a más consumidores. Esta percepción puede ser crítica para la innovación, ya que facilitará la adopción de nuevas tecnologías y la construcción de relaciones más sólidas con los clientes.

Con relación al objetivo específico 2 del presente estudio, planteado como Identificar la influencia de la innovación con la compatibilidad con los clientes de una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024; se observó que, existe relación significativa (sig.<0.01), positiva alta, entre la innovación y la compatibilidad con los clientes de una empresa Cinematográfica, con un coeficiente Rho Spearman 0.753. Nos da a entender que el uso alto de innovación se relaciona directamente con la compatibilidad con los clientes de una empresa cinematográfica. De igual manera en el artículo científico llamado Importancia de la herramienta Customer Relationship Management (CRM) en las empresas de Latinoamérica (24); halló que la herramienta CRM ayudan a que las empresas puedan elaborar estrategias para lograr la lealtad de los clientes, generando rentabilidad en más del 25% y se reduce la deserción de los consumidores en 5%. Ahora bien, desde otro punto de vista, (25) mencionan que las TI, las telecomunicaciones y las SIG se han vuelto parte esencial de las organizaciones del mundo globalizado de hoy, también es necesario el mantener la imagen de confiabilidad y seguridad, toda relación comercial se sustentan gracias a la capacidad de las organizaciones de establecer una amplia relación con su entorno, a través de la cual sus clientes pueden utilizar sus productos o servicios de una manera más personalizada. Ahora bien, desde el punto de vista teórico (26); la compatibilidad se refiere al grado en que una innovación es percibida como consistente con los valores, experiencias y necesidades existentes de los valores potenciales. Es una dimensión crítica en la implementación de la tecnología, ya que influye en la decisión de adopción de los usuarios y/o clientes. Entonces, un alto nivel de uso de la innovación en las empresas, en particular la relación con el cliente, es esencial para desarrollar una relación sólida y duradera. A través de la tecnología que permite la personalización y la comunicación efectiva, las empresas pueden conocer mejor las necesidades del consumidor. La innovación en este ámbito no solo respalda la experiencia de un usuario, sino que también genera lealtad y compromiso. Además, ayuda a las empresas a diferenciarse en el mercado y aumentar su capacidad para atraer y retener a los clientes.

Finalmente, el objetivo específico 3 desarrollado en el presente informe, se indica en identificar la influencia de la innovación con los facilitadores que tiene una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024, donde se verificó que existe relación significativa (sig.<0.01), positiva alta, entre la innovación y los facilitadores que tiene una empresa Cinematográfica, con un coeficiente Rho Spearman 0.708, Este resultado nos da entender que la innovación afecta en un alto nivel a los facilitadores de tecnología. Dicho a esto se presentan diferentes a proximidades; en el primer artículo titulado "Implementación de controles de acceso para un sistema web de gestión de prácticas profesionales" (27),se demostró que la aplicación de la metodología ágil SCRUM es de mucha ayuda debido a que es adaptable a los constantes cambios en el proceso de desarrollo del software y los controles de acceso que proporciona la normativa ISO 27001:2013 con el objetivo de garantizar la integridad, autenticidad y disponibilidad de los activos de información que posee el sistema, por ello la implementación hipotética de dicho servicio junto a los controles de acceso para el proceso de gestión de prácticas profesionales ayudaría enormemente a la agilización, además de la seguridad de los datos que son utilizados dentro del sistema. En cuanto al trabajo desarrollado nombrado como Innovación didáctica para la formación de profesorado (28), se comprobó que, al realizar siete entrevistas semiestructuradas que fue respondida por 32 estudiantes y 7 docentes, se evidenció que ninguno de los casos presentó imposibilidad de llevar adelante la observación, el análisis y la reflexión con los materiales proporcionados para la tarea asignada (la unidad fílmica y, en algunos, los protocolos guías); en cada caso se les utilizó de diferente manera, con diferente profundidad lo que los actores manifestaron una opinión favorable del instrumento de aprendizaje que estaban experimentando; en síntesis las observaciones no participantes permitieron ver a docentes y estudiantes motivados con este, interactuando con escasas dificultades de índole pedagógica y tecnológica. Dentro de la

contextualización teórica, (29) Indica que los facilitadores se refieren a los factores contextuales y organizativos que apoyan la implementación de nuevas tecnologías. Estos incluyen recursos, infraestructura adecuada, y soporte técnico, los cuales son esenciales para superar las barreras de adopción y asegurar un uso efectivo de la tecnología. Entonces, a medida que surgen nuevas tecnologías, los facilitadores deben adaptarse y adoptar estas innovaciones para garantizar que las soluciones implementadas sean efectivas y alineadas con las necesidades del negocio. Esta adaptabilidad no solo mejora la capacidad de respuesta ante los cambios del mercado, sino que también potencia la colaboración entre equipos, fomenta la cultura de mejora continua y permite a las empresas mantenerse a la vanguardia en un entorno empresarial en constante transformación.

La innovación y la implementación de tecnología en una empresa cinematográfica hoy en día generan nuevos conocimientos como en la inteligencia artificial, aplicada a la creación de guiones, la realidad virtual y el análisis de datos que permite captar la atención de nuevos clientes potenciales y entender el comportamiento del público, lo cual impulsa investigaciones interdisciplinarias entre las ciencias sociales, cognitivas y computacionales. Estas transformaciones tienen implicaciones éticas, económicas y culturales, al cuestionar los límites entre lo humano y lo artificial en la producción artística, y al mismo tiempo contribuyen al conocimiento científico al desarrollar herramientas y procesos tecnológicos que pueden ser aplicados en campos como la medicina, la educación, el teatro y cine. Además, fomentan la divulgación científica mediante formatos audiovisuales más atractivos y accesibles, y promueven prácticas sostenibles dentro de la industria creativa, lo que en conjunto refuerza la interacción entre ciencia, arte, tecnología e innovación.

V. CONCLUSIONES

Se determinó la influencia de la innovación e implementación de la tecnología en una empresa cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024. Donde, se evidenció una relación significativa positiva y alta, entre la innovación y la implementación de la tecnología (Rho de Spearman = 0.792; $p < 0.01$) con un coeficiente de determinación ($R^2 = 0.669$). Por otro lado, la innovación impacta significativamente en la tecnología en un 66.9%, asumiendo así un grado de dependencia importante entre el uso de la innovación y la implementación de la tecnología, lo que confirma su influencia directa y relevante. Estos resultados destacan la importancia de fomentar la actualización como estrategia clave para adoptar nuevas tecnologías. Para lograr una implementación efectiva, se recomienda incorporar la tecnología de forma gradual como la digitalización operativa y automatización y marketing digital; acompañada de capacitaciones continuas al personal como producción, dirección y operaciones. Esta estrategia permitirá superar resistencias y facilitar una transición tecnológica sostenible

Se determinó la influencia de la innovación con la percepción de seguridad y privacidad en una empresa cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024; se observó una relación significativa, positiva y alta entre la innovación y la percepción de seguridad y privacidad (Rho = 0.742; $R^2 = 0.598$; $p < 0.01$). Esto indica que la innovación influye en un 59.8% en cómo los clientes perciben la seguridad y privacidad. Estos resultados destacan la importancia de integrar la innovación con medidas sólidas de protección de datos. Para superar posibles barreras en este proceso, se sugiere desarrollar un programa que combine tecnología innovadora con protocolos de seguridad, lo que permitirá fortalecer la confianza del cliente, mejorar su percepción y fomentar su fidelidad.

Identificar la influencia de la innovación con la compatibilidad con los clientes de una empresa Cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024. Se analizó, una relación significativa, positiva y alta entre la innovación y la compatibilidad con los clientes (Rho de Spearman = 0.753; $p < 0.01$), además, el coeficiente de determinación ($R^2 = 0.581$) indica que la innovación influye en el 58.1% de la compatibilidad percibida, reflejando una fuerte dependencia entre ambos factores. No obstante, se resalta la importancia de aplicar la innovación de forma alineada a las necesidades y expectativas del cliente. Para ello, se aconseja la implementar un programa que incorpore la retroalimentación del público, facilite la personalización de la experiencia y promueva un canal de comunicación directo y efectivo entre la empresa y sus usuarios. Esto fortalecerá la conexión con el cliente y aumentará su satisfacción y lealtad.

Clarificar la influencia de la innovación con los facilitadores que tiene una empresa cinematográfica, en la ciudad de Cajamarca, 2024, donde se estudió una relación significativa, positiva y alta entre la innovación y los facilitadores tecnológicos (Rho de Spearman = 0.708; $p < 0.01$). El coeficiente de determinación ($R^2 = 0.523$) indicó que la innovación interviene en el 52.3% a la variabilidad en los facilitadores, mostrando una fuerte dependencia entre ambos factores. Estos resultados destacan que la innovación impulsa directamente la disponibilidad y efectividad de los facilitadores tecnológicos. Como estrategia práctica, se recomienda implementar un programa de capacitación continúa centrado en nuevas tecnologías y procesos innovadores. Esto permitirá optimizar los recursos existentes y preparar al personal para responder de manera eficiente a los retos del sector cinematográfico local.

REFERENCIAS

[1]. Acevedo Flores J, Pulido V, Neyra Rivera C. Tecnología para el control del COVID-19: Una revisión del caso peruano. Revista del cuerpo Medico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo. 2020 Diciembre; 13(4).

[2]. Zuñiga Collazos A, Castillo Palacio M, Pastas Medina A, Andrade Barreto M. Influencia de la Innovación de producto en el Desempeño Organizacional. Revista Venezolana de Gerencia. 2019 Septiembre- Noviembre; 24(85).

[3]. Díaz Arrieta JP, Rivas Valverde J, Allen J. Análisis de perspectivas y políticas públicas enfocadas al transporte

público eléctrico modalidad autobús en Costa Rica. Infraestructura Vial. 2023 Enero-Diciembre; 25(44).

[4]. Laverde Salazar JF, Sanchez Torres A, Valencia Cardona D, Osorio Alvarez MC. The role of technology and innovation in enhancing Environmental Impact Assessment (EIA) in infrastructure projects: A review of hydropower projects. RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informacao. 2024; 2023(65).

[5]. Fieiras Ceide C, Ufarte Ruiz MJ, Murcia Verdú J. Transforming user's experience on streaming TV: innovation and technology priorities for OTT platforms. Estudios Sobre el Mensaje Periodístico. 2024 Octubre; 30(4).

[6]. Gómez Álvarez PD, Ochoa Ávila E. Innovación Organizacional y su influencia sobre la adaptabilidad de empresas manufactureras en Cajeme (Sonora. Mexico). Suma de Negocios. 2024 Julio- Diciembre; 15(33).

[7]. Ríos Jimenes P, Solis Briceño B, Meneses Claudio B, Zarate Ruiz G. Influencia de la Innovación en la competitividad empresarial de PYMES en urbanización Panamericana Norte, Los Olivos 2022. Serie de Conferencias. 2024; 3(643).

[8]. Argothy A, Gónzalez Álvarez N. Determinantes de la innovación en empresas propiedad del Estado: evidencia para las empresas públicas de Ecuador. Revista de Administração Pública . 2019; 53(1).

[9]. Vargas Riera OA, Cárdenas Pérez AdlA. Innovación como factor estratégico en la competitividad de las empresas turísticas del cantón Latacunga. EBSCO Logo Conectándole a contenidos en EBSCOhost. 2023; 8(38).

[10]. CLALIB. Tecnología, determinante en la evolución de los negocios: Colombia avanza en la implementación y desarrollo de la Inteligencia Artificial, y se espera que este proceso se acelere en la próxima década. Grupo de Diarios América. 2023 Octubre; 1(1).

[11]. JOHMUN. Adoptar innovación, entre las prioridades de las empresas: Según un estudio, las compañías buscarán incluir más tecnología en sus procesos. Revista especializada. 2024 Febrero; 2(9).

[12]. Rivera Ruiz Y, Landero Sánchez , Dávila Cruz , Sevilla Rizo. Influencia de la innovación en el proceso productivo. Revista científica Estelí. 2020 Enero- Marzo; 9(33).

[13]. ¿Qué necesitan las empresas para avanzar en la implementación tecnológica? ContentEngine LLC, a Florida limited liability company. 2022 Mayo; 5(15).

[14]. Alfredo OO. ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN: : Métodos Para El Diseño Urbano - Arquitectónico. ResearchGate. 2018 Agosto; 1(1).

[15]. Arias. Metodología de la Investigación. URBE. 2006; 3(81).

[16]. Camacho De Báez B. El diseño. Metodología de la Investigación Científica. 2008.

[17]. Solana G. Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa. 1986.

[18]. Laderas Huillcahuari E, Huauya Quispe P, Coaquira Cárdenas VA, Quispe Arroyo A. Tecnologías de Información y Comunicación como innovación pedagógica y tecnológica en el aprendizaje del Cálculo I, en estudiantes de la escuela de Ingeniería Civil, Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, en contexto COVID-19. Horizonte de la Ciencia. 2021 Julio - Diciembre; 12(23).

[19]. Del Carpio Gallegos F, Miralles F. Impacto de las fuentes externas de conocimiento en la innovación de productos de empresas de baja y media baja intensidad tecnológica. Estudios Gerenciales. 2018; 34(149).

[20]. Rojo Gutiérrez A, Padilla Oviedo A, Riojas M. La innovación y su importancia. Revista Científica UISRAEL. 2019 Enero-abril; 6(1).

[21]. Bernabe Venegas P, Rojas Medina SF, Rojas Ponce E, Santillán Zapata NA, Deza Quispe JA. IMPACT OF INNOVATION ACTIVITIES ON SALES OF PERUVIAN COMPANIES IN LIMA AND CALLAO. Journal of Globalization, Competitiveness and Governability. 2022 Septiembre- Diciembre; 16(3).

[22]. Zubirán R, F. López J. Factores críticos que determinan la intención de compra en línea en el comercio electrónico mexicano. InnOvaciOnes de NegOciOs. 2009; 6(12).

[23]. Gu JC, Lee SC, Suh YH. Determinants of behavioral intention to mobile banking. Expert Systems with Applications. 2009 Noviembre; 36(9).

[24]. Checasaca Julca R, Sánchez Cabeza L, Malpartida Gutiérrez , Chocobar Reyes. Importancia de la herramienta Customer Relationship. Revista Científica de la UCSA. 2022 Diciembre; 9(3).

[25]. Ramírez L, Vega O. SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL E INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES. Telématique. 2015 Julio - Diciembre; 14(2).

[26]. EVERETT M R, ARVIND S, M. QUINLAN M. Diffusion of Innovations. Taylor & Francis Group an informa business. 2014.

[27]. Torres Correa , Valdivia Valderrama J, Mendoza de los Santos. Implementación de controles de acceso para un sistema web de gestión de prácticas profesionales. Innovación y Software. 2023; 4(1).

[28]. Umpiérrez Oroño , Cabrera Abreu D, Bruccoleri Arrambide. Innovación didáctica para la formación de profesorado. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU. 2021 Julio - Diciembre; 30(59).

[29]. Viswanath V, Michael G M, Gordon B , Davis FD. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. Management Information Systems Research Center, University of Minnesota. 2003 Septiembre; 27(3).