

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los  
restaurantes turísticos de la Región de tumbes, 2023.**

**INFORME DE TESIS**

Para optar el título profesional de  
licenciada en administración.

**Autora: Danitza Sofía Córdova Román**

**Tumbes, 2024**

**UNIVERSIDAD NACIONAL TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los  
restaurantes turísticos de la región de tumbes, 2023.**

**Tesis aprobada en forma y estilo por:**

**Dr. José Viterbo Álamo Barreto**

**ORCID: 0000-0003-4459-1765**

.....  
**presidente**

**Mg. María del Pilar Ríos García**

**ORCID: 0000-0002-0236-6810**

.....  
**secretario**

**Dr. Ghenkis Amílcar Ezcurra Zavaleta**

**OCID: 0000-0002-9894-2180**

.....  
**Vocal**

**Tumbes, 2024**

**UNIVERSIDAD NACIONAL TUMBES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los  
restaurantes turísticos de la región de tumbes, 2023.

**Los suscritos declaramos que el proyecto de tesis es original en su  
contenido y forma.**

Danitza Sofia Córdova Román (Autora)

Código ORCID:0009-0002-2260-9784

Dr. Ezcurra Zavaleta Ghenkis Amílcar (Asesor)

Código OCID: 0000-0002-9894-2180

**Tumbes, 2024**


## REPORTE TURNITIN

### TESIS INNOVACIÓN Y SU INFLUENCIA EN EL DESEMPEÑO EMPRESARIAL DE LOS RESTAURANTES TURISTICOS DE LA REGIÓN DE TUMBES 2023 (1).docx

#### INFORME DE ORIGINALIDAD


<b>29%</b>	<b>28%</b>	<b>10%</b>	<b>%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS


<b>1</b>	<b>repositorio.untumbes.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>15%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.usil.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
	 Mg. Ezourra Zavaleta Ghenkis Amilcar (Asesor) Código OCID: 0000-0002-9894-2180	
<b>4</b>	<b>repositorio.unsa.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>upc.aws.openrepository.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>115744.tcywjlis.asia</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>www.coursehero.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

9	pdfcoffee.com Fuente de Internet		<1 %
10	docplayer.es Fuente de Internet	Mg. Ezequiel Zavaleta Gherkis Amílcar (Asesor) Código OCID: 0000-0002-9894-2180	<1 %
11	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet		<1 %
12	repositorio.upp.edu.pe Fuente de Internet		<1 %
13	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet		<1 %
14	administracion.uexternado.edu.co Fuente de Internet		<1 %
15	ww1.docero.mx Fuente de Internet		<1 %
16	www.researchgate.net Fuente de Internet		<1 %
17	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet		<1 %
18	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet		<1 %
19	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet		<1 %
20	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet		<1 %

21	repositorio.udesa.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.autonomadeica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
25	Almeyda Almeyda, Estefani Marie. "Estudio de casos : analisis de los factores que influyeron en el desarrollo de innovaciones de proceso e innovaciones organizacionales en una empresa peruana lider en el sector ingenieria y construccion.", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2021 Publicación	<1 %
26	dspaceudual.org Fuente de Internet	<1 %
27	larepublica.pe Fuente de Internet	<1 %
28	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	<1 %
29	portal.findresearcher.sdu.dk Fuente de Internet	<1 %

30	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
31	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
32	repositorio.uaustral.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
	 Mg. Ezourra Zavaleta Ghenkis Amílcar (Asesor) Código OCID: 0000-0002-9894-2180	
35	pdfcookie.com Fuente de Internet	<1 %
36	repository.usta.edu.co Fuente de Internet	<1 %
37	www.scielo.org.mx Fuente de Internet	<1 %
38	1library.co Fuente de Internet	<1 %
39	Paitán, Celeste Roxana Parra. "Business Consulting Para la Empresa Ascensores Gs&F S.A.C", Pontificia Universidad Católica del Perú - CENTRUM Católica (Peru), 2022 Publicación	<1 %
40	bdigital.dgse.uaa.mx:8080 Fuente de Internet	<1 %

41	<a href="https://cris.ulima.edu.pe">cris.ulima.edu.pe</a>	<1%
	Fuente de Internet	
42	Laureano Núñez, Noel. "El rol de la orientación emprendedora y la inteligencia cultural en la propensión a internacionalizarse en las pyMEs en Puerto Rico", Universidad Ana G Méndez - Gurabo, 2024	<1%
	Publicación	
43	<a href="https://repository.ugc.edu.co">repository.ugc.edu.co</a>	<1%
	Fuente de Internet	



Mg. Ezcurreta Zavaleta Ghenkis Amílcar (Asesor)

Código OCID: 0000-0002-9894-2180

Excluir citas      Activo      Excluir coincidencias < 15 words  
 Excluir bibliografía      Activo



# ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

SECRETARÍA ACADÉMICA - FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

fce-secacademica@untumbes.edu.pe

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

(presencial)


En Tumbes, a los 07 días del mes **Noviembre** del dos mil veinticuatro, siendo las 12:00 horas, en el Auditorio "Álvaro Camacho Sánchez", de la Facultad de Ciencias Económicas, se reunieron, el jurado calificador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, designado por **RESOLUCIÓN N° 266-2023/UNTUMBES- FACEC-D**, docentes: Dr. José Viterbo Álamo Barreto (**Presidente**) Mg. María del Pilar Ríos García (**Secretario**) Dr. Ghenkis Amilcar Ezcurra Zavaleta (**Vocal**), reconociendo en la misma resolución además, al Docente **Dr. Ghenkis Amilcar Ezcurra Zavaleta** como **Asesor**, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis, titulada: "Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la provincia de Tumbes 2023", para optar el Título Profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**, presentada por la bachiller: **Danitza Sofía Córdova Román**, Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte de la sustentante y después de la deliberación, el jurado según el artículo N° 75 del reglamento de Tesis para Pregrado y Postgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara a la Bachiller: APROBADA con calificativo Muy Bueno


Se hace conocer a la sustentante, que deberá levantar las observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado indica.


En consecuencia, queda APTA para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del título profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, en el Estatuto, Reglamento General, Reglamento General de Grados y Títulos, y, Reglamento de Tesis de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 12 horas 52 minutos del mismo día, se dio por concluido el acto académico, procediendo a firmar el acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 07 de Noviembre del 2024

  
Dr. José Viterbo Álamo Barreto  
DNI N° 41057014  
Código ORCID N° 0000-0003-4459-1765  
Presidente (a)

  
Mg. María del Pilar Ríos García  
DNI N° 18000317  
Código ORCID N° 0000-0002-0236-6810  
Secretario (a)

  
Dr. Ghenkis Amilcar Ezcurra Zavaleta  
DNI N° 40936824  
Código ORCID N° 0000-0002-9894-2180  
Vocal

C.c.  
Jurados (3)  
Asesor (a)  
Int.  
Archivo (Decanato)

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme sabiduría y salud, a mis queridos padres, Augusto Córdova y Hermelinda Román, por su amor y apoyo inquebrantable que han hecho posible cada logro, a mis docentes por compartir generosamente su conocimiento.

A todas las personas que me han apoyado y acompañado durante este camino

**Danitza Sofía**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que me han apoyado en este camino, desde mi familia, amigos y docentes, gracias por motivarme y ayudarme a alcanzar este logro. Agradecer a Dios por brindarme la sabiduría y fortaleza que me permitieron enfrentar los desafíos académicos con determinación.

**Danitza Sofía**

# INDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	18
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	21
2.1. Bases teorías- científicas .....	21
2.1.1. Innovación .....	21
2.1.1.1. Definición de innovación .....	21
2.1.1.2. Características de la innovación .....	22
2.1.1.3. Importancia de la innovación .....	24
2.1.1.4. Teoría de la innovación .....	24
2.1.1.5. Dimensiones de la variable innovación .....	25
2.1.2. Desempeño empresarial .....	26
2.1.2.1. Características del desempeño empresarial .....	27
2.1.2.2. Importancia del desempeño empresarial .....	28
2.1.2.3. Teorías del desempeño empresarial .....	29
2.1.2.4. Dimensiones del desempeño empresarial .....	29
2.2. Antecedentes .....	30
2.2.1. A nivel internacional.....	30
2.2.2. A nivel Nacional.....	31
2.2.3. A Nivel local .....	33
2.3. Definición de términos básicos .....	34
III. MATERIALES Y MÉTODOS .....	35
3.1. HIPOTESIS.....	35
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.2.1. Tipo de investigación .....	35
3.2.2. Diseño de la investigación.....	37
3.3. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO .....	37
3.3.1. Población .....	37
3.3.2. Muestra.....	38
3.3.3. Muestreo .....	38
3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN .....	39
3.4.1. Métodos de Investigación .....	39
3.4.2. Técnicas de recolección de datos.....	40
3.4.3. Instrumentos de recolección de datos.....	40

<b>3.5. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS .....</b>	<b>41</b>
<b>3.6. ANÁLISIS DE DATOS .....</b>	<b>43</b>
<b>3.7. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES. ....</b>	<b>45</b>
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>49</b>
<b>V. CONCLUSIÓN .....</b>	<b>59</b>
<b>VI. RECOMENDACIÓN .....</b>	<b>60</b>
<b>I. REFERENCIA BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>61</b>
<b>II. ANEXOS .....</b>	<b>67</b>
<i>Anexo1. Matriz operacional .....</i>	<i>67</i>
<i>Anexo2. Matriz de consistencia .....</i>	<i>69</i>
<i>Anexo3. Cuestionario .....</i>	<i>70</i>
<i>Anexo4. Certificación.....</i>	<i>72</i>
<i>Anexo5. Carta de solicitud de información para ejecución de tesis.....</i>	<i>73</i>
<i>Anexo6. Carta de aceptación a solicitud .....</i>	<i>74</i>
<i>Anexo7. Validación de instrumento.....</i>	<i>75</i>
<i>Anexo8. Análisis de fiabilidad de innovación .....</i>	<i>81</i>
<i>Anexo9. Análisis de fiabilidad de desempeño empresarial .....</i>	<i>82</i>
<i>Anexo10. Evidencia del proceso de aplicación de encuesta .....</i>	<i>83</i>

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Restaurantes turísticos de la Región de Tumbes .....	38
Tabla 2: fiabilidad del alfa de Cronbach.....	44
Tabla 3: Alfa de Cronbach de innovación .....	45
Tabla 4: Alfa de Cronbach de desempeño empresarial .....	45
Tabla 5: Variable Innovación .....	46
Tabla 6: Variable desempeño empresarial.....	48
Tabla 7: Prueba de Normalidad de las variables .....	49
Tabla 8: Influencia de la innovación en el desempeño empresa.....	50
Tabla 9: Rho de spearman Innovación vs Desempeño laboral .....	51
Tabla 10: Influencia de la innovación de productos en el desempeño empresarial ....	51
Tabla 11: Innovación de productos vs el desempeño empresarial .....	52
Tabla 12: Influencia de la innovación de procesos en el desempeño empresarial .....	53
Tabla 13: La innovación de procesos vs el desempeño empresarial .....	53
Tabla 14: Influencia de la inversión en innovación en el desempeño empresarial .....	54
Tabla 15: Inversión en innovación vs el desempeño empresarial .....	55

## INDICE DE ANEXOS

Anexo1.	Matriz operacional .....	67
Anexo2.	Matriz de consistencia .....	69
Anexo3.	Cuestionario .....	70
Anexo4.	Certificación.....	72
Anexo5.	Carta de solicitud de información para ejecución de tesis.....	73
Anexo6.	Carta de aceptación a solicitud .....	74
Anexo7.	Validación de instrumento.....	75
Anexo8.	Análisis de fiabilidad de innovación .....	81
Anexo9.	Análisis de fiabilidad de desempeño empresarial .....	82
Anexo10.	Evidencia del proceso de aplicación de encuesta .....	83

## RESUMEN

El objetivo de la investigación fue Analizar la influencia de la innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023. La metodología utilizada fue de tipo: Descriptiva – correlacional, de enfoque cuantitativa y diseño no experimental-transversal; la investigación estuvo conformada por una población de 160 restaurantes turístico en la región de Tumbes, distribuidos en las 3 provincias: 20 en Zarumilla, 87 en tumbes y 53 en contralmirante villar según información brindada por la oficina de **i Perú**: información y asistencia al turista; se aplicó el muestreo probabilístico, que tiene una población finita, es decir, tenemos una cantidad pequeña de los restaurantes a los que se le aplicará el cuestionario, por lo tanto se utilizará la misma cantidad de la población, en este caso los 160 gerentes de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes. Se empleo la tecnica de la encuesta con su respectivo instrumento que es el cuestionario basadado en 10 preguntas para la variable innovación y 15 preguntas para la variable desempeño empresarial en escala de likert que fueron procesados con la herramienta de excel y el sistema estadístico (SPSS). Cuyos resultados obtenidos para la variable innovación a respuesta de los gerentes de cada restaurante turístico, el nivel alto representa el 54% de los entrevistados , seguido por un 46% del nivel medio, mientras que la variable desempeño empresarial el 53% representa un nivel medio , el 47 % un nivel alto, por otro lado ambas variables optuvieron un nivel de puntuación bajo 0%. Con un coeficiente de Rho de spearman de 0.888 evidenciando que tiene una correlación positiva perfecta y con una significancia de 0.000. Para la dimensión de desempeño empresarial con una incidencia de 44%, un coeficiente de rho Spearman de 0,378 y un P valué de 0.000. para la dimensión innovación de producto con un nivel alto de 69% ; un p (rho) de 0,749 y una significancia del 0.000. mientras que para la dimensión innovación de proceso con una incidencia de 44% p (rho) de 0.378 y una significancia de 0.000. por lo tanto, se concluyó que había prueba estadística que respaldaba la correlación entre la variable innovación y su influencia en el desempeño empresarial los restaurantes turísticos de la región de Tumbes.

**Palabras claves:** Innovación, desempeño empresarial, Producto, servicio



## ABSTRACT

The objective of the research was to analyze the influence of innovation on the business performance of tourist restaurants in the Tumbes region 2023. The methodology used was of the type: Descriptive - correlational, quantitative approach and non-experimental-cross-sectional design; The research consisted of a population of 160 tourist restaurants in the Tumbes region, distributed in the 3 provinces: 20 in Zarumilla, 87 in Tumbes and 53 in Contralmirante Villar according to information provided by the i Peru office: information and assistance to tourists; Probabilistic sampling was applied, which has a finite population, that is, we have a small number of restaurants to which the questionnaire will be applied, therefore the same amount of the population will be used, in this case the 160 managers of the tourist restaurants in the Tumbes region. The survey technique was used with its respective instrument which is the questionnaire based on 10 questions for the innovation variable and 15 questions for the business performance variable on a Likert scale that were processed with the EXCEL tool and the statistical system (SPSS). Whose results obtained for the innovation variable in response to the managers of each tourist restaurant, the high level represents 54% of those interviewed, followed by 46% of the medium level, while the business performance variable 53% represents a medium level, 47% a high level, on the other hand both variables obtained a low score level 0%. With a Spearman's Rho coefficient of 0.888 showing that it has a perfect positive correlation and with a significance of 0.000. For the business performance dimension with an incidence of 44%, a Spearman's rho coefficient of 0.378 and a P value of 0.000. For the product innovation dimension with a high level of 69%; a p (rho) of 0.749 and a significance of 0.000. While for the process innovation dimension with an incidence of 44% p (rho) of 0.378 and a significance of 0.000. Therefore, it was concluded that there was statistical evidence supporting the correlation between the innovation variable and its influence on business performance in tourist restaurants in the Tumbes region.

Keywords: Innovation, business performance, Product, servic

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la innovación es fundamental debido a que fomenta el avance, la competitividad y la sostenibilidad, así también permite elevar la calidad de vida. Facilita la adaptación y el éxito de sociedades y empresas en un mundo en constante transformación, permitiendo abordar los desafíos complejos que enfrenta la sociedad actual. Así mismo la innovación constante, respaldada por la creatividad, es esencial para el desarrollo empresarial. No solo se trata de lanzar productos nuevos al mercado, sino de transformar de manera continua los procesos organizativos, productivos y tecnológicos para lograr eficiencia y ofrecer un mayor valor a los clientes.

La investigación que realizó la cámara comercial de los Estados Unidos de América, nos dice que el ingenio y la creatividad de los peruanos han logrado en los últimos años situar a nuestro país como una referente mundial en materia gastronómica. Perú fue en el 2020 el cuarto país del mundo con el crecimiento más rápido de la propiedad intelectual un 5.99 %, solo por detrás de Canadá, Israel y Ucrania, y muy por encima de otros países que conforman la Alianza del Pacífico, manifestó Indecopi, (2021)

Según Gamarra (2015) expresa que el problema del Perú es, que hay mucha gente que quiere montar un negocio, pero no quiere innovar. Un análisis del Grupo de Economistas del Banco Mundial dice que el incremento que experimentó América Latina durante los últimos periodos no puede sostenerse. Este es el caso en el largo plazo si la política pública no se enfoca en fomentar la innovación en empresas de todo tipo.

Braga et al., (2017) Manifiesta que a pesar que se sabe que la innovación fortalece la competitividad de las organizaciones, abordar el tema de la innovación en un país como el Perú es trascendental debido a su bajo índice de participación en el tema de innovación a nivel mundial. “Así lo demuestra el hecho de que el porcentaje de empresas peruanas que introducen innovaciones es bajo y que en general, la vida empresarial peruana confunde innovación con novedad”. Sosa, (2020)

A raíz de la pandemia en Perú, más de 80.000 restaurantes han cerrado oficialmente debido a la pandemia, una cuarta parte de ellos en Lima. Representa alrededor de 40 establecimientos en el país. Pero también el 60 por ciento pudo continuar con sus actividades tras las grandes olas de la pandemia, manifestó (CANATUR<sup>1</sup>)

El rubro de restaurantes al ser uno de los más afectados con los últimos acontecimientos a nivel mundial, ha tenido que cambiar muchas actividades y procesos para mantenerse en el mercado. actualmente mantienen las medidas y servicios que se implementaron durante la pandemia que les permiten crear valor y mantenerse en el mercado.

A pesar que se sabe que la innovación fortalece la competitividad de las organizaciones, abordar el tema de la innovación en un país como el Perú es trascendental debido a su bajo índice de participación en el tema de innovación a nivel mundial Braga et al., (2017). Así lo demuestra el hecho de que el porcentaje de empresas peruanas que introducen innovaciones es bajo y que en general, la vida empresarial peruana confunde innovación con novedad. Sosa, (2017)

Según La República, (2019) el Mincetur y la dirección regional de turismo y comercio exterior monitorean únicamente aquellos restaurantes que voluntariamente optan por ser clasificados como "Restaurante Turístico". Los restaurantes que no quieran ofrecer sus servicios clasificados o calificados quedan bajo la jurisdicción exclusiva de los municipios. Entre otras cosas, vigilan el cumplimiento de las normas sanitarias emitidas por el sector salud.

Los restaurantes de Tumbes son una de las principales fuentes de actividad económica y un lugar popular para pasar un buen rato con familiares y amigos, cabe recalcar que muchos restaurantes tienen deficiencias como, en su infraestructura, servicios, etc, es ahí donde entra la innovación con la finalidad de mejorar las deficiencias y generar que la empresa tenga un mejor desempeño.

La innovación en un restaurante emerge como catalizador esencial para potenciar su desempeño empresarial, al introducir enfoques innovadores en el servicio, no solo atrae a nuevos clientes, sino que también consolida la fidelidad de aquellos existentes, Además, la innovación no solo se limita al ámbito culinario; también abarca eficiencias operativas que impactan directamente en la rentabilidad. La capacidad de optimizar procesos internos, implementar tecnologías innovadoras y adoptar prácticas sostenibles no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también contribuye a márgenes de beneficio más sólidos.

Por lo tanto, la investigación logrará beneficiar a los emprendedores en el negocio del rubro gastronómico debido a que tomaran mejores decisiones ante efectos de innovación así mismo, a los consumidores el cual se les facilitará la realización de su

---

<sup>1</sup> Cámara Nacional de Turismo del Perú

operación de compra del servicio por otro lado se verán beneficiado en el estado que percibirá mayores ingresos a raíz de la percepción de impuestos por los restaurantes, por último, beneficiará a los proveedores estos al ofrecer sus productos obtendrán ingresos.

Esta investigación es crucial para el sector de restaurantes, ya que proporcionará a los directivos información esencial para tomar decisiones innovadoras que impulsen la mejora organizativa y el desempeño empresarial, estas decisiones estratégicas no solo beneficiarán internamente al restaurante, sino que también generarán un impacto positivo en la experiencia al cliente mejorando la calidad del servicio, la propuesta gastronómica y otros aspectos clave.

Por consiguiente, el objetivo general de esta investigación es identificar la influencia de la innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023, se analizará si estas variables tienen relación directa entre sí, con el fin de mejorar el servicio que brindan los restaurantes turísticos de la región de Tumbes. Como objetivo específico 1) Medir la influencia de la innovación de productos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023. 2) determinar la influencia de la innovación de procesos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023. 3) Identificar la influencia de la inversión en innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023.

El objeto de estudio de la presente investigación son los 160 restaurantes turísticos de la región de tumbes, según Iperú Tumbes (2023). Se encuentran categorizados en tipo de comida como: cevicherías, hamburgueserías, comida típica regional, pescados y mariscos, pollería, comida peruana, chifa, parrillas y comida variada, la población a analizar será los propietarios de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes entre hombres y mujeres. La presente investigación se estructuro en VI capítulos, se describirán a continuación: ene I capítulo I se presentó la introducción, done se describió la problemática, loa objetivos y población a estudiar de la presente investigación; capítulo II se llevó a cabo una revisión de la literatura, que sustentó la investigación con base en teorías relevantes; capítulo III se detalló el proceso de la investigación incluyendo el planteamiento de hipótesis y las técnicas para la recopilación de datos; capítulo IV en este capítulo se interpretarán las tablas obtenidas a través de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a la población a investigar; capitulo V se describirá de forma clara y precisa las respuestas obtenidas de cada objetivo planteado; capítulo VI se realizaran las recomendaciones y/o sugerencias.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. Bases teorías- científicas**

#### **2.1.1. Innovación**

##### **2.1.1.1. Definición de innovación**

Schumpeter, (1935) define a la innovación como “aquella que posibilita el desarrollo y aumento socioeconómico, a través de un efecto de retroalimentación” (p.118).

la innovación “es la creación de un nuevo producto, servicio o proceso para una unidad de negocio. La innovación tiene dos partes, la generación de ideas y la comercialización exitosa de esas ideas”. (p.5) así mismo implica el uso del conocimiento para crear procesos intencionales que permitan el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos comerciales dentro de una organización. pervaiz et al., (2012)

“Proceso por medio del cual las organizaciones utilizan sus habilidades y recursos para desarrollar nuevos productos y servicios, o para desarrollar nuevos sistemas de producción y operación y responder mejor a las necesidades de sus clientes”. Para (Jones, 2008, p.88) es decir la innovación ayuda a desarrollar las habilidades de cada trabajador para así poder crear nuevos productos y servicios de alta calidad.

Según Lafuente, (2010) es “la aplicación o uso de nuevas ideas, productos, servicios, conceptos o practicas con el fin de mejorar la productividad de una organización”. (p.20) Requiere creatividad, pensamiento crítico y voluntad de asumir riesgos y explorar nuevas formas de hacer las cosas. Según. Ospina, (2006) manifiesta:

La innovación está asociada con el cambio y el cambio es constante. Sin un cambio adaptivo, innovador, se perderá la relevancia y la competitividad. Desaparecerán organizaciones de todo tipo que no pretendan innovar sus productos y procesos, por el contrario, la gestión orientada a la innovación generalmente asegura la

supervivencia de la empresa para generar altos beneficios, mayor participación en el mercado y actualizaciones tecnológicas en la producción y la gestión

Cuando hablamos de innovación también nos referimos a todos los cambios destinados a mejorar los procesos existentes dentro de una estructura organizacional. Estos cambios representan la adopción de nuevas ideas y comportamientos en la organización y se adoptan con la finalidad de perfeccionar la rentabilidad y el desempeño de la organización.

Zarate, (2022) asegura que “La innovación se contextualiza como todo aquello que son los descubrimientos, primicias, cosas innovadoras a las que no se haya visto con anterioridad, de tal manera que se sobresalga con ideas nuevas, procedimiento, productos, servicios, herramientas, tecnología, y otras más” (p.48). Así mismo, Fettrati et al., (2022) aseguró que “La innovación es muy importante para la preexistencia y la evolución para toda empresa, en donde es necesario obtener ideas innovadoras, definiciones y acomodarse a los cambios próximos”. (p.1)

#### **2.1.1.2. Características de la innovación**

pervaiz et al., (2012) plantea las siguientes características:

- a)** La innovación como creación (invención): El énfasis está en el uso de recursos (personas, tiempo, dinero) para invertir o desarrollar nuevos productos y servicios, nuevas formas de hacer las cosas, nuevas formas de pensar sobre las cosas.
- b)** La innovación como difusión y aprendizaje: El énfasis de atención a la obtención, apoyo o uso de un producto, servicio o idea en particular.
- c)** La innovación como suceso: Aquí se enfoca en eventos relacionados, como el desarrollo de un solo producto o servicio, o una sola idea o decisión.
- d)** La innovación como una trayectoria (corriente de innovaciones): Esta es la comprensión de que un solo acto de innovación facilita la derivación de un conjunto de innovaciones de la fuente original.
- e)** La innovación como transformación (incremental o drástica): La innovación genera transformaciones. Algunas innovaciones son modificaciones mínimas, en cambio, otras son de carácter radical o discontinuo.

- f)** La innovación como un proceso o una estrategia (a nivel de empresa): Desde esta perspectiva, la innovación no es un acto único, sino un conjunto de actividades que una organización emprende para lograr un resultado.
  
- g)** La innovación como un proceso a nivel de contexto (región, nación, etc): Este enfoque ve la innovación como un acto que trasciende los límites de las personas y las empresas. También captura las características de los marcos institucionales de referencia, las redes sociopolíticas y los factores internos como factores clave en el comportamiento innovador. El enfoque cambia de la empresa a los recursos y características de un contexto particular (región, país, etc.).

Según Bravo, (2012) las características generales de la innovación son:

- a)** Permite que los avances tecnológicos complementen el desarrollo de los activos que ayudan a aumentar los ingresos de la innovación.
  
- b)** Son interactivos e interdisciplinarios porque los negocios requieren relaciones diversas con los clientes; proveedores para obtener ganancias.
  
- c)** Logra la integración de los procesos empresariales, productivos, de finanzas, de marketing, lo cual permite que exista un nivel de información acerca de la demanda de nuevas tecnologías entre las empresas.
  
- d)** Es un proceso de aprendizaje, las organizaciones que innovan se caracterizan por poseer un nivel de capacidad de aprendizaje y eficiencia en su producción, servicio y conocimiento.

Schumpeter, (1935) señala que:

Las raíces del Desarrollo económico, al que se entiende como un asunto de evolución económica, social y cultural, es la innovación y las potencias socioculturales. Pero, el mayor énfasis en la innovación apartando a los factores socioculturales, de igual manera importantes, no establecen definitivamente esta teoría. Por el cual se centra esencialmente en el fenómeno de la innovación desterrando a un segundo plano el factor sociocultural. (p.120)

### **2.1.1.3. Importancia de la innovación**

La innovación es importante porque permite que la empresa comience con procesos y productos sencillos y administre procesos tecnológicos más complejos a medida que su negocio madure. Esto permitirá a los agentes económicos diversificar sus productos y cubrir mejor sus mercados. También puede mejorar el proceso de producción y la eficacia de la producción ofrecida al mercado. Las organizaciones comienzan con productos y procesos muy simples y gestionan productos y procesos técnicamente más complejos a medida que el negocio madura. Rojo et al., (2019) es decir, mejorar el rendimiento empresarial y anticiparse a las necesidades del mercado.

La innovación puede influir en la forma en que las empresas atienden a sus clientes en beneficio y en las decisiones que toman al elegir el mejor canal de distribución para sus productos, no solo reduciendo los precios de elaboración y comercialización, además se tiene en cuenta el producto y la calidad del producto. su precio en el mercado. Rojo et al., (2019) La innovación, también se considera como un medio para lograr los objetivos de una empresa, puede expresarse en relación con los productos en forma de diferenciación de productos o expansión de mercado.

### **2.1.1.4. Teoría de la innovación**

#### **La teoría de Schumpeter “crear destruyendo”**

Quevedo, (2019) nos dice que esta teoría se enfoca en el efecto que tiene la innovación en una empresa, ya que Schumpeter considera que la explotación del progreso tecnológico se basa en imperativos empresariales, por lo que esta teoría se basa en el impacto de la innovación en las empresas. Esto significa que se basa en lo que Schumpeter llamó el ciclo de la vida económica.

Esta consiste en administrar la producción sobre la base de hechos ya observados por muchos empresarios y la experiencia adquirida a lo largo del tiempo. Al hacerlo, afirma que las empresas tienen una autoridad limitada para tomar decisiones porque la forma en que trabajan es constante y repetitiva. Schumpeter describe el desarrollo económico como la aplicación de nuevas combinaciones de medios de producción. Esto significa que los procesos de producción antiguos deben reemplazarse por otros nuevos para introducir nuevos productos o nuevas calidades de los productos existentes. También lo son la introducción de nuevos procesos de producción, la apertura de nuevos mercados, el desarrollo de nuevas fuentes de insumos y cambios organizacionales.



### **2.1.1.5. Dimensiones de la variable innovación**

#### **Innovación del producto**

Según Pervaiz et al., (2012) la innovación del producto “Es la representación más visible del proceso de innovación. Están impulsados por la tecnología o el marketing. Avances técnicos o relacionados con el marketing incluidos en la funcionalidad del producto. (p.5)

Este tipo de innovación corresponde con una de las posibles estrategias adoptadas por las empresas para intentar incrementar su competitividad en los mercados, en base al ahorro de costes en la producción o en la distribución, o bien mediante logros comerciales que nos permitan incrementar las cuotas de mercado o lograr fidelizar a nuestros clientes.

Sánchez (2011) nos dice que la innovación de productos trae consigo cambios importantes en las características de los bienes y servicios. Esto incluye no solo mejoras importantes a los productos existentes, sino también productos y servicios completamente nuevos. También nos indica que presenta las siguientes características:

- a) Originalidad: Este tipo de innovación implica la creación de algo nuevo o la introducción de características únicas que lo diferencien en el mercado.
- b) Mejora: puede incluir mejoras en características existentes, como funcionalidad, calidad, diseño, rendimiento u otros atributos
- c) Valor añadido: La innovación del producto busca proporcionar un valor adicional a los clientes, ya sea a través de nuevas funcionalidades, beneficios adicionales o una experiencia mejorada.
- d) Satisfacción del cliente: El enfoque está en cumplir o superar las expectativas del cliente, mejorando la experiencia general del usuario.
- e) Diferenciación competitiva: busca destacarse frente a la competencia, proporcionando a la empresa una ventaja distintiva en el mercado.

#### **Innovación en los procesos**

Pervaiz et al., (2012) nos dice que la innovación en los procesos se refiere a los cambios en el cumplimiento de las actividades de la organización, que modifican inherentemente las prácticas estructurales u operativas de las actividades organizativas de una empresa. Este cambio se refleja en la forma en que se organizan

las empresas y en el desempeño de sus funciones, debido a los avances tecnológicos que pueden derivarse de la introducción de nuevas estructuras o formas de funcionamiento encaminadas a innovar en los métodos de gestión. (p.24) Es decir, se refiere a los cambios o modificaciones que se realizan en la ejecución de las actividades de la organización.

También menciona la innovación en los procesos se caracteriza por lo siguiente:

- a) Eficiencia: Optimiza operaciones para reducir costos y mejorar la eficiencia en el uso de recursos.
- b) Mejora continua: Implica un proceso continuo de perfeccionamiento y adaptación.
- c) Tecnología: Adopción de nuevas herramientas tecnológicas.
- d) Flexibilidad: Se refiere a la adaptabilidad a cambios en el entorno empresarial.
- e) Colaboración: Implica la participación entre equipos y áreas.
- f) Orientación al cliente: Se centra en mejorar la experiencia del cliente.
- g) Reducción de desperdicios: Identificar y eliminar las actividades innecesarias que solo generan gastos y no resultados.

## **Inversión**

Álvarez (2009), señala que la inversión se refiere al acto de destinar recursos, ya sean financieros, temporales o de otro tipo, con el objetivo de obtener algún beneficio en el futuro, si nos referimos en términos financieros, la inversión implica colocar dinero en activos o instrumentos financieros con la expectativa de generar ingresos o aumentar su valor con el tiempo.

### **2.1.2. Desempeño empresarial**

#### **Definición**

Dolz et al., (2006) en su libro asegura que “El desempeño empresarial es la medición y evaluación de la eficiencia y eficacia con los que un trabajador, de la empresa, cumple con las obligaciones que le exige su puesto de trabajo, con el objetivo de potenciar más su desarrollo” (p. 422).

Chiavenato, (2009) define el desempeño como “la forma en que las personas llevan a cabo sus funciones, actividades y deberes”. (p.12) señala que las evaluaciones del desempeño brindan información sobre el desempeño y reducen la incertidumbre de los empleados. Busca la congruencia, ya que asegura el intercambio de ideas entre el empleado y su gerencia y la correspondencia de sus conceptos, en este sentido el desempeño se lleva a cabo para superar las dificultades de orden administrativo y laboral que afectan o benefician a cada uno de los trabajadores, sobre todo brinda mejoras en la atención de los usuarios.

Dolz et al., (2006) en su libro asegura que “El desempeño empresarial es la medición y evaluación de la eficiencia y eficacia con los que un trabajador, de la empresa, cumple con las obligaciones que le exige su puesto de trabajo, con el objetivo de potenciar más su desarrollo” (p. 422).

Se define como la conducta o acciones que los empleados optan en base a los objetivos y metas de la organización, se puede medir a través de la competencia y contribuciones de cada individuo a la organización. El éxito de este logro depende de varias características de comportamiento. Pedraza et al., (2010) El rendimiento de los empleados siempre se ha considerado fundamental para impulsar la eficacia y el éxito de la organización. Por este motivo, los responsables de Recursos Humanos ahora están muy interesados en los aspectos que se pueden mejorar, en lugar de limitarse a evaluarlos. Chiavenato, (2009) nos dice que “el buen desempeño contribuye al éxito de una organización, pero el desempeño mediocre no agrega valor”. (p.12)

Álvarez (2009) señala que es la “medida en que los resultados alcanzados en los procesos de gestión o de control están vinculados a los resultados individuales y colectivos en la ejecución de las leyes públicas y deben ser consistentes con los objetivos de la organización”. Es decir, el desempeño que generan los trabajadores depende de la motivación que estos tienen en la organización. Y esa es la parte esencial para aportar a los logros y productividad de la empresa.

#### **2.1.2.1. Características del desempeño empresarial**

Las características del desempeño empresarial según Furnham, (2000) conciernen a las destrezas, culturas y capacidades que esperan que un individuo explique y aplique al realizar sus labores. Y dichas características que el autor en su libro menciona son las siguientes:

- a) Adaptabilidad: Esta característica se centra en la mantención de la certeza en distintos ambientes y con distintas gratificaciones, encargos e individuos.

- b) Comunicación: Se refiere a la capacidad de mencionar sus ideas de una manera clara y efectiva, ya sea de manera individual o grupal.
- c) Iniciativa: Es la intensión de ser capaz de influir vivamente sobre los hechos para lograr sus metas.
- d) Conocimientos: Se basa en el nivel alcanzado de conocimientos expertos y competitivos en plazas relacionadas con su labor.
- e) Trabajo en equipo: Logran desenvolverse de manera eficaz de manera conjunta para lograr los objetivos de la empresa, ayudando y desarrollando un ambiente unido que permita la aprobación.
- f) Estándares de trabajo: Es la capacidad de desempeñar y cumplir los objetivos o estándares de la empresa, y también obtener los datos que admitan la retroalimentación en el sistema y así mejorarlo.
- g) Desarrollo de talentos: La capacidad de ejecutar las destrezas y aptitudes de los miembros de la organización, desarrollando actividades efectivas.
- h) Potencia el diseño del trabajo: Es establecer la clasificación y estructura eficazmente para lograr los objetivos.
- i) Maximiza el desempeño: Logra implementar objetivos de desarrollo y desempeño facilitando capacitaciones y evaluando dicho desempeño de manera clara.

#### **2.1.2.2. Importancia del desempeño empresarial**

Según Torres y Rodríguez (2016) nos aseguran que:

El desempeño empresarial es un proceso de gestión de mucha importancia, ya que esta permite estudiar de forma metodológica, habitual y generalizada el desempeño que demuestran cada uno de los subordinados al momento de desarrollar sus labores en el área de trabajo asignado. De la misma forma, ayuda a reconocer sus fuertes, sus requerimientos, y siendo así, ayudarlos en que mejoren esos aspectos. (p.56)

“El desempeño empresarial es importante porque admite aplicar las estrategias propuestas desde la dimensión humana, logrando el reconocimiento y satisfacción de las necesidades de los empleados”. (Torres y Rodríguez, 2016, p.58)

### **2.1.2.3. Teorías del desempeño empresarial**

#### **Teoría del aprendizaje de Jones y George (2006)**

Teoría del aprendizaje según Jones y George (2006). Esta teoría se enfoca en vincular el desempeño y la motivación de los empleados a través del reconocimiento del comportamiento deseado, el logro de metas y el logro de las metas organizacionales. De manera similar, el aprendizaje es el cambio duradero en el conocimiento o el comportamiento de uno como resultado de la experiencia o la práctica de una actividad continua.

### **2.1.2.4. Dimensiones del desempeño empresarial**

#### **Desempeño organizacional.**

Chiavenato, (2009) nos dice que “para lograr un desempeño organizacional adecuado requiere equilibrar las demandas laborales y mantener la ética laboral de las personas en un nivel satisfactorio”. (p.352) el desempeño organizacional se encuentra enfocado a los objetivos que presenta una organización, utilizando los recursos que se encuentren disponibles.

#### **Desempeño económico**

Anderson et al., (2012) nos dice que el desempeño económico se mide a través de tres variables: crecimiento anual del volumen de ventas, participación de mercado y utilidades. El desempeño financiero de una organización incluye todos los aspectos de la interacción financiera de una organización, incluidas las métricas tradicionales utilizadas en la contabilidad, así como los activos intangibles que generalmente no se reflejan en los estados financieros.

El desempeño económico-financiero de las organizaciones no se puede explicar totalmente por el aumento de la calidad y la eficiencia de los procesos de producción ni la diferenciación de los productos y servicios. Además de los accionistas, las empresas deben tomar una posición adecuada con los consumidores, proveedores y gobiernos. Las interacciones de estas empresas se caracterizan por relaciones asimétricas de poder y, en algunos casos, por conflictos de intereses. Es decir, objetivos de maximización individual. López et al., (2013)

## **Desempeño productivo**

Se define como la manera que permite medir el progreso final de los productos realizados por la empresa. la manera de llevar a cabo la evaluación del desempeño productivo son los pasos a seguir para valorar el desempeño de cada miembro de la organización con la finalidad de crear estrategias para resolver problemas, motivar a los empleados y promover su desarrollo personal con el objetivo de incrementar la productividad. López et al., (2013)

## **Desempeño comercial**

CEREM, (2022) Una organización empresarial juega un papel importante en el logro de resultados comerciales, ya que es en gran parte responsable de atraer y retener clientes y generar ventas e ingresos. Identificar y comprender las claves para lograr resultados en las áreas de negocio es una de las mayores preocupaciones de una organización.

### **2.2. Antecedentes**

La presente investigación tiene algunos antecedentes con enfoque a nivel internacional, nacional y local

#### **2.2.1. A nivel internacional**

Galarza et al., (2022) en su artículo científico titulado:

“Innovación tecnológica en la industria de restaurantes del cantón Pedro Vicente Maldonado”. Tuvo como objetivo conocer cómo influye el impacto económico en la innovación en los restaurantes del Cantón de Pedro Vicente Maldonado. Con una metodología de enfoque cuantitativo descriptivo, se obtuvo como muestra a 29 personas que se han dedicado al comercio de negocios en el sector restaurantes en el Cantón de Pedro Vicente Maldonado, provincia de Pichincha, cabe recalcar que la muestra fue por conveniencia, a los cuales se les realizó una encuesta mediante la escala de Likert, concluyendo que la investigación tiene un rho 0.834 con una correlación significativa. Se obtuvo como resultado que para lograr una buena eficiencia y eficacia en los establecimientos de restauración es necesario innovar e introducir nuevas tendencias que permitan la competitividad de la empresa mediante la introducción de innovaciones dentro de la empresa.

Manobanda y Jácome, (2021) en su tesis titulada:

“La innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala”. Tuvo como objetivo medir la relación entre la innovación y la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala. Con una metodología de investigación descriptiva correlacional. Realizo una muestra por conveniencia debido a la alta informalidad en el sector restaurantes, se aplicó una encuesta con escala de Likert y se obtuvo como resultado que existe relación entre la innovación con la productividad en los restaurantes, además que si se aplica innovación en la organización.

Bezerra y Wronski, (2016) en su artículo científico titulado:

“Innovación, creatividad y gestión del conocimiento en bares, restaurantes y clubes nocturnos: un estudio en los establecimientos de Curitiba”, tuvo como objetivo evaluar la existencia de una relación entre las prácticas de gestión del conocimiento, la innovación y los elementos que sustentan el clima organizacional para la creatividad, y su impacto en la facturación de bares, restaurantes y centros nocturnos. Con una metodología de investigación de tipo aplicada, con diseño no experimental y e nivel descriptivo- correlacional se obtuvo una muestra de 60 empresas de estos segmentos a los cuales se les realizó una encuesta para las variables de estudio. Concluyendo que la investigación tiene un rho de 0.763 con una correlación significativa. Además, entre la innovación y gestión de conocimientos un rho de 0.753. se obtuvo como resultado que el segmento de actividades de los establecimientos investigados presenta baja relación con las demás características de gestión del conocimiento, creatividad organizacional, innovación y el desempeño innovador.

### **2.2.2. A nivel Nacional**

Jocsan et al., (2019) en su tesis titulada:

“impacto de la innovación sobre el rendimiento organizacional en las mypes del sector comercio de la región Lambayeque 2019” tuvo como objetivo determinar el impacto de la innovación en el rendimiento organizacional de las Mypes de la región Lambayeque. Con una metodología de tipo cuantitativo correlacional con un diseño no experimental; obteniendo una población de 109 Mypes del sector comercio a los cuales se le realizó un cuestionario de 12 preguntas con escala de Likert, así mismo los resultados obtenidos demuestra que el alfa de Cronbach dio un resultado de 0.834, con coeficiente ( Rho= 0.512), puesto que la correlación es significativa con sig. (bilateral = 0.000) concluyendo que la innovación genera un impacto positivo en el desempeño y rendimiento general de la empresa.

Beltrán, (2021) en su tesis titulada:

“Análisis de la innovación empresarial como estrategia para el posicionamiento en el mercado peruano periodo 2014-2018” tuvo como objetivo establecer los efectos que tiene la innovación empresarial como estrategia para el posicionamiento en el mercado peruano 2014-2018. Con una metodología de tipo descriptiva- correlacional con un diseño no experimental; teniendo como población a investigar la economía peruana, el muestreo se realizará por sectores, tipo estratificado discrecional, a los cuales se les realizó un cuestionario con escala de Likert, así mismo se obtuvo como resultado un 0.65 indicando que fue alta la confiabilidad la cual se aplicó el método del Alpha de Cronbach. El cual se utilizó un modelo persuasivo con coeficiente ( $\rho = 0.548$ ), demostrando que los datos estadísticos revelarán correlaciones significativas, donde ( $p - \text{valué} \leq 0,0.5$ ) es decir una relación causal entre la estructura e innovación estratégica con el logro de competitividad y permanencia en la empresa en el mercado.

Abregú, (2021) en su tesis titulada:

“Innovación empresarial y ventaja competitiva en restaurantes pollo a la brasa, Carmen de la Legua-Reynoso, callao,2021” tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la innovación empresarial y ventaja competitiva en restaurantes pollo a la brasa, Carmen de la Legua-Reynoso, callao,2021. Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo correlacional, con un diseño no experimental; obteniendo una población y muestra de 17 microempresas del rubro de restaurantes de pollo a la brasa a los cuales se les realizó un cuestionario de 34 preguntas con escala de Likert, así mismo los resultados demuestran que el método del alfa de Cronbach para la variable innovación empresarial 0.75 y para la variable ventaja competitiva 0.80, esta investigación tuvo un Rho spearman de 0. 398. Indicando una asociación positiva moderada y con significancia de  $p \text{ valué } 0.00$ . concluyendo que existe una relación positiva muy fuerte entre las variables.

Yoshi, (2013) en su tesis titulada:

“Innovación en la gastronomía peruana: El rol de las redes sociales en la consolidación de la marca cocina peruana”. Tuvo como objetivo analizar el rol que cumplen las redes sociales en la consolidación de la marca cocina peruana; dentro del proceso de innovación en la gastronomía peruana. Con una metodología de investigación exploratoria y descriptiva, se obtuvo como población a las personas que visitaban la página de Facebook del restaurante sin reserva a los cuales se les realizó una encuesta político, se obtuvo como resultado que los restaurantes sin reservas utilizan redes sociales de Facebook para lograr resultados positivos en cada uno de los



componentes de la marca: Conocimiento, desempeño, imagen, juicio, emoción y resonancia.

Los autores Yamakawa y Ostos, (2019) en su tesis titulada:

“Relación de la innovación y el desempeño organizacional de los restaurantes FAST FOOD en san Isidro 2019”. Tuvo como objetivo determinar la relación de la innovación en el desempeño organizacional en los restaurantes FAST FOOD en San Isidro”, con una metodología de investigación de tipo correlacional cuantitativo y un diseño no experimental transversal; obteniendo una población y muestra de 78 restaurantes Fast Food, a los cuales se les realizó una encuesta usando la escala de Likert. así mismo los resultados demuestran que el método del alfa de Cronbach para la variable innovación de producto 0.937 y para la variable desempeño empresarial 0.970. Estos datos de obtuvieron por medio de la prueba de correlación bilateral de Rho de Spearman en donde la hipótesis general obtuvo el 0.392 de valor y un sig. (bilateral=0,000), Se concluyó que entre la innovación y el desempeño organizacional existe una relación significativa, que la innovación es un factor clave para obtener un buen desempeño organizacional en los restaurantes Fast Food en San Isidro, por lo tanto, si existe relación entre la innovación y el desempeño organizacional.

Martínez y Pool, (2023) en su tesis titulada:

“Innovación de productos para mejorar el posicionamiento en el mercado de pequeñas empresas panadería y pastelería inversiones D’ Lalos S.R.L del distrito Ayacucho, 2022” con una metodología de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo con diseño transversal, teniendo como población conformada por los clientes de la panadería pastelería inversiones D’ Lalos, con una muestra de 384 clientes, a los cuales se les realizó una encuesta. Así mismo los resultados demuestran que el método del alfa de Cronbach para la variable innovación de producto 0.857, y para la variable posicionamiento 0.865, utilizando el modelo persuasivo con coeficiente (Rho= 0.487), puesto que la correlación es significativa con sig. (bilateral = 0.000). así mismo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la relación de las dos variables. Concluyendo que entre la innovación de producto y el posicionamiento si existe una relación significativa.

### **2.2.3. A Nivel local**

Habich y Rospigliosi, (2019) en su tesis titulada:

“Relación entre innovación organizacional y desempeño laboral en la industria cervecera Nacional de la zona Norte del Perú”. El objetivo fue establecer si la innovación organizacional tiene relación con el rendimiento laboral en la industria de la cerveza nacional en la región norte de Perú. Con una metodología de investigación

de tipo cuantitativa correlacional y un diseño correlacional, obteniendo una población y muestra de 77 empleados de la industria a los cuales se les realizó una encuesta usando la escala de Likert, se obtuvo como resultado que la innovación organizacional se relaciona con el desempeño laboral, se concluyó que es necesario que este tema se aborde más a fondo, fomentando la relación causal entre la innovación organizacional y el desempeño laboral.

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### **Innovación**

“La innovación es la transformación del conocimiento en nuevos productos y servicios. Esto no es un caso aislado, sino una respuesta continua a las circunstancias cambiantes”. Suárez, (2018)

#### **Satisfacción del cliente**

Medida que evalúa como los productos o servicios de una empresa cumplen o superan las expectativas de los clientes

#### **Competitividad**

Capacidad de una empresa para ofrecer productos o servicios que se destaquen en el mercado, atrayendo y reteniendo clientes frente a la competencia.

#### **Tecnología**

Herramientas y técnicas utilizadas para facilitar y mejorar los procesos de negocio, la comunicación y la oferta de productos o servicios.

### **III. MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1. HIPOTESIS**

##### **Hipótesis general**

H1: La innovación influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

##### **hipótesis específica:**

**H1:** La innovación de productos influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

**H2:** La innovación de procesos influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

**H3:** La inversión en innovación influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

Se probará la hipótesis con el p – valúe:

Si  $p \leq 0.05$  se acepta la hipótesis alterna

Si  $p > 0.05$  se rechaza la hipótesis alterna

#### **3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **3.2.1. Tipo de investigación**

La presente investigación es aplicada, ya que se orienta a resolver problemas específicos. Behar (2008) plantea que este enfoque tiene como objetivo confrontar la teoría con la realidad mediante el estudio y aplicación de la investigación para resolver problemas específicos en contextos y situaciones concretas, enfocándose en su uso práctico inmediato más que en el desarrollo teórico (p. 20).

El estudio es de enfoque cuantitativo ya que se emplea datos numéricos utilizando un instrumento de medición donde estima datos numéricos. Sobre todo, porque se quiere

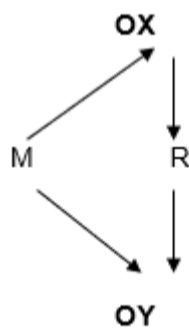
comprender la correlación que existe entre las variables, confirmar las hipótesis planteadas y explicar el fenómeno que se va a investigar, es decir entender la relación causa-efecto, el análisis realizado se llevará a cabo estadísticamente.

El estudio tendrá un alcance descriptivo- correlacional, porque explicará las características, de las variables: Innovación y desempeño empresarial, es decir buscará la asociación entre variables. (Hernández et al., 2014) define la investigación descriptiva, como el tipo de investigación que “busca especificar las propiedades, características y perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.92).

YNOUB (2011) menciona que las investigaciones descriptivas: “se enfocan en describir el comportamiento de las variables o identificar pautas características resultantes de las combinaciones de un cierto número de ellas” (p. 82).

El tipo de estudio es correlacional, ya que explica como las variables innovación y desempeño empresarial tienen relación. Hernández et al. (2006) expresa que: “La investigación correlacional brinda predicciones, explica como las variables tienen relación y como entre las variables se cuantifica su relación” (p.98). Se empleará el diseño correlacional, como se considera:

Diseño de contratación de hipótesis; Descriptiva- correlacional



Donde:

n: Muestra

$O_x$ : Variable 1 (innovación)

$O_y$ : Variable 2 (Desempeño empresarial)

R: Relación entre variables

### **3.2.2. Diseño de la investigación**

#### **Diseño no experimental**

En esta investigación se aplicará el diseño no experimental ya que describirá el comportamiento de las variables de estudio que es innovación y desempeño empresarial, por lo cual los datos que se obtendrán no se van a manipular ni a variar, se trabajaran tal y como se expresan en la situación. Jaramillo y Parra, (2006) afirman: “la investigación no experimental es una investigación que se realiza sin manipular intencionalmente las variables, porque en dicha investigación no se modifican intencionalmente las variables independientes, sino que se observan y analizan los fenómenos que ocurre” (p.158)

#### **Diseño transaccional o transversal**

La investigación tiene un diseño transaccional ya que la información recolectada de las variables innovación y desempeño empresarial es de un solo momento, es decir la información recolectada se realizará en un punto determinado del tiempo. Hernández et al., (2014) señalan que el diseño no experimental “es un estudio en el que se realizan variables sin manipulación intencionada y los fenómenos se observan y analizan únicamente en el medio natural”.

### **3.3. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO**

#### **3.3.1. Población**

(Hernández et al., 2014) Nos dice que la población “es un conjunto de personas, objetos, eventos o comunidades que se desea conocer en una investigación” (p.174). la investigación contará con la población de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023 según IPerú, (2023).

La población a investigar es de un total de 160 restaurantes turístico en la región de Tumbes, distribuidos en las 3 provincias: 20 en Zarumilla, 87 en tumbes y 53 en contralmirante villar según información brindada por la oficina de **i Perú**: información y asistencia al turista.

**Tabla 1**

*Restaurantes turísticos de la Región de Tumbes*

<b>Provincia</b>	<b>N° de restaurantes</b>
Tumbes	87
Contralmirante Villar	53
Zarumilla	20
Total	160

**Fuente:** (IPerú,2023)

### **3.3.2. Muestra**

Carrasco, (2006) Definen la muestra como “un subgrupo de la población de la que se recopilan datos y, además de ser representativa del conjunto, primero debe identificarse con precisión. Hernández et al., (2014) define la muestra como “un subgrupo de una población para el que se deben recopilar datos y, además de ser representativa de la población, se deben predefinir y cuidadosamente (p.173).

la muestra que se ha tomado para la presente investigación es no probabilística, ya que tiene una población finita, es decir, tenemos un cantidad pequeña de los restaurantes a los que se le palicará el cuestionario, por lo tanto se utilizará la misma cantidad de la población, en este caso los 160 gerentes de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes. Esta muestra se denominó por conveniencia e intencional, porque los elementos de la muestra son considerados de forma deliberada aquellos elementos de la población que poseen características específicas relevantes para la investigación, esto según la disponibilidad y accesibilidad de la muestra seleccionada.

### **3.3.3. Muestreo**

En esta investigación se requiere la elección de técnicas de muestro adecuadas durante la recopilación de los datos con la finalidad de asegurar que se pueda recolectar el número de respuestas requeridas. Hernández et al., 2014) afirma:

Esto significa que todos los miembros de una población tienen la misma oportunidad de que sean elegidos y se logra ajustando en la población las características y el tamaño de la muestra, así como la selección aleatoria o mecánica de grupos de muestreo (análisis). (p.175)

Según indica Ríos (2017), se trata de una “técnica para elegir las unidades o elementos que conformarán la muestra” (p. 89).

En la presente investigación se empleó el muestreo no probabilístico. Desde la posición de Santos et al. (2022), “este tipo de muestreo es empírico, cuyo tamaño y características muestrales, quedan a criterio del investigador, pudiendo ser intencional, accidental y sin normas” (p. 90). Se aplicará dos cuestionarios relacionados con las variables de estudio a la muestra intencional de 160 restaurantes turísticos de la región de Tumbes.

### **3.4. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN**

#### **3.4.1. Métodos de Investigación**

Los métodos que se emplearán en el estudio de la investigación serán los siguientes:

##### **Método deductivo**

Se realizará un proceso sintético – analítico, en el cual se presenta conceptos, principios, múltiples definiciones, enfoques teóricos, de las cuales permitieron extraer conclusiones para aplicarlas; o se exploraron casos particulares referente a la base general mostrada, y así se logró realizar las sugerencias y/o recomendaciones. Para Bernal (2010) indica que: “Es un método de razonar que reside en tomar conclusiones de manera general para alcanzar explicaciones particulares, que comienza con el análisis de teoría, donde el investigador plantea las hipótesis para someter a prueba, de lo general a particular” (p.59).

##### **Método inductivo**

Método empleado tanto en la recolección de la información, así como en la elaboración del marco teórico al establecerse las categorías y dimensiones de la reestructuración empresarial y adaptación al cambio. Dándole un tratamiento a la información desde los conceptos básico hasta arribar a las conclusiones.

Este método será utilizado comenzando con una hipótesis basada en los criterios de la investigación, con el propósito de obtener resultados que se analizarán para verificar la hipótesis planteada.

##### **Método cuantitativo**

Se utilizaron medidas numéricas y estadísticas con la finalidad de obtener resultados concretos, puesto que se midieron las variables innovación y desempeño empresarial mediante datos numéricos obtenidos a través de las encuestas, posteriormente se

analizaron los datos numéricos a través del spss, el coeficiente del alfa de Cronbach, Rho de Spearman.

Se realizará un proceso sintético – analítico, en donde se presenta conceptos, principios, múltiples definiciones, enfoques teóricos, leyes o normas, de las cuales permitieron extraer conclusiones para aplicarlas; o se exploraron casos particulares referente a la base general mostrada, y así se logró realizar las sugerencias y/o recomendaciones.

### **3.4.2. Técnicas de recolección de datos.**

#### **Técnica de la encuesta.**

Se utilizará un cuestionario validado para la variable innovación y desempeño empresarial, se desarrollaron en base a los indicadores de cada variable, empleando la escala de Likert, la cual será aplicada a los 160 restaurantes turísticos de la región de Tumbes.

Esta técnica para Morán y Alvarado,2010) indica que: “Consiste en interrogar de manera sistemática a individuos con el objetivo de generalizar. Su uso es para saber el punto de vista de un grupo determinado referente al tema que el investigador definió” (p.47). Mientras Baena (2017) expresa que:

Cuando hablamos de encuesta se refiere a la aplicación de un cuestionario al grupo elegido del universo que se estudiará y se realiza una “entrevista” amplia con una lista de interrogantes o de indicadores con el fin de conocer a un individuo o comunidad de sus elementos que ayuden identificar sus orígenes y en el tiempo actual. (p.82)

### **3.4.3. Instrumentos de recolección de datos.**

Esta investigación cuenta con instrumentos para medir variables de interés. A continuación, se describe el instrumento.



## **Cuestionario**

Este es el instrumento más utilizado para la recolección de datos, ya que radica en un conjunto de preguntas respecto a las variables a medir. En esta investigación las variables de medición de los constructos se adecuaron y adaptaron en base a anteriores investigaciones. Este instrumento para medir las variables a investigar corresponde a la variable innovación que tendrá un cuestionario que dependerá de la escala de las actividades de innovación de 8 ítems, esta escala consta de 2 dimensiones: innovación de productos conformada por (5) ítems e innovación en procesos conformada por (3) ítems, la segunda variable a investigar es el desempeño empresarial que tendrá un cuestionario que comprenderá 15 ítems esta escala consta de 5 dimensiones: Desempeño organizacional conformada por (5) ítems, desempeño económico conformada por (2) ítems, desempeño productivo conformada por (4) ítems, y desempeño comercial conformada por (4) ítems. Este instrumento ha sido desarrollado, ejecutado y validado por validado Rosa Patricia Larios-Francia Marcos Ferasso el cual para realizar esta investigación ha sido adaptado. Las variables estudiadas de innovación y desempeño empresarial se medirán utilizando una escala de tipo de Likert, se utilizará una escala de 5 puntos: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) Siempre (5).

## **Validación del instrumento**

El instrumento fue elaborado y validado Rosa Patricia Larios-Francia Marcos Ferasso en su artículo científico: La relación entre innovación y desempeño en las MIPYMES: El caso del sector de vestuario en países emergentes este instrumento ha sido desarrollado y adaptado a nuestra investigación.

## **3.5. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS**

### **Recolección de la información.**

La información requerida para la investigación es recopilada personalmente por el investigador. La información bibliográfica y la información bibliográfica se compilan a partir de textos, artículos académicos, libros, varios repositorios universitarios nacionales y otros documentos recuperados a través de Internet. Los registros bibliográficos se utilizan para este propósito. Donde se dan estos datos. Al recopilar datos en una unidad de muestreo, se realiza una encuesta utilizando técnicas de encuesta.

### **Procesamiento de datos.**

Para obtener una investigación exitosa se desarrollará un procedimiento fundamental para toda investigación, esto hace referencia a la clasificación o agrupación de los datos según cada sea su variable, los cuales estarán a base del objetivo de estudio y su presentación.

Los investigadores seguirán una secuencia de 4 pasos importantes para el procesamiento como se hace referencia:

- a. **Validación.** La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Hernández, et al., (2014), Para poder asegurar que los datos recolectados son correctos y nos serán útiles se llevara a cabo la validación de datos, utilizando distintos instrumentos que nos faciliten la obtención de datos válidos y disminución de los errores de entrevistado y entrevistador.
- b. **Codificación.** se les asigna valores numéricos a las modalidades observadas que forman parte de los datos, con la intención de analizar clasificar y sintetizar los datos.
- c. **Introducción de datos.** Para llevar a cabo la certificación de datos dentro de nuestra investigación se llevará a cabo la introducción de datos que se han identificado por los investigadores mediante la utilización de instrumentos o materiales para proceder a pasarlos al documento original.
- d. **Tabulación y presentación.** La tabulación es aquel procedimiento que nos permitirá conocer la cantidad numérica de investigados que respondieron a una determina pregunta, para ello es de gran importancia tomar en cuenta el tipo de investigación con la cual se está trabajando, para realizar dicha tabla se utiliza la herramienta de trabajo Excel. Se utilizará el coeficiente de correlación RHO SPEARMAN para la comprobación de la hipótesis, para poder llevar a cabo el cálculo de  $\rho$ , para ello los datos deben de estar ordenados y reemplazados de forma correcta, para la interpretación se debe de tener en cuenta que el RHO SPEARMAN tenga valores cercanos a 1, esto significa que existe una correlación fuerte y positiva, a diferencia de los valores que estén cercanos al -1 darán a conocer que existe una correlación fuerte y negativa, mientras que los que se encuentren cercanos a 0 dará a conocer que no existe una correlación lineal puede que haya correlación pero específicamente de tipo lineal.

### **3.6. ANÁLISIS DE DATOS**

El análisis de los resultados se obtendrán a través del programa estadístico SPSS, debido a que son datos cuantitativos y tienen que ser analizados los datos de una manera descriptiva por cada variable, quiere decir que una vez realizada la validación, codificación y tabulación de datos, se procederá a llevar a cabo el análisis de la información y se detallarán mediante tablas e indicadores aplicando la estadística descriptiva se analizará y discutirá fundamentándose en los antecedentes y bases teóricas-científicas, centrándose en la solución del problema, en la contratación de las hipótesis, para ello se calcularán la media aritmética, la mediana y la desviación estándar y las respectivas regresiones, de igual manera se aplicará el coeficiente Rho de Spearman para determinar la relación que existe entre las variables, todo esto se llevará a cabo con el objetivo de analizar la influencia de la innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023.

#### **Confiabilidad del instrumento**

La confiabilidad de la herramienta de medición se refiere al grado en que la aplicación repetida del medidor a la misma persona u objeto produce los mismos resultados. Según carrasco, (2006) menciona que la confiabilidad del instrumento de medición “es la cualidad que permite adquirir los mismos resultados, al ser aplicado una o más veces a la misma persona o grupo de personas en diferente tiempo” (339) la validez de dicho instrumento alude al grado que este instrumento mide la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento el cual se puede estimar con el Alfa de Cronbach, es decir que la medida de confiabilidad a través del alfa de Cronbach asume que los ítems en escala tipo Likert miden un mismo constructo y que se encuentran altamente correlacionales.

Hernández y Mendoza (2018) afirman:

El Alpha de Cronbach es el instrumento que más se usa ya que determina la confiabilidad y si es muy confiable es porque está cerca de 1, Según, la confiabilidad varía dependiendo del número de indicadores o unidades concretas que incluye el instrumento de medición. A medida que aumenta la cantidad de ítems, la confiabilidad se incrementará y será lógico. (página 240)

Cuando más se aproxima a 1, significa que mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe siempre obtenerse con los datos de cada muestra para evaluar una medida confiable del constructo en la muestra de la investigación.

## **Análisis de confiabilidad**

Según Palella & Martins (2012) para el análisis de confiabilidad de los cuestionarios elaborados para cada una de las variables se hará uso del alfa de Cronbach que permitirá medir la confiabilidad a partir de la consistencia de cada ítem, infiriendo por tal el grado en que los ítems de una escala se correlacionan entre sí.

**Tabla 2**

*Rangos de confiabilidad del alfa de Cronbach*

<b>Rango</b>	<b>Confiabilidad</b>
0.81 – 1	Muy alta
0.61 - 0.80	Alta
0.41 - 0.60	Media
0.21 - 0.40	Baja
1 - 0.20	Muy baja

Fuente: Palella (Stracuzzi y Martins,2012)

Para la validación del instrumento de recolección de datos que se aplicará en la presente investigación tal como es el cuestionario, se tomará en cuenta la teoría del Alfa de Cronbach.

Por lo tanto, al haber obtenido un alfa de Cronbach 0.70 para la variable innovación y 0.73 para la variable desempeño empresarial respectivamente, se determina que el instrumento utilizado en ambas variables tiene un nivel de confiabilidad alta por lo que es posible ejecutarlo en el proyecto de tesis.

### **Variable 1: Innovación**

De acuerdo a la investigación, para determinar la confiabilidad del instrumento para la variable innovación, se toma en cuenta los resultados de la aplicación del cuestionario, teniéndose en consideración 10 ítems, por consiguiente, se obtuvo un alfa de Cronbach alta de un 0.70.(ver tabla 3)

**Tabla 3**

*Alfa de Cronbach de innovación*

<b>Alfa de Cronbach de innovación</b>	<b>N° de elementos</b>
0.70	10

Fuente: cuestionario

### **Variable 2: desempeño empresarial**

De acuerdo a la investigación, para determinar la confiabilidad del instrumento para la variable desempeño empresarial, se toma en cuenta los resultados de la aplicación del cuestionario, teniéndose en consideración 15 ítems, por consiguiente, se obtuvo un alfa de Cronbach alta de un 0.70.(ver tabla 4)

**Tabla 4**

*Alfa de Cronbach de desempeño empresarial*

<b>Alfa de Cronbach de desempeño empresarial</b>	<b>N° de elementos</b>
0.73	15

Fuente: cuestionario

Después de hallar los resultados, se analizarán en función a los objetivos planteados en la presente investigación, obteniendo una nueva información que se discutirá con las bases teóricas y los antecedentes, permitiendo darle solución al problema, contrastar la hipótesis y lograr el objetivo general de determinar la influencia de innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

### **3.7. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.**

#### **Variable independiente: Innovación**

##### **Definición conceptual**

pervaiz et al., (2012) afirma que la innovación “es la creación de un nuevo producto, servicio o proceso para una unidad de negocio. La innovación tiene dos partes, la generación de ideas y la comercialización exitosa de esas ideas”. (p.5)

## Dimensiones

**D1:** Innovación de producto

**D2:** Innovación de proceso

**D3:** inversión

## Definición operacional

La variable innovación será medida de acuerdo a los siguientes indicadores: Nuevo producto, cambio en los materiales, funciones mejoradas en los productos o servicios, productos atractivos, métodos de producción, procesos de distribución, Proceso de ventas, proceso de sistemas de información y comunicación, inversión en capacitación e inversión en marketing; se ejecutará como instrumento de medición un cuestionario conformado por 10 ítems, conformado por 8 ítems utilizando la escala de Likert con 5 puntos: Nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4), siempre (5).

**Tabla 5**

*Variable Innovación*

Dimensiones	Indicadores	Ítems
	Nuevo producto	
	Cambio en los materiales	
Innovación de producto	Funciones mejoradas en los productos o servicios	1,2,3,4
	Productos atractivos	
	método de producción	
	Procesos de distribución	
Innovación en proceso	Proceso de ventas	5,6,7,8
	proceso de sistema de información y comunicación	
	capacitación	
Inversión	marketing	9,10

**Fuente:** propia

## **Variable dependiente: Desempeño empresarial**

### **Definición conceptual**

Chiavenato, (2009) define el desempeño como “la forma en que las personas llevan a cabo sus funciones, actividades y deberes”. (p.12)

### **Dimensiones**

**D1:** Desempeño organizacional.

**D2:** Desempeño económico.

**D3:** Desempeño productivo.

**D4:** Desempeño comercial

### **Definición operacional**

La variable desempeño empresarial se medirá a través de los siguientes indicadores: capacidades de aprendizaje, comunicación dentro de la empresa, adaptabilidad al cambio, condiciones del personal, satisfacción del personal, aumento de los ingresos, rentabilidad de la empresa, actualización de tecnología, calidad en los bienes y servicios, flexibilidad en la producción, reducción de plazos de entrega, actualización de bienes o servicios, gama de bienes o servicios, nuevos nichos de mercado, marca y reputación de la empresa, y visibilidad de los productos ofrecidos; se aplicó como instrumento de medición un cuestionario integrado por 24 ítems, utilizado la escala de Likert con 5 puntos: Nunca (1), casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4), siempre (5).

**Tabla 6***Variable desempeño empresarial*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
Desempeño organizacional	Capacidades de aprendizaje	1,2,3,4,5
	Comunicación dentro de la empresa	
	Adaptabilidad al cambio	
	Condiciones del personal	
Desempeño económico	Satisfacción del personal	6,7
	Aumento de los ingresos	
	Rentabilidad de la empresa	
Desempeño productivo	Actualización de tecnología	8,9,10,11
	Calidad en los bienes y servicios	
	Flexibilidad en la producción	
	Reducción de plazos de entrega	
Desempeño comercial	Gama de bienes o servicios	12,13,14,15
	Nuevos nichos de mercado	
	Marca y reputación de la empresa	
	Visibilidad de los productos	



#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

##### Prueba de Normalidad

Se realizó una revisión previa del comportamiento de los datos de las variables y sus dimensiones para el desarrollo del procesamiento y análisis de la información. En el cual se realizó la prueba de normalidad para determinar si se admitía o no la formulación de las siguientes hipótesis:

Ho: Los datos siguen una distribución normal

Ha: Los datos no siguen una distribución normal

Para lo que también se usó la prueba de Kolmogórov-Smirnov, dado que se tuvo un registro mayor a 50 datos.

**Tabla 7:**

*Prueba de Normalidad de las variables*

	Estadístico	gl	p
Innovación	0.200	160	,000
Desempeño empresarial	0.101	160	,005
Innovación de producto	0.180	160	,000
Innovación en procesos	0.119	160	,000
Inversión en Innovación	0.128	160	,000
Desempeño organizacional	0.143	160	,000
Desempeño económico	0.204	160	,000
Desempeño productivo	0.127	160	,000
Desempeño comercial	0.163	160	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

Criterio de decisión

Si  $p \leq 0,05$  rechazamos hipótesis nula y acepto hipótesis alterna

Si  $p > 0,05$  aceptamos hipótesis nula y rechazamos hipótesis alterna

De la tabla 7 se puede afirmar que los datos no siguen una distribución normal ( $p < 0,05$ ); por lo que se realizó el uso de pruebas no paramétricas para la contratación de las hipótesis. La prueba fue la Rho de Spearman.

**Objetivo General:** Analizar la influencia de la innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de Tumbes, 2023.

**Tabla 8:**

*Nivel de Influencia de la innovación en el desempeño empresa*

Nivel	Puntuación	Innovación		Puntuación	Desempeño empresarial	
		N° Enc.	%		N° Enc.	%
Alto	38-50	87	54%	57-75	75	47%
Medio	24-37	73	46%	36-56	85	53%
Bajo	10-23	0	0%	15-35	0	0%
Total		160	100%		160	100%

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

En la tabla 8, para la variable Innovación que comprenden a las dimensiones Innovación de producto, Innovación de proceso e inversión a respuesta del nivel alto representa el 54% de los entrevistados, seguidos por un 46% del nivel medio. Mientras que la variable desempeño empresarial que comprenden las dimensiones desempeño organizacional, desempeño económico, desempeño productivo y desempeño comercial en donde el 53% representa un nivel medio, el 47% un nivel alto. Para ambas variables el nivel bajo representa el 0%.

### **Planteamiento de la hipótesis general**

H1: La innovación influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

H0: No existe relación significativa entre la implementación de innovación y el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

**Tabla 9***Rho de spearman Innovación vs Desempeño laboral*

Rho de Spearman		Innovación	Desempeño empresarial
Innovación	Coeficiente de correlación	1.000	,888**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	160	160
Desempeño empresarial	Coeficiente de correlación	,888**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	160	160

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

En la tabla 9, se verificó evidencia estadística para afirmar una correlación  $p\text{-valor} = 0,000 < 0,05$  entre innovación y desempeño empresarial. Lo cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa con un Rho spearman de 0,888 con una relación positiva muy fuerte entre las variables donde al incremento en la variable innovación, el desempeño empresarial también reflejará valores crecientes en los restaurantes turísticos de la región de Tumbes. 2023.

**Objetivos Específicos 1:** Medir la influencia de la innovación de productos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023.

**Tabla 10***Influencia de la innovación de productos en el desempeño empresarial*

Nivel	Puntuación	Innovación de producto		Puntuación	Desempeño empresarial	
		N° Enc.	%		N° Enc.	%
Alto	16-20	72	45%	58-66	75	47%
Medio	10-15	83	52%	49-57	85	53%
Bajo	4-9	5	3%	40-48	0	0%
Total		160	100%		160	100%

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

En la tabla 10, se observa que la dimensión Innovación de productos se sitúa en el nivel alto con 45%, un nivel medio del 83% y un 3% para el nivel bajo. Por lo que,

tiene una incidencia en el desempeño empresarial con una percepción alta de 47%, en el nivel medio 53% y para el nivel bajo 0% a respuesta de los restaurantes.

### Planteamiento de la hipótesis 1

H1: La innovación de productos influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

H0: La innovación de productos no influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

**Tabla 11**

#### *Innovación de productos y el desempeño empresarial*

Rho de Spearman		Innovación de producto	Desempeño empresarial
Innovación de producto	Coeficiente de correlación	1.000	,749**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	160	160
Desempeño empresarial	Coeficiente de correlación	,749**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	160	160

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

En la tabla 11, se verifica evidencia estadística para poder afirmar una correlación  $0,00 < 0,05$  entre innovación de productos y desempeño empresarial. Además, se concluye que esta relación es positiva considerable de un Rho spearman 0,749 la cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa entre la innovación de productos y el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes.

**Objetivos Específicos 2:** determinar la influencia de la innovación de procesos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de Tumbes 2023.

**Tabla 12**

*Influencia de la innovación de procesos en el desempeño empresarial*

Nivel	Puntuación	Innovación de procesos		Puntuación	Desempeño empresarial	
		N° Enc.	%		N° Enc.	%
Alto	16-20	70	44%	58-66	75	47%
Medio	10-15	85	53%	49-57	85	53%
Bajo	4-9	5	3%	40-48	0	0%
Total		160	100%		160	100%

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

La dimensión de Innovación de procesos tiene un 44% de percepción alta, para el nivel medio el 53% y un 3% del nivel bajo. Mientras que para la variable desempeño empresarial, el 47% tiene una percepción alta, el 53% de percepción media y un 0% de percepción baja.

### Planteamiento de la hipótesis 2

H2: La innovación de procesos influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes,2023.

H0: La innovación de procesos no influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes,2023.

**Tabla 13**

*La innovación de procesos y el desempeño empresarial*

	Rho de Spearman	Innovación de procesos	Desempeño empresarial
Innovación de procesos	Coeficiente de correlación	1.000	,378**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	160	160
Desempeño empresarial	Coeficiente de correlación	,378**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	160	160

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

En la tabla 13, el Rho de spearman indica que el modelo tuvo un valor de 0,378 concluyendo que existe correlación y/o asociación media con una significancia de  $p\text{-valor} = 0,000 < 0,05$ ; la cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa entre la innovación de procesos y el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

**Objetivos Específicos 3:** Identificar la influencia de la inversión en innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023.

**Tabla 14**

*Influencia de la inversión en innovación en el desempeño empresarial*

Nivel	Puntuación	Inversión en innovación		Puntuación	Desempeño empresarial	
		N° Enc.	%		N° Enc.	%
Alto	8-10	71	44%	58-66	75	47%
Medio	5-7	80	50%	49-57	85	53%
Bajo	2-4	9	6%	40-48	0	0%
Total		160	100%		160	100%

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

Se observa que la dimensión Inversión en innovación tiene un 44% de percepción alta, el 50% de percepción es media y un 6% en nivel bajo. Mientras que para la variable desempeño empresarial, el 47% tiene una percepción alta, el 53% de percepción medio y un 0% de percepción baja.

### **Planteamiento de la hipótesis 3**

H3: La inversión en innovación influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

H0: La inversión en innovación no influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

**Tabla 15***Inversión en innovación y el desempeño empresarial*

<b>Rho de Spearman</b>		<b>Inversión en innovación</b>	<b>Desempeño empresarial</b>
Inversión en innovación	Coeficiente de correlación	1.000	,358**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	160	160
Desempeño empresarial	Coeficiente de correlación	,358**	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	160	160

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: La innovación y su influencia en el desempeño empresarial, 2023

En la tabla 15, por medio de los cálculos de correlación se concluye que existió una correlación positiva media donde el Rho de spearman indica que el modelo tuvo un valor de 0,358 y p-valor= 0,000 < 0,05; la cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa entre la inversión en innovación y el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

#### 4.1. DISCUSIÓN

En cuanto a la hipótesis general: La innovación influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023. Se afirmó una correlación  $p\text{-valor} = 0,000 < 0,05$  entre innovación y desempeño empresarial. Lo cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa con un Rho spearman de 0,888 con una relación positiva muy fuerte entre las variables donde al incremento en la variable innovación, el desempeño empresarial también reflejará valores crecientes.

De cierta forma, con la investigación de Galarza et al., (2022) Tuvo como objetivo conocer cómo influye el impacto económico en la innovación en los restaurantes del Cantón de Pedro Vicente Maldonado, concluye que la investigación tiene un rho 0.834 con una correlación significativa 0,000. Se obtuvo como resultado que para lograr una buena eficiencia y eficacia en los establecimientos de restauración es necesario innovar e introducir nuevas tendencias que permitan la competitividad de la empresa mediante la introducción de innovaciones dentro de la empresa. Mientras que Manobanda y Jácome, (2021) se obtuvo como resultado que existe relación entre la innovación con la productividad en los restaurantes, además que si se aplica innovación en la organización.

Se evidenció que para el objetivo general: Analizar la influencia de la innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023. Jones (2008) lo deduce como el proceso por medio del cual las organizaciones utilizan sus habilidades y recursos para desarrollar nuevos productos y servicios, o para desarrollar nuevos sistemas de producción y operación y responder mejor a las necesidades de sus clientes. A respuesta del nivel alto representa el 54% de los entrevistados, seguidos por un 46% del nivel medio. Mientras que la variable desempeño empresarial que comprenden las dimensiones desempeño organizacional, desempeño económico, desempeño productivo y desempeño comercial en donde el 53% representa un nivel medio, el 47% un nivel alto. Para ambas variables el nivel bajo representa el 0%. Teniendo como relevancia que, a mayor innovación, mejor será el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes.

En cuanto a la hipótesis específica 1: La innovación de productos influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023. Se afirma una correlación  $0,00 < 0,05$  entre innovación de productos y desempeño empresarial. Concluyendo que esta relación es positiva considerable de un Rho spearman 0,749 la cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa entre la innovación de productos y el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes.



De cierta forma, la investigación de Martínez y Pool, (2023) los resultados demuestran un ( $Rho = 0.487$ ), puesto que la correlación es significativa con sig. (bilateral = 0.000). así mismo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la relación de las dos variables. Concluyendo que entre la innovación de producto y el posicionamiento si existe una relación significativa.

Demostrando que para el objetivo específico 1: Medir la influencia de la innovación de productos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023. Pervaiz et al., (2012) introduce a la innovación del producto como la representación más visible del proceso de innovación. Están impulsados por la tecnología o el marketing. Avances técnicos o relacionados con el marketing incluidos en la funcionalidad del producto. Este tipo de innovación corresponde con una de las posibles estrategias adoptadas por las empresas para intentar incrementar su competitividad en los mercados, en base al ahorro de costes en la producción o en la distribución. En donde se sitúa en el nivel alto con 45%, un nivel medio del 83% y un 3% para el nivel bajo. Por lo que, 44 tiene una incidencia en el desempeño empresarial con una percepción alta de 47%, en el nivel medio 53% y para el nivel bajo 0% a respuesta de los restaurantes. Teniendo como síntesis de lo anterior que, a mayor innovación de procesos, se tendrá un mejor desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes.

Para la hipótesis específica 2: La innovación de procesos influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023. Se pudo observar un Rho de spearman de 0,378 concluyendo que existe correlación y/o asociación media con una significan de  $0,000 < 0,05$ ; la cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa entre la innovación de procesos y el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes. Por lo que, si existen cambios al momento de responder a ciertas actividades de los restaurantes, en el momento de como se organizan y como utilizan los avances tecnológicos.

Según Beltrán, (2021) concluye que la innovación de procesos y la variable desempeño empresarial tuvieron un coeficiente ( $\rho = 0.548$ ), demostrando que los datos estadísticos revelaron correlaciones significativas, donde ( $p\text{-valué} \leq 0,0.5$ ) con el logro de competitividad y permanencia en la empresa en el mercado. Mientras que, para Yoshi, (2013) se obtuvo como resultado que los restaurantes sin reservas utilizan redes sociales de Facebook para lograr resultados positivos en cada uno de los componentes de la marca: Conocimiento, desempeño, imagen, juicio, emoción y resonancia.

Así que el objetivo específico 2: Determinar la influencia de la innovación de procesos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de

Tumbes 2023. pervais et al., (2012) indican que la innovación en los procesos se refiere a los cambios en el cumplimiento de las actividades de la organización, que modifican inherentemente las prácticas estructurales u operativas de las actividades organizativas de una empresa. Este cambio se refleja en la forma en que se organizan las empresas y en el desempeño de sus funciones, debido a los avances tecnológicos que pueden derivarse de la introducción de nuevas estructuras o formas. Que para la dimensión de Innovación de procesos tiene un 44% de percepción alta, para el nivel medio el 53% y un 3% del nivel bajo. Mientras que para la variable desempeño empresarial, el 47% tiene una percepción alta, el 53% de percepción media y un 0% de percepción baja. Deduciendo que, a mayor innovación de procesos, se tendrá un mejor desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes.

En la hipótesis específica 3: La inversión en innovación influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023. Existió una correlación positiva media donde el Rho de spearman indica que el modelo tuvo un valor de 0,358 y p-valor= 0,000 < 0,05; la cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa entre la inversión en innovación y el desempeño empresarial.

Los resultados del estudio del tesista Abregú, (2021) demuestra un Rho spearman de 0. 398. Indicando una 25 asociación positiva moderada y con significancia de p valué 0.00. concluyendo que existe una relación positiva muy fuerte entre las variables. Para los autores Yamakawa y Ostos, (2019) la hipótesis general obtuvo el 0.392 de valor y un sig. (bilateral=0,000), Se concluyó que entre innovación y el desempeño organizacional existe una relación significativa, que la innovación es un factor clave para obtener un buen desempeño organizacional en los restaurantes Fast Food en San Isidro, por lo tanto, si existe relación entre la innovación y el desempeño organizacional.

En respuesta al objetivo específico 3: Identificar la influencia de la inversión en innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023. Álvarez (2009), señala que la inversión se refiere al acto de destinar recursos, ya sean financieros, temporales o de otro tipo, con el objetivo de obtener algún beneficio en el futuro, si nos referimos en términos financieros, la inversión implica colocar dinero en activos o instrumentos financieros con la expectativa de generar ingresos o aumentar su valor con el tiempo. La dimensión Inversión en innovación tiene un 44% de percepción alta, el 50% de percepción es media y un 6% en nivel bajo. Mientras que para la variable desempeño empresarial, el 47% tiene una percepción alta, el 53% de percepción medio y un 0% de percepción baja. Determinando que, a mayor inversión en innovación, se tendrá un mejor desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes.

## V. CONCLUSIÓN

- 5.1. Existe correlación y/o asociación entre las variables innovación y desempeño empresarial con un  $\rho$  de 0,888 con una relación positiva muy fuerte entre las variables donde al incremento en la variable innovación, el desempeño empresarial también reflejará valores crecientes en los restaurantes turísticos de la región de Tumbes. Siendo así que dentro de los restaurantes toman en cuenta nuevas ideas y como estas tienen éxito referentes al ambiente cambiante. Determinando que la variable innovación está representada por el 54% en la percepción alta donde incide en la variable desempeño empresarial con 47% de sí mismo.
- 5.2. Se obtuvo un Rho Spearman de 0,378 donde existe correlación y/o asociación media con una significancia de  $p$  - valor =  $0,000 < 0,05$ ; la cual rechaza la hipótesis nula, es decir, se concluye que existe influencia significativa entre la innovación de procesos y el desempeño empresarial. Esto demuestra que los restaurantes implementan correctamente estrategias con la finalidad de poder incrementar su competitividad en el mercado de Tumbes.
- 5.3. Se logró obtener un Rho Spearman 0,378 esto indica que existe correlación y/o asociación media con una significancia de  $p$   $0,000 < 0,05$ ; la cual rechaza la hipótesis nula, es decir, existe influencia significativa entre la innovación de procesos y el desempeño empresarial. Demostrando un 44% de las respuestas para el nivel alto que influye con un 47% del mismo nivel.
- 5.4. Se obtuvo una  $\rho$  de 0,358 demostrando una correlación positiva media para ambos. Se evidenció que la dimensión inversión logró un 44% en el nivel alto, influenciando en el desempeño empresarial con un 47% del mismo nivel. Es fundamental que los restaurantes realicen inversiones nuevas y mejoren sus instalaciones con la finalidad de que estas innoven y no se pierdan dentro de la competencia.

## **VI. RECOMENDACIÓN**

- 6.1. Se sugiere que los restaurantes turísticos de la región de Tumbes engloben la idea de la innovación, ya que abarca una diversidad de áreas, entre ellas la aplicación de nuevas tecnologías hasta la creación de conocimientos de menús innovadores. Pretendiendo que la innovación mejore la experiencia del cliente, sino que también conducirá a una mayor eficiencia y rentabilidad.
- 6.2. Los restaurantes turísticos deben tomar en cuenta la innovación de productos ya que es clave para cautivar y mantener a cada cliente en un entorno competitivo. Si se aplican estas estrategias, podrán diferenciarse y brindar una experiencia culinaria que atraerá a los visitantes, sino que tengan recuerdos positivos que los haga regresar.
- 6.3. Los restaurantes deben Innovar en los procesos ya que mejoran la eficiencia operativa, la rentabilidad y la experiencia del cliente. Al realizar estas innovaciones, podrán mejorar su eficiencia operativa, darán una experiencia mayor a los clientes, se adaptarán rápidamente a las tendencias del mercado de Tumbes y las necesidades de los clientes.
- 6.4. Se debe Invertir en restaurantes turísticos, pues se requiere una estrategia cuidadosa para maximizar el retorno y lograr el éxito a largo plazo. Se deben enfocarse en la calidad, ubicación, la tecnología y la experiencia de sus clientes, para poder crear un restaurante que llame la atención y mantenga a los turistas mientras se logre el éxito financiero.

## I. REFERENCIA BIBLIOGRAFIA

- Abregú, E. J. M. (2021). Innovación empresarial y ventaja competitiva en restaurantes pollo a la brasa, Carmen de la Legua – Reynoso, Callao, 2021. *Tesis*. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68014/Abreg%c3%ba\\_EJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68014/Abreg%c3%ba_EJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Álvarez, B. E. (2009). El concepto de innovación. *Lupa empresarial*, 7(1), 343–354. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>
- Anderson, A. R., Harbi, S. El, & Amamou, M. (2012). Innovation culture and the economic performance of Tunisian ICT firms. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 16(3–4), 191–208. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2012.051902>
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 226–235. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.026>
- Baena Paz, Guillermina. (2017). *Metodología de la investigación* (Grupo editorial Patria, Ed.; Tercera). Grupo Editorial Patria.
- Beltrán, O. A. D. (2021). *Análisis de la innovación empresarial como estrategia para el posicionamiento en el mercado Peruano periodo*.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación* (Pearson Educación de Colombia, Ed.; Tercera). Pearson Educación.
- Bezerra, C. A., & Wronski, J. L. M. (2016). Innovatividad, creatividad y gestión del conocimiento en bares, restaurantes y clubes nocturnos: un estudio en los establecimientos de Curitiba – PR. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(1), 18–43. <https://doi.org/10.7784/RBTUR.V10I1.1013>
- Bravo, R. M. (2012). Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Aspectos conceptuales sobre la innovación y su financiamiento. *Análisis Económico*, XXVII, 25–46. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41326845003>

- CEREM. (2022). *Gestión comercial y marketing*.  
<https://www.cerem.es/blog/estrategias-empresariales-y-su-relacion-con-los-estudios-de-mercado>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional La dinámica del éxito en las organizaciones*. Mc Graw Hill.  
[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento\\_organizational.\\_La\\_dinamica\\_en\\_las\\_organizaciones..pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizational._La_dinamica_en_las_organizaciones..pdf)
- DOLZ DOLZ, C., FERRER ORTEGA, C., ALDAS MANZANO, J., IBORRA JUAN, M., ASI COSCOLLAR, A., PUIG PAYA, V., & GONZALEZ CRUZ, T. (2006). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas* (Ediciones Paraninfo). 11 Diciembre 2006.
- En, L., De, A., Autora, E., Del, G., & Humano, R. (s/f). *PARA OBTENER EL TÍTULO DE ASESOR LÍNEA DE INVESTIGACIÓN*.
- Fetrati, M. A., Hansen, D., & Akhavan, P. (2022). How to manage creativity in organizations: Connecting the literature on organizational creativity through bibliometric research. *Technovation*, 115, 102473.  
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102473>
- Furnham Adrian. (2000). *PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL: EL COMPORTAMIENTO DEL INDIVIDUO EN LAS ORGANIZACIONES* (Uni. iberoamericana).
- Galarza, S. P. C., Agualongo, Y. J. C., & Jumbo, M. M. N. (2022). Innovación tecnológica en la industria de restaurantes del Cantón Pedro Vicente Maldonado. *Journal of Economic and Social Science Research (JESSR)*, 2(1), 31–43.  
<https://doi.org/10.55813/GAEA/JESSR/V2/N1/45>
- Habich, S. B. G., & Rospigliosi, M. M. S. (2021). Relación entre innovación organizacional y desempeño laboral en la Industria Cervecera Nacional de la Zona Norte del Perú. *Repositorio UPC*. <http://hdl.handle.net/10757/652026>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Batista, L. P. (2014). Metodología de la investigación Hernandez Sampiere 2014. *Libro*, 632.  
<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hernández, S. R., & Mendoza, T. C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (S. A. D. C. V. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, Ed.; Primera).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (S. A. D. C. V. McGRAW-HILL /INTERAMERICANA EDITORES, Ed.; Sexta). Education.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación* (McGraw-Hill interamericana, Ed.; Cuarta). McGraw Hill.
- Indecopi. (2020, marzo 5). *El Perú es el cuarto país en el mundo con mayor crecimiento en Propiedad Intelectual, después de Canadá, Israel y Ucrania - Notas de Prensa - Detalle - Indecopi*. <https://www.indecopi.gob.pe/-/el-peru-es-el-cuarto-pais-en-el-mundo-con-mayor-crecimiento-en-propiedad-intelectual-despues-de-canada-israel-y-ucrania>
- Jaramillo, T. I. Darío., & Parra, R. R. Darío. (2006). *Método y conocimiento: metodología de la investigación: investigación ... - Iván Darío Toro Jaramillo, Rubén Darío Parra Ramírez - Google Libros*. [https://books.google.com.pe/books?id=4Y-kHGjEjy0C&pg=PA158&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwil1t\\_y\\_tzxAhWaErkGHVrdAUAQ6AEwAHoECAkQAg#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20no%20experimental&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=4Y-kHGjEjy0C&pg=PA158&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwil1t_y_tzxAhWaErkGHVrdAUAQ6AEwAHoECAkQAg#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20no%20experimental&f=false)
- Jocsan, J., Delgado, B., Andre, L., Gonzales, G., Cuyate, C. P. P., Presidente, R., Solano, M. J., Milagros, C. M., & Uceda, G. (2019). *Impacto de la innovación sobre el rendimiento organizacional en las mypes del sector comercio de la región Lambayeque, 2019*. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2562>
- Jones, G. R. (2008). *Tería organizacional*. <https://web.politecnico metro.edu.co/wp-content/uploads/2021/08/Teoria-organizacional4taEdicionGarethRJones.pdf>
- La República. (2019). *Restaurante Turístico: Mincetur aprueba reglamento y dispone competencias | Economía | La República*. Página web. <https://larepublica.pe/economia/2019/11/30/restaurante-turistico-mincetur-aprueba-reglamento-y-dispone-competencias>
- Lafuente, M. J. (2010). *Marketing, innovación y nuevos negocios / Javier Maqueda Lafuente*. ESIC,. <https://books.google.co.cr/books?id=2VicTH2P9b4C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Larios, F. R. P., & Ferasso, M. (2023). The relationship between innovation and performance in MSMEs: The case of the wearing apparel sector in emerging countries. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 16. <https://doi.org/10.1016/J.JOITMC.2023.100018>
- Lopes, M., Filho, O., Mariano, J., & Abadía, M. (2013). El desempeño económico financiero y responsabilidad social corporativa: Petrobrás versus Repsol. *Contaduría y administración*, 58(1), 131–167. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422013000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422013000100007&lng=es&nrm=iso&tlng=es)

- López Arce Coria, A. M. (2006). *EL CURRÍCULO EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR: UN ENFOQUE POSTMODERNO BASADO EN COMPETENCIAS (Investigación para la Docencia No 8)* (Publicaciones Cruz O).
- Manobanda, Z. N. A., & Jácome, F. E. A. (2021). La innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala. *Repositorio UCSG*. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17370>
- Martinez Vila, A., & Pool, J. (2023). *Innovación de productos para mejorar el posicionamiento en el mercado de pequeñas empresas panadería y pastelería inversiones D´Lalos S.R.L. del distrito Ayacucho, 2022*. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/34250>
- Mera, M., Petrone, L., & Echandi, J. (2022). *Nuevos desafíos en el sector gastronómico: la crisis de la pandemia y la expansión de las plataformas de reparto*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/viewer/Nuevos-desafios-en-el-sector-gastronomico-la-crisis-de-la-pandemia-y-la-expansion-de-las-plataformas-de-reparto.pdf>
- Morán Delgado, G., & Alvarado Cervantes, D. G. (2010). *Métodos de investigación* (Pearson Educación, Ed.; Primera). PEARSON.
- Ospina, D. R. (2006). La reingeniería de procesos: Una herramienta gerencial para la innovación y mejora de la calidad en las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, *II(2)*, 91–99. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634344006>
- Pedraza, E., Amaya, G., & Conde, M. (2010). Desempeño laboral y estabilidad del personal administrativo contratado de la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia. *Revista de Ciencias Sociales*, *16(3)*, 493–505. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182010000300010&lng=es&nrm=iso&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000300010&lng=es&nrm=iso&tlng=es)
- pervaiz, A., Shepherd, charles, Garza, leticia, & Ramos, C. (2012). *Administración de la innovación*.
- Quevedo, L. F. (2019). Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter. *Artículo científico*. [http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20\\_a06.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a06.pdf)
- Rojó, G. M. A., Padilla, O. A., & Riojas, R. M. (2019). La innovación y su importancia. *Revista Científica UISRAEL*, *6(1)*, 9–22. <https://doi.org/10.35290/RCUI.V6N1.2019.67>
- Sánchez, J. J. carlos. (2011). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. *PERSPECTIVAS*, *(27)*, 47–71. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425941231004>



- SCHUMPETER, J. (1935). Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico. . *Fondo de cultura económica, México.*, 118–124.
- Suárez Mella, R. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovación. *Revista San Gregorio, ISSN-e 1390-7247, ISSN 1390-7247, N°. 24 (Julio - septiembre), 2018, págs. 120-131, 24, 120–131.*  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839735>
- Torres-Flórez, D., & Rodríguez Herrera, D. F. (2016). Proceso de evaluación del desempeño en las clínicas de Villavicencio. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 3(1), 56–61. <https://doi.org/10.22579/23463910.74>
- Valencia, R. M. (2019). Relación entre la innovación de productos y capacidades organizacionales. *Artículo científico* .  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362019000200194&lang=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362019000200194&lang=es)
- Yamakawa, P., & Ostos, J. (2011). Relación entre innovación organizacional y desempeño organizacional Relationship between innovation and. *Universidad & Empresa*, 13(21). <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187222420005.pdf>
- Yoshimura, M. J. M. (2013). *Innovación en gastronomía peruana : el rol de las redes sociales en la consolidación de la marca “Cocina peruana”*.  
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/145134>



## II. ANEXOS

### Anexo1. Matriz operacional

#### Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de Tumbes, 2023

Variable independiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Innovación</b>	(Schumpeter, 1935) "es la creación de un nuevo producto, servicio o proceso para una unidad de negocio. La innovación tiene dos partes, la generación de ideas y la comercialización exitosa de esas ideas". (p.5	La innovación nos ayuda a anticipar los cambios del mercado más rápido, a diferenciarte de tus competidores y adelantarnos a las oportunidades.	<b>Innovación de producto</b>	Nuevos productos o servicios. Cambio en los materiales Funciones mejoradas en los productos y servicios Productos atractivos	<b>Ordinal</b>
			<b>Innovación en proceso</b>	Métodos de producción Procesos de distribución Proceso de ventas Proceso de sistemas de información y comunicación	
			<b>Inversión</b>	Capacitación al personal Marketing y valor de marca	

---

**Desempeño  
empresarial**

(Jones,2006) “El desempeño empresarial es la medición y evaluación de la eficiencia y eficacia con los que un trabajador, de la empresa, cumple con las obligaciones que le exige su puesto de trabajo, con el objetivo de potenciar más su desarrollo” (p. 422).

Permite que las empresas examinen sus fortalezas y debilidades. Como en el cumplimiento de sus actividades y en la adaptación al puesto del trabajador.

**Desempeño  
organizacional**

capacidades de aprendizaje.  
Comunicación dentro de la empresa.  
Adaptabilidad al cambio.  
Condiciones del personal.  
Satisfacción del personal.

**Desempeño  
económico**

Aumento de los ingresos.  
Rentabilidad de la empresa.

**Desempeño  
productivo**

Actualización en la tecnología.  
Calidad en los bienes y servicios  
Flexibilidad en la producción.  
Reducción de plazos de entrega.

**Desempeño  
comercial**

Gama de bienes o servicios.  
Nuevos nichos de mercado.  
Marca y reputación de la empresa.  
Visibilidad de los productos.

---

**Ordinal**

## Anexo2. Matriz de consistencia

PROBLEMA	HIPOTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema general:</b> ¿La innovación influye en el nivel del desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes en el año 2023?</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> H1: La innovación influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023.</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Analizar la influencia de la innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes, 2023.</p>	<p><b>Variable independiente:</b></p>		<p><b>Tipo de investigación</b> Descriptivo- correlacional</p>
<p><b>Problema específico:</b></p> <p><b>P.E.1</b> ¿De qué manera influye la innovación de productos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023?</p> <p><b>P.E.2.</b> ¿De qué manera influye la innovación de procesos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023?</p> <p><b>P.E 3</b> ¿De qué manera influye la inversión en innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023?</p>	<p><b>Hipótesis específicas:</b></p> <p><b>H1:</b> La innovación de productos influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023.</p> <p><b>H2:</b> la innovación de procesos influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023.</p> <p><b>H3:</b> La inversión en innovación influye en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.</p>	<p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>O.E 1: Medir la influencia de la innovación de productos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023.</p> <p>O.E 2: determinar la influencia de la innovación de procesos en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de tumbes 2023</p> <p>O.E.3. Identificar la influencia de la inversión en innovación en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes 2023.</p>	<p>Innovación</p> <p><b>variable dependiente:</b></p> <p>Desempeño empresarial</p>	<p>Innovación de producto. Innovación de proceso. Inversión.</p> <p>Desempeño organizacional. Desempeño económico. Desempeño productivo. Desempeño comercial.</p>	<p><b>Enfoque de la investigación</b> cuantitativo</p> <p><b>Diseño de la investigación</b> No experimental transversal.</p> <p><b>Población</b> Los 160 restaurantes turísticos de la Región de Tumbes.</p> <p><b>Muestra</b> La muestra será la misma población debido a que cuenta con una población pequeña.</p> <p><b>Técnicas</b> La encuesta y el instrumento será el cuestionario.</p>

### Anexo3. Cuestionario

#### La innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de Tumbes, 2023.

Buenos días/ tardes apreciado encuestado, este cuestionario tiene como finalidad adquirir información desde su percepción sobre la investigación titulada: innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023.

Instrucciones: Marque con un aspa (X) solo una alternativa de acuerdo a su percepción. La encuesta será anónima

Escala y valor: Nunca (1), Casi nunca (2), a veces (3), casi siempre (4), siempre (5).

N°	Variable 1: innovación	Alternativas				
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
<b>Innovación de producto</b>						
1	¿Introdujo un nuevo producto o servicio al mercado?					
2	¿Los cambios en los equipos mejoran el rendimiento de los bienes?					
3	¿Agregó una función mejorada a sus productos o servicios?					
4	¿Es más atractivo para los clientes adquirir sus servicios?					
<b>Innovación en procesos</b>						
5	¿Ha introducido un nuevo método de producción?					
6	¿Ha introducido un nuevo proceso de distribución y logística?					
7	¿Ha introducido un nuevo proceso De ventas?					
8	¿Ha introducido un nuevo proceso de sistemas de información y comunicación?					
<b>Inversión</b>						
9	¿Su empresa invirtió en actividades de capacitación?					
10	¿La empresa invirtió en actividades de marketing y valor de marca?					

N°	Variable 2: Desempeño empresarial	Alternativas				
		Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
<b>Desempeño organizacional</b>						
1	¿La innovación impacta en las capacidades de aprendizaje de nuevos conocimientos?					
2	¿La innovación mejora la comunicación dentro del restaurante?					
3	¿La innovación aumenta la adaptabilidad al cambio?					
4	¿La innovación mejora las condiciones de trabajo, del personal del restaurante?					
5	¿La innovación mejoró la satisfacción, el compromiso del personal?					
<b>Desempeño económico</b>						
6	¿La innovación tiene un impacto en el aumento de los ingresos por ventas?					
7	¿La innovación mejora la rentabilidad de la empresa?					
<b>Desempeño productivo</b>						
8	¿La innovación permite actualizar tecnología o métodos de proceso obsoletos?					
9	¿La innovación genera un impacto en la calidad de los bienes o servicios?					
10	¿La innovación mejora la productividad de su restaurante?					
11	¿La innovación reduce el plazo de entrega de sus servicios?					
<b>Desempeño comercial</b>						
12	¿La innovación amplía la gama de sus servicios o productos?					
13	¿La innovación logra crear nuevos nichos de mercado para su restaurante?					
14	¿La innovación mejora la marca y reputación de su restaurante?					
15	¿La innovación aumentó la visibilidad de los productos o servicios?					

**Fuente:** Adaptación del instrumento de medición de desempeño empresarial por Larios y Ferasso, (2023)

#### Anexo4. Certificación

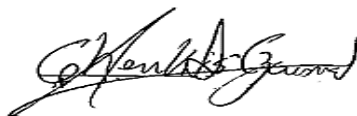
### CERTIFICACIÓN

**Mg. Ghenkis Amílcar Ezcurra Zavaleta**, docente ordinario de la Universidad Nacional de Tumbes, adscrito a la Escuela de Posgrado, del departamento de Maestría de Gestión Pública.

CERTIFICA:

Que el proyecto de tesis denominado “Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la Región de Tumbes 2023”, presentado por la Br. Córdova Román Danitza Sofía, ha sido asesorado por mi persona, por tanto, queda autorizado para su presentación e inscripción en la Escuela de Administración de la Universidad Nacional de Tumbes para su revisión y aprobación correspondiente.

Tumbes, 19 de junio de 2023



---

**Mg. Ghenkis Amílcar Ezcurra Zavaleta**

**Código ORCID: 0000-0002-9894-2180**

**Asesor del Proyecto de Tesis**



## **Anexo5. Carta de solicitud de información para ejecución de tesis.**

**“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”**

Tumbes, 27 de setiembre del 2023.

Señor:

**Yegner Bernardo Reyes Aponte**

**ASISTENTE REGIONAL DE IPERÚ TUMBES.**

**Asunto: Solicitar información de los restaurantes turístico de la Región de Tumbes.**

Tengo el agrado de saludarlo cordialmente y hacerle de conocimiento que la suscrita estudiante del decimo ciclo de la carrera Profesional de Administración, facultad de ciencias económicas, Universidad Nacional de Tumbes, que debiendo cumplir un requisito académico de presentar un trabajo de investigación denominado: **“Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de la región de Tumbes, 2023”** para optar el cargo de licenciada en Administración, por lo tanto, para alcanzar el objetivo académico se requiere de información pertinente de la institución, por tal motivo solicito a usted información detallada de sobre los restaurantes turísticos de en nuestra región para respaldar el análisis de mi investigación y de esta manera culminar con éxito dicha investigación. Agradezco su tiempo, espero su respuesta.

Atentamente:




---

**DANITZA SOFIA CORDOVA ROMAN**

**DNI: 75248506**

## Anexo6. Carta de aceptación a solicitud

27/9/23, 11:19 Correo de PROMPERÚ - Envío de información solicitada.

 IPERU Tumbes <iperutumbes@promperu.gob.pe>

---

**Envío de información solicitada.**  
1 mensaje

---

IPERU Tumbes <iperutumbes@promperu.gob.pe> 27 de septiembre de 2023, 11:19  
Para: "danitzasofia27@gmail.com" <danitzasofia27@gmail.com>

Estimada Danitza, buenos días:

Reciba un cordial saludo de IPERÚ – Servicio de Información y Asistencia al Turista de PROMPERÚ. Respondiendo a su solicitud le compartimos en adjunto nuestra hoja de servicio de: Establecimientos de hospedaje y restaurantes de Tumbes.


Asimismo, le sugerimos visitar nuestra página web: [www.ytuqueplanes.com](http://www.ytuqueplanes.com) donde encontrará información turística de utilidad. Y le compartimos el directorio de los puntos de atención IPERÚ a nivel nacional, donde estaremos prestos a absolver cualquier consulta adicional que pueda tener: <https://clck.ru/NuLPZ>. Del mismo modo le compartimos nuestros números de contacto de Whatsapp de la oficina IPERÚ Tumbes, por si tiene alguna otra consulta y donde le podemos responder en tiempo real. (+51) 989 049 740

Finalmente, le invitamos a seguirnos en nuestras redes sociales: Facebook: Visit Peru, Twitter: @ConoceElPerú y YouTube: Visit Peru

Recuerde que, en caso necesite algún tipo de información del ámbito turístico, puede contactarnos.






Agradeciéndole por la confianza depositada en nuestro servicio, nos despedimos hasta una próxima oportunidad.

Atentamente,




---


**Alexis Becerra**  
IPERÚ Tumbes - Información y Asistencia al Turista  
Dirección de Coordinación de Oficinas Regionales  
**PROMPERÚ - Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo**

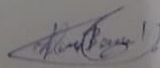
 (511) 6167300 - anexo 1865 - 1866  
 (+51) 989049740  
 iperutumbes@promperu.gob.pe  
 [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)  
 Jr. Bolognesi 194 - Centro Cívico, Tumbes, Perú

---

2 adjuntos

 5.- Tumbes - Alimentación 2023.xlsx  
171K

 6.- Tumbes - Alojamientos 2023.xlsx  
97K



https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=b9b0fa3c62&view=pt&search=all&permthid=thread-a:r-2151092496926238258%7Cmsg-a:r-1562808218383... 1/1

## Anexo7. Validación de instrumento

### Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de región de Tumbes,2023.

#### FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
<b>1.Claridad</b>	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					x
<b>2.Objetividad</b>	Esta expresado en conductas observables																					x
<b>3.Actualidad</b>	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					x
<b>4.Organización</b>	Existe una organización lógica entre sus ítems																					x
<b>5.Suficiencia</b>	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					x

<b>6.Intencionaldad</b>	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																											x
<b>7.Consistencia</b>	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																											x
<b>8.Coherencia</b>	Tiene relación entre las variables e indicadores																											x
<b>9.Metodología</b>	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																											x

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Tumbes, 22 de Diciembre del 2023

Nombre y apellidos: Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta  
Grado: Magister  
Especialidad: Gestión Pública y Gerencia Social  
Lugar donde labora: Universidad Nacional de Tumbes  
DNI: 43812667  
Teléfono: 967291906  
E-mail: daguilarc@untumbes.edu.pe

  
**Ng. Darwin Aguilar Chuquizuta**  
CLAD. 11825  
  
**FIRMA**

## Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de región de Tumbes,2023.

### FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO |


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>																						
<b>1.Claridad</b>	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			X		
<b>2.Objetividad</b>	Esta expresado en conductas observables																				X	
<b>3.Actualidad</b>	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																				X	
<b>4.Organización</b>	Existe una organización lógica entre sus ítems																				X	
<b>5.Suficiencia</b>	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																				X	

6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																																X
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																																X
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																																X
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																															X	

**INSTRUCCIONES:** Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Nombre y apellidos: Galvani Guerrero García  
Grado: Magister  
Especialidad: Dirección de personas y organizaciones  
Lugar donde labora: Universidad Nacional de Tumbes.  
DNI: 45101586  
Teléfono: 973758395  
E-mail: gguerrerog@untumbes.edu.pe

Tumbes, 22 de diciembre del 2023

  
Dr. Galvani Guerrero García  
CIAD: 09883  
**FIRMA**

**Innovación y su influencia en el desempeño empresarial de los restaurantes turísticos de  
región de Tumbes,2023.**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO |**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>																						
<b>1.Claridad</b>	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	X				
<b>2.Objetividad</b>	Esta expresado en conductas observables																X					
<b>3.Actualidad</b>	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		X			
<b>4.Organización</b>	Existe una organización lógica entre sus ítems																		X			
<b>5.Suficiencia</b>	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																X					

6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																	X			
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																		X		
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																		X		
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																		X		

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Nombre y apellidos: Cristian Sosa Orellana

Grado: Maestro

Especialidad: Finanzas

Lugar donde labora: Universidad Nacional de Tumbes.

DNI: 00373944

Teléfono: 972622677

E-mail: Csosao@untumbes.edu.pe

Tumbes, 22 de diciembre del 2023



Mg. Lic. Adm. CRISTIAN SOSA ORELLANA  
 NÚMERO DE COLEGIATURA 467330  
 MAGISTER EN FINANZAS

FIRMA



### Anexo8. Análisis de fiabilidad de innovación

Encuestados	INNOVACIÓN										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	1	2	2	2	5	5	3	5	5	33
2	5	2	3	4	4	5	3	3	4	4	37
3	5	2	3	4	4	4	4	3	4	4	37
4	2	2	3	3	4	5	5	3	5	5	37
5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	45
6	2	4	3	4	4	5	3	3	5	5	38
7	2	3	5	3	4	4	4	3	5	5	38
8	2	3	5	5	3	4	3	3	5	4	37
9	2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	41
10	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	45
11	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	46
12	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
13	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
14	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	44
15	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
16	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47
17	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
18	3	4	5	5	5	4	4	3	5	5	43
19	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
20	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	46
21	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	46
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
23	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	46
24	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	45
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
	<b>1.30</b>	<b>1.43</b>	<b>0.81</b>	<b>0.71</b>	<b>0.52</b>	<b>0.33</b>	<b>0.49</b>	<b>0.72</b>	<b>0.18</b>	<b>0.33</b>	

Datos:

K: El número de ítems

$S_i^2$ : Sumatoria de Varianzas de los Ítems

$S_t^2$ : Varianza de la suma de los Ítems

$\alpha$ : Coeficiente de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{10}{10-1} \left[ 1 - \frac{6.82}{20.87} \right] = \alpha = 0.70$$

## Anexo9. Análisis de fiabilidad de desempeño empresarial

Encuestados	DESEMPEÑO EMPRESARIAL															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	2	4	2	2	2	3	5	3	5	5	3	3	3	3	3	48
2	5	2	3	4	4	5	3	3	4	5	5	3	4	4	4	58
3	5	2	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	60
4	2	2	3	3	5	5	2	3	4	2	5	2	5	5	3	51
5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3	4	5	4	67
6	2	4	3	4	4	5	3	3	5	5	5	3	4	5	5	60
7	2	3	5	3	4	4	4	2	5	5	4	2	4	5	5	57
8	2	3	5	5	3	4	3	3	5	5	4	4	3	3	3	55
9	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	63
10	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	68
11	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	70
12	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	70
13	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	69
14	4	5	4	3	3	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	64
15	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	70
16	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	70
17	5	5	4	5	5	5	5	4	5	2	4	3	4	5	5	66
18	4	3	5	2	5	4	4	3	5	2	3	5	3	4	5	57
19	5	5	5	3	4	5	5	4	5	3	3	5	5	5	4	66
20	5	5	5	2	5	4	5	3	5	2	4	5	5	4	5	64
21	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	68
22	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	72
23	3	5	4	5	5	3	5	3	5	4	5	4	5	5	5	66
24	3	4	3	5	4	4	5	3	5	5	3	3	4	5	5	61
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3		5	4	64
	1.47	1.12	0.84	1.12	0.60	0.40	0.73	0.76	0.20	1.12	0.54	1.12	0.47	0.39	0.54	

Datos:

K: El número de ítems

$\sum Si^2$ : Sumatoria de Varianzas de los Ítems

$S_t^2$ : Varianza de la suma de los Ítems

$\alpha$ : Coeficiente de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{15}{15-1} \left[ 1 - \frac{11.42}{38.31} \right] = \alpha = 0.73$$

## Anexo10. Evidencia del proceso de aplicación de encuesta



