



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TÍTULO:

**La innovación y su relación con la productividad del sector terciario
en el área de restaurantes en la ciudad de Machala**

AUTORES:

**Manobanda Zambrano Nola Andrea
Jácome Farah Erick Alexander**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE
LICENCIADOS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TUTOR:

ING. PÉREZ VILLAMAR, JOSÉ GUILLERMO, MGS

GUAYAQUIL, ECUADOR

1 de septiembre del 2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por: Manobanda Zambrano Nola Andrea y Jácome Farah Erick Alexander, como requerimiento parcial para la obtención del Título de: Licenciados en administración de Empresas.

TUTOR

f. _____

ING. PÉREZ VILLAMAR JOSÉ GUILLERMO, MGS

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

MGS. PICO VERSOZA LUCIA MAGDALENA.

Guayaquil, a los 1 días del mes de septiembre del año 2021



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Manobanda Zambrano Nola Andrea
Jácome Farah Erick Alexander


DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación: **La innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala**, previa a la obtención del Título de: Licenciados en administración de Empresas, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

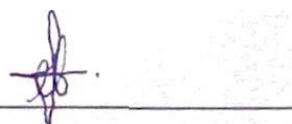
En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 1 días del mes de septiembre del año 2021

LOS AUTORES

f. 

Manobanda Zambrano Nola Andrea

f. 

Jácome Farah Erick Alexander



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS


AUTORIZACIÓN

Nosotras, Manobanda Zambrano Nola Andrea
Jácome Farah Erick Alexander


Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: La **innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 1 días del mes de septiembre del año 2021

LOS AUTORES

f. 

Manobanda Zambrano Nola Andrea

f. 

Jácome Farah Erick Alexander

REPORTE URKUND

[← VOLVER A LA VISTA GENERAL DEL ANÁLISIS](#) [↺](#) [↓](#) [?](#) | [CONFIGURACIÓN](#) [∨](#)

REMITENTE: erick.jacome02@cu.ucsg.edu.ec ARCHIVO: Nola_Manobanda-Erick_Jacome_tesis100%.docx SIMILITUD: 0%

COINCIDENCIAS **FUENTES** **DOCUMENTO COMPLETO**

MOSTRAR EN EL TEXTO

Citas Paréntesis Diferencias detalladas de texto

Fases de la innovación

Patrón específico

Re-estructuración de la planta.

Cambio de proveedores.

f.

Ing. Pérez Villamar José Guillermo, Mgs
PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

f.

Manobanda Zambrano Nola Andrea

f.

Jácome Farah Erick Alexander

AGRADECIMIENTO

Principalmente A Dios por darme la fuerza para enfrentar cada desafío y obstáculo a lo largo de mi carrera universitaria.

A mis padres, Jorge y Silvia, por su amor incondicional, su apoyo, sus consejos y su esfuerzo a lo largo de esta etapa.

A mi abuelita Digna Esperanza por todo su amor, por ser mi principal apoyo y motivación para que esto sea posible.

A mis hermanas, Dome, Isa, Victoria y Sofia por motivarme a ser un ejemplo para ellas.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a sus maestros por permitirme ser parte de esta gran familia y finalmente cumplir con mi objetivo profesional; en especial a mi tutor de tesis Ing. José Perez por todo el tiempo dedicado, su paciencia y motivación que permitió la culminación exitosa de esta investigación.

A mi amigo y compañero de tesis, Erick Jacome, gracias por toda su dedicación durante este proceso.

A mis familiares, compañeros y amigos por el apoyo brindado y todos los momentos compartidos que hicieron que estos años estudio se pasen rápido.

Nola Andrea Manobanda Zambrano.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición me permitió alcanzar este objetivo tan importante en mi vida.

Gracias a mis padres: Freddy y Maritza, por el constante apoyo y amor incondicional ellos son los principales promotores de este logro.

A mi hermano Freddy por siempre motivarme a cumplir mis sueños y confiar en mí.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a todos sus colaboradores que con su trabajo diario permitieron que pueda desarrollar mis estudios; especialmente al Ing. José Perez por toda la dedicación puesta para que este trabajo de titulación se desarrolle de manera exitosa.

A mi amiga Nola Manobanda, por el compañerismo y dedicación durante este proceso.

Erick Alexander Jácome Farah.

DEDICATORIA

A Dios por sus infinitas bendiciones.

A mi madre Digna Párraga por haberme formado con principios y valores a la mujer que soy ahora, por ayudarme a construir este sueño y estar presente en cada uno de mis logros.

A mis padres Jorge y Silvia, porque son la razón de sentirme orgullosa de culminar esta etapa y por confiar siempre en mí.

A toda mi familia por confiar en mí y su apoyo incondicional.

Nola Andrea Manobanda Zambrano.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por todas sus bendiciones.

A mis padres Freddy y Maritza por siempre confiar en mí.

A mi hermano Freddy Gustavo por todo el apoyo.

A mis familiares Gustavo, Roció, Angélica, Juan Fernando, por todo el apoyo incondicional.

Erick Alexander Jácome Farah.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

**f. _____
MGS. PICO VERSOZA LUCIA MAGDALENA
DIRECTORA DE CARRERA**

**f. _____
ECON. ARÉVALO AVECILLAS, DANNY, PHD
COORDINADOR DEL ÁREA**

**f. _____
MGS. JACK CHAVEZ
OPONENTE**

Guayaquil, 1 de septiembre de 2021

Economista

Danny Arévalo Avecillas

COORDINADOR UTE A-2021

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis consideraciones:

Ingeniero **JOSE PEREZ VILLAMAR**, Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR del proyecto de grado del **ERICK ALEXANDER JACOME FARAH**, cúmplase informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avaló el **Machala**, por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades. Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2021 a mi cargo, en la que me encuentra (o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación: **La innovacion y su relacion con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala**, somos el Tutor (a) **JOSE PEREZ VILLAMAR** del Sr **ERICK ALEXANDER JACOME FARAH**

, y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10; Diez sobre Diez.


Atentamente,

trabajo



presentado por el estudiante, titulado: **La innovacion y su relacion con la productividad del sector terciario en el area de restaurantes en la ciudad de**

ING. JOSE PEREZ VILLAMAR



ERICK ALEXANDER JACOME FARAH

Guayaquil, 1 de septiembre de 2021

Economista

Danny Arévalo Avecillas

COORDINADOR UTE A-2021

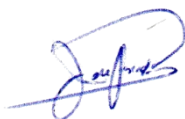
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

En su despacho.


De mis consideraciones:

Ingeniero **JOSE PEREZ VILLAMAR**, Docente de la Carrera de Administración de Empresas, designado TUTOR del proyecto de grado del **NOLA ANDREA MANOBANDA ZAMBRANO**, cúmplase informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avaló** el trabajo presentado por el estudiante, titulado: **La innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala**, por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades. Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 0% de plagio. Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2021 a mi cargo, en la que me encuentra (o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación: **la innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala**, somos el Tutor (a) **JOSE PEREZ VILLAMAR** del Sr/Srta **NOLA ANDREA MANOBANDA ZAMBRANO**, y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera. La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 9.5/10; Nueve punto cinco sobre Diez.

Atentamente,



ING. JOSE PEREZ VILLAMAR



NOLA ANDREA MANOBANDA ZAMBRANO

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VIII
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	X
ÍNDICE GENERAL.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XVI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIX
RESUMEN.....	XXII
ABSTRACT.....	XXIII
INTRODUCCIÓN	2
Formulación del problema	4
Antecedentes	4
Contextualización del problema.....	11
Objetivos de la investigación	13
Objetivo general	13
Objetivos específicos	14
Planteamiento del problema.....	14
Sistematización del problema	14
Justificación de la investigación	15
Hipótesis de la investigación.....	15
Operacionalización de las variables	17
Limitaciones	20
Delimitaciones.....	20
Capítulo 1	21
Marco teórico	21
1.1 Marco referencial.....	23

1.2	Teorías instituciones basadas en la investigación.	25
1.2.1	Teoría de la innovación y el emprendimiento.....	25
1.2.2	Teoría basada en el crecimiento endógeno	26
1.2.3	Teoría del aprendizaje como variable de la productividad	27
1.2.4	Teoría de las expectativas y plan de carrera en empresas.....	28
1.3	Marco Conceptual	29
1.3.1	Innovación.....	29
1.3.2	Características de la innovación.....	33
1.3.3	Modelos de la innovación	38
1.3.3.1	Innovación por producto.....	40
1.3.3.2	Innovación de proceso	40
1.3.3.3	Innovación de marketing	41
1.3.3.4	Innovación organizacional.....	41
1.3.4	Productividad	41
1.3.5	Productividad operacional.....	43
1.3.6	Productividad financiera	43
Capítulo 2	44
Metodología de la investigación	44
2.1	Diseño de investigación.....	45
2.2	Enfoque de la investigación	48
2.3	Tipos de investigación.....	49
2.4	Fuentes de investigación.	50
2.5	Herramienta de recolección de datos.....	51
2.6	Población y muestra	52
Capítulo 3	53
Resultados	53
3.1	Aspectos discriminatorios	53

3.2	Resultados de argumentos basados en indicadores de variables	60
3.2.1	Resultados de la exposición de la variable innovación	60
1.1.1.1	Resultados de la exposición de la variable productividad	76
Capítulo 4	91
Informe final	91
3.3	Hallazgos	91
3.3.1	Confiabilidad del instrumento.....	91
3.3.2	Correlación de escenarios	95
3.3.3	Escenarios correlacionados	98
3.3.4	Prueba de hipótesis.....	99
3.3.4.1	Prueba de hipótesis escenario 1	100
3.3.4.2	Prueba de hipótesis escenario 2	101
3.3.4.3	Prueba de hipótesis escenario 3	102
3.3.4.4	Prueba de hipótesis escenario 4	103
3.3.4.5	Prueba de hipótesis escenario 5	104
3.3.4.6	Prueba de hipótesis escenario 6	105
3.3.4.7	Prueba de hipótesis escenario 7	106
3.3.4.8	Prueba de hipótesis escenario 8	107
3.4	Discusión	108
Conclusiones y recomendaciones	110
Conclusiones	110
Recomendaciones	111
Bibliografía	112
Anexos	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Indicadores de medición innovación/ productividad modelo CDM</i>	5
Tabla 2. <i>Número de compañías agrupadas por actividad económica en Machala base 2018</i>	9
Tabla 3. <i>Monto de capital social invertido en empresas situadas en la ciudad de Machala</i>	10
Tabla 4. <i>Operacionalización de las variables</i>	18
Tabla 5. <i>Restaurantes en la ciudad de Machala</i>	52
Tabla 6. <i>Sexo de los encuestados</i>	53
Tabla 7. <i>Edad de los encuestados</i>	54
Tabla 8. <i>Nivel de estudios de los encuestados</i>	55
Tabla 9. <i>Tamaño de la empresa donde trabajan los encuestados</i>	56
Tabla 10. <i>Cargo que ocupa en la empresa</i>	57
Tabla 11. <i>Tiempo de funcionamiento de la empresa</i>	58
Tabla 12. <i>Tiempo de labor del encuestado en la empresa</i>	59
Tabla 13. <i>En mi empresa se desarrolla productos originales</i>	61
Tabla 14. <i>En mi empresa se logra aumentar el valor de los productos</i>	61
Tabla 15. <i>En mi empresa se logra añadir nuevos elementos a los productos</i>	62
Tabla 16. <i>En mi empresa se da especificación técnica</i>	63
Tabla 17. <i>En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación</i>	64
Tabla 18. <i>Trabajo en un edificio de forma plana operativa</i>	65
Tabla 19. <i>Mi empresa tiene un proceso interactivo en línea con métodos que permiten la instrucción laboral</i>	66
Tabla 20. <i>En mi empresa se logra reducir el costo variable</i>	67
Tabla 21. <i>En mi empresa usamos nuevos medios o técnicas operativas</i>	68
Tabla 22. <i>En mi empresa tenemos nuevos canales de ventas</i>	69
Tabla 23. <i>En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega</i>	70
Tabla 24. <i>En mi empresa se tiene una práctica de negocios</i>	71
Tabla 25. <i>En mi empresa tenemos un nuevo sistema de gestión del conocimiento</i> ..	72
Tabla 26. <i>En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones</i>	73
Tabla 27. <i>En mi empresa se logra renovar en la relación externa</i>	74

Tabla 28. <i>En mi empresa se renueva la estructura organizativa.....</i>	75
Tabla 29. <i>La satisfacción del cliente de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave</i>	76
Tabla 30. <i>El desarrollo de la calidad de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave</i>	77
Tabla 31. <i>La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave</i>	78
Tabla 32. <i>La capacidad de respuesta de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave</i>	79
Tabla 33. <i>La productividad de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave</i>	80
Tabla 34. <i>La gestión de activos de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave</i>	81
Tabla 35. <i>El retorno promedio de la inversión de nuestra organización</i>	82
Tabla 36. <i>La ganancia promedio de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave</i>	83
Tabla 37. <i>El crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave</i>	84
Tabla 38. <i>El rendimiento promedio de las ventas de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave</i>	85
Tabla 39. <i>Existen programas de capacitación para empleados</i>	86
Tabla 40. <i>En relación a cambios, existe una retroalimentación.....</i>	87
Tabla 41. <i>Los empleados son valorados por mecanismos de desempeño</i>	88
Tabla 42. <i>Se han concretado planes de carrera</i>	89
Tabla 43. <i>Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio</i>	90
Tabla 44. <i>Matriz de correlaciones</i>	96
Tabla 45. <i>Escenarios correlacionados.....</i>	98
Tabla 46. <i>Valor crítico de F y grado de significancia escenario 1</i>	100
Tabla 47. <i>Valor crítico de F y grado de significancia escenario 2</i>	101
Tabla 48. <i>Valor crítico de F y grado de significancia escenario 3</i>	102
Tabla 49. <i>Valor crítico de F y grado de significancia escenario 4</i>	103
Tabla 50. <i>Valor crítico de F y grado de significancia escenario 5</i>	104
Tabla 51. <i>Valor crítico de F y grado de significancia escenario 6</i>	105
Tabla 52. <i>Valor crítico de F y grado de significancia escenario 7</i>	106

Tabla 53. <i>Valor crítico de F y grado de significancia escenario 8</i>	107
Tabla 54. <i>Planes de acción de la innovación y el efecto en la productividad de la empresa del sector restaurantes</i>	108
Tabla 55. <i>Hallazgos de la investigación y diferencia con otros estudios de alto impacto</i>	109

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Árbol del problema	12
<i>Figura 2.</i> Relación entre variables.	17
<i>Figura 3.</i> Proceso de implementación de la innovación en la organización.....	30
<i>Figura 4.</i> Beneficios y costos de la innovación en la organización.....	31
<i>Figura 5.</i> Recursos y resultados de la innovación en la organización	32
<i>Figura 6.</i> Estrategias enfocadas en la innovación aplicada en la organización.	33
<i>Figura 7.</i> Características de la innovación en su fase de patrón fluido.	34
<i>Figura 8.</i> Características de la innovación en su fase de patrón tradicional.....	35
<i>Figura 9.</i> Características de la innovación en su fase de patrón específico.....	36
<i>Figura 10.</i> Características de la innovación en base al comportamiento del consumidor	37
<i>Figura 11.</i> Modelos de innovación.	38
<i>Figura 12.</i> Modelos aplicativos de la innovación en la organización.....	39
<i>Figura 13.</i> Características de la productividad en su enfoque organizacional	42
<i>Figura 14.</i> Clasificación de la investigación experimental en función a su diseño...46	
<i>Figura 15.</i> Clasificación de la investigación no experimental en función a su diseño.	47
<i>Figura 16.</i> Sexo de los encuestados	54
<i>Figura 17.</i> Edad de los encuestados.....	55
<i>Figura 18.</i> Nivel de estudios de los encuestados	56
<i>Figura 19.</i> Tamaño de la empresa donde trabajan los encuestados	57
<i>Figura 20.</i> Cargo que ocupa en la empresa.....	58
<i>Figura 21.</i> Tiempo de funcionamiento de la empresa	59
<i>Figura 22.</i> Tiempo de labor del encuestado en la empresa.....	60
<i>Figura 23.</i> En mi empresa se desarrolla productos originales	61
<i>Figura 24.</i> En mi empresa se logra aumentar el valor de los productos	62
<i>Figura 25.</i> En mi empresa se logra añadir nuevos elementos a los productos	63
<i>Figura 26.</i> En mi empresa se da especificación técnica	64
<i>Figura 27.</i> En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación	65
<i>Figura 28.</i> Trabajo en un edificio de forma plana operativa	66

<i>Figura 29.</i> Mi empresa tiene un proceso interactivo en línea con métodos que permiten la instrucción laboral	67
<i>Figura 30.</i> En mi empresa se logra reducir el costo variable.....	68
<i>Figura 31.</i> En mi empresa usamos nuevos medios o técnicas operativas	69
<i>Figura 32.</i> En mi empresa tenemos nuevos canales de ventas	70
<i>Figura 33.</i> En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega.....	71
<i>Figura 34.</i> En mi empresa se tiene una práctica de negocios	72
<i>Figura 35.</i> En mi empresa tenemos un nuevo sistema de gestión del conocimiento.	73
<i>Figura 36.</i> En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones	74
<i>Figura 37.</i> En mi empresa se logra renovar en la relación externa.....	75
<i>Figura 38.</i> En mi empresa se renueva la estructura organizativa	76
<i>Figura 39.</i> La satisfacción del cliente de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave.....	77
<i>Figura 40.</i> El desarrollo de la calidad de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave.....	78
<i>Figura 41.</i> La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave	79
<i>Figura 42.</i> La capacidad de respuesta de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave.....	80
<i>Figura 43.</i> La productividad de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave.....	81
<i>Figura 44.</i> La gestión de activos de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave	82
<i>Figura 45.</i> El retorno promedio de la inversión de nuestra organización.....	83
<i>Figura 46.</i> La ganancia promedio de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave	84
<i>Figura 47.</i> El crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave.....	85
<i>Figura 48.</i> El rendimiento promedio de las ventas de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave.....	86
<i>Figura 49.</i> Existen programas de capacitación para empleados	87
<i>Figura 50.</i> En relación a cambios, existe una retroalimentación.	88
<i>Figura 51.</i> Los empleados son valorados por mecanismos de desempeño	89

<i>Figura 52.</i> Se han concretado planes de carrera	90
<i>Figura 53.</i> Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio.....	91
<i>Figura 54.</i> Criterios de interpretación de resultados del alfa de Cronbach	93
<i>Figura 55.</i> Fórmula del alfa de Cronbach.....	93
<i>Figura 56.</i> Aplicación de la fórmula alfa de Cronbach	94

RESUMEN

El estudio de la relación de la innovación como la productividad, es un escenario que ha sido manejado a nivel internacional, como un aspecto relevante para cualquier industria. En la ciudad de Machala, un sitio altamente competitivo para los restaurantes, según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, es prioritario que se agreguen nuevas formas de ofertar estos servicios, incorporar la competitividad para repercuta en la productividad tomando como escenario de plan de acción a la innovación. Según estudios de alto impacto, las innovaciones tienen diferentes efectos en la organización, dependiendo del segmento al cual es aplicado, por lo tanto, se plantea el objetivo de medir la relación entre la innovación y la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala, a través de indicadores estadísticos de correlación para proponer estrategias que contribuya al desempeño del sector de estudio. Se toma como técnica para la recolección de datos, un muestreo por conveniencia, de acuerdo a la alta informalidad en restaurantes que registra el sitio, a través una estadística inferencial medida por escala de Likert y comprobación de hipótesis por estadístico F. El estudio concluye que para que la empresa de restaurantes requiera un resultado positivo en la productividad de sus actividades, necesita que sus administradores generen planes de acción en función a un tipo de innovación en particular, siendo efectivos los planes de acción sobre la innovación en procesos, marketing y organizacional, generando beneficios en la productividad operacional, financiera y de talento humano.

Palabras clave: innovación, productividad, restaurantes, Machala, estudios de alto impacto

ABSTRACT

The study of the relationship between innovation and productivity is a scenario that has been handled internationally, as a relevant aspect for any industry. In the city of Machala, a highly competitive place for restaurants, according to information from the National Institute of Statistics and Censuses, it is a priority that new ways of offering these services be added, incorporating competitiveness to have an impact on productivity, taking as the scenario of a business plan. action to innovation. According to high impact studies, innovations have different effects on the organization, depending on the segment to which it is applied, therefore, the objective of measuring the relationship between innovation and productivity of the tertiary sector in the restaurant area in the city of Machala, through statistical correlation indicators to propose strategies that contribute to the performance of the study sector. The technique for data collection is a convenience sampling, according to the high informality in restaurants registered by the site, through inferential statistics measured by Likert scale and hypothesis testing by F statistic. The study concludes that For the restaurant company to require a positive result in the productivity of its activities, it needs its administrators to generate action plans based on a particular type of innovation, with action plans on process, marketing and organizational innovation being effective. , generating benefits in operational, financial and human talent productivity.

Keywords: innovation, productivity, restaurants, Machala, high impact studies

INTRODUCCIÓN

La dirección de las empresas en el marco de la eficiencia y eficacia, radica en las buenas decisiones que tome la gerencia, por ende, es relevante que la persona o grupos de individuos que ejercen un poder sobre las empresas, tomen decisiones oportunas y además basadas en un análisis previo de su entorno, a fin que perdure el tempo de la empresa en el mercado, avizorando posibles riesgos controlables e incontrolables que podrían restar en el mayor de los casos beneficio económico y financiero para cubrir las expectativas de accionistas, obligaciones previamente contraídas y apalancamiento de utilidades retenidas a futuros proyectos.

En el segmento de restaurantes en la ciudad de Machala, la presencia de aspectos macroeconómicos que han comprometido su desarrollo financiero y económicos, se puede enlistar una sola causa: la pandemia por COVID 19, la cual a partir de abril del 2020, restó la cadena de distribución y abastecimiento, tanto en la restricción de movilidad para proveedores como la imposibilidad de recibir aforo en el establecimiento donde sirven sus productos a los clientes, siendo su efecto toda una debacle de ingresos y el impedimento de ejercer sus actividades operativas.

A raíz de este escenario, planes relacionados con el aislamiento, distanciamiento y manipulación constante de alimentos con higiene, fue una de las prioridades que el ente gubernamental comenzó a dictar como leyes y ejercer sanciones en caso que las mismas no sean respaldadas o tomadas en consideración en la próxima reapertura, conllevando con esto a la necesidad de innovar en los restaurantes, además de precautelar que la productividad se mantenga intacta, más aún si el establecimiento arrastraba con ello endeudamiento comprometido.

La importancia del estudio relacionando las variables de innovación como los cambios necesarios que necesita la empresa para su adaptación a las nuevas condiciones de mercado, más aún por las nuevas restricciones legales para funcionar por la pandemia por COVID 19 y la necesidad de incurrir en controles internos, para asegurar que los esfuerzo en utilizar eficiente y eficazmente los recursos disponibles, evidenciando la meta de conseguir una productividad de los recursos físicos y

humanos, radica en tratar de conocer, los efectos que han provocado una posible inestabilidad en el sector restaurantes y la flexibilidad de ellos al funcionar en el futuro.

Por lo tanto, dentro de este documento se muestra, un escenario donde: se toman las opiniones de los directores de los establecimientos, hacia la implementación de procesos innovadores, adaptando sus actividades operativas hacia otras actividades que aseguren la continuación del flujo económico y financiero, evaluando el grado de productividad que ejercen en sus modelos de negocios, manifestando con ello si, la presencia de cambios en el segmento garantizan un desarrollo o imposibilita del todo el crecimiento y continuidad de los restaurantes en la ciudad de Machala.

Para la exposición y tratamiento del tema, el presente trabajo de investigación se divide en los siguientes capítulos:

Capítulo 1: marco teórico referencial, en los cuales se exponen teorías sobre el tratamiento de las dos variables, productividad e innovación de manera general, con la finalidad de entender a qué se refieren estos dos elementos, así como los indicadores para medir su accionar dentro de las empresas, posteriormente se enlistan una serie de documentos y trabajos de investigación, que refieren un tratamiento similar de temas propuestos en el presente documento, con lo cual se puede conocer las herramientas implementadas así como las conclusiones referidas como explicación de la problemática planteada.

Capítulo 2: metodología de la investigación, en la cual se desarrolla, aquellos puntos de vista sobre el tipo, diseño y enfoque investigativo que se debe aplicar para el tratamiento de los datos, con la finalidad de contar con información relevante, que explique la problemática planteada, del mismo modo, se explica las características del objeto de estudio referido como población y muestra, además como su fórmula para calcularlo.

Capítulo 3: presentación de resultados, en ella se muestran los aspectos relevantes del estudio como, por ejemplo: nivel de percepción de las variables expuestas de innovación y productividad, su comportamiento en el entorno y el grado

de confiabilidad del instrumento, hay que tener en consideración que, dependiendo de este punto, se observan las probabilidades de existir una correlación de variables o argumentos suficientes, que expliquen tanto los argumentos que manifiesten los orígenes del problema.

Capítulo 4: correlación entre variables, capítulo que muestran aquellos escenarios que según la población y la muestran, explican la presencia de la innovación y los procesos que siguen en favor de promover una productividad en el segmento de los restaurantes, a fin que se pueda dar por cerrada la investigación. Cabe recordar que en este capítulo se enlistan una serie de argumentos que convaliden si existen una correlación entre variables o si las decisiones de la administración de este tipo de negocios, no convergen decisiones que contemplen ambas variables.

A continuación, se presenta la problemática y los argumentos que acompañan a cada uno de los escenarios que posiblemente deben ser parte de la consulta en los instrumentos de recolección de datos a proponer.

Formulación del problema

Dentro de la formulación del problema, se combinan, antecedentes del tema propuesto, conjuntamente con conocimiento empírico referido en el tema de estudio, considerando que los mismos son comparados posteriormente en el capítulo 4, luego de aplicar el entorno de correlación entre las variables innovación y productividad:

Antecedentes

El estudio de la relación de la innovación como la productividad, es un escenario que ha sido manejado a nivel internacional, como un aspecto relevante para cualquier industria, por lo tanto, como antecedente de la investigación se toman estudios de alto impacto con carácter internacional, en primer lugar, se toma la referencia de Masso y Pritt (2014) quien manifestó en su estudio sobre El vínculo entre innovación y productividad en el sector de servicios de Estonia, planteando como

problemática que la relación entre variables está condicionada en función al tipo de servicio, siendo relevante que la dirección tenga adherido a su plan de trabajo, partidas presupuestarias que se basen en el gasto y producción de conceptos innovadores, de manera que sus resultados provean indicadores a favor de mejorar la productividad. La población del estudio fue clasificada en tres grupos: empresas con conocimiento de innovación, empresas con poco conocimiento de innovación y otras empresas, esto debido al modelo CDM que integra la innovación y productividad en las empresas desde una forma empírica bajo tres pasos: la intensión de la organización en aplicar innovación, el resultado de la innovación aplicado en la producción y los indicadores de productividad obtenidos por el cambio en procesos. Los argumentos que utilizaron para medir tanto las variables de innovación como productividad fueron las siguientes:

Tabla 1.
Indicadores de medición innovación/ productividad modelo CDM

Variab les	Indicadores
Innovación	Alto conocimiento en innovación Poco conocimiento en innovación Otras empresas
Productividad	Productos y procesos Organización Marketing Nuevos productos y procesos Nuevas formas de organización Nuevo enfoque de marketing

Adaptado de: The link between innovation and productivity in Estonia's services sector, Masso y Pritt (2014).

El estudio concluyó que a pesar que existan empresas con menor conocimiento de innovación, sus indicadores de productividad no son de bajo desempeño, debido a la influencia de sus competidores, la administración está obligada a mantener un mejor control de gastos y precios atractivos. En el caso de monopolios, implementar innovación no es del todo beneficioso, porque al ser la única empresa no necesariamente requiere de la productividad para mejorar sus utilidades. En este estudio, la relación de variables fue negativo u opuesta, es decir, entre mayor innovación en los procesos, no garantizaba mejor productividad, se infiere que los resultados positivos para las empresas podrían observarse en el largo plazo.

Con respecto a los autores Lee, Sardeshmukh y Hallak (2016), recalcaron en su trabajo de investigación titulado: un estudio cualitativo de la innovación en el restaurante, plantea como problemática, la existencia de barreras externas que condicionan la implementación de la innovación en estas industrias, para lo cual, entrevistó a 18 propietarios de pequeños locales en la ciudad de Adelaide, las respuestas recopiladas se basaron exclusivamente en la experiencia de los dueños de restaurantes, sin garantizar que exista un conocimiento previo o experticia de los beneficios de la innovación o la importancia en analizar correctamente el mercado, esto generó los siguientes resultados: para aportar con ideas innovadoras, los administradores afirmaron la necesidad de recopilar opiniones de los clientes y acciones de los competidores para enlistar ideas relacionadas con la innovación, en cuanto a las desventajas que tiene el manejo de estos negocios, se da por parte de los empleados, que se categorizan por resistirse al cambio, es decir, es sumamente un reto para los directores de pequeños negocios, direccionar a sus empleados hacia nuevas formas de atención y producción de artículos, por lo tanto, para cumplir con este objetivo, deben de promover programas de capacitación previa.

Para los autores Najib, Septiani y Nurlaela (2020) afirmaron en su estudio sobre el papel de la innovación, la autoeficacia empresarial y singularidad local en el desempeño del marketing en pequeños y restaurantes medianos, plantea la problemática de que, los restaurantes pequeños no pueden desarrollar sus modelos de negocios, debido a la falta de innovación y habilidad para tomar decisiones empresariales; para comprobar esta situación, se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales a través de una encuesta de 124 restaurantes en la ciudad de Bogor, situada en Indonesia. Los resultados mostraron que la innovación influye directamente en el desempeño de la productividad del marketing, es decir, cualquier conocimiento y acción novedosa implementada sobre los directivos, es de gran ayuda y para el posicionamiento de marca de estos locales, generando un aumento de ventas, utilidades y afluencia de clientes en el restaurante.

La estructura del cuestionario que abordó la investigación de Najib, Septiani y Nurlaela (2020) comprendieron lo siguiente: una medición de aspectos demográficos como: género, edad y nivel de educación del directivo, adicional la razón comercial del restaurante, basado en el tipo de comida que se oferta al público.

Consecuentemente se enlistó características propias del restaurante como: tiempo de permanencia en el mercado, tipo de negocio, ingresos por mes, cantidad de activos, tipo de franquicia; para las categorías que midieron la innovación se tiene: tipos de artículos desarrollados, tiempo de actualización de productos, conocimiento de número de competidores, conocimiento de las características del producto y dificultad para imitar el producto.

Con relación al estudio de Lee, Sardeshmukh y Hallak (2015) describieron en su estudio de Innovación, emprendimiento y desempeño en restaurantes: Un modelo estructural de orden superior, plantea como problema un modelo que relacione la innovación con la autoeficacia empresarial y el recurso humana, con el desarrollo del desempeño de los restaurantes. Para comprobar esta relación, se realizó una encuesta a 198 propietarios de restaurantes en Australia, teniendo como resultado una relación positiva entre las propuestas de innovación con el desempeño del rendimiento del restaurante, argumentando que, la presencia de nuevos productos en el menú, se asocian directamente con mayores segmentos de mercado, es decir, clientes más exigentes o con apetitos selectivos, en cuanto a la falta de experiencia de los directivos, esto no incidió en un menor desempeño de las personas contratadas, pero como recomendación los autores manifestaron una constante capacitación del talento humano, para que puedan responder directamente a los cambios de la organización.

En el caso de Ecuador, la ciudad de Machala, por detrás de Quito, Guayaquil y Cuenca, es una urbe con un gran desarrollo económico y financiero en el Ecuador, por ello, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020), su incidencia como ciudad productiva está enmarcada por los siguientes actividades económicas con reporte al año 2018; como nota aclaratoria, los informes del 2019 y 2020 aún no se encuentran disponibles durante la revisión de este estudio, atribuyendo esta causal, a los últimos acontecimientos por paralización de actividades y teletrabajo por la pandemia por COVID 19. A continuación, se muestran estos datos estadísticos de carácter económico en el sector empresarial de Machala:

- La ciudad bananera cuenta con 11.215 empresas registradas en las bases de datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en su mayoría con naturaleza de gestión de capital privado.

- Las compañías manejan cerca de 2.988 millones de dólares en ingresos, ayudados por ahorros propios de los ciudadanos, así como inversión extranjera.
- Las plazas de trabajo que genera este empleo se contabilizan en 41.633 cargos laborales, distribuidos entre entidades públicas y privadas, lo que permite desarrollar una carrera profesional en la ciudad.
- La inversión en activos y equipos de producción se registran en 24 millones de dólares norteamericanos, los cuales se utilizan para la gestión y práctica operativa de cada uno de los negocios.

En cuanto a las actividades económicas que se desarrollan en la ciudad de Machala, se tiene que los comercios registran las siguientes áreas de producción:

- Emprendimientos relacionados con la producción de prendas de vestir, producción de tratamiento de metal y actividades de construcción.
- Comercio al por mayor y menor de artículos alimenticios, cuero, tacaco y calzado.
- Actividades de prestación de servicio en los que se destacan servicios profesionales, telecomunicaciones y restaurantes.

Como se observa, la industria alimenticia en su segmento de restaurantes, se la resalta como la tercera actividad más común que desarrollan los machaleños en el segmento, es decir, que un 33% de las decisiones de inversión, van de la mano con estas prácticas, generando que su desarrollo sea una opción para especializarse o enfocar unidades productivas como alternativas de empleo seguro a promover en esta localidad. En cuanto a su perspectiva a nivel monetario, estas actividades registran los siguientes ingresos económicos:

- Sector de manufactura con ingresos cerca de los \$ 411 millones de dólares norteamericanos.
- Sector comercial al por mayor y menor, cerca de \$ 1.665 millones de dólares norteamericanos.
- Sector de servicios como restaurantes y bebidas, con la generación de \$ 811 millones de dólares norteamericanos.

En referencia a las actividades productivas de mayor relevancia en la ciudad de Machala, se observa que estos se dividen en tres grandes grupos: manufactura,

servicios e industria plástica, cada una de ellas con su respectivo nivel de ingresos y plazas de trabajo, por lo tanto, a continuación se muestran estadísticas clasificadas según la actividad económica por número de unidades de negocio así como capital invertido, con la finalidad de mostrar la relevancia que está teniendo los restaurantes que hasta ahora se mantienen como una alternativa tres entre las actividades productivas de mayor relevancia en emprendimientos:

Tabla 2.
Número de compañías agrupadas por actividad económica en Machala base 2018

Actividades productivas	Empresas	Participación	Participación acumulada	Clasificación prioritaria y secundaria
Actividades agrícolas	558	25,67%	25,67%	Emprendimientos principales
Comercio al por mayor y menor	480	22,08%	47,75%	
Servicio logístico y de transporte	228	10,49%	58,23%	
Sector minero	172	7,91%	66,15%	
Actividades de construcción	161	7,41%	73,55%	
Servicios profesionales administrativos	126	5,80%	79,35%	
Actividades de investigación y desarrollo	121	5,57%	84,91%	Emprendimientos secundarios
Sector manufacturero	70	3,22%	88,13%	
Actividades de compra y venta de bienes inmuebles	67	3,08%	91,21%	
Sector informativo y de tecnología	57	2,62%	93,84%	
Segmento público de seguridad	42	1,93%	95,77%	
Segmento de enseñanza	30	1,38%	97,15%	
Sector de restaurantes y bebidas	26	1,20%	98,34%	
Suministro de energía no renovable	19	0,87%	99,22%	
Mantenimiento de aguas servidas	5	0,23%	99,45%	
Servicios financieros, seguros y reaseguradoras	5	0,23%	99,68%	
Servicios de artes y entretenimiento	5	0,23%	99,91%	
Seguridad social y actividades privadas de seguro	2	0,09%	100,00%	

Adaptado de: estadísticas macroeconómicas por parte de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019).

Según los datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, el segmento de restaurantes ocupa la casilla número 13 en cuanto a empresas con mayor cantidad de unidades de negocios, específicamente con 30 compañías, significando el 1.20% en aportación a la economía de Machala, calificándose como una opción no

prioritaria, pero en desarrollo dentro de los comercios de la ciudad. En cuanto a su aportación de capital, el segmento de restaurantes, registra los siguientes montos:

Tabla 3.

Monto de capital social invertido en empresas situadas en la ciudad de Machala

Actividades productivas	Empresas	Participación	Participación acumulada	Clasificación prioritaria y secundaria
Actividades agrícolas	\$40.119.316,00	25,69%	25,69%	Prioritarios
Servicio logístico y de transporte	\$32.889.837,00	21,06%	46,74%	
Explotación de minas y canteras	\$28.208.426,00	18,06%	64,80%	
Comercio al por mayor y menor	\$22.182.994,00	14,20%	79,01%	
Actividades de construcción	\$13.239.058,00	8,48%	87,48%	Secundarios
Sector manufacturero	\$6.054.289,64	3,88%	91,36%	
Actividades de compra y venta de bienes inmuebles	\$4.004.740,00	2,56%	93,92%	
Sector de restaurantes y bebidas	\$3.732.086,32	2,39%	96,31%	
Servicios financieros, seguros y reaseguradoras	\$1.511.000,00	0,97%	97,28%	
Servicios de artes y entretenimiento	\$1.194.200,00	0,76%	98,05%	
Servicios profesionales administrativos	\$935.559,00	0,60%	98,64%	
Actividades de investigación y desarrollo	\$741.100,00	0,47%	99,12%	
Suministro de energía no renovable	\$718.824,00	0,46%	99,58%	
Segmento público de seguridad	\$336.152,96	0,22%	99,79%	
Segmento de enseñanza	\$188.600,00	0,12%	99,92%	
Sector informativo y de tecnología	\$126.415,00	0,08%	100,00%	
Mantenimiento de aguas servidas	\$4.210,00	0,00%	100,00%	
Seguridad social y actividades privadas de seguro	\$1.601,00	0,00%	100,00%	

Adaptado de: estadísticas macroeconómicas por parte de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019).

Con relación al aporte de capital, las empresas del segmento de restaurantes ocupan la octava casilla entre las actividades de mayor inversión de accionistas, con un monto de \$6.054.289,64 aportando el 3.88% de los capitales circulantes en esta urbe bananera.

Con referencial al título de la investigación que incluye al sector restaurante como terciario, este concepto difiere su clasificación en función a dos autores, el

primero de acuerdo a la revisión establecida en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2019) establece que en función a su capital y participación del número de empresas, este sector se lo ubica bajo un segmento secundario, debido a que sus resultados no son considerados como prácticas comerciales de principal relevancia o que sean los conceptos que mayormente sean objeto de emprendimiento entre los machaleños y el segundo según la autoría de Villamar y Guananga (2019) en su estudio sobre Análisis de la Participación del Sector Terciario en la Economía del Ecuador, período 2014-2018, indica que el sector terciario se refiere al campo de servicio, que no produce bienes materiales, sino productos que son consumidos en el momento.

En función a estos argumentos, se decide en la presente investigación referirse al sector servicios como terciarios, porque se adapta a la naturaleza de la oferta de productos en restaurantes, a diferencia que la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, que agrupa dentro del sector secundario a otras actividades comerciales que confunden un poco la clasificación de la naturaleza del producto que se oferta.

Contextualización del problema

En función a la investigación de Lee, Sardeshmukh y Hallak (2015) aportó con una respuesta alentadora sobre la relación entre la productividad y la innovación, porque la segunda permite a los restaurantes aumentar la cantidad de platillos ofertados, generando como resultado una mayor cantidad de clientes y con lo cual se solucionarían problemas de ingresos, porque se estaría recaudando beneficios acoplados a un mercado exigente. Este criterio lo comparte Alcaide (2020) quien afirma que la innovación está estrechamente relacionada con el valor agregado, un concepto completamente necesario para competir en un mercado, porque en materia de servicios, la experiencia de satisfacción total, es aquella que genera un posterior retorno del cliente al local y una preferencia por encima de los competidores o sustitutos.

En cuanto a los autores Fontalvo, De la Hoz y Morelo (2018) obtener una productividad favorable a la empresa, requiere que la misma ejerza una planificación basada en un modelo innovador, con valor agregado que cubra las necesidades de los clientes o a su vez mantenga una ventaja por encima de sus competidores, en caso que

esto no suceda, quizás los ingresos comiencen a descender y se promueva a disponer de activos improductivos como lo son los equipos que se emplean para la transformación del producto, como el talento humano que ejecutan los procesos. Este concepto lo comparten Masso y Pritt (2014) que derivaron en un efecto contrario del desarrollo de la innovación y la productividad en restaurantes, indicando que a pesar que se lleven a cabo nuevos planes estratégicos, es importante que la administración pueda medir si los mismos generan beneficios al instante o se tengan que implementar nuevos procesos como la capacitación a los empleados, adecuaciones y pruebas para corregir errores. En función a estos estudios, a continuación, se procede a desarrollar el siguiente árbol del problema:

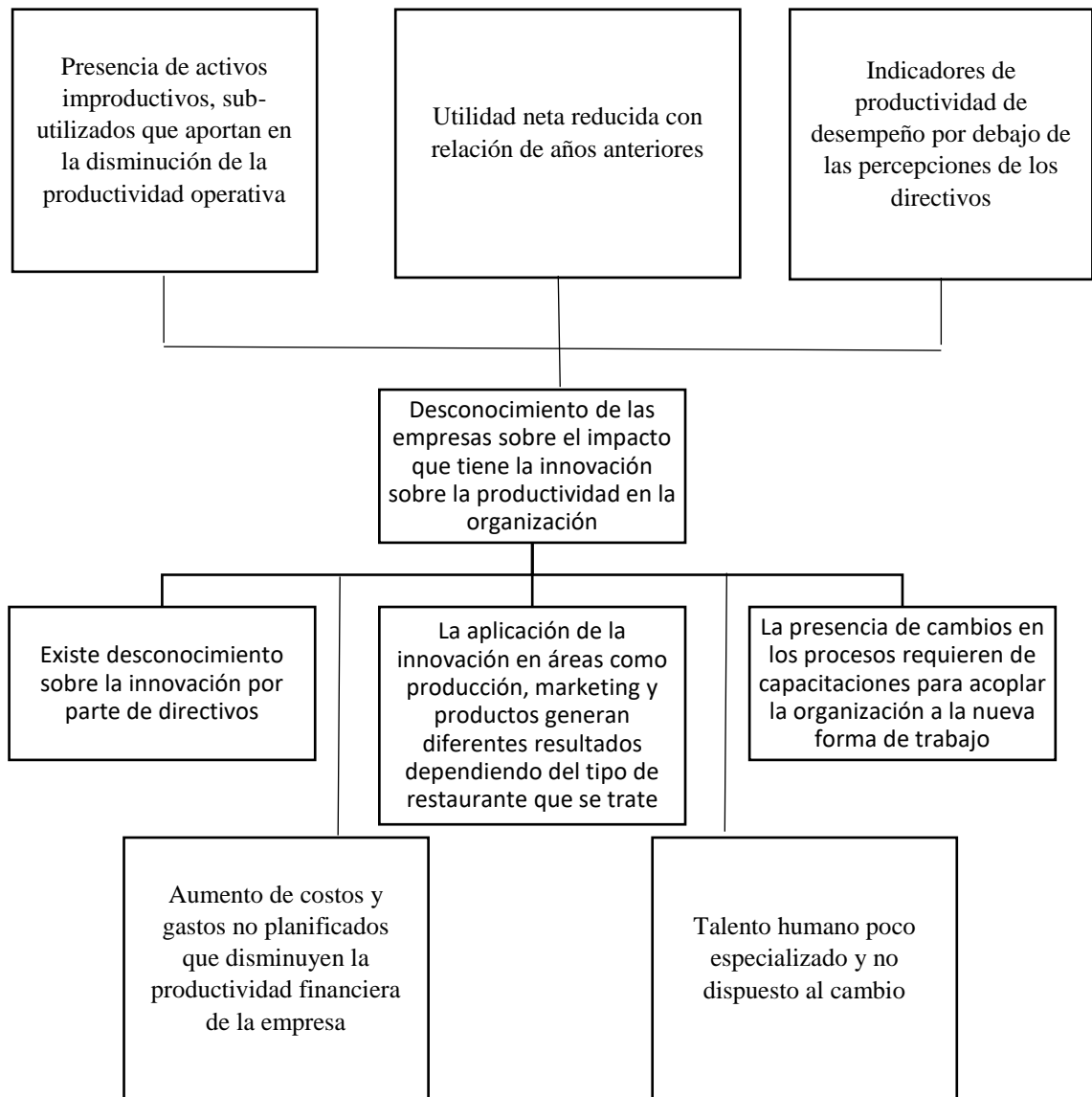


Figura 1. Árbol del problema

Los cuadros que forma la parte inferior de la figura, comprenden las causas asociadas con la falta de innovación posible en empresas de restaurantes, debido a la ausencia de conocimiento de los directivos, el limitado conocimiento de aplicarlo dentro de la organización y los aspectos complementarios para ejecutarlo de manera correcta en función al beneficio, tal como lo explicó el modelo de clasificación de empresas propuesto por Masso y Pritt (2014) en su estudio de relación de la innovación, basado en el grado de experiencia de directivos en aplicar la innovación. Consecuentemente se muestran en la parte superior, las metas que persigue la productividad, con el uso eficiente y eficaz de los recursos, criterio tomado de los autores de Fontalvo, De la Hoz y Morelo (2018) encaminado de igual manera a garantizar beneficios para la organización.

De acuerdo a la revisión de la literatura se puede observar que, aún no está claro conocer si la relación entre la innovación con la productividad, es positiva o negativa en ciertos ambientes, en especial en el sector de los restaurantes, debido a que se ha encontrado poca información desarrollada en Ecuador y países de Sudamérica. Es por eso que, en el presente trabajo de investigación se ha decidido relacionar la innovación con la productividad en los restaurantes pequeños y medianos de la ciudad de Machala.

La selección de esta ciudad se baja conforme a González, Riofrio y Sánchez (2017), en su estudio sobre la importancia de la creatividad e innovación para el desarrollo de las pymes en el cantón Machala, los cuales explicaron que en ésta ciudad la mayoría de empleos se generan a través de las pequeñas y medianas empresas siendo el principal motor para el desarrollo económico en esta localidad, donde la innovación juega un papel fundamental, aportando con alternativas para diversificar con productos las necesidades del mercado, atraer inversión y mejorar la visión de una metrópolis urbanística basada en la construcción de modelos de negocios productivos.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Medir la relación entre la innovación y la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala, a través de indicadores estadísticos de

correlación para proponer estrategias que contribuya al desempeño del sector de estudio.

Objetivos específicos

- Desarrollar un marco teórico, conceptual y referencial sobre la relación entre la innovación y la productividad en las empresas relacionadas al sector terciario en el área de restaurantes.
- Realizar un análisis metodológico sobre el aporte de la innovación y productividad de los restaurantes a la economía de la ciudad de Machala.
- Evaluar mediante análisis estadístico la correlación que existe entre la innovación y la productividad de las empresas del sector terciario en el área de restaurantes de la ciudad de Machala.
- Proponer un diseño de estrategias para a través de la innovación contribuir en el mejoramiento de la productividad del sector de restaurantes de la ciudad de Machala.

Planteamiento del problema

¿Cuál es la relación que existe entre la innovación y la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala?

Sistematización del problema

- ¿Qué dice la literatura respecto a la relación entre la innovación y la productividad en empresas relacionadas al sector terciario en el área de restaurantes?
- ¿Cuál es la metodología aplicable para analizar la relación innovación y productividad de los restaurantes a la economía de la ciudad de Machala?
- ¿Cuál es la correlación que existe entre la innovación y la productividad de las empresas del sector terciario en el área de restaurantes de la ciudad de Machala?
- ¿Qué estrategias se pueden proponer para a través de la innovación contribuir en el mejoramiento de la productividad del sector de restaurantes de la ciudad de Machala?

Justificación de la investigación

La justificación de la investigación, se fundamenta en la relevancia que tiene la innovación, como factor para mejorar los niveles de productividad en las empresas del sector restaurante, un criterio que es apoyado por Jayani y Yan (2018), quién argumenta que la innovación tienen diferentes efectos en la organización, dependiendo del segmento al cual es aplicado, sea esto por: cambios en procesos, mejora de productos, cambios en campañas de marketing o nuevas formas de organización, sin embargo, considera necesario que se adicionen recursos para aplicarlos y definir el periodo dentro del cual se obtendrán beneficios.

En la ciudad de Machala, un sitio altamente competitivo para los restaurantes, según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, es prioritario que se agreguen nuevas formas de ofertar estos servicios; incorporar la competitividad dentro de los factores externos, repercute que la productividad y el desempeño sea medido, concepto que lo avala González, Riofrio, & Sánchez (2017), quien afirma que existe una brecha para que la innovación pueda incidir en los resultados de la empresa, por ende se debe promover constantes cambios.

Hipótesis de la investigación

Alcaide (2020) comprobó que existe una relación entre la innovación y la productividad en las empresas del segmento de restaurantes, afirmando que cualquier estrategia enfocada en el mejoramiento del producto, proceso, marketing u organizacional, influye de manera positiva en los resultados de la administración de recursos y que la innovación es una oportunidad para competir en un segmento donde el valor agregado sea el común denominador para asegurar la fidelidad del consumidor, por ello, los administradores deben estar abiertos en la aceptación de incluir a la innovación como formas de trabajo y a la productividad como indicadores para ratificar la buena toma de decisiones.

En cuanto a Ramos, Segura, González y Alonso (2012) argumentaron que asegurar una productividad en la compañía, con aspectos de eficiencia y eficacia en el manejo de operaciones, se requieren acciones correctivas encaminadas hacia la

satisfacción total de los clientes en los productos, explotar procesos que requieran menor tiempo de producción, mejorar la imagen de la carta y capacitar correctamente a los empleados, siendo con ello justificativo para una innovación, resumiendo que, una mejora en los restaurantes, asegura un rendimiento operativo en los activos a través del ROA y un desempeño sobre cada dólar invertido en capital social referido en el ROE.

Para Lee, Sardeshmukh y Hallak (2015) la correlación de variables aporta en la dirección de las empresas en obtener resultados óptimos de la inversión porque posibilita que una sola estrategia genere múltiples efectos sobre la productividad, cumpliendo con el objetivo de enfocar los recursos hacia el tratamiento eficiente mermando pérdidas en el escenario actual y junto con la innovación, buscar aquel valor agregado que enliste un diferencial en el mercado.

Es por esto que, se ha planteado las siguientes hipótesis

Hipótesis nula relación negativa (H_0):

Conforme vaya avanzando la innovación en el sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala, existe un menor grado de relación con el crecimiento de la productividad en este segmento empresarial.

Hipótesis alternativa relación positiva (H_1):

Conforme vaya avanzando la innovación en el sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala, existe un mayor grado de relación con el crecimiento de la productividad en este segmento empresarial.

Partiendo de estos argumentos a continuación se muestra una figura de relación entre variables presentadas en la hipótesis, conjuntamente con los indicadores de medición que fueron empleados por dichos estudios para comprobar su relación:

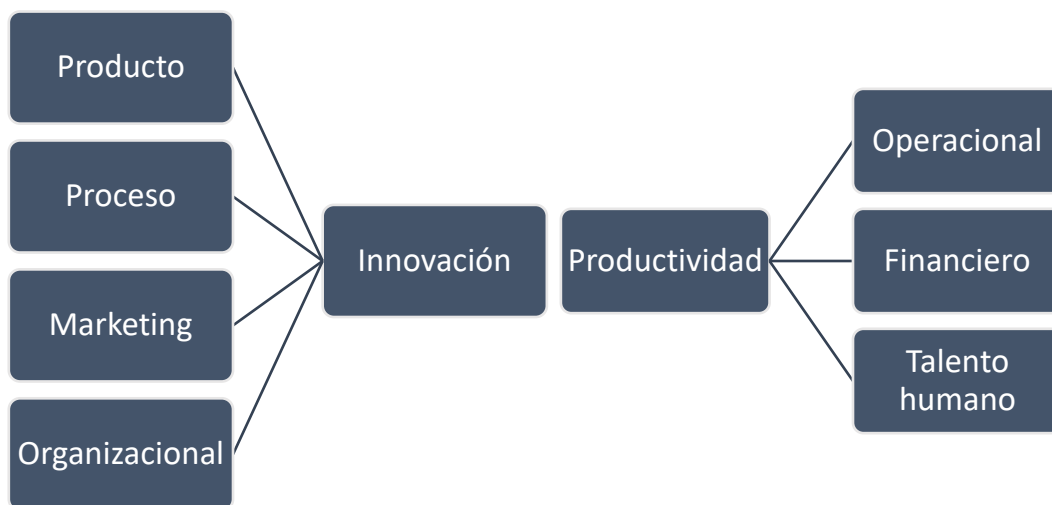


Figura 2. Relación entre variables.

Operacionalización de las variables

Según los autores González y Mejía (2020) argumentaron que la operacionalización de las variables se refieren a los procedimientos mediante los cuales, el investigador crea las condiciones para poder medir en circunstancias observables los atributos, aspectos, propiedades o características del objeto de estudio a investigar. Para indicar que la matriz de la operacionalización de variables, es una extensión de la matriz de consistencia, en la cual se adicionan las dimensiones, medidas y los argumentos que serán expuestos en los instrumentos.

Tabla 4.
Operacionalización de las variables

Categoría	Variable	Conceptualización	Dimensiones	Argumentos	Modelo
Independiente	Innovación	Un proceso que inicia con una idea, invención o reconocimiento de necesidad con el fin de desarrollar un producto, técnica o servicio útil.	Innovación por producto	En mi empresa se desarrolla productos originales	Modelo de innovación incremental radical; abierta, Rajapathiran y Hui (2018)
				En mi empresa se logra aumentar el valor de los productos	
				En mi empresa se logra añadir nuevos elementos a los productos	
			Innovación de proceso	En mi empresa se da especificación técnica	
				En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación	
				Trabajo en un edificio de forma plana operativa.	
				Mi empresa tiene un proceso interactivo en línea con métodos que permiten la instrucción laboral.	
				En mi empresa se logra reducir el costo variable	
				En mi empresa usamos nuevos medios o técnicas operativas	
			Innovación de marketing	En mi empresa tenemos nuevos canales de venta	
				En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega	
				En mi empresa se tiene una nueva practica de negocios	
			Innovación organizacional	En mi empresa tenemos un nuevo sistema de gestión del conocimiento.	
				En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones	
				En mi empresa se logra renovar en la relación externa	
En mi empresa se renueva la estructura organizativa.					
Dependiente	Productividad	Medida de la eficiencia y eficacia, con que los administradores aprovechan los recursos, para satisfacer a los clientes, y	Productividad operacional	La satisfacción del cliente de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave.	
				El desarrollo de la calidad de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave.	
				La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave.	

		alcanzar las metas de la organización.		La capacidad de respuesta de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave.	Modelo de medición integral de la productividad, La Mota, Iglesias, & Zea (2021)	
				La productividad de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave		
			Productividad financiera			La gestión de activos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave
						El retorno promedio de la inversión de nuestra organización en comparación con los competidores clave.
						La ganancia promedio de nuestra organización es mejor en comparación con la clave competidores
						El crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores claves.
						El rendimiento promedio de las ventas de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave
			Productividad en la administración del talento humano			Existen programas de capacitación para empleados
						En relación a cambios, existe una retroalimentación.
						Los empleados son valorados por mecanismos de desempeño
						Se han concretado planes de carrera
						Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio

Limitaciones

Con referencia a Muñoz (2018) indica que las limitaciones en una investigación se las define como el conjunto de barreras, que evitan que el investigador pueda llegar a una conclusión, muchas veces interpretado por la dificultad en el manejo del estudio. Para la presente investigación, la limitación se concentra en la selección de un sector en particular que es restaurantes, esperando que el acceso a las opiniones de los propietarios de los locales sea del todo disponible y se puedan correlacionar las respuestas en función a los argumentos expuestos en la operacionalización de las variables.

Delimitaciones

Debido a que la investigación se orienta a investigar la relación que existe entre la innovación con la productividad en el sector de restaurantes de la ciudad de Machala la delimitación de la investigación será la siguiente:

- Campo: Administración
- Área: Administración, Talento Humano, Operaciones, Ventas
- Aspecto: Investigar cual es la relación que existe entre la innovación y la productividad en restaurantes de la ciudad de Machala.
- País: Ecuador
- Región: Costa
- Universo: Sector restaurantes.
- Delimitación temporal: Transversal · Tiempo: 2021

Capítulo 1

Marco teórico

La relación que se pretende demostrar entre la innovación y la productividad, basa su argumento en referir si las mismas ejercen una acción dentro del desarrollo organizacional en una empresa en particular tal como lo explicaron Rajapathirana y Hui (2018) en su estudio sobre la necesidad de la innovación en función al área deficiente en una organización; para el caso de la investigación, argumentar si las mismas están presentes en el desarrollo de la operatividad del segmento de restaurantes, específicamente en la ciudad de Machala parte de la provincia de los Ríos, Ecuador es un proceso que se debe fundamentar en teorías, tal como lo explica (2016) el cual aseguró que es relevante analizar teorías institucionales, para comprender la .

La importancia del estudio se basa en tomar como situación particular, la incidencia particular como la pandemia por COVID 19, el mismo que adicionó factores externos incontrolables como lo son: el aforo físico, las restricciones de movilidad y los cierres de atención, que impidieron generar ingresos; generando que la supervivencia de estos negocios, se basen en formas de innovación para obtener ingresos, a fin de rescatar la productividad de los recursos que ya se disponían, tal como lo explicaron Gómez, Pineda, Vesga (2020) en su investigación sobre la importancia de la innovación, donde este recurso es importante cuando existen cambios en el medio económico y que no fueron contemplados en la planificación.

Dentro de los beneficios de la innovación, según Jayano y Yan (2018) trata de encaminar a los administradores a crear nuevos planes de acción, modificando la forma de comercialización en caso que la misma sea afectada por factores externos; esto se relaciona con los negocios de restaurantes, por la necesidad de continuar con la generación de ingresos, sin que los factores ajenos a la dirección, puedan incidir de manera considerable entre estas metas, sin embargo, no todas las administraciones tienden a modificar sus formas de trabajo, quizás por temor a perder recursos económicos o contar con los recursos económicos para implementar nuevos canales de comunicación y en el peor de los casos, falta de conocimiento sobre el comportamiento del segmento.

Desde el punto de vista de Herrera (2016) la productividad ayuda a la administración de una compañía porque permite medir las actividades operativas, tomando en consideración criterios de eficiencia y eficacia, parte de la necesidad en justificar, que todos los insumos tanto materiales y humanos presentes en la organización, aportan con las metas de la empresa. En el caso puntual de los restaurantes en la ciudad de Machala, la presencia de estos recursos estuvo en riesgo, porque su presencia no se justificaba, esto debido a las barreras de entrada que provocó la pandemia por COVID 19 en la restricción de aforo físico, contemplando que meseros contratados, no puedan ejercer sus funciones o que a su vez personal de limpieza no sea necesario en la nueva forma de producción de este tipo de negocios.

Para identificar por medio de otros autores, la posible validación de la relación entre ambas variables, dentro del presente capítulo del marco teórico se expone lo siguiente:

En referencia a Cortez (2018) señaló que un marco referencial contiene argumentos expuestos de artículos científicos e investigaciones previas que hacen referencia a títulos similares al propuesto en el estudio, todo esto con la finalidad de exponer ideas y tendencias que encaminen a la exposición de argumentos relacionados con la problemática planteada. Un marco referencial que enliste artículos científicos y estudios que comprueben la relación entre la innovación y productividad, de ser posible argumentados en el mismo segmento de mercado, observar las conclusiones que han arrojados estos estudios y la necesidad de mostrar, cómo estos han modificado las tomas de decisiones de estas empresas a futuro; de manera adicional se muestran estudios cómo la variable de COVID 19 ha repercutido como un factor importante en llevar a cabo la aplicación de la innovación y productividad en empresas de restaurantes.

De acuerdo a Carlino (2021) las teorías institucionales que muestran la necesidad de aplicar las variables de este estudio en las empresas, sea está a favor de asegurar un desarrollo económico próspero en los modelos de negocios, como una oportunidad para contrarrestar efectos negativos afectados por situaciones puntuales como fue la pandemia por COVID 19. Este aporte ayuda a la administración sobretodo de empresas ecuatorianas, a enfocar su esfuerzo en proveer una mejor planificación a futuro, precautelando que los recursos implementados no deriven en un desperdicio y

con el aporte de conceptos que aseguren una pronta recuperación financiera, en el caso que la pandemia hubiera afectado su estructura económica.

Finalmente, se expone un apartado definido como marco conceptual, que según García (2020) refirió a un tratamiento explicativo de cada una de las variables expuestas, adicionando dentro del estudio sus indicadores de medición, todo esto a fin de mostrar una relación teórica previa antes del contenido metodológico del estudio y comprobación. Se trató de considerar como fuente explicativa, la presencia de autores con un rango mínimo de estudios de cinco años atrás al desarrollado en esta investigación.

A continuación, se exponen y se desarrollan cada uno de estos puntos referenciados:

1.1 Marco referencial

Según lo observado con el trabajo de Alcaide (2020) denominado “*Relación de la innovación y el desempeño organizacional de los restaurantes fast food en San Isidro 2019*” se planteó el objetivo de determinar la influencia de la innovación en el desempeño organizacional, estudio que utilizó las teorías de Gee (1981) para el tratamiento de la variable la innovación, definiéndola como un proceso que comienza desde la idea inicial o el reconocimiento de una necesidad para el desarrollo de un producto, técnica o servicio útil. Consecuentemente, citó a Goodman y Pavón (1981) por su definición del accionar de la innovación en la organización, especificando que estas actividades se producen para introducir mejores ideas de productos, servicios o técnicas de organización y gestión; los aportes de estas diferencias conceptuales, aportaron con identificar cómo la organización se benefició en incluir dentro de sus planes, nuevos conceptos de trabajo para el procesamiento de actividades operativas.

Con referencia a lo expuesto por los autores Rajapathirana, y Hui (2018) definieron un tratamiento especial sobre la interacción de la innovación en las organizaciones, proponiendo dimensiones en cuatro ámbitos como son: producto, proceso, marketing y organización; estos criterios permitieron identificar que la innovación tiene diferentes efectos según el área donde se lleva a cabo, por lo tanto, es tarea de la administración central, definir las deficiencias en la empresa, motivando que su accionar sea la atención de procesos improductivos, ineficientes e ineficaces, con el beneficio a futuro que dicha debilidad se convierta en una ventaja competitiva

que pueda llegar a crear diferencia entre empresas rivales del mercado. El estudio concluyó con asegurar una relación directa, siendo el desarrollo organizacional el efecto de una administración, que tendrá la iniciativa de implementar la innovación, a fin de mitigar posibles causas que originen un tratamiento poco efectivo en la captura de beneficios.

Para los autores Kičiatovas et al., (2015), mostraron en la investigación titulada “*Efectos del comportamiento del consumidor en las innovaciones en la industria de la comida rápida*”, efectos del comportamiento del consumidor en relación a la innovación argumentando que el origen de la necesidad de la innovación, se basa exclusivamente en cambio de tendencia del mercado, siendo su efecto una falta de interés del producto, pérdida del atractivo al cliente, incompatibilidad con el artículo comercializado, entre otros criterios que requieren revisión. El estudio concluye una incompatibilidad con el desempeño operativo y la productividad, porque es importante identificar tiempos de aprendizaje, acoplamiento de estrategias y criterios que podrían ser una barrera de entrada para mejorar el beneficio percibido con anterioridad a la innovación.

Con relación al argumento de los autores Blešić et al., (2016) manifestaron en su trabajo “*Innovaciones en la industria del restaurante: Un estudio exploratorio, identificaron las actividades y actitudes de innovación, así como las percepciones de las futuras tendencias en el sector*”, la innovación es una de las estrategias del concepto de valor agregado, porque rompe paradigmas que se forman con la administración del recurso heredado por direcciones anteriores, siendo la productividad un indicador de alerta para asegurar resultados negativos en el corto plazo. Dentro de las conclusiones que se obtuvieron en este estudio, se muestran los siguientes: identificar si los administradores conocen de los beneficios de la innovación, cuantificar los recursos monetarios necesarios para que los cambios funcionen, asegurar que el talento humano pueda cambiar conceptos de trabajo y no cause rotación elevada y consecuentemente retroalimentar procesos en caso que los cambios previstos no ofrezcan los resultados planificados.

1.2 Teorías instituciones basadas en la investigación.

1.2.1 Teoría de la innovación y el emprendimiento

Schumpeter (1942) con relación a la teoría de la innovación y el emprendimiento argumentó:

En la teoría del desarrollo económico realiza una diferencia entre innovación e invención. Una persona o emprendedor realiza innovación cuando introduce nuevos métodos de producción en una empresa ya existente o para la puesta en marcha de una nueva empresa; cuando utiliza métodos de producción existentes y distintos para obtener ventaja competitiva; cuando comercializa y utiliza medios de producción que ofrecen ventajas en relación con los existentes; cuando introduce bienes sustitutos en el mercado y cuando mejora un producto o servicio existente (p.65).

La teoría de la innovación y el emprendimiento expedida por Schumpeter (1942) manifestó que todo modelo de negocio nace del tema de equilibrio que puede existir entre costos, gastos, ingresos y el nivel de beneficios que puede recibir un accionista por el aporte de capitales a la compañía, sin embargo, para poder expedir este escenario, la empresa debe apuntar a conceptos de satisfacción total, donde se concentre en cubrir una necesidad y ofertando un producto o servicio al alcance del valor que puede pagar el consumidor o cliente, si esto se puede cumplir entonces el desarrollo de la empresa está completamente asegurado.

El concepto de innovación de este autor, incurre en la necesidad de un constante monitoreo a las características de mercado, manteniendo completamente el valor agregado o ventaja competitiva de sus productos, en caso de no alcanzarla, proponer investigaciones que determinen las nuevas tendencias, posteriormente trasladarlos a la administración y que ellos determinen la nueva dirección de recursos físicos y talento humano, caso contrario se pone en riesgo la continuidad de la compañía (Gutierrez & Baurmet, 2018).

Cabe resaltar la innovación solo se la implementa luego de la fase de invención, cuando no exista el riesgo de cambiar el producto o que su tiempo de vida útil este totalmente terminado, porque en estos casos, debería retroceder a la fase de invención para poder mantenerse en el mercado. Desde un punto de vista organizacional, como

la contratación de personal se acopla al interés de una dirección eficiente, los puestos de trabajo deben rotar o cambiar en función a las necesidades, por ello es importante un personal que esté dispuesto al cambio constante de responsabilidades (Labarcés, 2015).

1.2.2 Teoría basada en el crecimiento endógeno

En relación a la teoría basada en el crecimiento endógeno de los autores Nelson y Phelps (1966):

Las mejoras en la tecnología están directamente asociadas al factor trabajo, en dicho modelo, ellos han considerado que los cambios tecnológicos productos de la innovación, no solo encuentran una representación en forma física, sino que también, existen otros factores que no precisamente se observan a través de una máquina, y que también mejoran la productividad de una industria; como es el caso de las ideas o mejoras sobre la organización de la producción (p. 75).

En esta teoría se describe lo argumentado por los autores Nelson y Phelps (1966), quienes describen que la innovación en una organización solo es el resultado de la aportación de un recurso humano altamente calificado, el cual identifica de manera oportuna las falencias y puede generar conceptos de evaluación más precisa, difusión de información basada en el entendimiento general y poder distinguir planes de ejecución que están acordes a la realidad productiva de la empresa o posiblemente son difíciles de alcanzar por el considerable coste que requieren para el cambio.

En esta teoría, la dependencia por un talento humano calificado es altamente preocupante, porque las decisiones de la innovación no parten de la dirección, sino que es compromiso de todos los miembros de una organización y que parte de la necesidad de incorporar, dentro de sus procesos operativos, mejores ideas para evitar debilidades en la compañía, o posibles ataques de la competencia, en caso que los problemas se enlisten en función a la calidad del producto, forma de entrega del servicio o un valor de servicio por encima de las expectativas de los consumidores (Roldán, 2017).

En cuanto a las teorías de la productividad estas se asocian con los siguientes criterios:

1.2.3 Teoría del aprendizaje como variable de la productividad

De acuerdo a la teoría del aprendizaje como variable de la productividad, los autores Jones y George (2010), indican lo siguiente:

La variedad de problemas que enfrentan los gerentes es enorme (alta diversidad). A menudo, deben atender muchos problemas de manera simultánea (fragmentación), es común que tengan que tomar decisiones de golpe (brevedad), y muchas deben apoyarse en la intuición y experiencia que han ganado en su carrera, desempeñando supuesto con lo mejor de sus capacidades. Se estableció cuatro principios para incrementar la productividad en una organización:

Principio 1: Estudiar la manera en que los trabajadores desempeñan sus tareas para recopilar todos los conocimientos informales sobre el trabajo que posee cada empleado, y experimentar cómo mejorar la forma de hacer el trabajo.

Principio 2: Codificar los nuevos métodos de realizar las tareas en forma de reglas escritas y procedimientos de operación estandarizados

Principio 3: Seleccionar cuidadosamente a los trabajadores que posean las habilidades y destrezas que concuerden con las necesidades de las tareas, y entrenarlos para realizar la tarea de acuerdo con las reglas y procedimientos establecidos.

Principio 4: Establecer un nivel justo o aceptable de desempeño en la tarea y luego crear un sistema de pago que premiara al desempeño que superara el nivel aceptable (p. 43-44).

En base a esta teoría, los autores Jones y George (2010) argumentan que, la dirección debe identificar problemas en el empleado al momento de desarrollar sus actividades cotidianas, es decir, describir si existen o no argumentos suficientes para constatar que el problema es ocasionado por una falta de compromiso, incluso puede darse procesos que retrasan las labores y que quizás no han sido contemplados por la organización, a pesar que se encuentran dentro de un manual de procesos.

Estos autores sugieren emplear una forma de análisis basada en el costo / beneficio, donde la administración enliste criterios que en la actualidad contemplan el beneficio de sus actividades operativas vs aquellas que destina como inversión a través del recurso financiero, posteriormente aplicarlos con nuevos escenarios de administración del cambio, basado en estudios de pronósticos sobre un nuevo

incremento del beneficio y la mitigación de riesgos u optimización de recursos financieros con la implementación de las mejoras (Gallardo, 2016).

1.2.4 Teoría de las expectativas y plan de carrera en empresas

En referencia a Vroom (1964) sobre las teorías de las expectativas y plan de carrera en las empresas:

Determinan que un sujeto o colaborador actuará o le dará un mayor esfuerzo a lo que él realiza a sabiendas de que se evalúe su desempeño y que esto lleve consigo una recompensa económica. Relaciones que conllevan a completar la expectativa:

- 1.- Relación esfuerzo – desempeño Verosimilitud que percibe el individuo, de que, aportando un tanto de esfuerzo a la realización de alguna actividad, esto incida en su desempeño.
- 2.- Relación desempeño – recompensa El nivel de desempeño que ejerce el individuo crea en él, la expectativa de lograr una determinada recompensa.
- 3.- Relación recompensas – metas personales El nivel de satisfacción que se logra personalmente en el individuo, al lograr determinada recompensa (p.85)

Para Sánchez (2017) , indica que el empleado, al ser considera como un ente externo que aporta al desarrollo económico y financiero de la empresa, debe estar motivado adicionalmente a la remuneración, con diferentes valores proporcionados por la alta dirección, esto se refiere a: un plan de carrera acompañado con preferencias de especialización del individuo, compensaciones por mejora de procesos, recursos adicionales por cumplimiento de variables de evaluación cuando supera las expectativas de la empresa, o un reconocimiento como empleado del mes, cuando sus acciones deben ser copiadas por otros elementos de la administración.

Se puede enlistar a continuación tres relaciones que convergen de la teoría de las expectativas y plan de carrera:

- Referencia del esfuerzo de desempeño: donde el empleado recibe remuneraciones adicionales cuando motiva a su equipo de trabajo o tiene controlado todos los recursos en la administración.

- Referencia del desempeño por recompensa: en donde la administración fija peldaños por medio de la evaluación de desempeño, diversos resultados y sobre los cuales se desea llegar en el departamento, hay que considerar que estas metas deben ser reales y que los recursos deriven su acción con los materiales entregados.
- Referencia a las recompensas personales: cuando el empleado genera beneficios asociados por aspirar un cargo en particular o que conlleven a ejercer nuevas acciones como, por ejemplo, especializarse en un tema para asumir una jefatura o analizar por medio de la administración de procesos en los manuales de procedimiento.

1.3 Marco Conceptual

El tratamiento conceptual que se aborda en este apartado, según la teoría de Acuña, Núñez y Radrigán (2017) expone desde un punto general la incidencia de estas variables en el desarrollo operativo de las empresas, sin embargo, su relación con el segmento de restaurantes puede estar o no implicado en cada explicación, debido a la naturaleza de este marco, es cubrir todas las dudas e inquietudes de los lectores en cómo la aplicación de estos argumentos, pueden mejorar el desarrollo económico y financiero de las compañías.

1.3.1 Innovación

En función a Hernández, Carreón, & Bustos (2021) argumentaron que, el concepto de innovación se explica como: un proceso que parte desde la propuesta de una estrategia en la mesa directiva, iniciativa de un elemento de la organización y la aplicación de estudios previos contratados a una empresa especializada en procesos innovadores, a fin de cubrir una necesidad en particular, que demanda, la modificación de un producto, ofertar mayores beneficios a las compañías o simplemente modificar procesos operativos que requieran menos recursos económicos para obtener un mejor rendimiento.

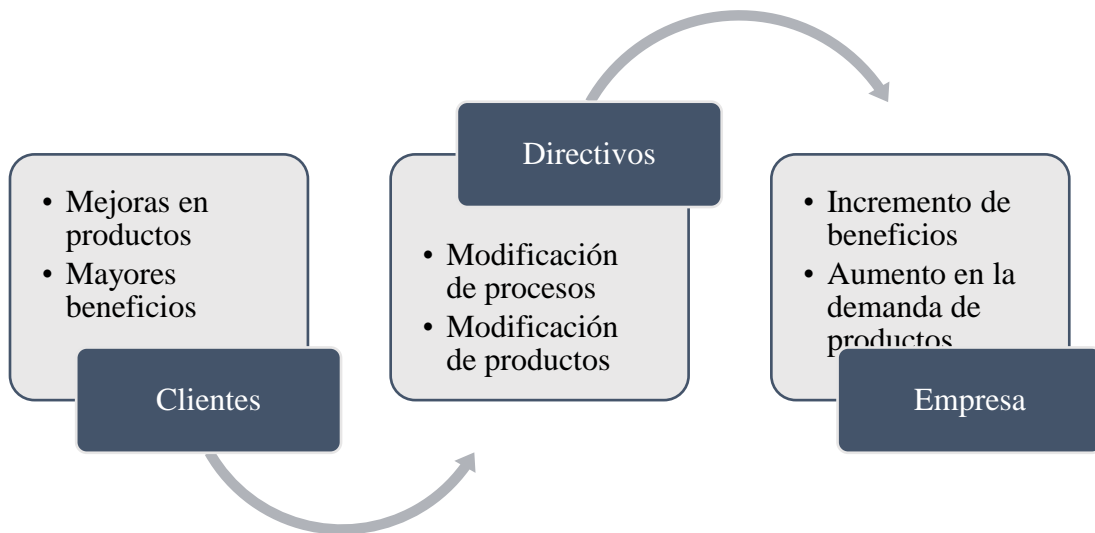


Figura 3. Proceso de implementación de la innovación en la organización. Adaptado de: Modelo organizacional en la innovación del conocimiento, Hernández, Carreón, & Bustos (2021).

En el caso de restaurantes, el concepto de valor agregado como resultado de la innovación, puede definir las preferencias de los consumidores, debido a la naturaleza de su producto como es la experiencia y el servicio intangible, en la cual se destaca este segmento. Un restaurante al ofertar una comida con un sabor incomparable, sumado a ello un ambiente agradable y con una decoración propia de su comercialización, puede generar en la mente del consumidor una fidelidad y con ello atraer ventas permanentes en el modelo de negocios (Almeida, Hernández, & Jaimes, 2021).

Con relación a Pavón y Goodman (1981), la innovación puede ser referida como un concepto que agrupa un conjunto de actividades en un tiempo y finalidad en particular, justificado por la necesidad de introducir nuevas ideas, las cuales se encaminen a productos, servicios diferentes, que muestran otras formas de organización, que quizás contengan recursos disponibles, técnicas de producción o se requieran procesos de capacitación para encaminar a la empresa a una nueva era donde las se sumen nuevos consumidores o clientes.

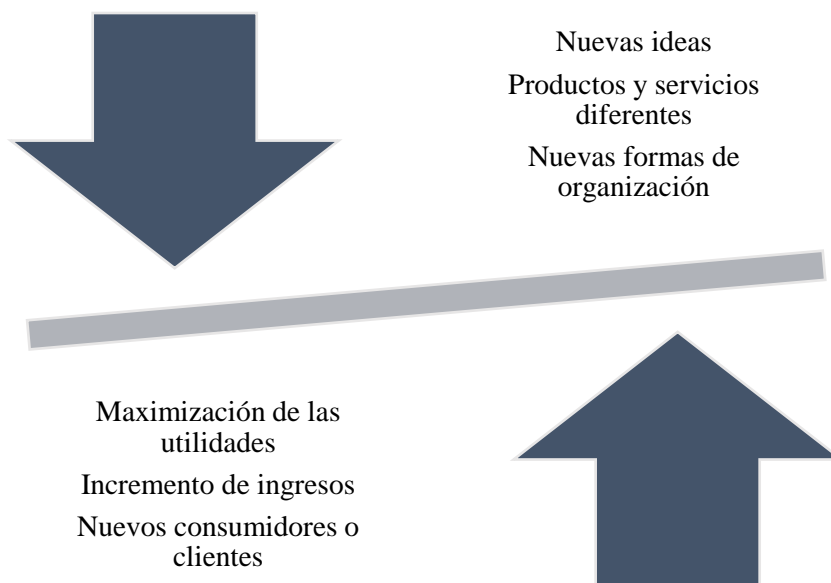


Figura 4. Beneficios y costos de la innovación en la organización
Tomado de: La planificación para el desarrollo tecnológico, Pavón y Goodman (1981)

Este concepto muestra un direccionamiento de aumentar la participación de mercado de una empresa asegurando que la innovación parte como una propuesta para trabajar bajo las mismas metas, pero asegurando que exista un menor uso de recursos, todo esto en favor de responder nuevas tendencias de mercado (Rodríguez & Quiroz, 2018). Cabe resaltar que las necesidades son cambiantes y los clientes se vuelven más exigentes, generando que existan productos cada vez mejorados y con menor precio en vitrinas, con lo cual la innovación puede ser una mejor alternativa para cumplirlos (Pérez, 2019).

Otro concepto que se agrega es el referido por Nelson y Phelps (1966) quien argumenta que la innovación es un proceso de cambio, que requiere de imaginación de los directivos, adicionando a este equipo de trabajo a los jefes departamentales y gerentes, a fin que se promueva una mejor capacidad instalada, con cambios necesarios, sean estos estructuras organizacionales y procesos técnicos, en la cual promuevan la optimización de recursos; dentro del análisis de factores que inciden pueden verse descritos temas internos como externos a la empresa.

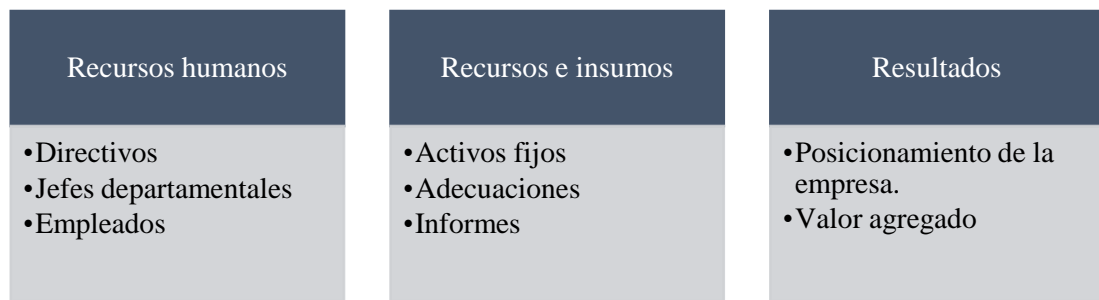


Figura 5. Recursos y resultados de la innovación en la organización
Tomado de: Investment in Humans, Technological Diffusion, and Economic Growth
Nelson y Phelps (1966).

Según este último autor, es tarea de todos los individuos, aportar con procesos que aseguren proveer de resultados finales acordes a las necesidades de mercado, incluso incorpora una nueva variable que es la administración del cambio, donde los procesos se flexibilizan, cambian y promueven nuevas solicitudes, todo esto es asegurando que la nueva capacidad que se obtiene, ayuda en alcanzar las mismas metas pero con mejores resultados, un escenario que es requerido en restaurantes, por la flexibilidad de su proceso de producción y comercialización frente a la pandemia por COVID 19 (Cando, Erazo, Álvarez, & Rivera, 2021).

Para Parra, Rubio y López (2017) el proceso de aplicar la innovación, parte de la mejora en realizar actividades de diferente manera, pero que conlleven a los mismos resultados o superiores, es decir: contar con los mismos recursos que incrementen la cantidad de ingresos o a su vez, maximizar las utilidades con la reducción en la estructura de gastos, promoviendo con ello un ambiente de mejora y mejores rendimientos a los accionistas de las empresas. En esta conceptualización, la empresa está direccionada por dos caminos, incrementar las ganancias de los ingresos o mantener el nivel de beneficios, reduciendo al máximo los gastos y los costos con utilidades atractivas para los dueños del patrimonio (Castells & Valls, 2021).



Figura 6. Estrategias enfocadas en la innovación aplicada en la organización.
Tomado de: Tecnología e innovación en la empresa, Castells & Valls (2021)

De acuerdo a Ortega (2016) esta última conceptualización, se recomienda que una posible innovación se encuentre al alcance de las metas de los accionistas, es decir, en caso que el mercado demuestre una ligera tendencia de contracción, los esfuerzos deben enfocarse en asegurar que la cantidad de beneficios se mantengan, avizorando que las utilidades sigan siendo atractivas, incluso se favorezca a la reinversión, más aún si el modelo de negocios requiere una ayuda y productos con mejores características, para acatar la atención de sus clientes.

1.3.2 Características de la innovación

Para los autores Rodríguez y López (2017), en su estudio sobre la innovación, sugieren que la adaptación de nuevos productos o de encontrar procesos que ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa requieren la aplicación de tres, fases, las mismas que se adaptan a los cambios por factores internos y externos que requieren las empresas, estas se describen a continuación:

Patrón fluido: se caracteriza por el enfoque descrito en el producto, en donde se trata de identificar un diseño acorde a las demandas del mercado; en la mayoría de los casos esto se genera debido a que las empresas olvidan de retroalimentar su presentación final, produciendo conceptos que quizás son obsoletos en la actualidad del mercado, los cuales evitan que siga liderando las preferencias de los usuarios y restando con ello la cuota de mercado con la que quizás contaban en años anteriores.

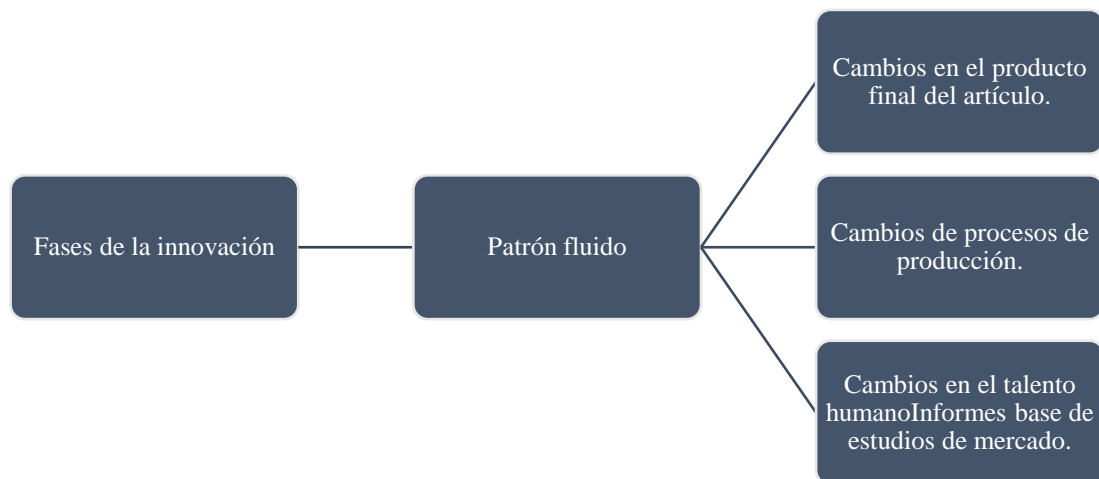


Figura 7. Características de la innovación en su fase de patrón fluido.

Tomado de: Capacidades de innovación en el contexto de las organizaciones de salud y desarrollo de un modelo teórico, Rodríguez y López (2017).

Entre los recursos que se afectan por parte de la innovación se centran:

- Cambios en el producto final del artículo.
- Cambios de procesos de producción.
- Cambios en el talento humano con mejores capacidades intelectuales.
- Informes base de estudios de mercado para asignar nuevos elementos base para el posicionamiento de la marca en la empresa.

Patrón tradicional: consiste en tecnificar los procesos, recurriendo a la producción en masa de los productos, es decir, modelar el producto final y luego replicarlo, a fin que su costo unitario se reduzca al máximo, tratando de obtener una utilidad referencial, una meta de producción e ingresos y finalmente un esquema financiero, donde los ingresos superen a los costos y gastos del proyecto.

Entre los recursos que se muestran como variantes de la innovación se tiene:

- Cambio de maquinarias.
- Actualización de equipos y forma de producción.
- Programas de capacitaciones.
- Planificación de entregas y recepción de insumos como de nuevos productos en canales de distribución.
- Campañas de marketing y difusión de las nuevas características en el mercado.

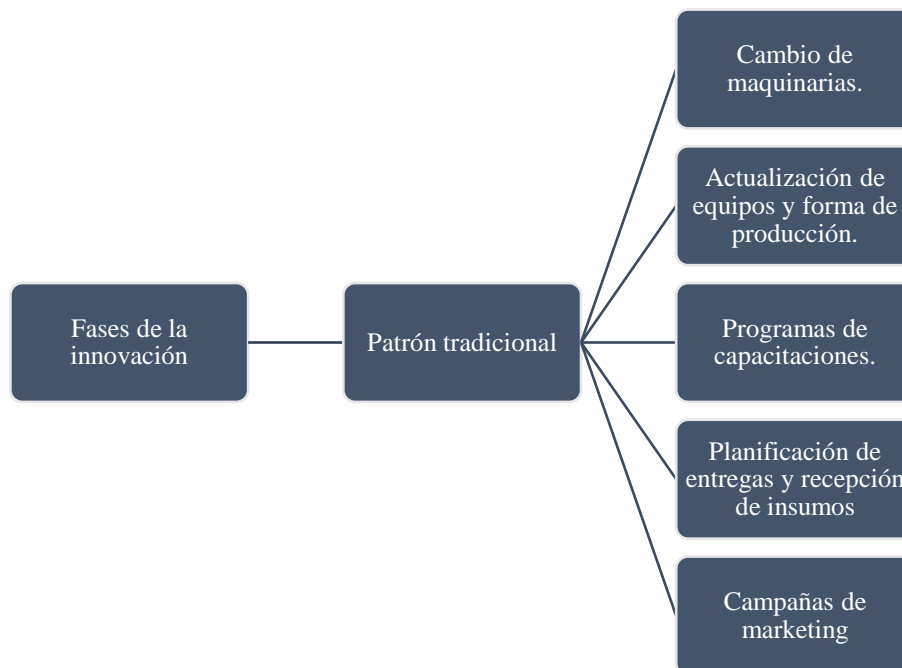


Figura 8. Características de la innovación en su fase de patrón tradicional.
Tomado de: Capacidades de innovación en el contexto de las organizaciones de salud y desarrollo de un modelo teórico, Rodríguez y López (2017).

Patrón específico: esto se relaciona exclusivamente con la madurez del producto, es decir, puede ser que un servicio o artículo se encuentre discontinuado porque sus elementos no resultan atractivos para el consumidor final, siendo sustituido en su totalidad por la competencia, sin embargo, para incorporar sus cambios, se debe reestructurar completamente con cambios en la fábrica, además de direccionar a su talento humano con nuevos procesos de calidad referidos en la producción.

Entre los requerimientos que necesita la innovación al aplicarse como patrón específico se enlistan los siguientes:

- Re-estructuración de la planta.
- Cambio de proveedores.
- Reemplazo de moldes de maquinarias.
- Capacitación de talento humano.

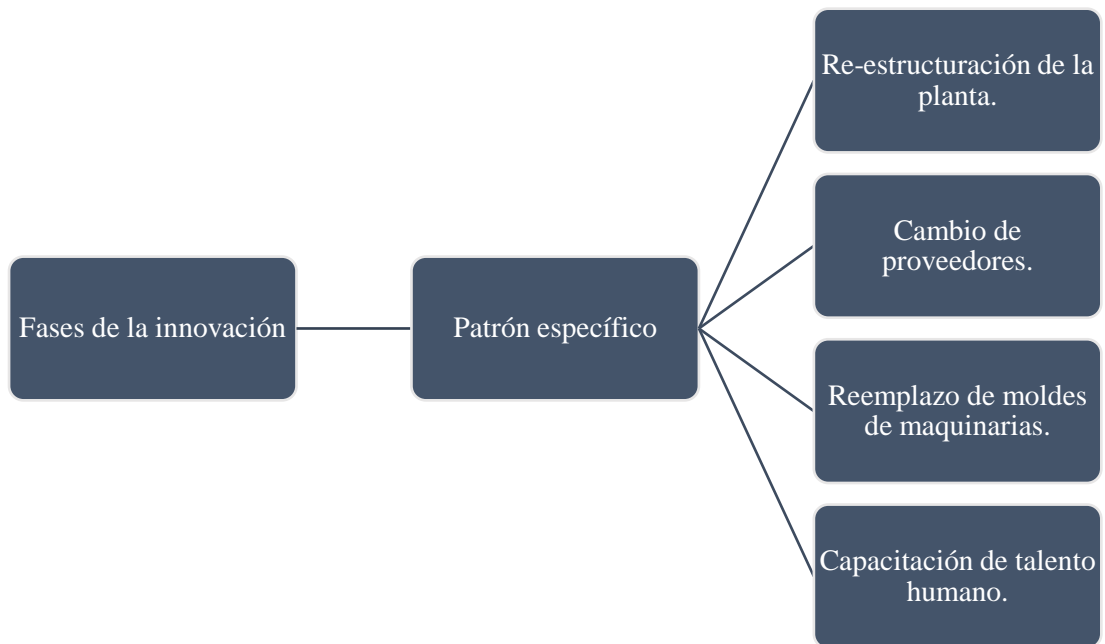


Figura 9. Características de la innovación en su fase de patrón específico.
Tomado de: Capacidades de innovación en el contexto de las organizaciones de salud y desarrollo de un modelo teórico, Rodríguez y López (2017).

Cabe destacar que es importante realizar un análisis previo de las nuevas mejoras en la organización, porque se debe mantener la similitud en los procesos de producción y cambios que conlleven a dos objetivos: el incremento de los ingresos como en la optimización de gastos y costos.

Otros elementos que pueden caracterizar a la innovación, los referencia a Espinoza, Moreno, Robles, Borbón, Solano (2019) quienes indican que sus elementos están condicionados a los ámbitos que establezcan los clientes, porque dependiendo de ellos se lleva a pago el proceso de comercialización y razón del establecimiento de la empresa como unidad de producción y generación del beneficio:

Innovación a través de proceso continuo, donde se mantienen las bases del producto, agregando cambios superficiales al artículo como son formas de presentación, etiquetado, contenido, o campañas publicitarias que demuestren mayores beneficios.

Innovación a través del proceso continuo, donde los cambios que demandan los consumidores son cambiantes de manera constante, por ende, se demanda mayores cambios en la fábrica y deben responder a su vez con nuevos insumos y características, a fin de despertar el interés de los clientes al final del proceso de compra; se aclara que esta tendencia ocurre a menudo en segmentos de tecnología e información automatizada (Rodríguez & Hernán, 2017).

Innovación a través del proceso discontinuo, donde se desechan todos los procesos que incurren en la producción, porque el producto se encuentra totalmente obsoleto, siendo decisión exclusiva de la dirección definir los nuevos productos que se tomaran en consideración para su fabricación. A continuación, se esquematiza las necesidades de cada uno de los elementos base de estas nuevas características expuestas por este último autor:

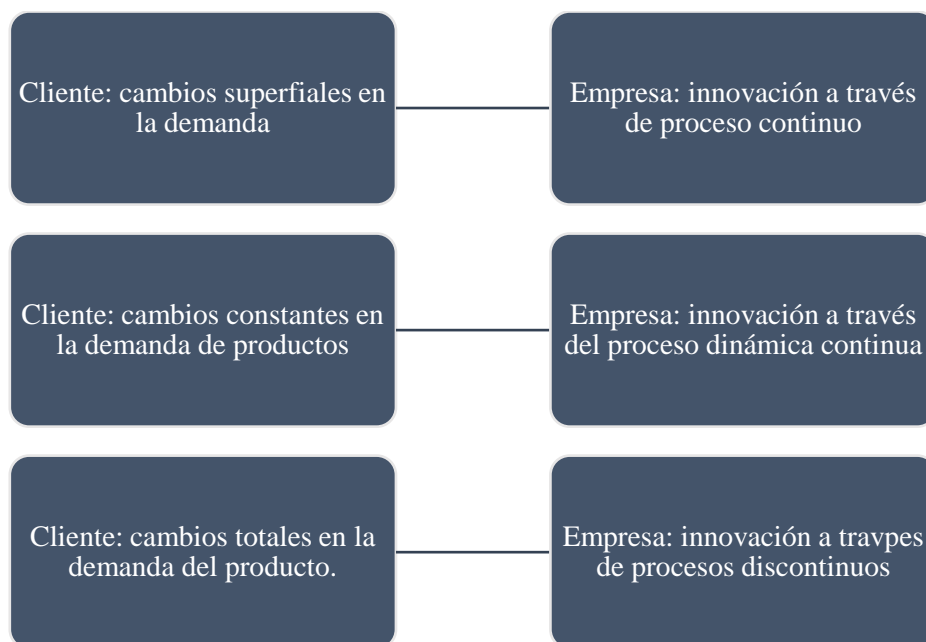


Figura 10. Características de la innovación en base al comportamiento del consumidor Tomado de: Procesos de innovación para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas de la región del Río Sonora, Espinoza, Moreno, Robles, Borbón, Solano (2019)

Como se puede observar, antes de incorporar un proceso de innovación en un producto, es necesario analizar las demandas en el mercado, porque su necesidad de cambio parte de la amenaza que pueda existir en el segmento como una pérdida de

participación, conceptos relacionados al incremento de costos y gastos y falta de procedimientos tecnificados, que posiblemente creen carga laboral en el personal.

Una vez descrita y explicada la participación de la innovación en los procesos que requieren las empresas para incrementar beneficios y maximizar utilidades, a continuación, se enlistan una serie de modelos que podrían acoplarse dependiendo del objeto de estudio que afecte la innovación.

1.3.3 Modelos de la innovación

Estos modelos de innovación son tomados a través de las teorías de Álvarez (2019), quién explica los motivantes de la implementación de estas variables, en función de la tecnología y la necesidad de apegar el producto como resultado para fidelizar al cliente, estos pueden ser.

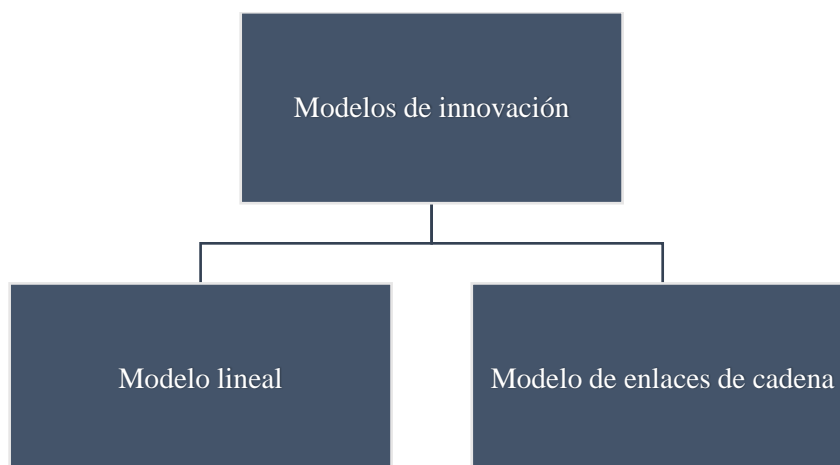


Figura 11. Modelos de innovación.

Tomado de: Factores de Adaptabilidad como ventaja competitiva en las Empresas PYMES del sector textil de la provincia de Arequipa, Álvarez (2019).

Se muestra que existen dos modelos de tipología, la innovación bajo un modelo lineal y un modelo por enlaces de cadena, cuyas diferencias son las siguientes:

Modelo lineal: toma como base el uso de la tecnología para discernir información, es decir, basa su criterio en anticipar mejoras de procesos valiéndose del conocimiento científico y comprobable, con la finalidad que dichas necesidades de mercado identificadas puedan ser empleadas en un futuro cercano y con la garantía que sus beneficios sean percibidos en el corto plazo.

Modelo de enlaces de cadena: este concepto es obtenido por medio de la filosofía de Schmokler quien argumenta que la innovación está incitada por las solicitudes de los clientes y que un concepto nuevo o transformado puede asegurar la preferencia siempre y cuando la competencia no la pueda identificar del todo.

Se puede acotar una estructura que explique de manera comparativa el accionar de ambos modelos innovadores:

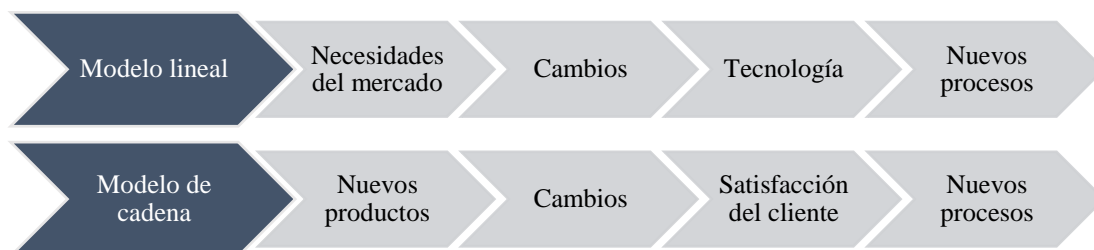


Figura 12. Modelos aplicativos de la innovación en la organización.
Tomado de: Factores de Adaptabilidad como ventaja competitiva en las Empresas PYMES del sector textil de la provincia de Arequipa, Álvarez (2019).

Como se puede observar, la diferencia se encuentra directamente en la forma como nace la innovación, argumentando en primera instancia que, dichos procesos de cambio nacen con la identificación de necesidades de mercado, partiendo de este criterio para ejecutar cambios y estandarizar nuevos procesos, mientras que la segunda referido por el modelo de cadena, basa su experiencia en tomar ideas de los clientes, posteriormente replicarlos a través de nuevos procesos ejecutados en la empresa.

Para medir las dimensiones de la innovación los autores Zandavalli y Aparecida (2018) derivan los siguientes argumentos para medir estas variables, así como los aspectos adicionales para determinar las metas del nuevo escenario productivo de las empresas: Entre las dimensiones que comprende la innovación están las siguientes:

- Innovación del producto.
- Innovación del proceso.
- Innovación de organizaciones.
- Innovación de mercadotecnia.

En cuanto a los aspectos adiciones que se le incorporan a la innovación para que pueda ser adaptada en los procesos, se tienen los siguientes elementos.

- Aspiraciones sobre el cambio por parte de la organización.
- Propósitos y objetivos demandados por el mercado.
- Direccionamiento especializado de nuevos procesos.
- Fuente de abastecimiento de información como estudios de mercado.
- Nuevos contextos de las empresas en cuanto a la definición de tendencias de los consumidores.
- Agentes que enfatizan modelos de cambios adaptados a los productos.
- Sectores de procesos donde se identifican falencias del sistema.
- Gobernanza en decisiones basadas en eficiencia y eficacia del manejo de los recursos.
- Resultados a esperar bajos los nuevos procesos de cambio.
- Desarrollo y retroalimentación del nuevo aprendizaje.

1.3.3.1 Innovación por producto

La innovación de un producto corresponde a las nuevas mejoras y cambios que debe tener un artículo en función a los constantes rechazos y conceptos bajos de valor agregado por parte de los clientes o consumidores. En algunos casos, dependiendo de la gravedad de la aceptación de producto, se pueden dar reformas o cambiar por completo la producción, garantizando de manera posterior, que los nuevos resultados actúen con una mejor rentabilidad o se busque de nuevo obtener la fidelización del cliente (Rodríguez M. , 2019).

1.3.3.2 Innovación de proceso

Para Barrero y Petit (2017) refirieron a los constantes cambios que debe estar expuesta la fábrica, con la finalidad de cubrir debilidades o amenazas que repercutan en el producto final, entre las actividades que pueden verse afectadas por el proceso de producción en cambio de actividades, se tienen los siguientes elementos:

- Cambios en la cadena de valor.
- Argumentos sobre la dirección y flexibilidad para el cambio de los jefes departamentales.

- Cambios en los proveedores.
- Referencia en la calidad de los insumos.
- Procesos de transformación.
- Criterios de almacenaje e inventario de seguridad, entre otros.

1.3.3.3 Innovación de marketing

Comprende los nuevos procesos de comercialización, que incluye la salida del producto hasta lograr la satisfacción completa del cliente, en ocasiones para la retroalimentación, las direcciones incorporan un canal de atención postventa, para captar numerosos requerimientos que no lograron ser colocados o tomados en las características del producto, para su posterior modificación. Dentro de la innovación de marketing, suelen adicionarse campañas publicitarias, nuevo direccionamiento de clientes y videos de credibilidad del producto final, en caso que la misma posiblemente ha tenido una falta de transparencia con el mercado (Ramírez & Perusquia, 2019).

1.3.3.4 Innovación organizacional

En referencia a Delgado, Vargas, Rodríguez, Montes (2018) la innovación organizacional consiste en los canales de comunicación para facilitar el diálogo entre estructuras departamentales o de los mismos departamentos, considerando que el tiempo que traslada la información es de suma importancia para reaccionar a las exigencias de los clientes, además se pueden plantear sistemas integrados para evitar todo tipo de fugas o mal uso de datos. Entre ejemplos se pueden acotar:

- Sistemas de tecnologías de la información.
- Intranet.
- Procesos de bitácora automatizada.
- Sistema de capacitación dirigida.

1.3.4 Productividad

Se puede asociar a la productividad como el resultado de medir, el uso de los recursos financieros y humanos en una situación en particular, además de compararla con otros indicadores calculados en otros lapsos de tiempo, a fin de determinar si los aspectos que ha tomado la administración en sus decisiones han sido del todo

correctos, o los beneficios obtenidos son cada vez menores con la misma cantidad de recursos que en años anteriores (Vargas, 2020).

Desde un punto de vista organizacional, la productividad es comparada con los objetivos de la organización, porque en ella se enlistan si las metas fueron cumplidas, además de considerar si los empleados se encuentran altamente motivados o en un ejemplo clásico, donde la falta de organización y atribución de tareas, impide la maximización de los beneficios, desincentivando con ello la reinversión de las utilidades (Ora, 2019). Entre otros valores se puede asumir como un proceso para garantizar la efectividad de la administración, entre el manejo eficaz de los insumos y la eficiencia con la que se llevan a cabo procesos operativos (Curro, Izquierdo, Pazo, Salazar, & Villanueva, 2017). En cuanto a las características que se argumentan por medio de los autores García, Vesga y Gómez (2021), se tiene que la productividad debe abarcar lo siguiente:

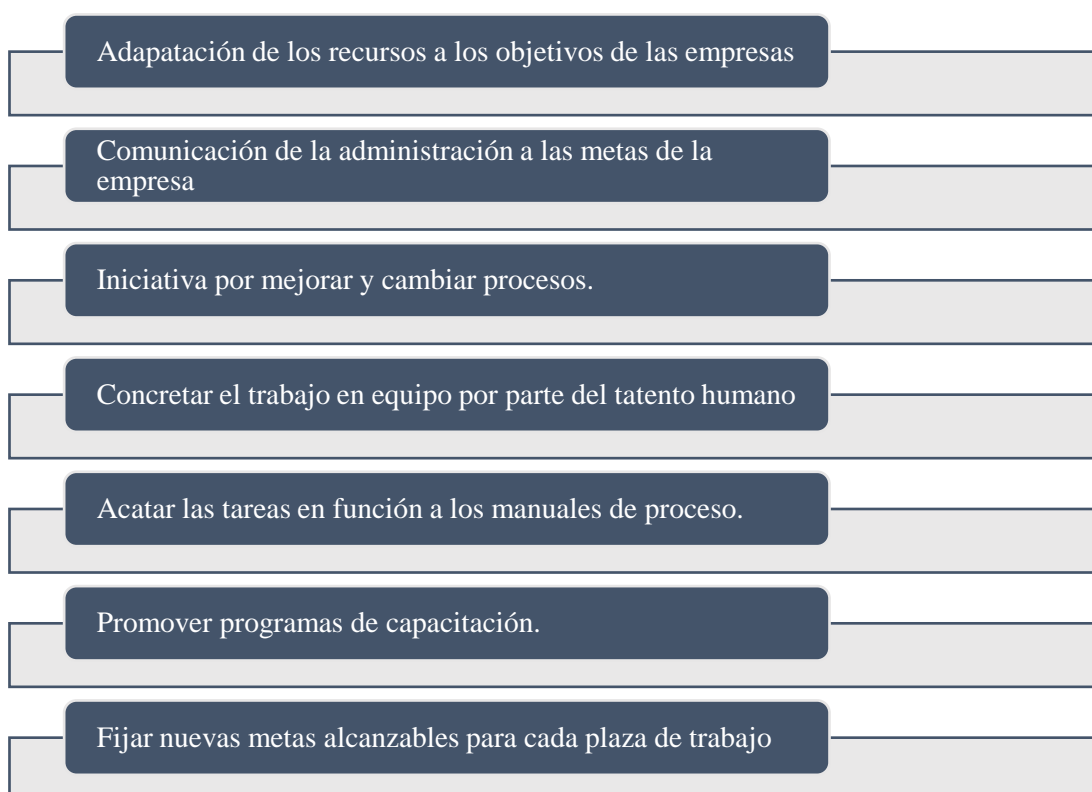


Figura 13. Características de la productividad en su enfoque organizacional
Tomado de: Clima organizacional: Teoría y práctica, García, Vesga y Gómez (2021)

Como se puede apreciar en la figura, las características de la productividad comprenden cambios asociados que pueden darse siempre y cuando fueron aplicados

antes de la ejecución operacional de las actividades y que las mismas deben ser descritas con anticipación a los miembros de la organización, una vez obtenidas las reglas en la organización, se pueden referir mejoras en el desempeño de funciones y obtener mejores resultados en el corto plazo.

Es importante aclarar que adicionalmente al recurso humano, los insumos pueden medirse, pero que difieren de sus resultados, estos debido a las diferencias de las actividades que ejecutan como, por ejemplo, el desempeño de actividades administrativas con producción y ellos a su vez con ventas o comercial (Arévalo, Nájera, & Piñero, 2018) .

1.3.5 Productividad operacional

De acuerdo con Rifo, Álvarez, Freire (2017) en este tipo de productividad, mide las actividades llevadas a cabo dentro de la cadena de valor o relacionadas a la construcción del producto o servicio, en donde se identifican:

- Insumos y talento humano que administra el inventario de materias primas.
- Procesos que convergen en la producción y transformación de productos.
- Determinación de procesos de almacenaje de artículos terminados.

1.3.6 Productividad financiera

En cuanto a Pacora (2018) en cuanto a la productividad financiera, se refiere a la magnitud de recursos empleados, vs el beneficio obtenido de su implementación, aquí pueden darse como referencias conceptos de eficiencia y eficacia en los recursos y que se lo mide con las siguientes fórmulas:

- Rendimiento sobre activos = utilidad neta / total de activos
- Rendimiento sobre patrimonio = utilidad neta / total de patrimonio.

Capítulo 2

Metodología de la investigación

La investigación nació de la exposición de una serie de argumentos que condicionan dos variables como la innovación por necesidad y flexibilidad de la administración de emplear nuevas formas de comercialización de los restaurantes y la productividad, vista desde el punto de talento humano, donde es necesario disponer de personal comprometido y altamente capacitado bajo los cambios que se lleven a cabo, a fin que no sean despedidos y reorganizados a la nueva forma de dirección.

Sin embargo, lo referido en el párrafo anterior sobre la interacción entre las variables asociado al estudio y forma de manejo administrativo de los restaurantes, se puede interpretar netamente como un conocimiento empírico, que necesita ser comparado tanto con el marco teórico, así como la recolección de datos que corroboren la correlación en la actualidad y las conclusiones argumentales diferenciales que se podrían enlistar, en base a las percepciones de los directores de restaurantes, frente a esta necesidad de comparativo se desarrolla este presente capítulo de metodología de investigación.

La metodología de la investigación desde el punto de vista de Moguel (2011), referencia un tratamiento exclusivo de procedimientos, que tratan de identificar primeramente las características del objeto de estudio y posteriormente la forma como convertir los datos obtenidos en información completamente relevante, que aporten tanto a identificar la presencia del problema, como un conocimiento adicional para futuras investigaciones.

El proceso de metodología de la investigación se compone de los siguientes subtemas:

- Diseño de la investigación, en la que se define la participación del investigador en torno a la manipulación de los datos.
- Enfoque de la investigación, determinar la naturaleza de los datos, argumentando el tipo de medición para un posterior procesamiento, sea esta de forma categórica o numérica.

- Tipos de investigación, comprende en base al diseño, el tipo de proceso que tomará el investigador, para comprobar el problema, sus conclusiones, recomendaciones y si es posible algunos temas de discusión.
- Instrumentos de recolección de datos: expone a través de indicadores, los elementos que describen la problemática y que son calificados o medidos de acuerdo a informes previos y opiniones del objeto de estudio seleccionado, el cual en algunos casos se categoriza como población y muestra.
- Población y muestra, describe de manera específica, las características que guardan los elementos que están involucrados en el problema y que a través de sus opiniones o comportamientos explican si existe una reacción positiva o negativas hacia los efectos en el entorno.

A continuación, se muestra cada uno de los elementos descritos, pero de manera asociada al tema de estudio, precautelando que cada punto este acompañado de su respectiva definición conceptual.

2.1 Diseño de investigación

El accionar y finalidad del presente trabajo de investigación se fundamenta en la correlación de las variables, datos tomados de la percepción que tienen los directivos de restaurantes a partir de la exposición de dos variables, la primera con temas de innovación sobre la planificación de nuevas formas de comercialización y producción y la segunda sobre mantener la productividad sobre el uso eficiente y eficaz del recurso humano en su trabajo operativo.

De acuerdo a este escenario, el investigador tiene el trabajo de recolectar opiniones, comparar argumentos y emitir una conclusión, evitando estar a favor o en contra de la correlación, es decir, existe una incertidumbre sobre los resultados reales, pero de una postura de por medio en afirmar una relación existente en cada variable, por lo tanto, en cuanto a esta participación, se toma como referencia la aplicación del siguiente diseño de investigación.

Para los autores Hernández, Fernández y Baptista (2016) en su explicación sobre la metodología de investigación, clasifican el diseño en dos tipos de escenarios, fundamentando la diferencia a través del grado de participación del investigador con el tema de estudio: diseño experimental y diseño no experimental.

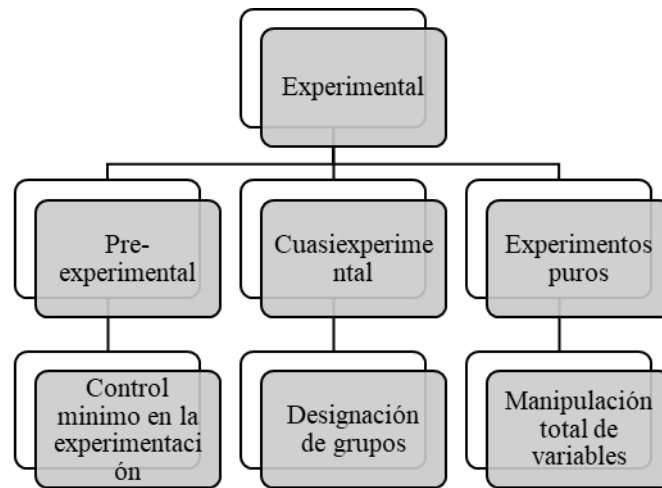


Figura 14. Clasificación de la investigación experimental en función a su diseño.

Adaptado de: metodología de la investigación, Hernández y Batista (2018)

En base a la figura sobre el diseño experimental, se observan tres subcategorías, la primera denominada pre-experimental donde su referencia al tratamiento de la investigación es mínima, el segundo la cuasi-experimental donde se prefieren designar grupos para la exposición al objeto investigado y el tercero que se define como experimento puro por la manipulación total de las variables, es decir, se puede modificar resultados, causas, efectos y todo acontecimiento relacionado en el planteamiento del problema.

Como se observa, la característica en común de los diferentes diseños de investigación experimental, son las necesidades de requerir la presencia del investigador, como un elemento más que se relaciona al objeto de estudio y que de esta depende sus resultados, quizás porque se quiera llegar a un nuevo conocimiento y relación entre variables expuestas; sin embargo, esto difiere completamente hacia los objetivos que se requiere con el estudio, aseverando los siguientes puntos de vista en la cual se fundamenta esta aseveración:

- No se pretende influir en las decisiones de los administradores porque se requiere conocer sus decisiones en el diario laboral.
- Las empresas tienen comportamientos diferentes en su cadena de valor, por lo tanto, no se puede asociar a una sola postura, es evidente que se espera encontrar con diferentes opiniones y formas de tomar decisiones.

- No existe un informe sobre una tendencia correcta en la toma de decisiones, por lo tanto, manipular la información hacia una completa relación o un rechazo entre variables, no dispone de un argumento comprobable, lo cual afectaría a las conclusiones y veracidad en el trabajo.

Frente a estos argumentos, se concluye que la investigación experimental, no está asociada al procesamiento de la información, porque difiere de la veracidad de los datos y de la falta de un informe base que describa la postura adecuada entre variables; frente a este rechazo de diseño, se procede a continuación determinar el tratamiento de un aspecto no experimental:

La característica del aspecto no experimental evita la participación del investigador, es decir, que la manipulación de los datos no se genera antes del procesamiento, obteniendo con ello informes reales sobre el acontecer de la problemática y sus resultados muestran la interacción con la problemática, no necesariamente una postura a favor o en contra manipulada, sino que expresa la naturaleza propia de los factores que incide la relación entre las dos variables.

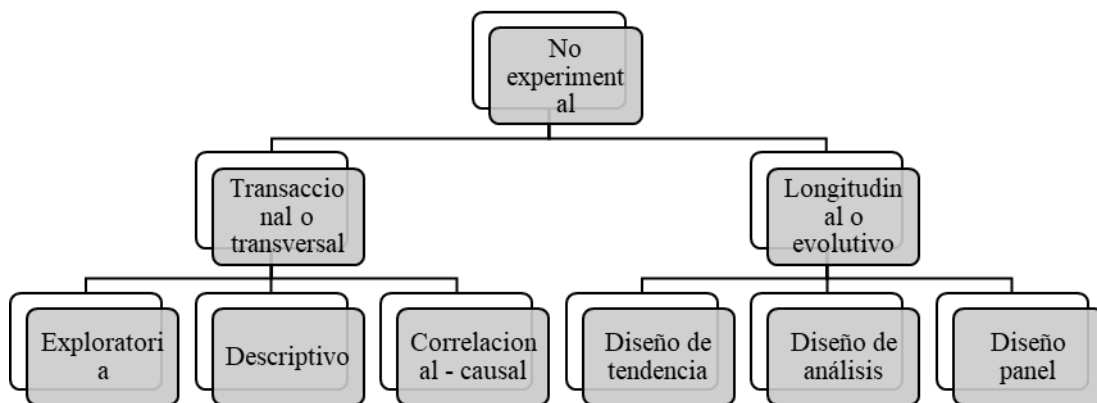


Figura 15. Clasificación de la investigación no experimental en función a su diseño.

Adaptado de: metodología de la investigación, Hernández y Batista (2018)

Como se observa en la figura, el diseño no experimental a su vez se clasifica en dos enfoques: transaccional o transversal y longitudinal o evolutivo, siendo su referencia conceptual la siguiente:

El diseño no experimental transaccional o transversal, toma como recolección de datos, un periodo particular seleccionado por el investigador, indicando que en el momento existen efectos suficientes en el objeto de estudio para ser recolectados y posiblemente asociados al problema planteado, asegurando que dicho panorama puede cambiar con el tiempo, por la adición o sustracción de factores, que no son controlados por el investigador y que pueden modificar las conclusiones del estudio (Madé, 2006).

Si se compara la finalidad del diseño no experimental sub-criterio transaccional o transversal, este se asemeja al tratamiento esperado de la investigación, con aquellos puntos que se necesitan en la investigación, porque los datos a recopilar, parten de la experiencia de los directores de empresas de restaurantes en Machala y su difícil situación con las restricciones de movilidad por la pandemia y mandatos constitucionales que limitaban la comercialización de sus productos.

En caso que se sume nuevas variables como: nueva normalidad en negocios, liberación del aforo en restaurantes y la presentación de nuevos elementos que permitan la libre comercialización de productos, podrían cambiar las respuestas del estudio, por lo tanto, toma relevancia las limitaciones en tiempo y localidad, esto concluye que el diseño se ajusta perfectamente a la investigación planteada.

En relación al diseño no experimental longitudinal o evolutivo, su procesamiento consiste en recolectar cambios en la problemática conforme pasa el tiempo generando que exista una cantidad de causas y efectos asociados a cada periodo con múltiples conclusiones criterio que no se busca establecer con el tema de estudio.

2.2 Enfoque de la investigación

En función al enfoque de la investigación, se describe como la naturaleza de los datos a obtener, previa a la comprobación de correlación entre variables, en función a Hernández, Fernández y Baptista (2016), la información a recopilar puede ser de tipo literal definido como cualitativa y de tipo numérica definido como cuantitativa, a continuación, se muestra una referencia conceptual de cada uno de estas variables:

Los tratamientos de datos cualitativos son utilizados cuando las recolecciones de datos califican, categorizan o describen en adjetivos los factores que afectan a un fenómeno, como son: la medición en escala de Likert, con datos de respuestas binarias o que

determine la incidencia de una serie de acontecimientos desde una perspectiva de percepción o de satisfacción conforme a un entorno en particular.

Los tratamientos cuantitativos, permiten la medición de los datos en función a puntos de referencia de números, con estadísticas previas que ayudan a generar indicadores, que condicionan resultados negativos o positivos en cuanto a la influencia de un elemento. Comúnmente los datos que se obtienen son valores numéricos avalados por una institución de credibilidad y se lo toma empleando la investigación bibliográfica.

2.3 Tipos de investigación

Para definir los tipos de investigación, se toma como referencia lo detallado por Guerrero y Guerrero (2017), quienes refieren al tipo de investigación como las actividades que se ejecutan para seleccionar los argumentos válidos que definan la credibilidad de la situación planteada en la problemática; si esto se relaciona con el estudio de la incidencia de la innovación sobre la productividad en los restaurantes, entonces, se ratifica bajo que, circunstancias estos actúan sobre los resultados de las empresas o pueden ser considerados como estrategias válidas para determinar un impulso al desarrollo de estos negocios.

De acuerdo con Aguinaga y Criollo (2017) la investigación descriptiva, se utiliza para determinar las características del objeto de estudio y su reacción frente al escenario planeado en la problemática, teniendo en consideración que su presencia generan reacciones hacia los efectos que se analizan en un árbol del problema. El estudio se caracteriza por la determinar el grado que utilizan los administradores para obtener resultados positivos en la productividad en un periodo determinado, por lo tanto, es importante que la descripción forme parte de los procesos en el informe final del documento.

Con relación a Baena (2017) se emplea la investigación exploratoria en estudios donde su base referencial es poca, o no se encuentran investigaciones previas que se usen como una guía para encaminar a una conclusión comprobada; en el caso de la investigación propuesta, la innovación y productividad han sido analizadas por separado y se han encontrado autores que han planteado el mismo escenario con la diferencia de presentar restaurantes que se localizan en otro sitio diferente al Ecuador, lo cual no podría entregar absoluta credibilidad, debido al tratamiento cultural, direccional y de dirección que muestran los directivos del sector privado, razón por la

cual es importante explorar, mediante argumentos válidos como las opiniones de directivos podrían diferir de los resultados de investigaciones similares con variables de innovación y productividad.

Finalmente se utiliza la investigación correlacional porque de acuerdo a Bernal (2016) explica las relaciones de comportamiento entre dos variables, determinando la cantidad de argumentos que tienen similitud o justificando la razón por la cual los indicadores guardan diferencias entre ellos. Para la investigación en curso, la presencia de la innovación o estrategias que se enfoquen en su direccionamiento y si su productividad es el efecto de este accionar, podría generar un gran aporte hacia el éxito en la dirección, porque en el diario laboral, muy pocas empresas pasan a convertirse en grandes modelos de negocios, incluso algunas fracasan en el intento, donde sus ejecutivos desconocen la razón o por su falta de experiencia, se olvidaron de incluir a la innovación como un elemento clave en la planificación.

2.4 Fuentes de investigación.

Según el criterio de Marroquín (2018), la forma para recaudar datos se puede dar bajo dos conceptos: la primera definida como primarias que se las define como aquella información que es original, no ha sido modificada ni interpretada por otros autores, entre los cuales se destacan libros, artículos, entre otros; este tipo de información se encuentra en el documento a través de la exposición de datos en el apartado 1.2 sobre teorías institucionales, los cuales muestran el aporte de la innovación en las organizaciones así como la forma como la productividad muestra el rendimiento de la empresa en aspectos operativos financieros y de talento humano.

En cuanto a fuentes secundarias, el autor Ramos (2015) son información que ha sido procesada previamente por autores hacia conclusiones específicas, en estas se pueden destacar los artículos científicos de alto impacto que han mostrado la relación de la innovación y productividad descritos en el apartado de antecedentes y en el marco referencial, porque apuntan exclusivamente al segmento de los restaurantes a pesar que la recolección de datos fue tomada de diferentes localidades al Ecuador o difieren de la cultura de los directores de empresas en la ciudad de Machala.

La diferencia del presente trabajo de investigación con relación a los trabajos de Rajapathirana y Hui (2018) en el estudio de la innovación y de La Mota, Iglesias, y Zea (2021) radica en el tipo de objeto de estudio que se analiza, debido a que, la

administración en negocios de la ciudad de Machala está enfocada a modelos de negocios con características de micro empresas y emprendimientos que aún no son constituidos como compañías, criterio expuesto en los reportes del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020), lo que aporta con la recolección de opiniones donde la innovación posiblemente se aplique de manera empírica y en donde la relevancia de una productividad con resultado positivo generaría un desarrollo exponencial en la empresa.

2.5 Herramienta de recolección de datos.

Para comprobar la incidencia de la innovación sobre la productividad de las empresas del segmento de restaurantes en la ciudad de Machala, se toma como herramienta de recolección de datos a la encuesta, en base a Díaz y Amador (2016), argumentaron que por medio de esta técnica, se puede definir la característica en común o que comparten los elementos de una población o muestra, a fin de contar con criterios válidos para un procesamiento de información que ayude a comprobar la existencia de un problema.

En el presente estudio, la encuesta sirve para enlistar los criterios de percepción que tienen los directivos de restaurantes en la ciudad de Machala, sobre su accionar de la innovación en sus decisiones y de cómo se ha obtenido resultados en la productividad de cada uno de sus modelos de negocios direccionados; es importante determinar que se elige a la encuesta porque cada restaurante se maneja de forma diferente, existen diferentes estructuras de funcionamiento y además quizás existen errores que no han sido contemplados por la administración pero que se documentan como aporte adicional en la investigación sobre posible riesgos de quiebra en los negocios.

Para la construcción de la encuesta, se utilizan preguntas discriminatorias para identificar las características de los sujetos consultados, consecuentemente se empleó la clasificación de las empresas, bajo el método de contratación de cantidad de empleados, avalado por el directorio de empresas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020) las cuales dividen en:

- Micro-empresas: de 1 A 9 trabajadores en nómina.
- Pequeñas empresas: de 10 A 49 trabajadores en nómina.

- Mediana empresa A: de 50 A 99 trabajadores en nómina.
- Mediana empresa B: de 100 A 199 trabajadores en nómina.
- Empresa grande: de 200 en adelante.

Los argumentos que definen la presencia en la organización, fueron tomados del modelo de innovación incremental radical; abierta de Rajapathiran y Hui (2018) y la productividad, del modelo de medición integral de la productividad de los autores La Mota, Iglesias, & Zea (2021), cuya forma de medición es a través de una escala de Likert de cinco niveles comprendidos en: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Neutral (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5)

2.6 Población y muestra

Para definir la población, el autor Arias (2016) describió que es el conjunto de elementos que guardan una característica en común, siendo los afectados por problema planteado o repercuten en las causas de ocasionar, cuyas opiniones o comportamientos son el denominador para entender la presencia del tema a estudio. La población del estudio se define a los restaurantes de la ciudad de Machala, registrados y no registrados en la Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (2019), debido a que, muchos de los negocios no están bajo la constitución de una empresa, refiriéndose como personas naturales y contribuyentes no obligados a llevar contabilidad, de acuerdo a la revisión realizada, sin embargo, el 100% de las personas que se encuestó sí están obligadas a llevar contabilidad.

Se justifica la elección de la ciudad de Machala, por catalogarse como un sitio altamente competitivo para los restaurantes, esto debido a la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2020), que enlistan a esta actividad como una de las áreas económicas que mayor aporta a la generación de plazas de trabajo, siendo la innovación y productividad estrategias que ayudaría a incrementar el desarrollo de negocios en este segmento de mercado, criterio avalado en la investigación de González, Riofrio, & Sánchez (2017) que manifestaron en una mejora económica y financiera de las empresas que apostaron por estas estrategias.

Tabla 5.
Restaurantes en la ciudad de Machala

Nombre establecimiento	Gerente/Propietario
Nuevo Eden	Jessica Mendoza
Hillary Deli	ROJAS PALTAN KEVIN ALEJANDRO
OSSO PASTAS & VINOS ROSSPAVI C.LTDA.	TENICELA LUIS
Takoshi	BRAMBILLA SERRA DINO MARCELLO
CHESCOFRANQUICIAS CIA.LTDA.	Freddy Jacome Alvarado
Goza	ROMAN SERRANO VALERIA ESTEFANIA
Caminos del Sol	TINOCO BLACIO BIRON VICENTE
Bliss Resto bar	ANDINO VERDY JULIO ADRIAN
Drinko	Gian Carlos Rizzo
Al brujo	Maria Paz Obando
L'aroma de café	Ximena Espinoza
La casa del tigrillo	Alexandra Sanchez
El Paraiso de la Vida	
La olla criolla	
Recuerdo Parilladas	Jhon Fernandez
El Bollo que Arde	
Taita Gourmet	Andres Ortega
Puerto Manta	
Picanteria Piguari	Fernando Valdiviezo Solano
Taipa	ELASQUEZ QUESADA MOISES ALBERTO

La selección de la muestra se basó en un muestreo por conveniencia, cuyo autor Stake (1999) lo define como una técnica no probabilística y no aleatoria, que sirve para conformar muestras en base a la facilidad de acceso, disponibilidad de individuos que conforman parte del objeto de estudio. Según la investigación de González, Riofrio, & Sánchez (2017), el segmento de restaurantes de Machala presenta una alta informalidad, por lo cual, impide que se tome un grupo de compañías referidas en sus listados como parte de la población, debido a la característica de que, algunos contribuyentes se encuentran inactivos y otros ya están en liquidación.

Capítulo 3

Resultados

3.1 Aspectos discriminatorios

Pregunta. Seleccione su sexo

Tabla 6.

Sexo de los encuestados

Descripción	Número de encuestados	Porcentaje
Hombre	15	75%
Mujer	5	25%
Total	20	100%

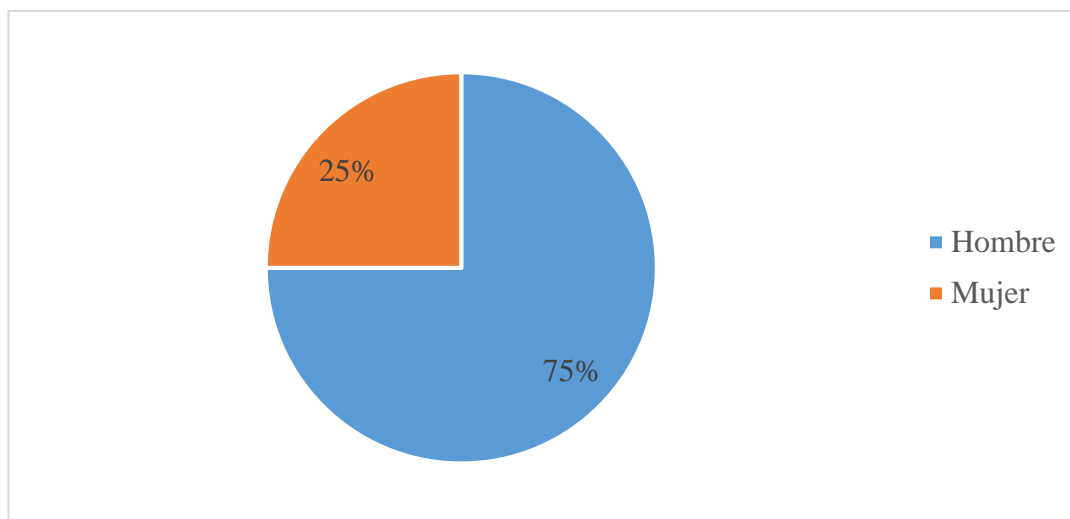


Figura 16. Sexo de los encuestados

Análisis

Según el perfil de los encuestados en cuanto a su género, el 75% de respuestas provienen de hombres, mientras que el 25% son respuestas de mujeres, es decir, se puede interpretar que, de acuerdo a la selección de las empresas, la mayor parte esta direccionado o su dueño es de sexo masculino, mientras que la diferencia esta direccionada o es de propiedad de una mujer.

Pregunta. Indique su edad

Tabla 7.

Edad de los encuestados

Descripción	Número de encuestados	Porcentaje
18 a 25 años	13	65%
26 a 33 años	2	10%
34 a 41 años	2	10%

42 a 49 años	3	15%
50 en adelante	0	0%
Total	20	100%

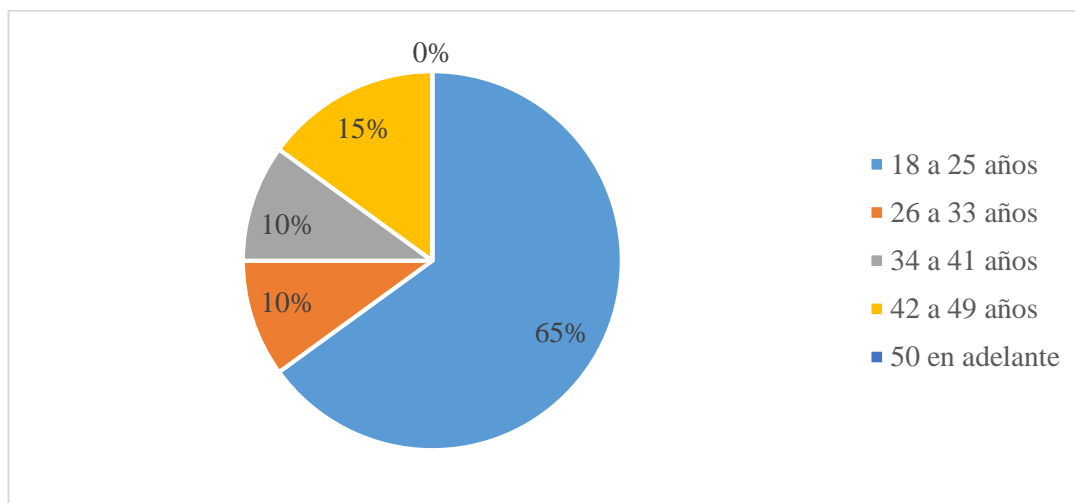


Figura 17. Edad de los encuestados

Análisis

En cuanto a la edad de los encuestados, el 65% de las respuestas provienen de personas con edades de 50 años en adelante, el 15% responden personas entre 42 a 49 años, siguiendo un 10% con edades entre 26 a 33 años, el 10% entre 34 a 41 años y no existen participantes con edades entre 18 a 25 años.

Pregunta. Seleccione su nivel de estudios

Tabla 8.
Nivel de estudios de los encuestados

Descripción	Número de encuestados	Porcentaje
Primario	0	0%

Secundario	1	5%
Grado (Universitario)	19	95%
Post Grado	0	0%
Total	20	100%

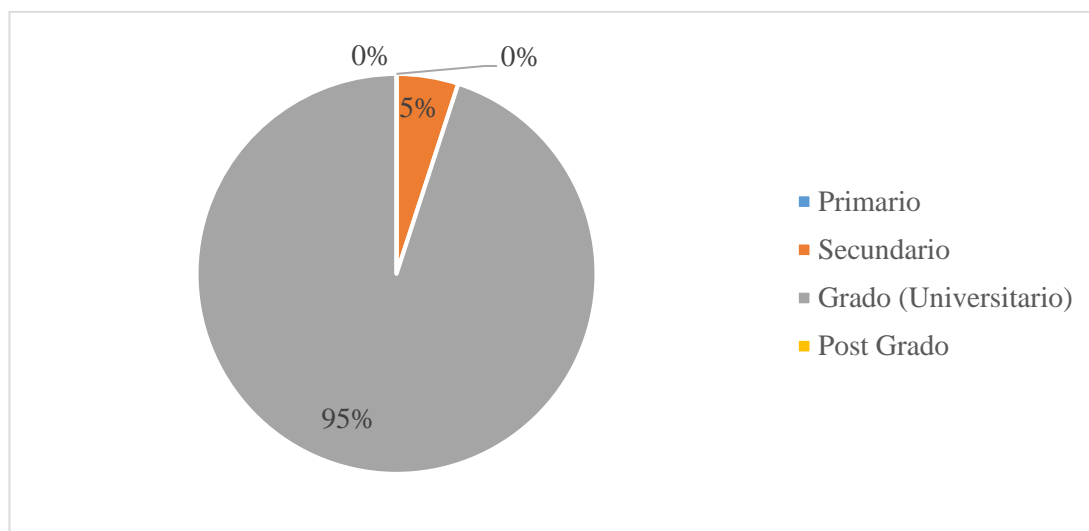


Figura 18. Nivel de estudios de los encuestados

Análisis

En cuanto al nivel de estudios de los encuestados, se tiene que, el 95% tiene título universitario para dirigir su empresa de restaurantes, mientras que el 5% tiene educación secundaria, finalmente en referencia a niveles como primario, y post grado, no se registran encuestados de cuantificados.

Pregunta. Indique el tamaño de la empresa en función al número de empleados

Tabla 9.

Tamaño de la empresa donde trabajan los encuestados

Descripción	Número de encuestados	Porcentaje
Microempresa (1 a 9 empleados en nómina)	14	70%

Pequeña empresa (10 a 49 empleados en nómina)	4	20%
Mediana empresa A (50 a 99 empleados en nómina)	1	5%
Mediana empresa B (100 a 199 empleados en nómina)	0	0%
Empresa grande (200 empleados en nómina en adelante)	1	5%
Total	20	100%

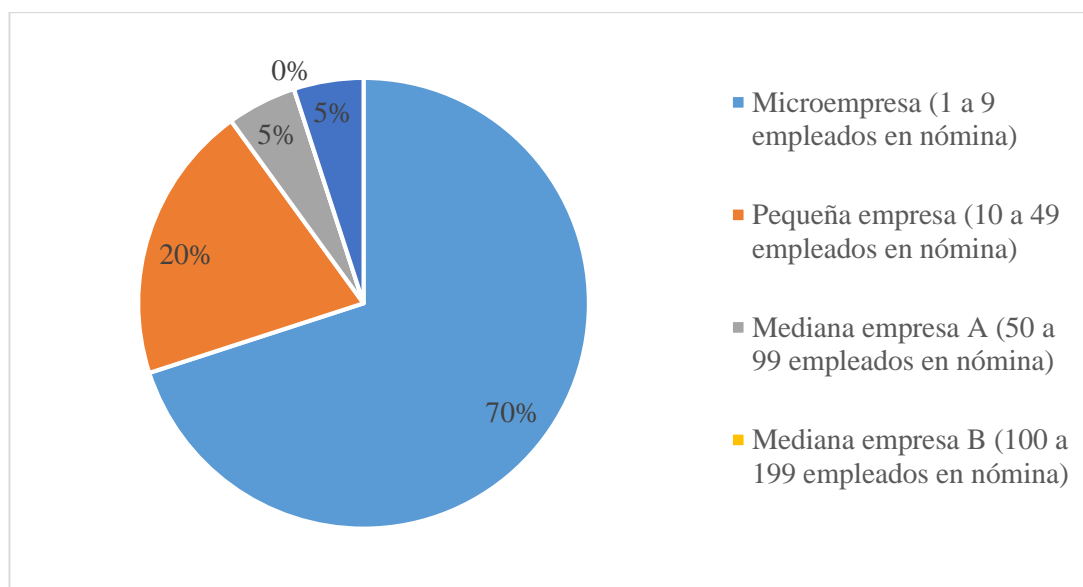


Figura 19. Tamaño de la empresa donde trabajan los encuestados

Análisis

En cuanto al tamaño de la empresa con referencia al número de trabajadores, se tiene que el 70% están catalogados bajo la clasificación de microempresa, el 20% bajo el concepto de pequeña empresa, el 5% con referencia a mediana empresa tipo A, el 5% con tema de empresas grandes, sin embargo, no se registran compañías encuestadas bajo el perfil de mediana empresa tipo B.

Pregunta. ¿Qué cargo ocupa actualmente en la empresa?

Tabla 10.
Cargo que ocupa en la empresa

Descripción	Número de encuestados	Porcentaje
Propietario	9	45%

Gerente General	6	30%
Jefe de área	2	10%
Gerente departamental	2	10%
Asesor comercial	1	5%
Contabilidad	0	0%
Total	20	100%

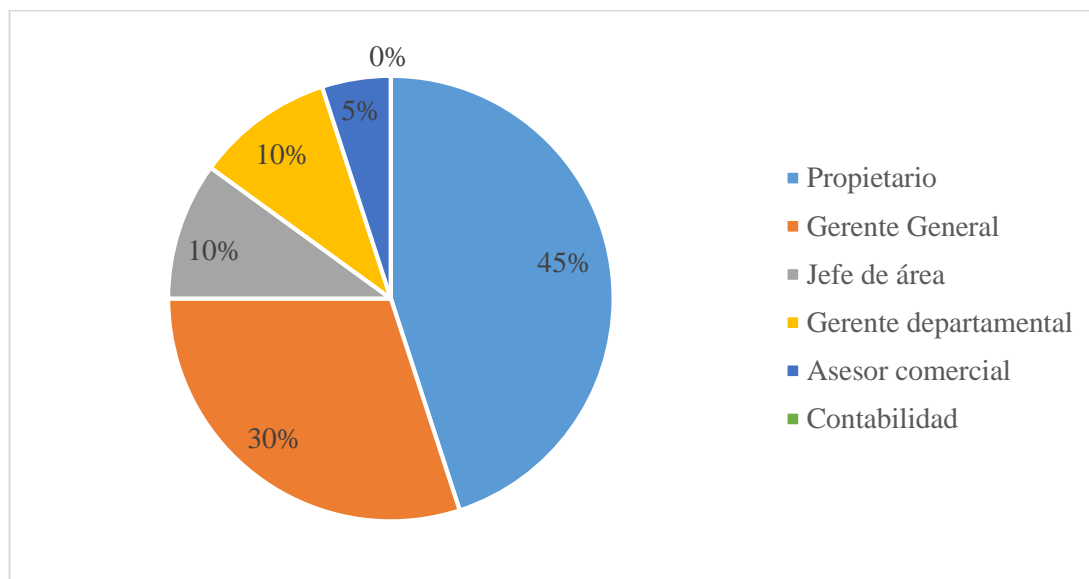


Figura 20. Cargo que ocupa en la empresa

Análisis

En detalle al cargo que ocupan los encuestados en las empresas, se tiene que, el 45% de las personas son propietarios de restaurantes, el 30% son gerente general, el 10% está representado por jefe de área y gerente departamental, el 5% como asesor comercial, y como parte del departamento contable no existen registros.

Pregunta. ¿Cuánto tiempo de funcionamiento registra la empresa?

Tabla 11.
Tiempo de funcionamiento de la empresa

Descripción	Número de encuestados	Porcentaje
Menos de 1 año	1	5%

1 a 5 años	14	70%
6 a 10 años	4	20%
15 en adelante	1	5%
Total	20	100%

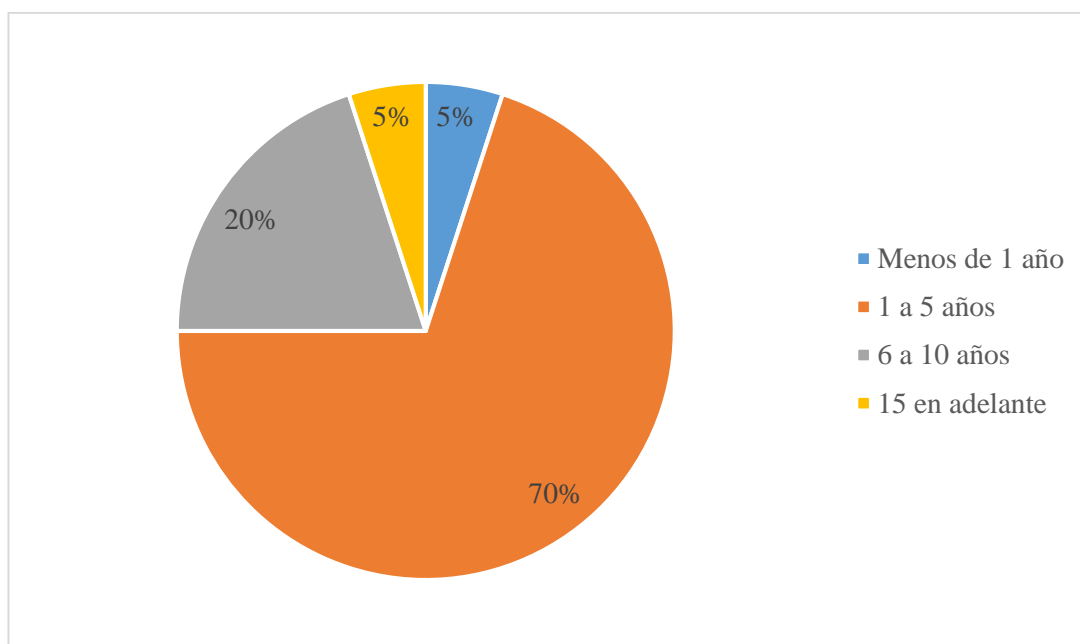


Figura 21. Tiempo de funcionamiento de la empresa

Análisis

En detalle al tiempo de funcionamiento de la empresa, el 70% de las mismas tiene en promedio entre 1 a 5 años de funcionamiento, el 20% entre 6 a 10 años en operaciones, el 5% con un tiempo menor a 1 año en el mercado y el 5% restante con más de 15 años en el negocio de restaurantes de la ciudad de Machala.

Pregunta. ¿Cuánto tiempo usted lleva laborando en la empresa?

Tabla 12.
Tiempo de labor del encuestado en la empresa

Descripción	Número de encuestados	Porcentaje
3 a 6 meses	1	5%
1 año	4	20%
2 a 5 años	12	60%
6 años en adelante	3	15%
Total	20	100%

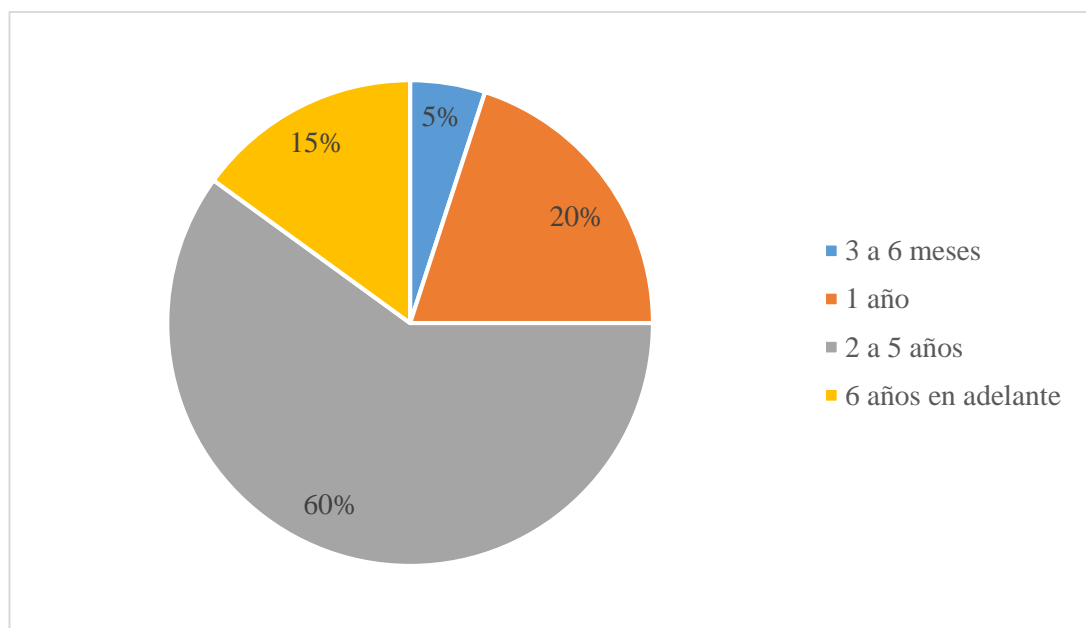


Figura 22. Tiempo de labor del encuestado en la empresa

Análisis

Con relación al tiempo de labor que tiene el encuestado en el restaurante, el 60% de las personas afirmó que lleva de 2 a 5 años en la empresa, el 20% mínimo 1 año, el 15% con más de 6 años en adelante de trabajo, 5% entre 3 a 6 meses de relación laboral.

3.2 Resultados de argumentos basados en indicadores de variables

3.2.1 Resultados de la exposición de la variable innovación

Con relación a la innovación del producto: [En mi empresa se desarrolla productos originales]

Tabla 13.
En mi empresa se desarrolla productos originales

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	2	10%
De acuerdo	6	30%
Muy de acuerdo	11	55%
Total	20	100%

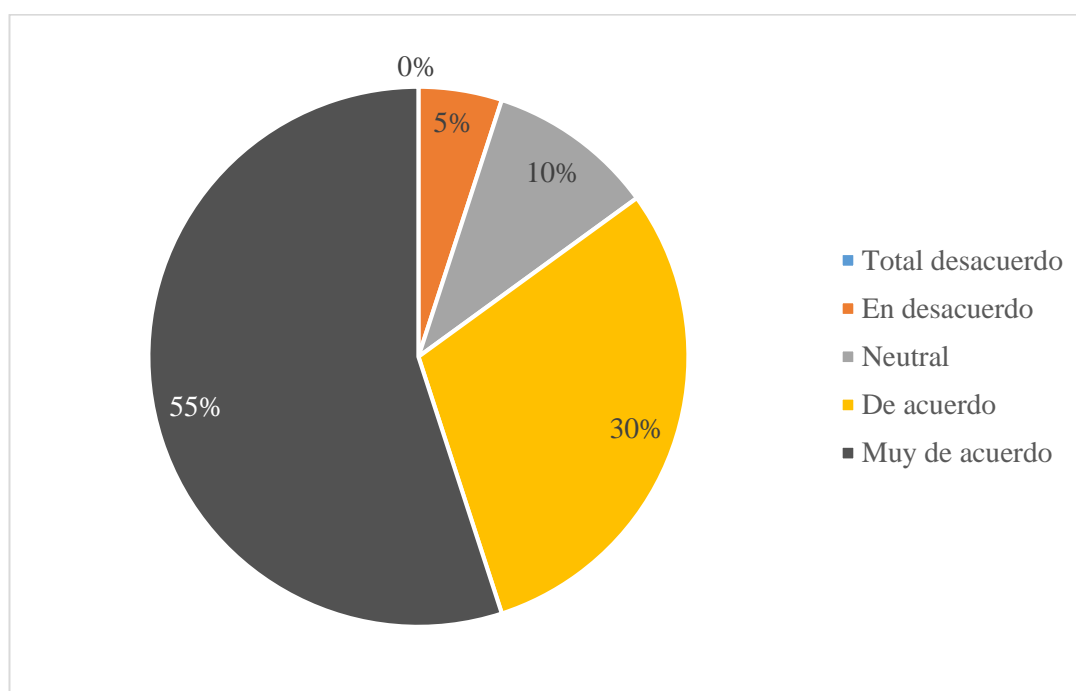


Figura 23. En mi empresa se desarrolla productos originales

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 55% está muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo, el 10% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación del producto: [En mi empresa se logra aumentar el valor de los productos]

Tabla 14.
En mi empresa se logra aumentar el valor de los productos

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	3	15%
De acuerdo	8	40%
Muy de acuerdo	8	40%
Total	20	100%

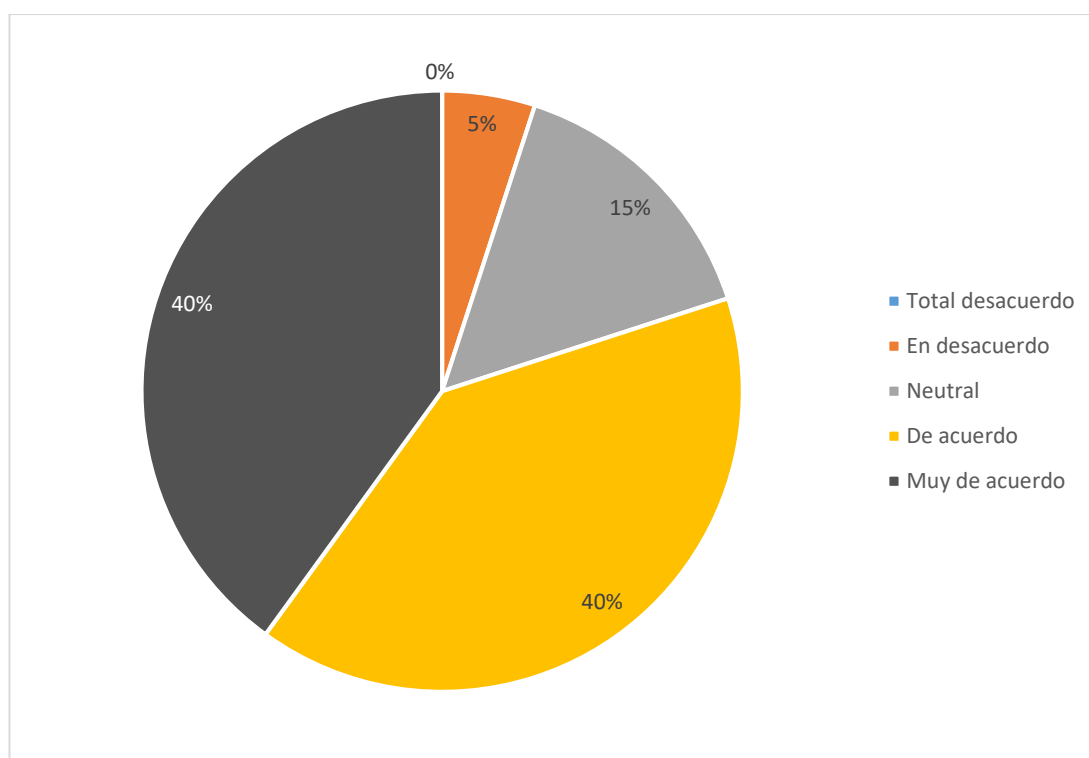


Figura 24. En mi empresa se logra aumentar el valor de los productos

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 40% está muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación del producto: [En mi empresa se logra añadir nuevos elementos a los productos]

Tabla 15.

En mi empresa se logra añadir nuevos elementos a los productos

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	0	0%
De acuerdo	7	35%
Muy de acuerdo	12	60%
Total	20	100%

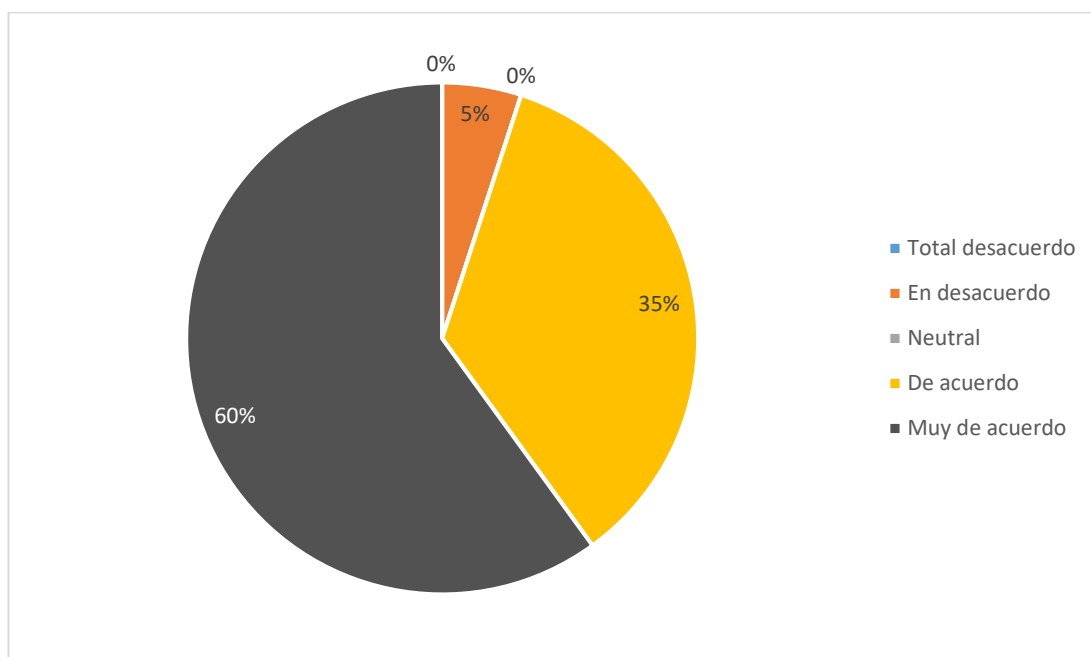


Figura 25. En mi empresa se logra añadir nuevos elementos a los productos

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 60% está muy de acuerdo, el 35% está de acuerdo, el 0% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se da especificación técnica]

Tabla 16.

En mi empresa se da especificación técnica

Criterios	Respuestas	Porcentaje
------------------	-------------------	-------------------

Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	2	10%
De acuerdo	8	40%
Muy de acuerdo	9	45%
Total	20	100%

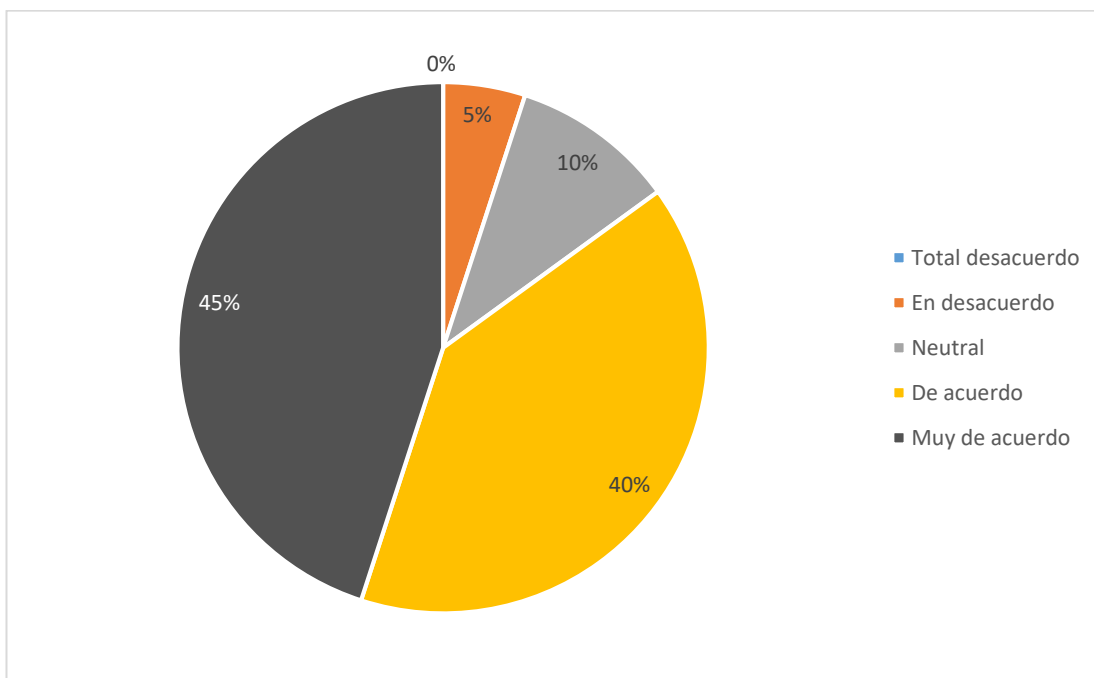


Figura 26. En mi empresa se da especificación técnica

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 45% está muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo, el 10% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación]

Tabla 17.

En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación

Crterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%

En desacuerdo	1	5%
Neutral	3	15%
De acuerdo	8	40%
Muy de acuerdo	8	40%
Total	20	100%

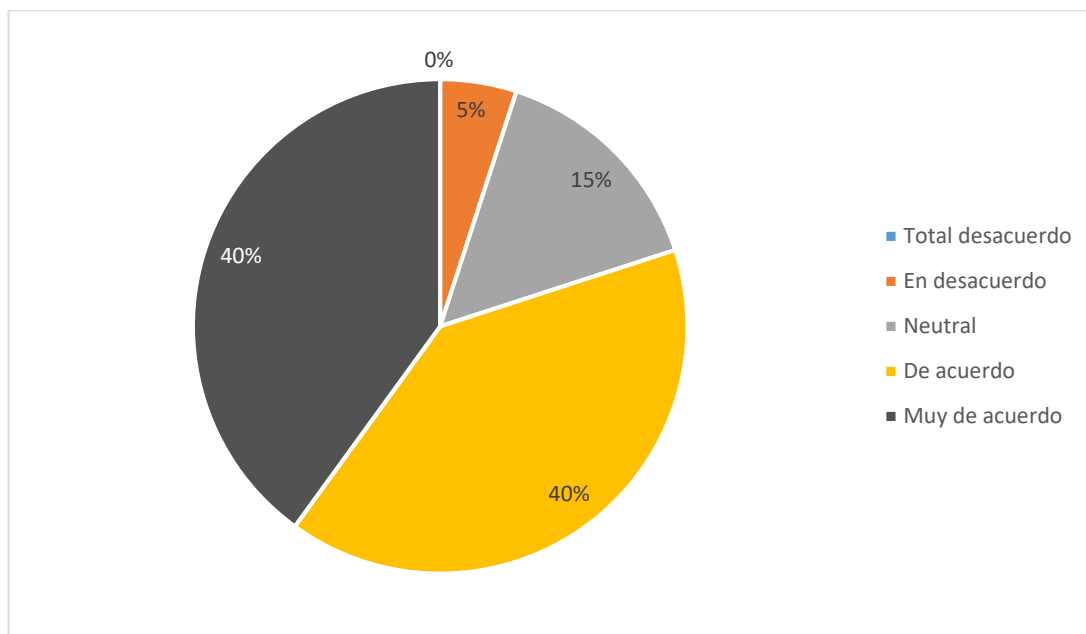


Figura 27. En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 40% está muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación por procesos: [Trabajo en un edificio de forma plana operativa]

Tabla 18.

Trabajo en un edificio de forma plana operativa

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	7	35%
De acuerdo	4	20%

Muy de acuerdo	8	40%
Total	20	100%

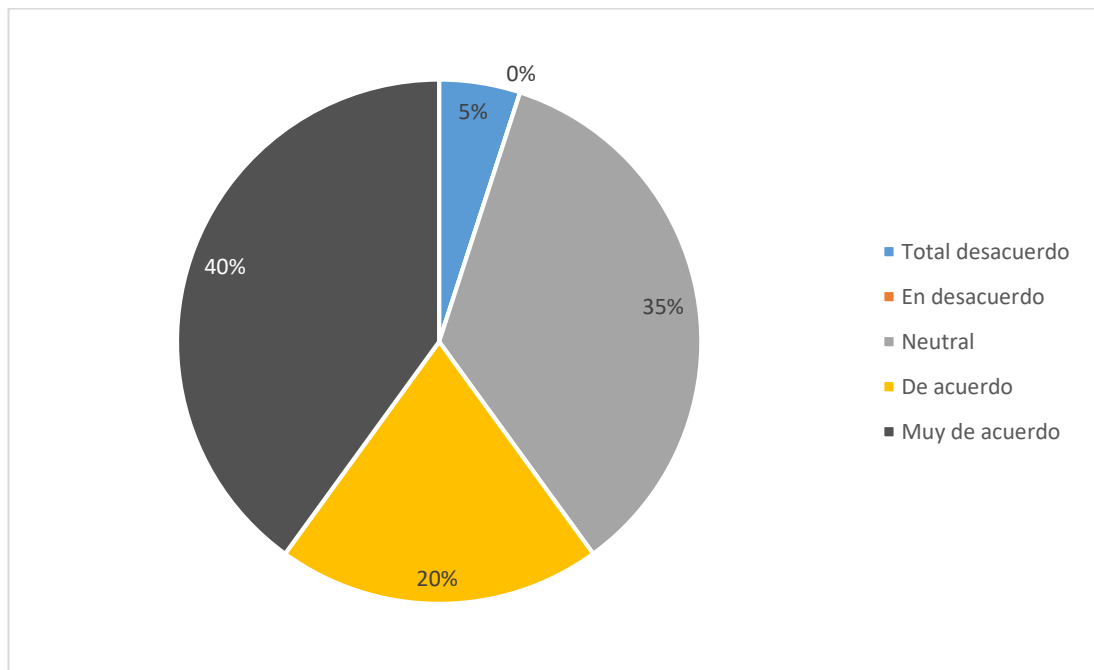


Figura 28. Trabajo en un edificio de forma plana operativa

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 40% está muy de acuerdo, el 20% está de acuerdo, el 35% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación por procesos: [Mi empresa tiene un proceso interactivo en línea con métodos que permiten la instrucción laboral]

Tabla 19.

Mi empresa tiene un proceso interactivo en línea con métodos que permiten la instrucción laboral

Criteria	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	3	15%

De acuerdo	3	15%
Muy de acuerdo	13	65%
Total	20	100%

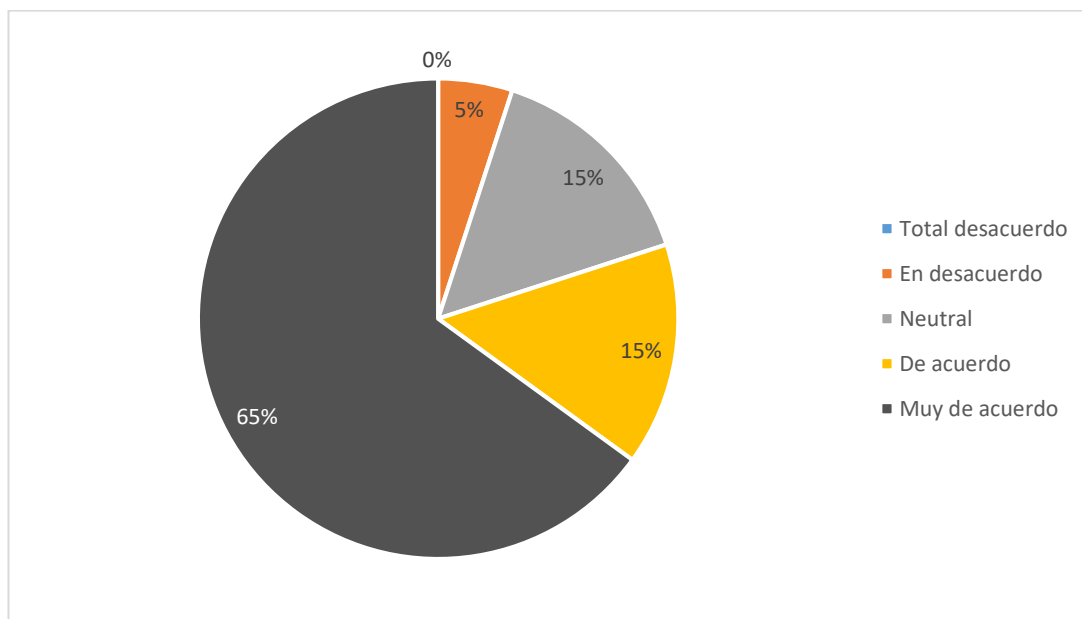


Figura 29. Mi empresa tiene un proceso interactivo en línea con métodos que permiten la instrucción laboral

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 65% está muy de acuerdo, el 15% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se logra reducir el costo variable]

Tabla 20.

En mi empresa se logra reducir el costo variable

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	7	35%
De acuerdo	4	20%

Muy de acuerdo	7	35%
Total	20	100%

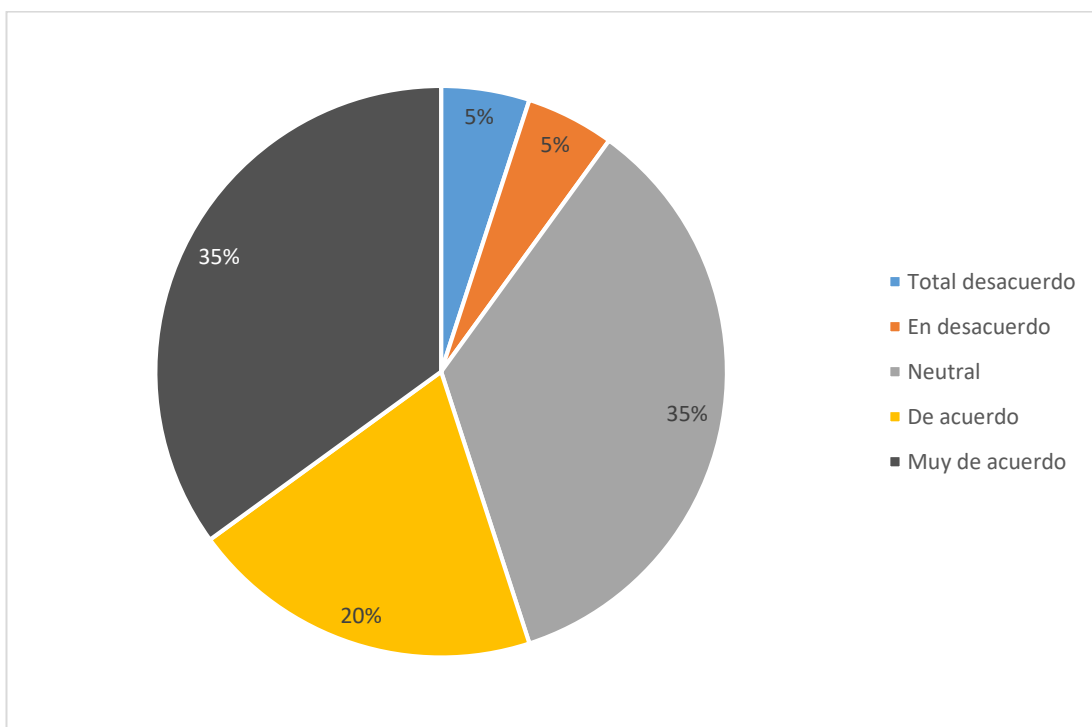


Figura 30. En mi empresa se logra reducir el costo variable

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 35% está muy de acuerdo, el 20% está de acuerdo, el 35% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa usamos nuevos medios o técnicas operativas]

Tabla 21.

En mi empresa usamos nuevos medios o técnicas operativas

Crterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	10%
Neutral	2	10%
De acuerdo	8	40%

Muy de acuerdo	8	40%
Total	20	100%

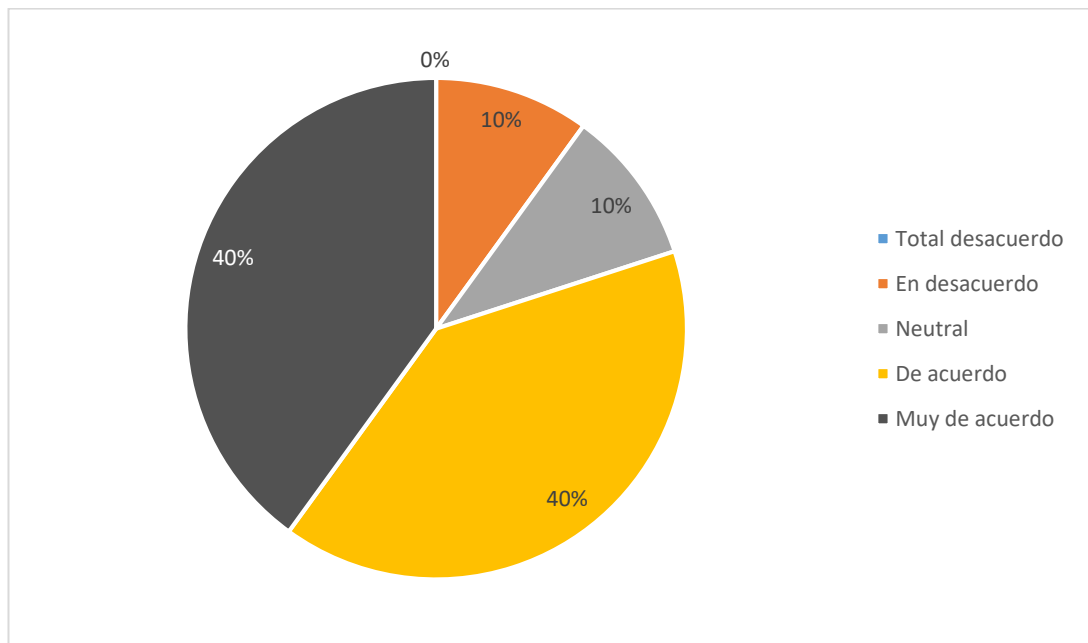


Figura 31. En mi empresa usamos nuevos medios o técnicas operativas

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 40% está muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo, el 10% tiene opinión neutral, el 10% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación de marketing: [En mi empresa tenemos nuevos canales de ventas]

Tabla 22.

En mi empresa tenemos nuevos canales de ventas

criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	3	15%
Neutral	3	15%
De acuerdo	5	25%

Muy de acuerdo	8	40%
Total	20	100%

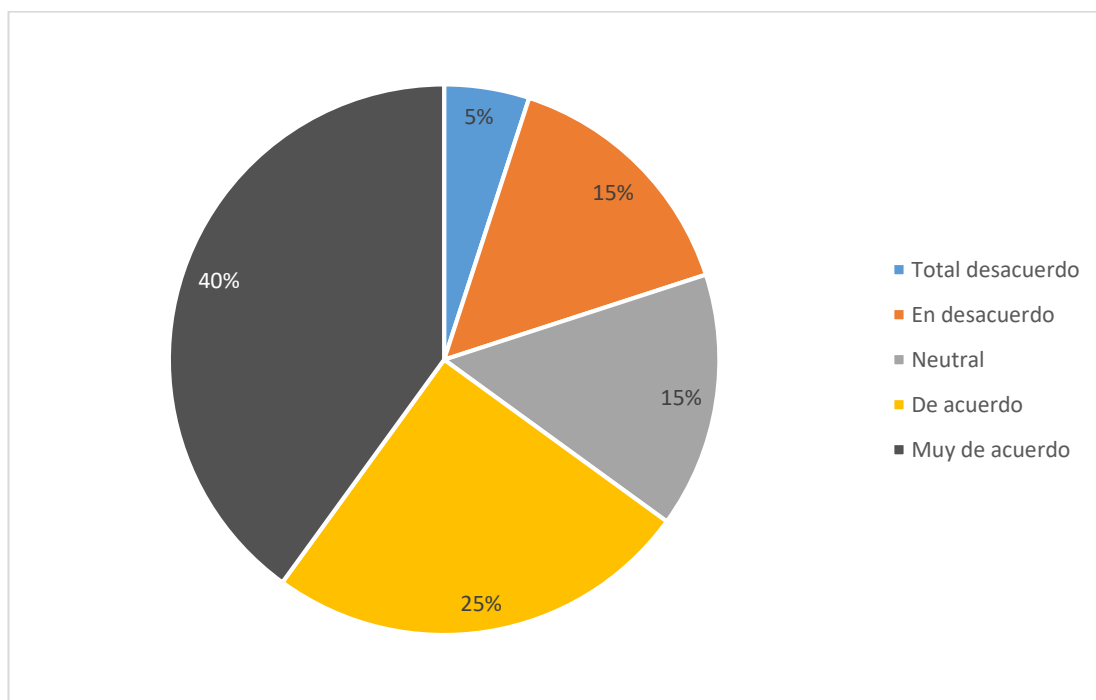


Figura 32. En mi empresa tenemos nuevos canales de ventas

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 40% está muy de acuerdo, el 25% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 15% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación de marketing: [En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega]

Tabla 23.

En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	3	15%
De acuerdo	9	45%

Muy de acuerdo	6	30%
Total	20	100%

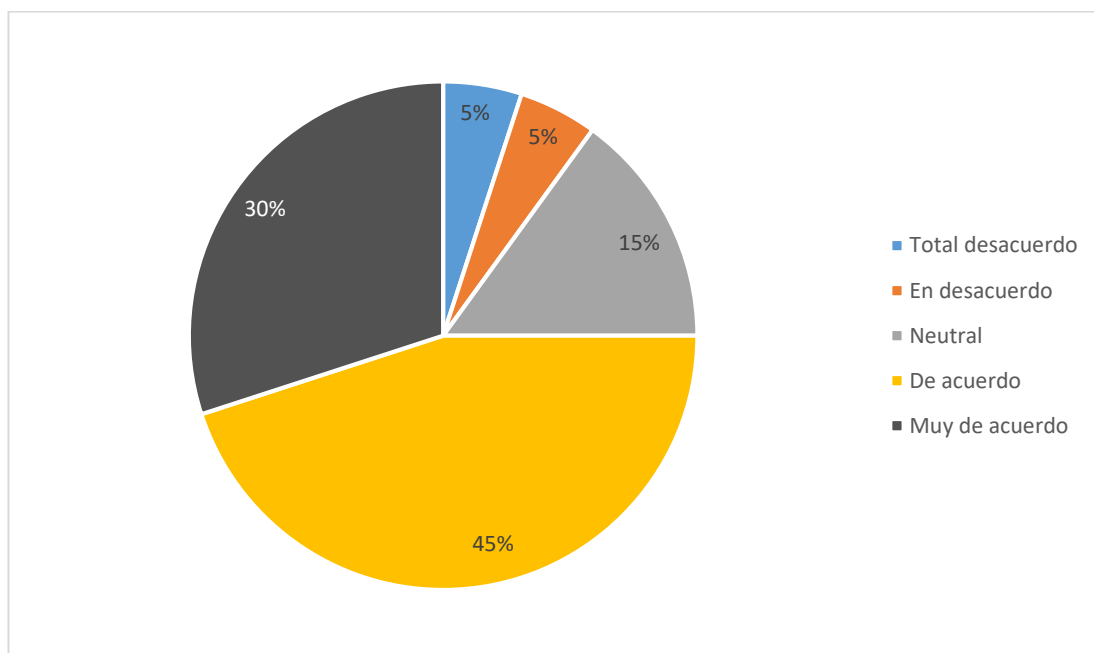


Figura 33. En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 55% está muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo, el 10% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación de marketing: [En mi empresa se tiene una práctica de negocios]

Tabla 24.

En mi empresa se tiene una práctica de negocios

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	3	15%
De acuerdo	9	45%

Muy de acuerdo	7	35%
Total	20	100%

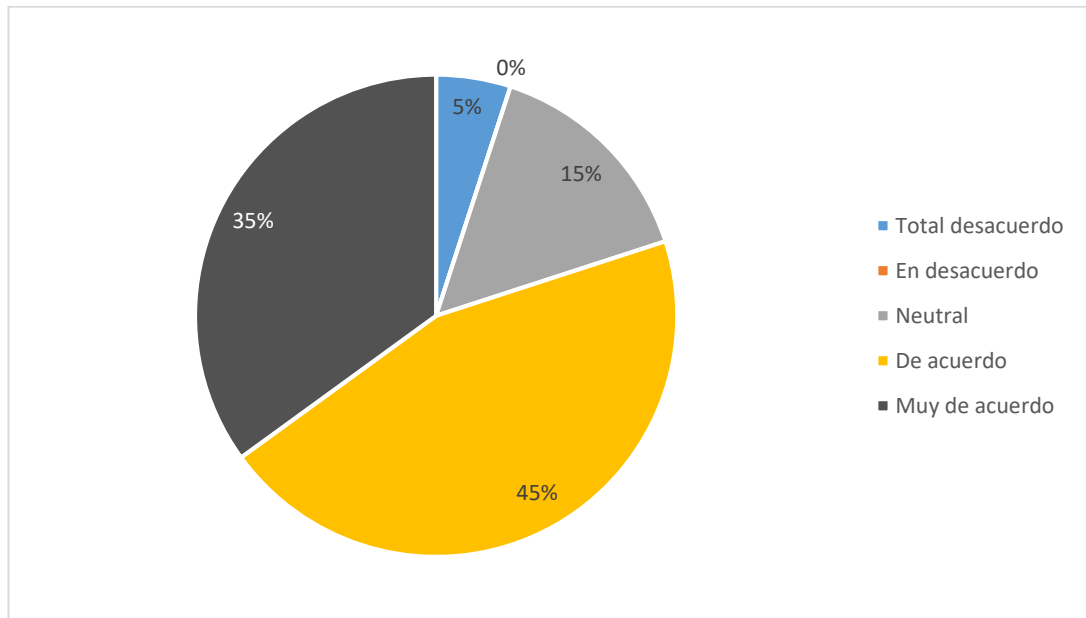


Figura 34. En mi empresa se tiene una práctica de negocios

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 35% está muy de acuerdo, el 45% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa tenemos un nuevo sistema de gestión del conocimiento]

Tabla 25.

En mi empresa tenemos un nuevo sistema de gestión del conocimiento

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	6	30%
De acuerdo	6	30%
Muy de acuerdo	7	35%

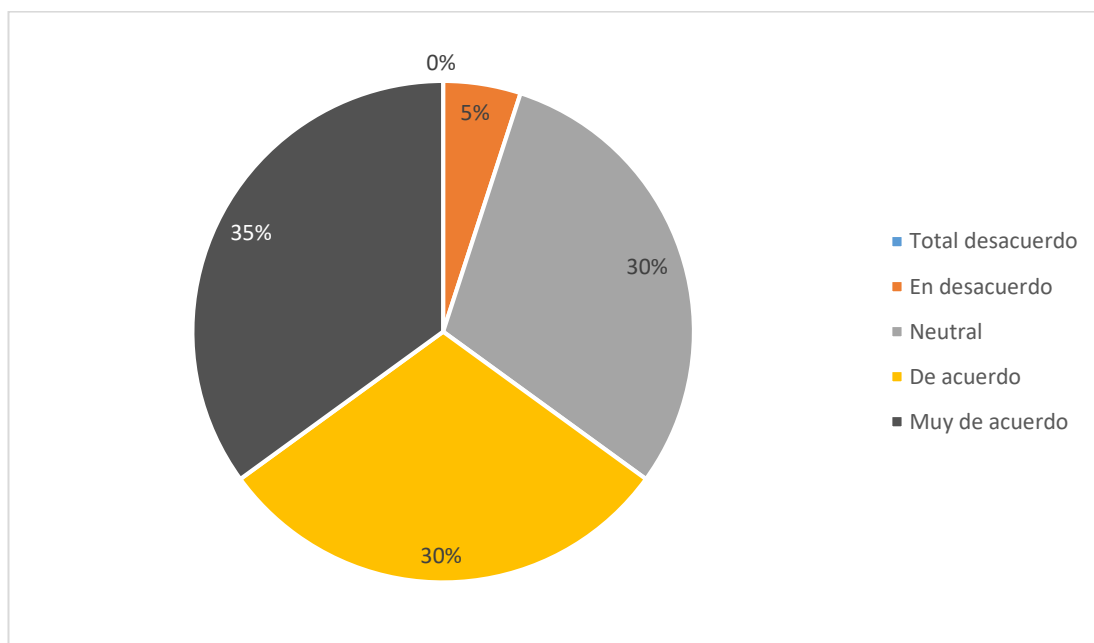


Figura 35. En mi empresa tenemos un nuevo sistema de gestión del conocimiento

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 35% está muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo, el 30% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones]

Tabla 26.

En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	3	15%
De acuerdo	6	30%

Muy de acuerdo	10	50%
Total	20	100%

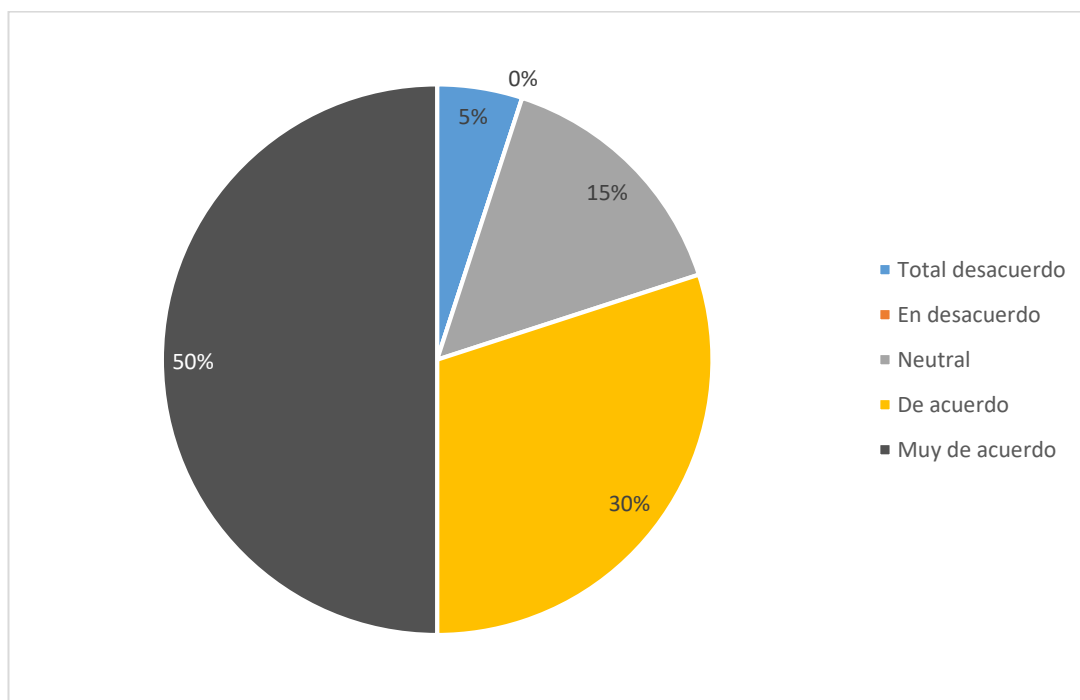


Figura 36. En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 50% está muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa se logra renovar en la relación externa]

Tabla 27.

En mi empresa se logra renovar en la relación externa

Crterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	5	25%
De acuerdo	6	30%
Muy de acuerdo	9	45%

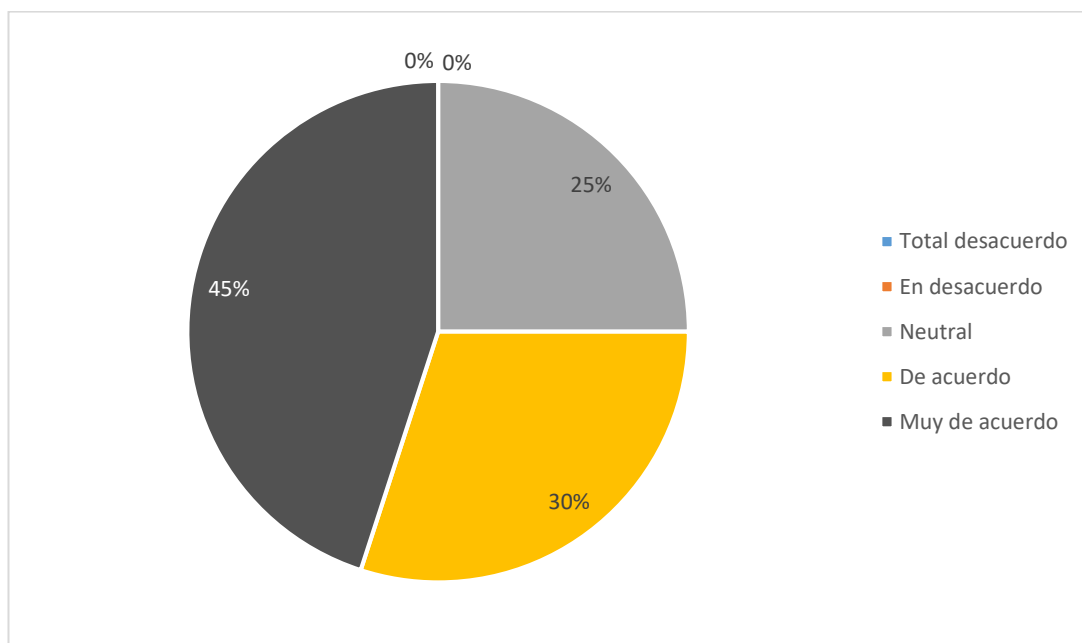


Figura 37. En mi empresa se logra renovar en la relación externa

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 45% está muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo, el 25% tiene opinión neutral, el 0% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa se renueva la estructura organizativa]

Tabla 28.

En mi empresa se renueva la estructura organizativa

Crterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	4	20%
De acuerdo	6	30%
Muy de acuerdo	8	40%

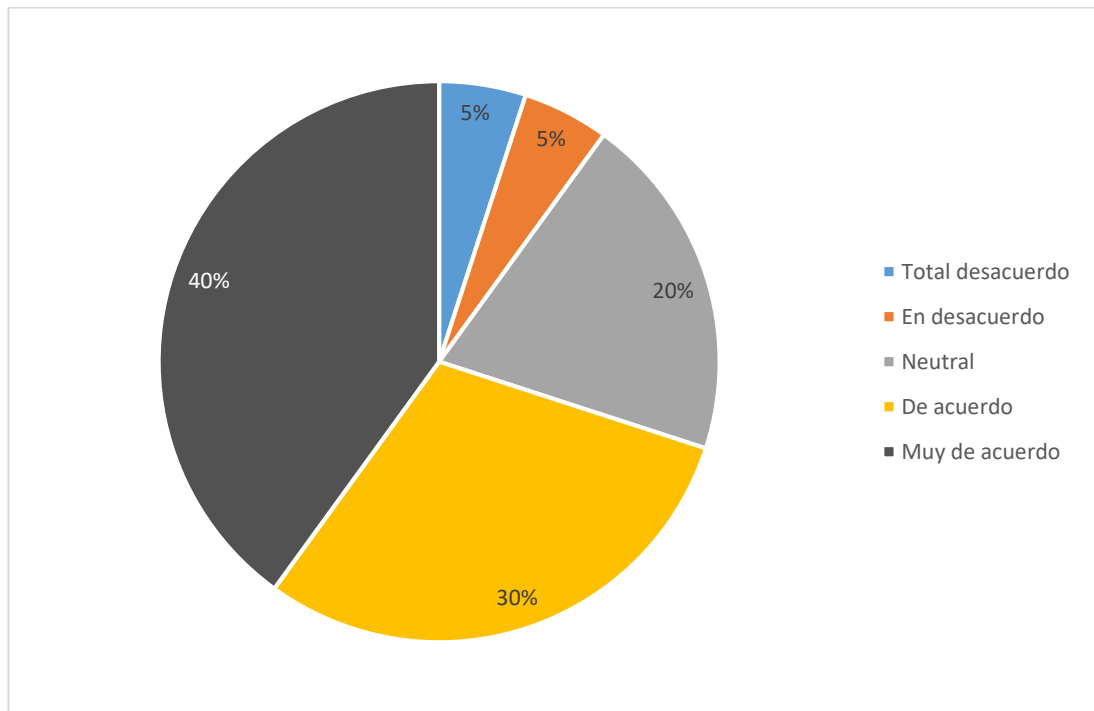


Figura 38. En mi empresa se renueva la estructura organizativa

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 40% está muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo, el 20% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

1.1.1.1 Resultados de la exposición de la variable productividad

En cuanto a la incidencia sobre la productividad operacional, la empresa se caracteriza por: [La satisfacción del cliente de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]

Tabla 29.

La satisfacción del cliente de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	3	15%
De acuerdo	1	5%
Muy de acuerdo	15	75%
Total	20	100%

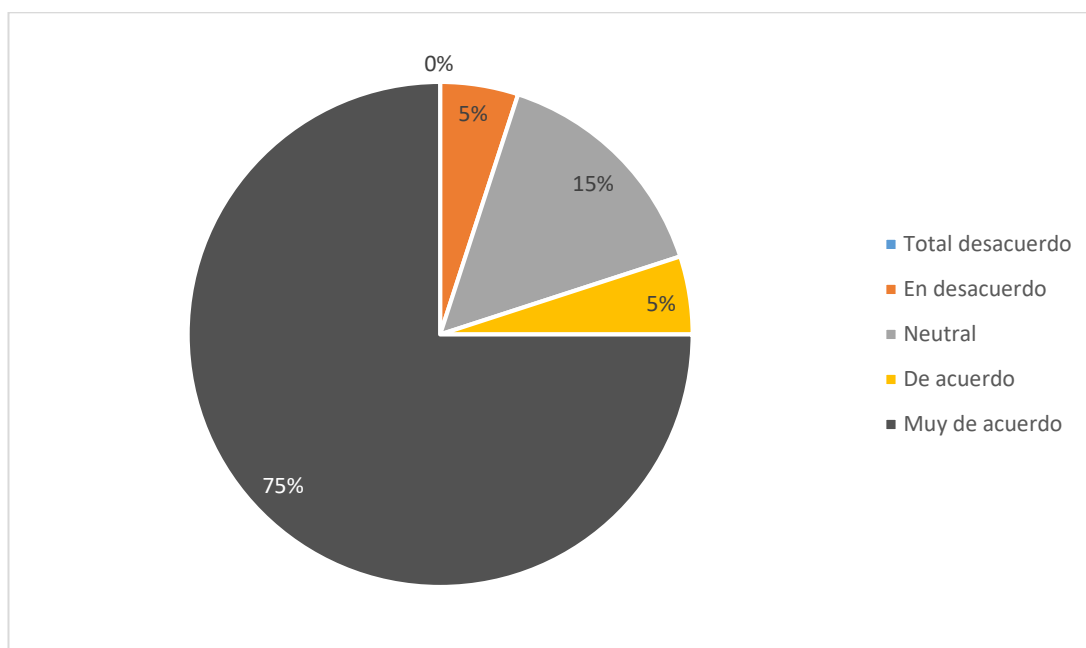


Figura 39. La satisfacción del cliente de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 75% está muy de acuerdo, el 5% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad operacional, la empresa se caracteriza por: [El desarrollo de la calidad de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]

Tabla 30.

El desarrollo de la calidad de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%

En desacuerdo	0	0%
Neutral	3	15%
De acuerdo	5	25%
Muy de acuerdo	12	60%
Total	20	100%

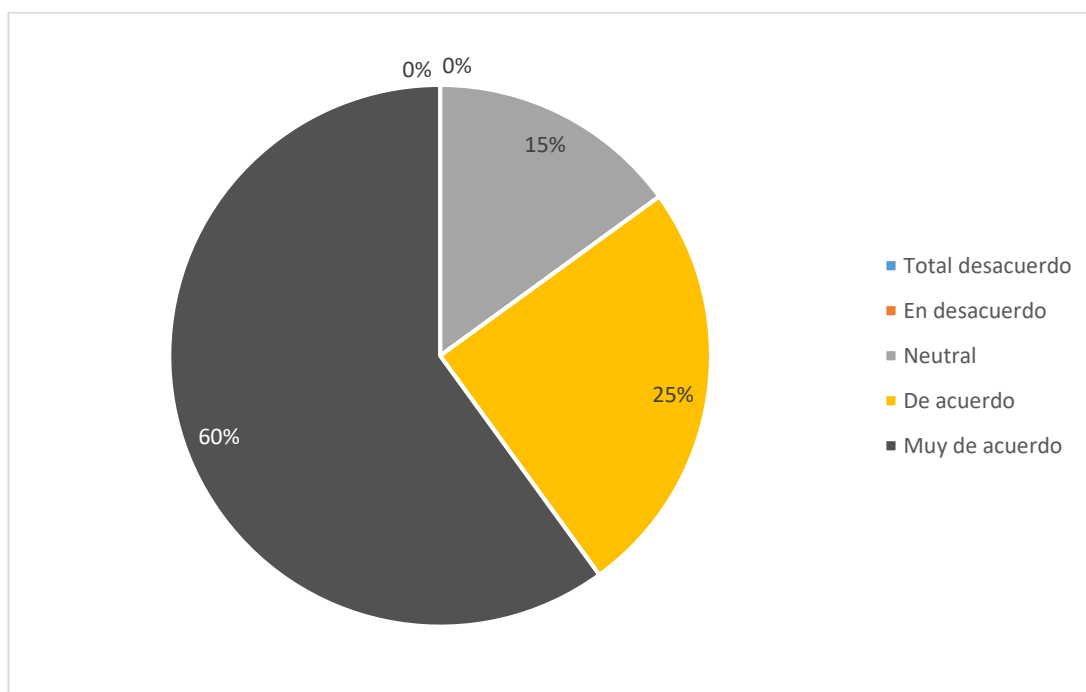


Figura 40. El desarrollo de la calidad de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 60% está muy de acuerdo, el 25% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 0% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad operacional, la empresa se caracteriza por: [La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave]

Tabla 31.

La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%

Neutral	4	20%
De acuerdo	6	30%
Muy de acuerdo	10	50%
Total	20	100%

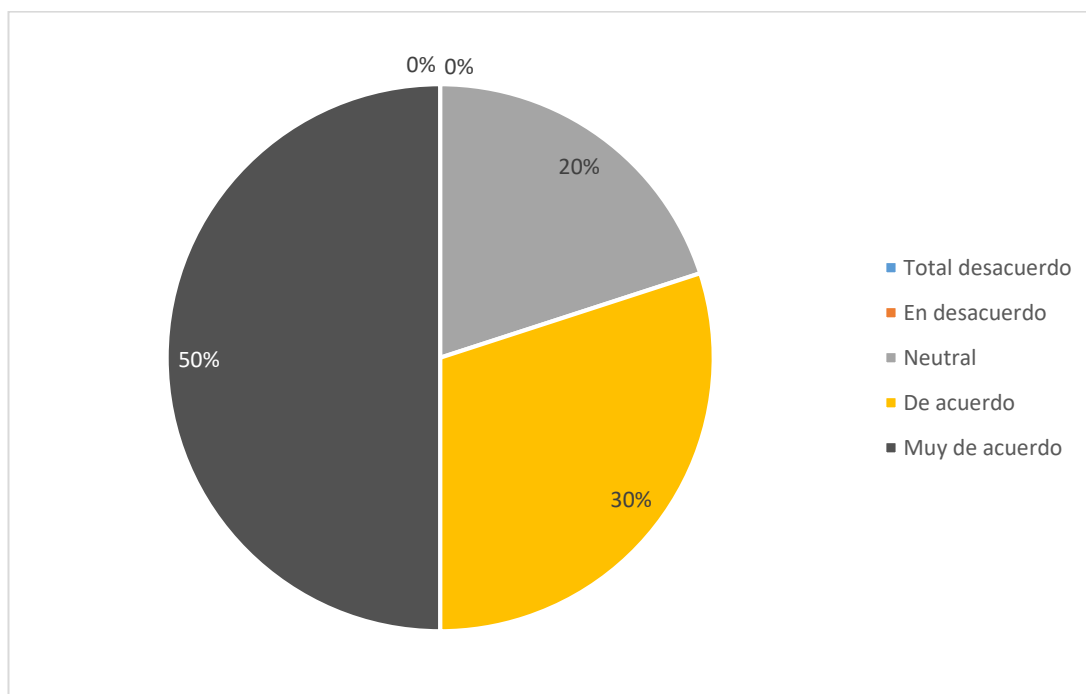


Figura 41. La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 50% está muy de acuerdo, el 30% está de acuerdo, el 20% tiene opinión neutral, el 0% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad operacional, la empresa se caracteriza por: [La capacidad de respuesta de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]

Tabla 32.

La capacidad de respuesta de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	3	15%

De acuerdo	10	50%
Muy de acuerdo	6	30%
Total	20	100%

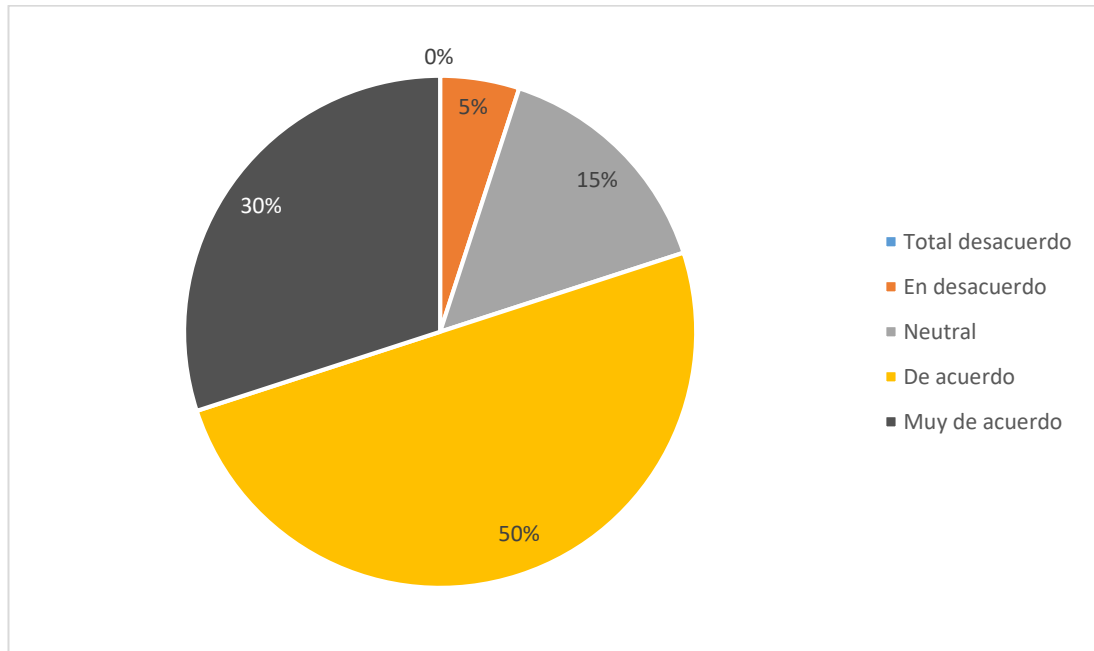


Figura 42. La capacidad de respuesta de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 30% está muy de acuerdo, el 50% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad operacional, la empresa se caracteriza por: [La productividad de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]

Tabla 33.

La productividad de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	4	20%
De acuerdo	4	20%
Muy de acuerdo	11	55%

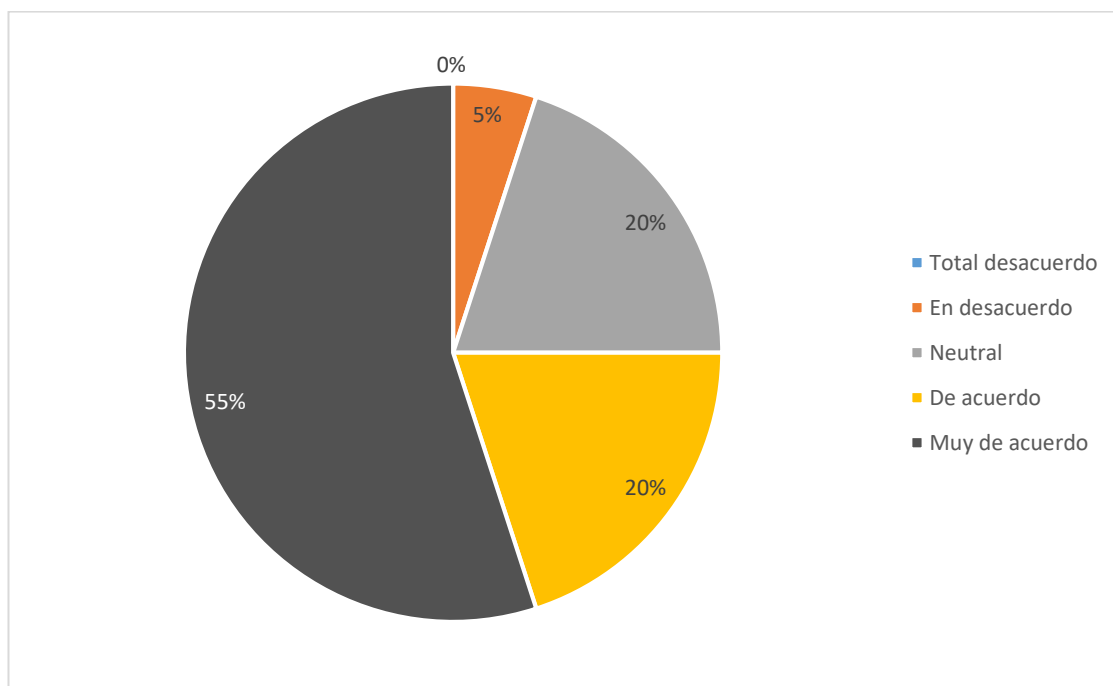


Figura 43. La productividad de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 55% está muy de acuerdo, el 20% está de acuerdo, el 20% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [La gestión de activos de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]

Tabla 34.

La gestión de activos de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	8	40%
De acuerdo	10	50%

Muy de acuerdo	0	0%
Total	20	100%

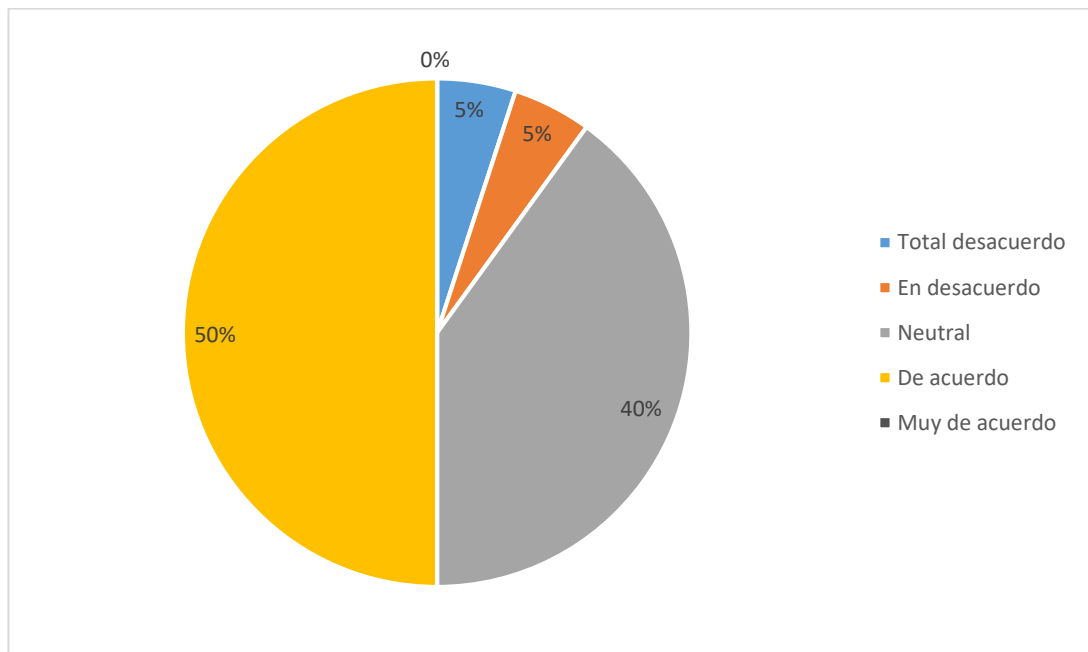


Figura 44. La gestión de activos de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 50% está muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo, el 5% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [El retorno promedio de la inversión de nuestra organización]

Tabla 35.

El retorno promedio de la inversión de nuestra organización

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	7	35%
De acuerdo	11	55%
Muy de acuerdo	0	0%
Total	20	100%

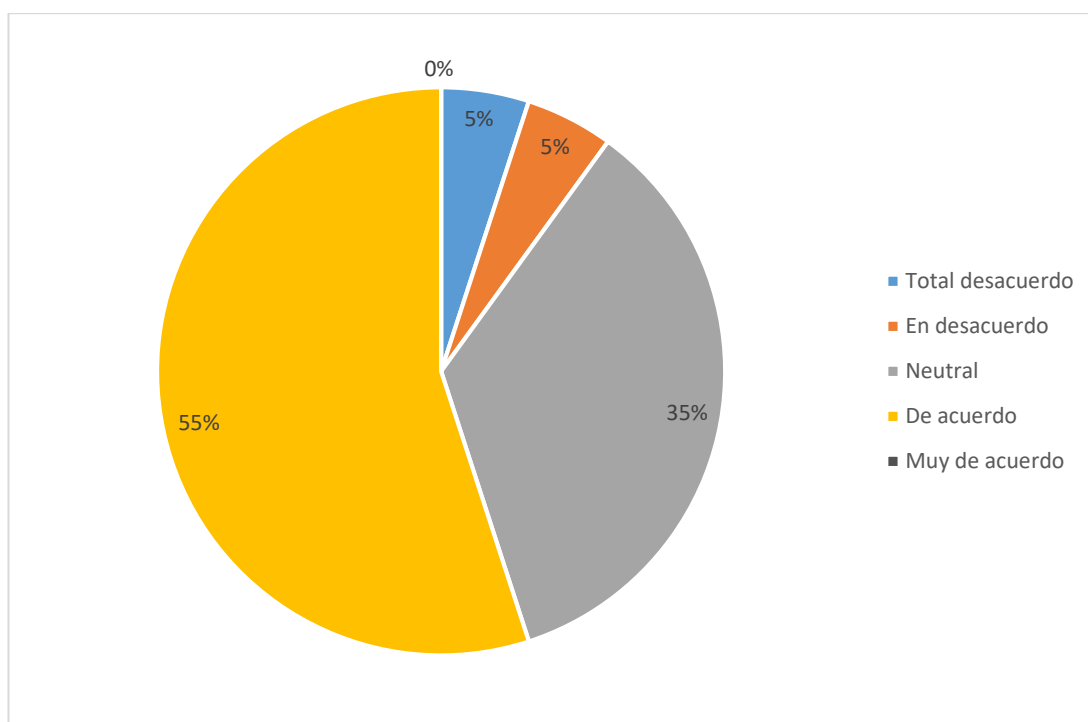


Figura 45. El retorno promedio de la inversión de nuestra organización

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 0% está muy de acuerdo, el 55% está de acuerdo, el 35% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [La ganancia promedio de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]

Tabla 36.

La ganancia promedio de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Crterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	8	40%
De acuerdo	10	50%
Muy de acuerdo	0	0%

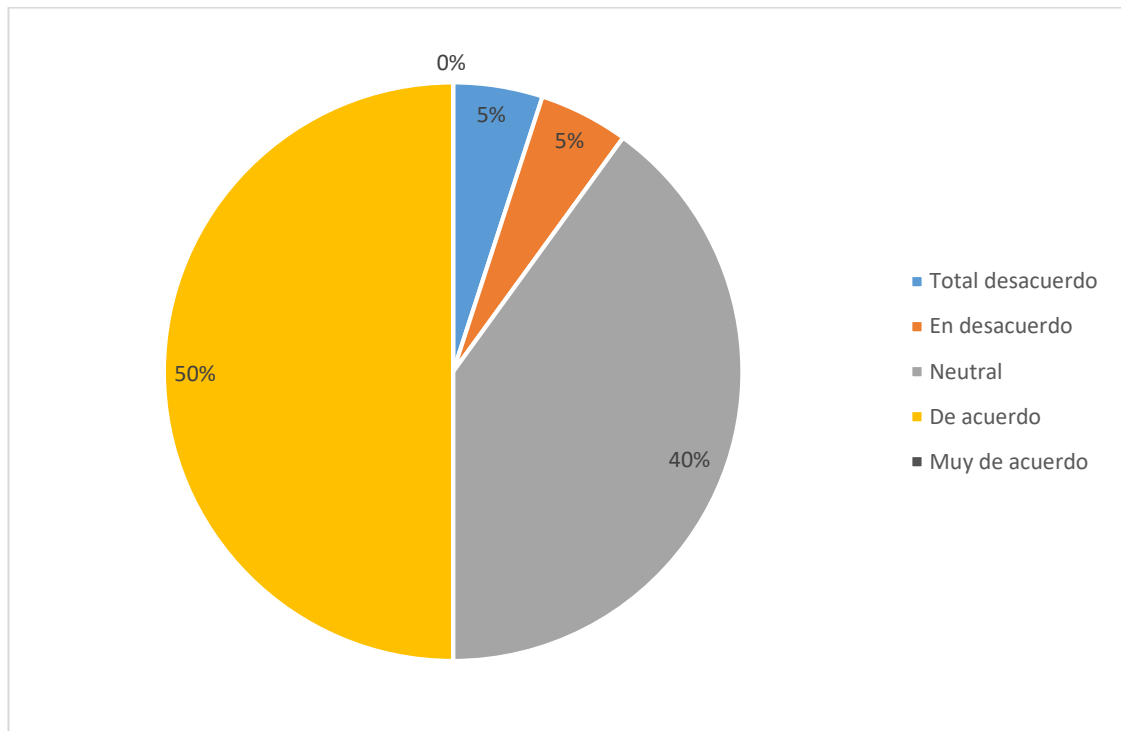


Figura 46. La ganancia promedio de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 0% está muy de acuerdo, el 50% está de acuerdo, el 40% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [EL crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]

Tabla 37.

El crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	10%
Neutral	8	40%
De acuerdo	10	50%
Muy de acuerdo	0	0%

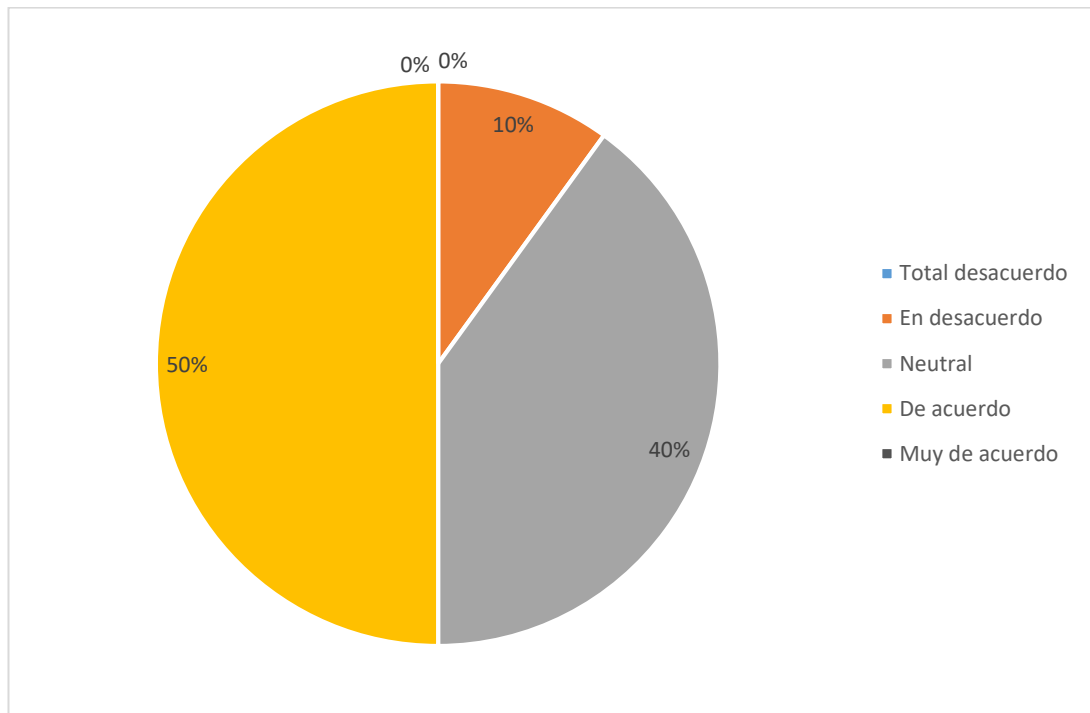


Figura 47. El crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 0% está muy de acuerdo, el 50% está de acuerdo, el 40% tiene opinión neutral, el 10% en desacuerdo y el 0% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [El rendimiento promedio de las ventas de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]

Tabla 38.

El rendimiento promedio de las ventas de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	4	20%
De acuerdo	14	70%
Muy de acuerdo	0	0%

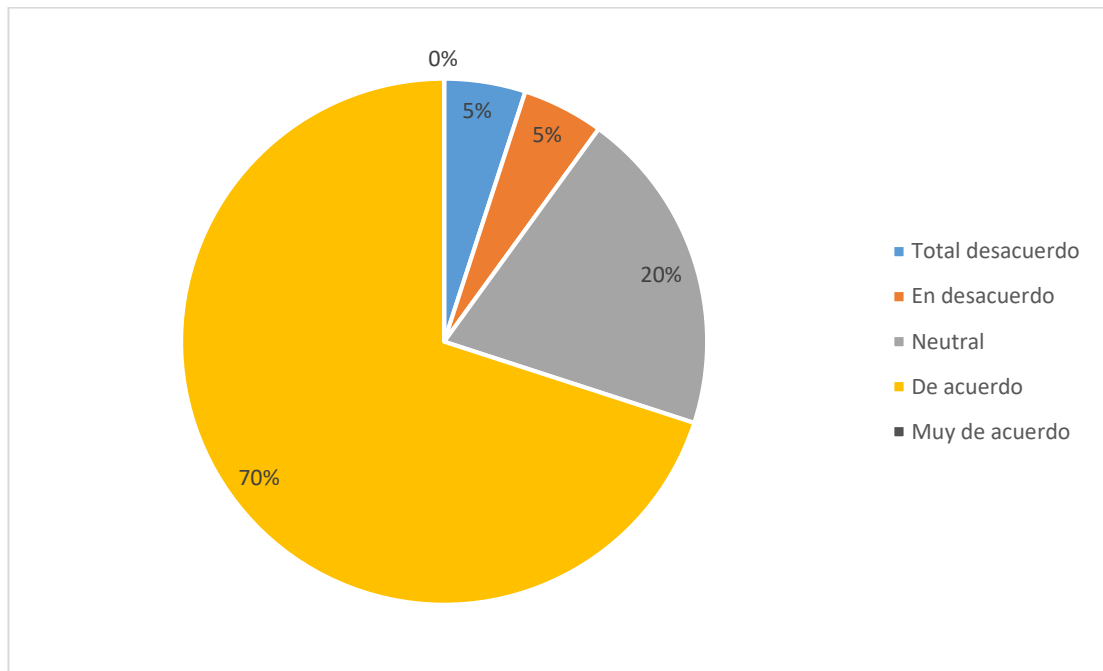


Figura 48. El rendimiento promedio de las ventas de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 0% está muy de acuerdo, el 70% está de acuerdo, el 20% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Existen programas de capacitación para empleados]

Tabla 39.

Existen programas de capacitación para empleados

Crterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	2	10%
En desacuerdo	2	10%
Neutral	2	10%
De acuerdo	7	35%
Muy de acuerdo	7	35%
Total	20	100%

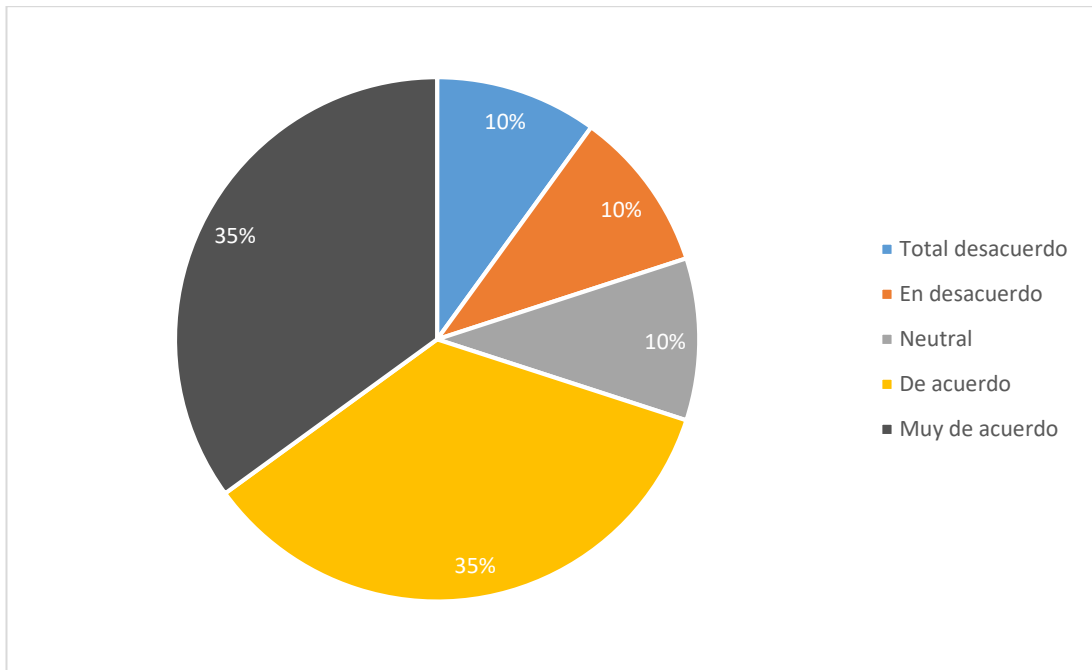


Figura 49. Existen programas de capacitación para empleados

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 35% está muy de acuerdo, el 35% está de acuerdo, el 10% tiene opinión neutral, el 10% en desacuerdo y el 10% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [En relación a cambios, existe una retroalimentación.]

Tabla 40.

En relación a cambios, existe una retroalimentación.

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	5	25%
De acuerdo	7	35%
Muy de acuerdo	6	30%
Total	20	100%

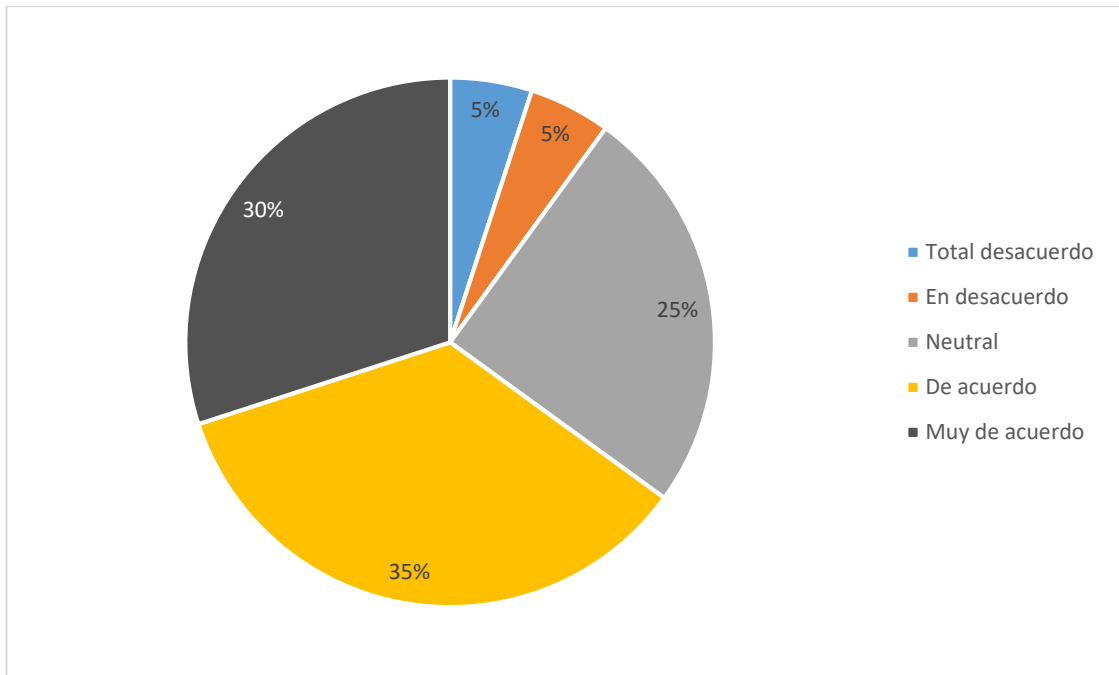


Figura 50. En relación a cambios, existe una retroalimentación.

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 30% está muy de acuerdo, el 35% está de acuerdo, el 25% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Los empleados son valorados por mecanismos de desempeño]

Tabla 41.

Los empleados son valorados por mecanismos de desempeño

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	2	10%
Neutral	3	15%
De acuerdo	7	35%
Muy de acuerdo	7	35%
Total	20	100%

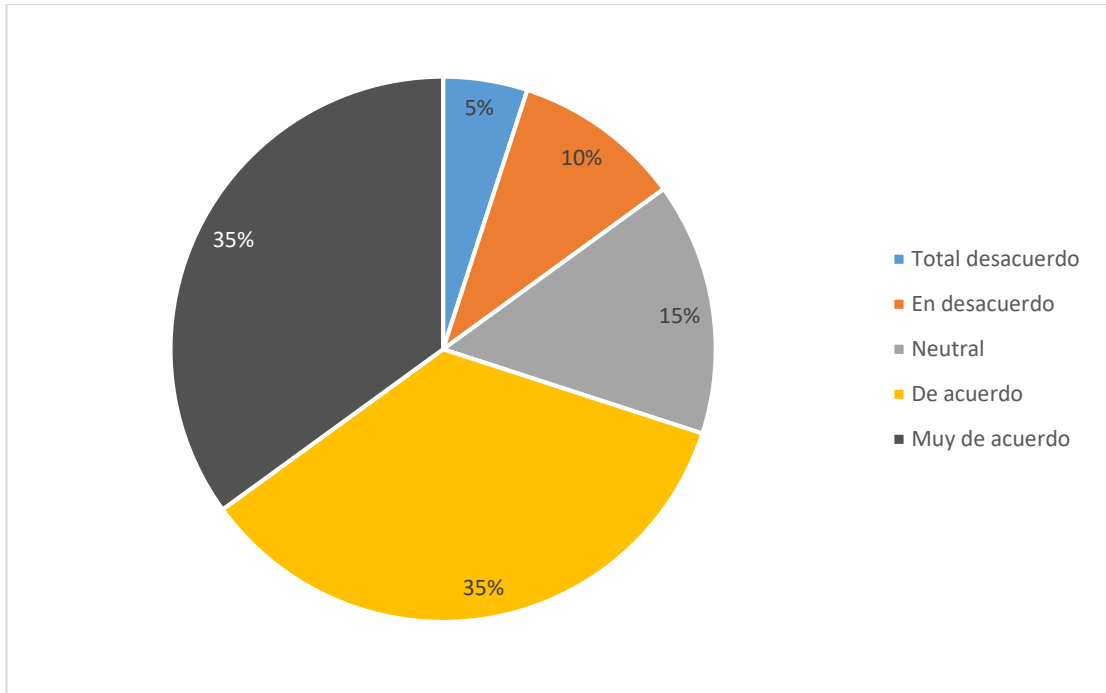


Figura 51. Los empleados son valorados por mecanismos de desempeño

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 35% está muy de acuerdo, el 35% está de acuerdo, el 15% tiene opinión neutral, el 10% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Se han concretado planes de carrera]

Tabla 42.

Se han concretado planes de carrera

Crterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	2	10%
En desacuerdo	2	10%
Neutral	2	10%
De acuerdo	8	40%
Muy de acuerdo	6	30%
Total	20	100%

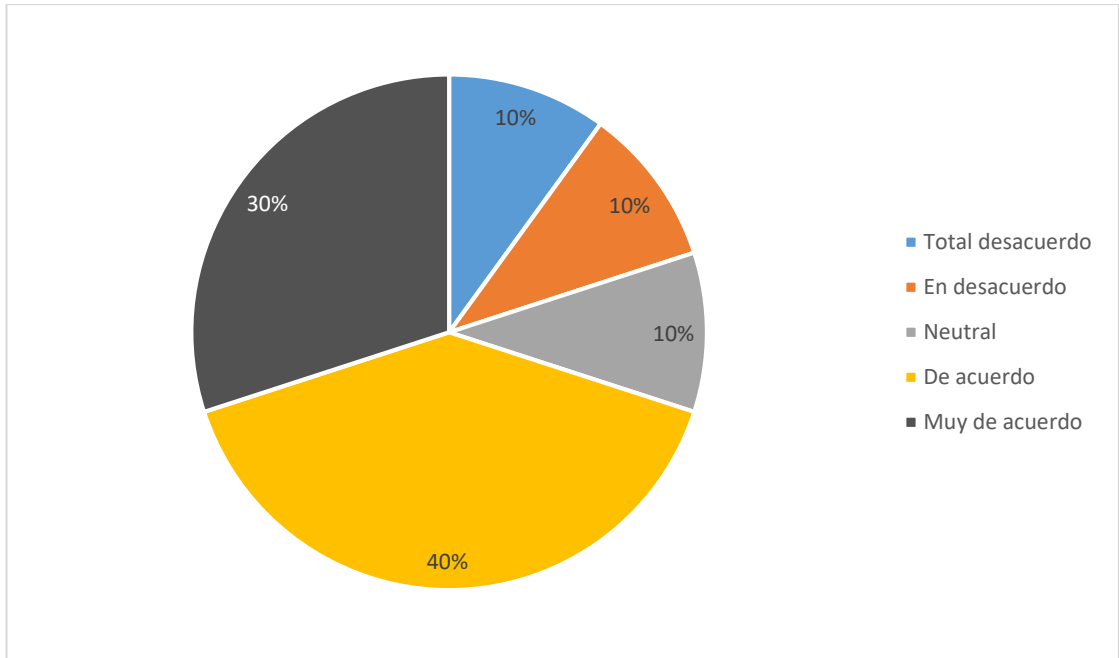


Figura 52. Se han concretado planes de carrera

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 30% está muy de acuerdo, el 40% está de acuerdo, el 10% tiene opinión neutral, el 10% en desacuerdo y el 10% en total desacuerdo.

En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio]

Tabla 43.

Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio

Criterios	Respuestas	Porcentaje
Total desacuerdo	1	5%
En desacuerdo	1	5%
Neutral	2	10%
De acuerdo	7	35%
Muy de acuerdo	9	45%
Total	20	100%

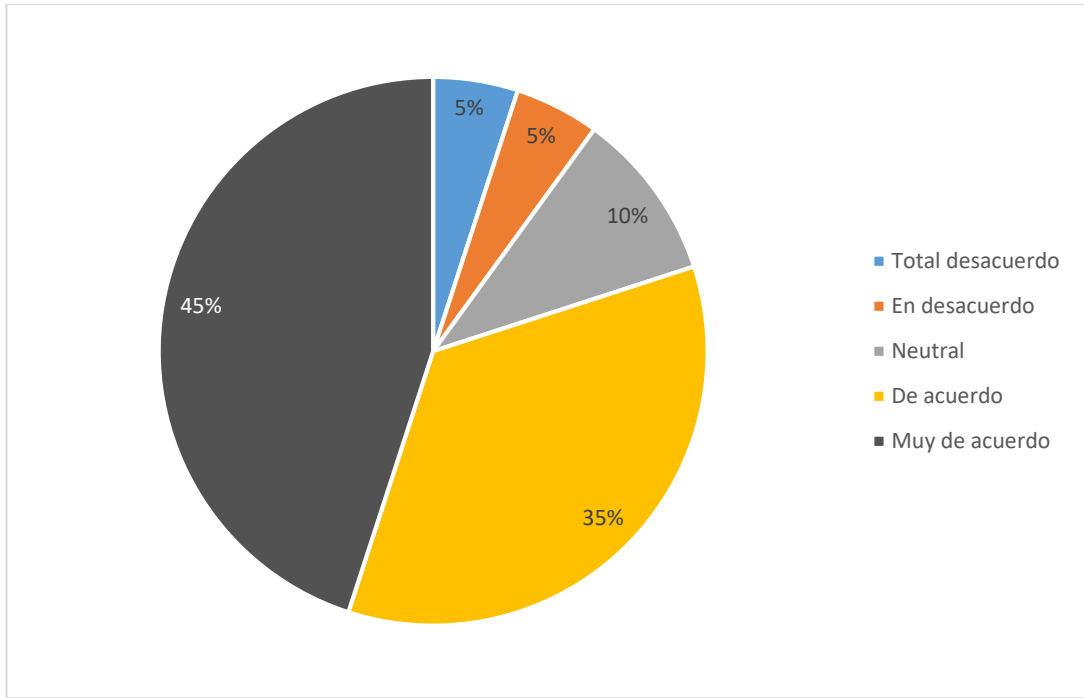


Figura 53. Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio

Análisis:

En relación al argumento, se puede interpretar que los encuestados en proporción del 45% está muy de acuerdo, el 10% está de acuerdo, el 5% tiene opinión neutral, el 5% en desacuerdo y el 5% en total desacuerdo.

Capítulo 4

Informe final

3.3 Hallazgos

3.3.1 Confiabilidad del instrumento

Antes de interpretar los resultados de la confiabilidad del instrumento en función a las respuestas medidas en escala de Likert sobre los argumentos que determinan la existencia de la innovación y su incidencia en resultados de la productividad de las empresas de restaurantes localizadas en la ciudad de Machala, se determina la importancia que tiene éste índice de medición, para lograr conclusiones reales en datos

seguros y que demuestren la realidad del entorno operativo de este segmento de mercado.

En cuanto al concepto de medición se lo describe como: las actividades operativas que se llevan a cabo, para vincular respuestas de características abstractas clasificadas a través de indicadores empíricos, avalados previamente por un instrumento referenciado por modelos comprobables de otras autorías. Para el presente estudio, el instrumento de medición estuvo representado por modelos basados en el presencia de la innovación y el grado de productividad en las empresas de restaurantes, cuyos argumentos fueron empleados en investigaciones similares y las cuales se hizo referencia en los antecedentes del problema.

En relación a la confiabilidad, su referencia conceptual indica que: es el resultado obtenido a través de un instrumento de recolección de datos, a fin de interpretar que su información produce datos coherentes y consistentes, es decir, si los datos que se tratan para concluir o comprobar hipótesis producen resultados iguales y una aplicación repetida a partir de un escenario, argumento u objeto de estudio.

Un ejemplo para interpretar la confiabilidad de un instrumento de recolección de datos se la explica al medir la temperatura ambiental utilizando un termómetro, si en una determina hora la marcación se encuentra a 25°C y luego de dos minutos el indicador marcara 10°C, pero cinco minutos después el registro llega a los 45°C, se puede interpretar que la herramienta utilizada es poco confiable para un estudio.

Una de las formas más utilizadas por los investigadores para determinar la confiabilidad de los datos, es el uso del alfa de Cronbach, según los autores González y Pazmiño (2015) en su estudio sobre **Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la consistencia interna de un cuestionario, con dos posibles escalas tipo Likert**, indica que el uso del indicador referencial data desde 60 años atrás, siendo el primer escenario para su análisis, el grado en que los ítems de un instrumento de recolección de datos, demostró que los argumentos expuestos se encontraban correlacionados.

Para los autores Oviedo y Campo (2005) la forma de interpretar los resultados del alfa de Cronbach consisten en validar buena consistencia con niveles entre 0.70 y 0.90 sugiriendo que bases de datos con resultados inferiores a los mismos, sean considerados poco confiable o la nulidad para encontrar escenarios que relacionen la

dependencia entre variables proyectadas en un estudio. A continuación, se muestra una figura de escala de medición, sobre la interpretación de los resultados en el alfa de Cronbach.

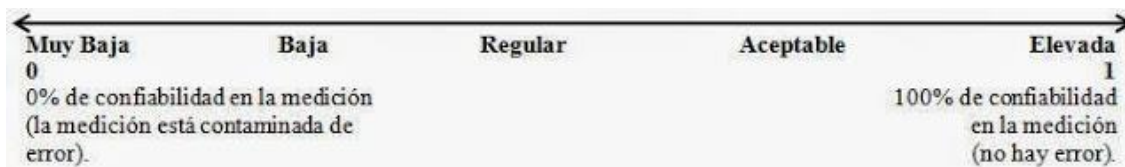


Figura 54. Criterios de interpretación de resultados del alfa de Cronbach
Tomado: Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach, Oviedo y Campo (2005)

Como se puede observar en la figura, los criterios de interpretación de los resultados del alfa de Cronbach, comprenden datos positivos, siendo 1 el resultado que arroje un 100% de confiabilidad en la medición donde no existe error y hay una alta probabilidad de encontrar resultados correlacionados entre variables, mientras que un resultado de 0 ó con su aproximación, representa una medición que está contaminada, es decir:

- La elección de las personas expuestas a la herramienta de recolección de datos no fue correctamente seleccionada.
- El instrumento de investigación estuvo demasiado complejo e incomprensible para la muestra.
- Los argumentos expuestos no se relacionan a la situación de análisis en el estudio.
- Los argumentos no fueron analizados correctamente por los individuos, generando respuestas al azar y que muestran una realidad contraria al tratamiento de datos.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{VT} \right]$$

Figura 55. Fórmula del alfa de Cronbach.
Tomado: Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach, Oviedo y Campo (2005)

La tipología empleada en la fórmula expresada del alfa de Cronbach, se interpreta bajo los siguientes conceptos:

- a (Alfa): determina el grado de correlación existentes entre argumentos expuestos en una base de datos.
- k (número de ítems): número de argumentos que se componen en un instrumento de investigación.
- V_i (Varianza de cada ítem): muestra el grado de dispersión de la variación de cada argumento expuesto en el instrumento de recolección de datos, con relación a la media.
- V_t (Varianza de la suma de número de encuestados): muestra el grado de dispersión de la variación del total del número de encuestados que fueron expuestos al instrumento de recolección de datos, con relación a la media.

k (número de ítems o preguntas en escala de Likert) = 31 argumentos

ΣV_i (suma de cada una de las varianzas de las preguntas o argumentos de la técnica de recolección de datos) = 30,04

ΣV_t (varianza de la suma total de cada una de las respuestas de los encuestados) = 388,778947

$$\alpha = \frac{31}{31-1} \left[1 - \frac{30,04}{388,778947} \right]$$

$$\alpha = 0,953485$$

Figura 56. Aplicación de la fórmula alfa de Cronbach

De acuerdo a la figura sobre la aplicación de la fórmula del alfa de Cronbach, los resultados arrojan un índice de 0,953485 que según la interpretación de los autores Oviedo y Campo (2005), se puede interpretar como confiables, es decir que la data tomada de las respuestas de los encuestados, tiene incorporado argumentos que se

correlacionan y pueden interpretarse como escenarios donde exista una incidencia entre las variables que componen la hipótesis de la investigación.

3.3.2 Correlación de escenarios

De acuerdo a Lahura (2013) un coeficiente de correlación describe la medida sobre la cual especifica la intensidad que existen entre los resultados de un grupo de argumentos, generando que su proximidad a 1, se interprete como la relación de las variables en una problemática, en pocas palabras los resultados o comportamientos son casi similares. Al momento de utilizar el coeficiente de correlación, su fórmula inmediatamente compara cada dato puntual que se presenta en la recolección de datos, con relación de la media variable de todas las proyecciones recopiladas, y emplea dicha distancia para referir que las variables combinadas se ajustan en una recta imaginaria entre todos los datos

La interpretación cuantitativa de los resultados, responde a los siguientes escenarios:

- Cuando el coeficiente de correlación se aproxima a cero, su relación lineal de grupos es más débil.
- Cuando el coeficiente de correlación muestra un resultado positivo, los valores que arrojan entre dos variables tienden a incrementarse juntos.
- Cuando el coeficiente de correlación muestra un resultado negativo, los valores que arrojan entre dos variables, una tiende a incrementarse mientras la otra descende.

Tabla 44.
Matriz de correlaciones

	: [En mi empresa se desarrolla productos originales]	: [En mi empresa se logra aumentar el valor de los productos]	[En mi empresa se logra añadir nuevos elementos a los productos]	: [En mi empresa se da especificación técnica]	: [En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación]	: [Trabajo en un edificio de forma plana operativa]	: [Mi empresa tiene un proceso interactivo en línea con métodos que permiten la instrucción laboral]	: [En mi empresa se logra reducir el costo variable]	: [En mi empresa usamos nuevos medios o técnicas operativas]	[En mi empresa tenemos nuevos canales de ventas]	: [En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega]	: [En mi empresa se tiene una práctica de negocios]	[En mi empresa tenemos un nuevo sistema de gestión del conocimiento]	[En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones]	[En mi empresa se logra renovar en la relación externa]	[En mi empresa se renueva la estructura organizativa]
[La satisfacción del cliente de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]	0,09537516	0,03179172	0,29250897	0,29433147	0,47687582	0,09942991	0,1775179	0,11948873	0,17245937	0,13026253	0,51945424	0,19500196	-0,08836534	0,57942909	0,2002672	0,5098349
[El desarrollo de la calidad de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]	0,46346539	0,36839557	0,50114025	0,22411673	0,28917071	0,11769501	0,47186555	0,10421791	0,07879082	0,42199786	0,38187102	0,52412549	0,17983498	0,0787601	0,26616807	0,02722514
[La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave]	0,51789018	0,45784494	0,43161223	0,65627772	0,68301459	0,3286394	0,60070866	0,19746927	0,50215964	0,52280888	0,64997657	0,57218271	0,29902238	0,60936602	0,22064351	0,64768413
[La capacidad de respuesta de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]	0,19305431	0,06192308	0,29324919	0,43090508	0,57187785	0,00569609	0,1084752	0,04107124	0,25687375	0,10944867	0,48208308	0,18831396	-0,06412153	0,41039881	0,06118826	0,44784293
[La productividad de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]	0,14000767	0,01555641	0,10734844	0,49607938	0,51336147	0,12163326	0,23163606	0,01169371	0,30942365	0,2974552	0,58461562	0,25899407	-0,04323916	0,51550501	0	0,48706779
[La gestión de activos de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]	0,18870648	0,00370013	0,29788583	0,55190559	0,58832021	0,32981053	0,22038066	0,37548561	0,22079136	0,37396638	0,64689481	0,30152719	-0,04456631	0,58854739	0,12431146	0,58490214

[El retorno promedio de la inversión de nuestra organización]	0,16120785	-	0,33709993	0,22613351	0,42500253	-	-0,1500248	0,11016316	-	0,03002403	0,40707617	0,23114947	-0,24440645	0,69204118	0,26156942	0,47004456
[La ganancia promedio de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]	0,11470394	0,14430496	0,29788583	0,24740596	0,51431767	0,21408754	0,1515117	0,31985811	0,22079136	0,17182239	0,58643735	0,23668263	-0,04456631	0,64985441	0,27970078	0,52838986
[EL crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]	0,28279853	0,24744871	0,40655781	0,36363636	0,68932141	0,331674	0,31252706	0,39858532	0,33558146	0,45866432	0,70754895	0,51109072	0,0327517	0,54177936	0,40824829	0,43192005
[EL rendimiento promedio de las ventas de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave]	0,15662897	-	0,29324919	0,31849506	0,46260183	0,06265696	-0,0271188	0,26011782	-	0,05969928	0,48208308	0,22023158	-0,30035874	0,53110435	0,06118826	0,4200266
[Existen programas de capacitación para empleados]	0,30460385	0,34973035	0,23354968	0,47581226	0,62048932	0,40576303	0,54594868	0,3307342	0,55079106	0,5547002	0,57143464	0,3262214	0,32402608	0,63554177	0,3790235	0,71506569
[En relación a cambios, existe una retroalimentación.]	0,07619957	0,1415135	0,12519577	0,39192476	0,6313679	0,36598727	0,43561198	0,12274071	0,46256616	0,34195309	0,64920315	0,20030911	0,04034235	0,62225324	0,27429019	0,69828066
[Los empleados son valorados por mecanismos de desempeño]	0,20605885	0,17553161	0,43886673	0,45795673	0,63344016	0,30631621	0,43561309	0,27727909	0,42779991	0,43083614	0,65258809	0,31876393	0,1814862	0,61539316	0,40597039	0,61583126
[Se han concretado planes de carrera]	0,04157987	0,09701969	0,05313439	0,26138665	0,31877897	0,41180199	0,27516766	0,64247344	0,31745024	0,37228606	0,50576482	0,1740748	0,15837584	0,4669431	0,05820581	0,55390647
[Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio]	0,33854825	0,19882993	0,4326266	0,52515049	0,68247028	0,17647059	0,26005202	0,18177553	0,23320763	0,38165202	0,62340692	0,41907999	-0,04480941	0,69449351	0,2595269	0,61965962

A través de los resultados del coeficiente de correlación, se puede identificar aquellas variables sobre indicadores que se encuentran relacionados, es decir, determinar si la presencia de la innovación en cualquiera de sus fases genera que exista un resultado en la productividad de la organización.

3.3.3 Escenarios correlacionados

Una vez descritas las relaciones en la tabla 39 y tomando como referencia un nivel de significancia de 0,68, unas dos centésimas por debajo del rango mínimo de 0,70 en el coeficiente de correlación afirmado por Lahura (2013), se obtuvieron los siguientes escenarios en los cuales relacionan la variable innovación y la productividad en empresas de restaurantes de la localidad de Machala.

Tabla 45.
Escenarios correlacionados

Escenario	Variable	Argumentos	Correlación
Escenario 1	Innovación	Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación]	0,68301459
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad operacional, la empresa se caracteriza por: [La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave]	
Escenario 2	Innovación	Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación]	0,68932141
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [EL crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]	
Escenario 3	Innovación	Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación]	0,68247028
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio]	
Escenario 4	Innovación	Con relación a la innovación de marketing: [En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega]	0,70754895
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [EL crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]	
Escenario 5	Innovación	Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones]	0,69204118
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [El retorno promedio de la inversión de nuestra organización]	

	Innovación	Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones]	
Escenario 6	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio]	0,69449351
	Innovación	Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa se renueva la estructura organizativa]	
Escenario 7	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Existen programas de capacitación para empleados]	0,71506569
	Innovación	Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa se renueva la estructura organizativa]	
Escenario 8	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [En relación a cambios, existe una retroalimentación.]	0,69828066

Se puede evidenciar que la relación entre las dos variables del total de la matriz de correlación, arrojó 8 escenarios, con lo cual se puede interpretar que los dueños y administradores del negocio de restaurantes que incurren en la innovación tienen resultados consecuentes en la productividad que generan los modelos de negocios bajo este segmento de mercado. Sin embargo, aún se desconoce si los escenarios propuestos guardan un grado de significancia entre indicadores, es decir, si la presencia de la innovación es el punto de partida para que la compañía pueda obtener resultados sobre la productividad en cada uno de los indicadores propuestos previamente en la operacionalización de la variable.

3.3.4 Prueba de hipótesis

Según las autoras Sagaró & Zamor (2020) una prueba de hipótesis consiste en determinar mediante una regla en específico si se puede aceptar o rechazar una afirmación que tiene como objeto una población en particular, la cual se expone mediante una proporción recolecta a través de los datos obtenidos en la herramienta de recolección basado en una muestra representativa.

Los escenarios que se expone en la prueba de hipótesis, examina una hipótesis nula y una hipótesis alternativa, dónde la hipótesis nula provee de un escenario donde no hay efecto o diferencia entre argumentos mientras que la hipótesis alternativa muestra un enunciado en la cual se desea concluir que la exposición es verdadera, todo en base a la proporción de datos que se tomó en consideración de la muestra.

Para aceptar o rechazar una hipótesis nula, es necesario emplear un estadístico que se adapte a las necesidades que requiere la investigación, para el autor García (2017) indica que utilizar el estadístico F sirve para evaluar la capacidad explicativa que presenta un conjunto de argumentos clasificados como variables independientes sobre los resultados variables en el conjunto de datos clasificados como dependientes.

A continuación, se muestra la hipótesis en cada uno de los escenarios que en la tabla 45 se mostraron como correlacionados.

3.3.4.1 Prueba de hipótesis escenario 1

Tabla 46.

Valor crítico de F y grado de significancia escenario 1

Escenario	Variable	Argumentos	Valor crítico de F	Significancia
Escenario 1	Innovación	Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación]	0,000903144	0,05
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad operacional, la empresa se caracteriza por: [La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave]		

Hipótesis Nula

La innovación por procesos que argumenta un aumento de la velocidad en la implementación de nuevos procesos en la empresa no incide significativamente en la productividad operacional sobre mejorar la competitividad en costos de la organización en función con empresas similares.

Hipótesis alternativa

La innovación por procesos que argumenta un aumento de la velocidad en la implementación en la empresa incide significativamente en la productividad operacional sobre mejorar la competitividad en costos de la organización en función con empresas similares.

Comprobación

El crítico del estadístico F es menor al grado de significancia medido en 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula es decir que hay incidencia entre las variables.

3.3.4.2 Prueba de hipótesis escenario 2

Tabla 47.

Valor crítico de F y grado de significancia escenario 2

Escenario	Variable	Argumentos	Valor crítico de F	Significancia
Escenario 2	Innovación	Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación]	0,000773608	0,05
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [EL crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]		

Hipótesis Nula

La innovación por procesos que argumenta un aumento de la velocidad en la implementación de nuevos procesos en la empresa no incide significativamente en la productividad financiera sobre el crecimiento de las ganancias en la organización en comparación a otros competidores.

Hipótesis alternativa

La innovación por procesos que argumenta un aumento de la velocidad en la implementación de nuevos procesos en la empresa incide significativamente en la productividad financiera sobre el crecimiento de las ganancias en la organización en comparación a otros competidores.

Comprobación

El crítico del estadístico F es menor al grado de significación medido en 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula es decir que hay incidencia entre las variables.

3.3.4.3 Prueba de hipótesis escenario 3

Tabla 48.

Valor crítico de F y grado de significancia escenario 3

Escenario	Variable	Argumentos	Valor crítico de F	Significancia
Escenario 3	Innovación	Con relación a la innovación por procesos: [En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación]	0,000915134	0,05
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio]		

Hipótesis Nula

La innovación por procesos que argumenta un aumento de la velocidad en la implementación de nuevos procesos en la empresa no incide significativamente en la productividad de la administración del talento humano sobre valorar la opinión de los empleados en procesos de cambio.

Hipótesis alternativa

La innovación por procesos que argumenta un aumento de la velocidad en la implementación de nuevos procesos en la empresa incide significativamente en la productividad de la administración del talento humano sobre valorar la opinión de los empleados en procesos de cambio.

Comprobación

El crítico del estadístico F es menor al grado de significación medido en 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula es decir que hay incidencia entre las variables.

3.3.4.4 Prueba de hipótesis escenario 4

Tabla 49.

Valor crítico de F y grado de significancia escenario 4

Escenario	Variable	Argumentos	Valor crítico de F	Significancia
Escenario 4	Innovación	Con relación a la innovación de marketing: [En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega]	0,000483857	0,05
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [El crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave]		

Hipótesis Nula

La innovación en marketing que argumenta la tenencia de nuevos canales de entrega en la empresa no incide significativamente en la productividad financiera sobre el crecimiento de ganancias en comparación a competidores clave.

Hipótesis alternativa

La innovación en marketing que argumenta la tenencia de nuevos canales de entrega en la empresa incide significativamente en la productividad financiera sobre el crecimiento de ganancias en comparación a competidores clave.

Comprobación

El crítico del estadístico F es menor al grado de significación medido en 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula es decir que hay incidencia entre las variables.

3.3.4.5 Prueba de hipótesis escenario 5

Tabla 50.

Valor crítico de F y grado de significancia escenario 5

Escenario	Variable	Argumentos	Valor crítico de F	Significancia
Escenario 5	Innovación	Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones]	0,000722807	0,05
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad financiera, la empresa se caracteriza por: [El retorno promedio de la inversión de nuestra organización]		

Hipótesis Nula

La innovación organizacional que argumenta la distribución equitativa de responsabilidad y toma de decisiones no incide significativamente en la productividad financiera sobre el retorno promedio de la inversión en la organización.

Hipótesis alternativa

La innovación organizacional que argumenta la distribución equitativa de responsabilidad y toma de decisiones incide significativamente en la productividad financiera sobre el retorno promedio de la inversión en la organización.

Comprobación

El crítico del estadístico F es menor al grado de significación medido en 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula es decir que hay incidencia entre las variables.

3.3.4.6 Prueba de hipótesis escenario 6

Tabla 51.

Valor crítico de F y grado de significancia escenario 6

Escenario	Variable	Argumentos	Valor crítico de F	Significancia
Escenario 6	Innovación	Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones]	0,000679451	0,05
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Se valora la opinión de los empleados en procesos de cambio]		

Hipótesis Nula

La innovación organizacional que argumenta una distribución equitativa de las responsabilidad y toma de decisiones en la empresa no incide significativamente en la productividad en la administración del talento humano sobre la valoración de la opinión de los empleados en procesos de cambio.

Hipótesis alternativa

La innovación organizacional que argumenta una distribución equitativa de las responsabilidad y toma de decisiones en la empresa incide significativamente en la productividad en la administración del talento humano sobre la valoración de la opinión de los empleados en procesos de cambio.

Comprobación

El crítico del estadístico F es menor al grado de significación medido en 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula es decir que hay incidencia entre las variables.

3.3.4.7 Prueba de hipótesis escenario 7

Tabla 52.

Valor crítico de F y grado de significancia escenario 7

Escenario	Variable	Argumentos	Valor crítico de F	Significancia
Escenario 7	Innovación	Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa se renueva la estructura organizativa]	0,000394706	0,05
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [Existen programas de capacitación para empleados]		

Hipótesis Nula

La innovación organizacional que argumenta una renovación en la estructura organizativa no incide significativamente en la productividad en la administración del talento humano sobre la existencia de programas de capacitación para empleados.

Hipótesis alternativa

La innovación organizacional que argumenta una renovación en la estructura organizativa incide significativamente en la productividad en la administración del talento humano sobre la existencia de programas de capacitación para empleados.

Comprobación

El crítico del estadístico F es menor al grado de significación medido en 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula es decir que hay incidencia entre las variables.

3.3.4.8 Prueba de hipótesis escenario 8

Tabla 53.

Valor crítico de F y grado de significancia escenario 8

Escenario	Variable	Argumentos	Valor crítico de F	Significancia
Escenario 8	Innovación	Con relación a la innovación organizacional: [En mi empresa se renueva la estructura organizativa]	0,00061683	0,05
	Productividad	En cuanto a la incidencia sobre la productividad en la administración del talento humano, la empresa se caracteriza por: [En relación a cambios, existe una retroalimentación.]		

Hipótesis Nula

La innovación organizacional que argumenta una renovación en la estructura organizativa no incide significativamente en la productividad en la administración del talento humano sobre cambios que existen por una retroalimentación.

Hipótesis alternativa

La innovación organizacional que argumenta una renovación en la estructura organizativa incide significativamente en la productividad en la administración del talento humano sobre cambios que existen por una retroalimentación.

Comprobación

El crítico del estadístico F es menor al grado de significación medido en 0.05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula es decir que hay incidencia entre las variables.

3.4 Discusión

Una vez determinadas las correlaciones y el grado de significancia tomado del análisis estadístico inferencial de las respuestas de los encuestados medidos por escala de Likert, se asevera que, un administrador que tenga como meta aplicar planes de innovación en su empresa del segmento de restaurantes, solo tendrá resultados en su productividad bajo los siguientes escenarios:

Tabla 54.

Planes de acción de la innovación y el efecto en la productividad de la empresa del sector restaurantes.

Plan de acción	Efecto sobre la empresa
Aumentar la velocidad en la implementación de nuevos procesos en la empresa	Genera un manejo de costos óptimos mejores a los competidores
	Mejora las ganancias con relación a los competidores
	Valorar las opiniones de los empleados en procesos de cambio
Crear nuevos canales de entrega	Mejora las ganancias con relación a los competidores
Distribuir equitativamente las responsabilidades y toma de decisiones	Garantiza el retorno promedio de la inversión
Renovar la estructura organizativa	Existencia de programas de capacitación para empleados
	Existencia de procesos de retroalimentación

De acuerdo a la tabla 54, si un directorio o dueño de compañía que se dedica a la actividad de restaurantes y más aún en la ciudad de Machala, debe implementar aquellos planes de acción de acuerdo a las necesidades que requiera como efecto sobre la empresa, por ejemplo, si desea garantizar el retorno promedio de la inversión en su negocio, tendrá la tarea de innovar en el tema organizacional con una distribución equitativa de responsabilidad de cada empleado y designar sobre aquellos que toman decisiones.

En cuanto a los hallazgos obtenidos con los artículos científicos de alto impacto que se tomaron como referencia en la estructura del cuestionario, se obtuvieron las siguientes diferencias:

Tabla 55.
Hallazgos de la investigación y diferencia con otros estudios de alto impacto

Estudios de alto impacto	Conclusión	Aporte de la investigación	Hallazgos en la investigación
Lee, Sardeshmukh y Hallak (2015)	Los restaurantes aumentar la cantidad de platillos ofertados, generando como resultado una mayor cantidad de clientes y con lo cual se solucionarían problemas de ingresos, porque se estaría recaudando beneficios acoplados a un mercado exigente.	Se deben incluir la innovación sobre canales de entrega para mejorar las ganancias y además de distribuir equitativamente las responsabilidades y toma de decisiones	
Alcaide (2020)	La innovación está estrechamente relacionada con el valor agregado, un concepto completamente necesario para competir en un mercado, porque en materia de servicios, la experiencia de satisfacción total, es aquella que genera un posterior retorno del cliente al local y una preferencia por encima de los competidores o sustitutos.	Para aportar con un valor agregado en el producto, es necesario aumentar la innovación en los procesos y renovar la estructura organizativa constantemente	Para que la empresa de restaurantes requiera un resultado positivo en la productividad de sus actividades, requiere que sus administradores generen planes de acción en función a un tipo de innovación en particular. Siendo efectivos los planes de acción sobre la innovación en procesos, marketing y organizacional, generando beneficios en la productividad operacional, financiera y de talento humano
Fontalvo, De la Hoz y Morelo (2018)	Una productividad favorable a la empresa, requiere que la misma ejerza una planificación basada en un modelo innovador, con valor agregado que cubra las necesidades de los clientes o a su vez mantenga una ventaja por encima de sus competidores.	Es necesario acotar que para obtener mejores resultados que los competidores se innove en nuevos procesos y canales de entrega	
Masso y Pritt (2014)	A pesar que se lleven a cabo nuevos planes estratégicos, es importante que la administración pueda medir si los mismos generan beneficios al instante o se tengan que implementar nuevos procesos como la capacitación a los empleados, adecuaciones y pruebas para corregir errores.	La innovación organizativa tiene resultados positivos sobre garantizar el retorno promedio de la inversión, mantener a los trabajadores capacitados e incurrir constantemente en procesos de retroalimentación	

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

- En referencia al objetivo específico de desarrollar un marco teórico, conceptual y referencial sobre la relación entre la innovación y la productividad en las empresas relacionadas al sector terciario en el área de restaurantes, se concluye que, existen estudios que explican la incidencia entre ambas variables sobre el sector restaurantes, tomando como prioridad la constante retroalimentación que debe tener el talento humano y la oportunidad de generar nuevo contenido de valor agregado en los productos, si se desea mejorar el nivel de ingresos.
- En relación al objetivo específico de realizar un análisis metodológico sobre el aporte de la innovación y productividad de los restaurantes a la economía de la ciudad de Machala, se concluye que, debido al alto grado de informalidad en el segmento, requirió establecer un muestreo por conveniencia, asegurando que el modelo de negocios se encuentre operativo, además de un análisis transversal, basado en las opiniones y dueños de estos locales, los cuales manejan y dirigen operativamente a diario estas empresas.
- En función al objetivo específico de evaluar mediante análisis estadístico la correlación que existe entre la innovación y la productividad de las empresas del sector terciario en el área de restaurantes de la ciudad de Machala, se concluye que, la empresa de restaurantes que requieran un resultado positivo en la productividad de sus actividades, requiere que sus administradores generen planes de acción en función a un tipo de innovación en particular. Siendo efectivos los planes de acción sobre la innovación en procesos, marketing y organizacional, generando beneficios en la productividad operacional, financiera y de talento humano
- Finalmente, en cuanto al objetivo específico de, proponer un diseño de estrategias para a través de la innovación contribuir en el mejoramiento de la productividad del sector de restaurantes de la ciudad de Machala, se concluye que, la empresa debe aplicar los siguientes planes de acción: aumentar la velocidad en la implementación de nuevos procesos en la empresa, crear nuevos canales de entrega, distribuir equitativamente las responsabilidades y toma de decisiones y renovar la estructura organizativa.

Recomendaciones

Para que una empresa del segmento de restaurantes tenga resultados positivos en su productividad a raíz de planes de acción sobre la innovación, debe tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Se deben incluir la innovación sobre canales de entrega para mejorar las ganancias y además de distribuir equitativamente las responsabilidades y toma de decisiones
- Para aportar con un valor agregado en el producto, es necesario aumentar la innovación en los procesos y renovar la estructura organizativa constantemente
- Es necesario acotar que para obtener mejores resultados que los competidores se innove en nuevos procesos y canales de entrega
- La innovación organizativa tiene resultados positivos sobre garantizar el retorno promedio de la inversión, mantener a los trabajadores capacitados e incurrir constantemente en procesos de retroalimentación.

Bibliografía

- Acuña, A., Núñez, C., & Radrigán, M. (2017). *Un marco conceptual para el estudio de la participación*. Obtenido de <http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/handle/123456789/239>
- Aguinaga, C., & Criollo, C. (2017). *Mercado de trabajo, diseño y metodología de investigación*. Quito: Dirección General de Estudios, Banco Central del Ecuador.
- Alcaide, V. (2020). *Relación de la innovación y el desempeño organizacional de los restaurantes fast food en San Isidro 2019*. Lima, Perú: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Almeida, K., Hernández, E., & Jaimes, L. (15 de Enero de 2021). *GESTIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA MEJORA DEL ÁREA GESTIÓN HUMANA EN LA EMPRESA RESTAURANTE PERY MEDIANTE LA APLICACIÓN DE INNOVACIÓN*. Obtenido de <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/6481>
- Álvarez, S. (19 de Abril de 2019). *Factores de Adaptabilidad como ventaja competitiva en las Empresas PYMES del sector textil de la provincia de Arequipa*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9071>
- Arévalo, D., Nájera, S., & Piñero, E. (7 de Diciembre de 2018). *The Influence of the Implementation of Information Technologies in the Productivity of Service Companies*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642018000600199&script=sci_arttext
- Arias, F. G. (2016). *Introducción a la investigación y metodología*. Caracas: Episteme.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México D. F.: Grupo Editorial Patria S. A de C. V.. Tercera Edición.
- Barreto, J., & Petit, E. (15 de Agosto de 2017). *Modelos explicativos del proceso de innovación tecnológica en las organizaciones*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055964004/29055964004.pdf>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México Df: Pearson Education.
- Blešić, I., Božić, S., Demirović, D., Ivkov, M., Simat, K., & Stefanović, V. (2016). *Innovaciones en la industria del restaurante: Un estudio exploratorio. Economía de la agricultura 4/2016*, 1 - 18.
- Cando, A., Erazo, J., Álvarez, J., & Rivera, J. (1 de Enero de 2021). *La pandemia COVID- 19 en la micro empresa: Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de <https://www.cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/445>

- Carlino, P. (2021). *Antecedentes y marco teórico en los proyectos de investigación: aportes para construir este apartado*. Buenos Aires: Universidad Pedagógica Nacional de Argentina.
- Castells, P., & Valls, P. (25 de Marzo de 2021). *Tecnología e innovación en la empresa*. Obtenido de <https://www.mdx.cat/handle/2099.3/36718>
- Cortez, J. (6 de Abril de 2018). *El marco teórico referencial y los enfoques de investigación*. Obtenido de <http://ojs.agro.umsa.bo/index.php/ATP/article/view/198>
- Curro, E., Izquierdo, M., Pazo, J., Salazar, F., & Villanueva, J. (10 de Agosto de 2017). *Diagnóstico operativo empresarial de la Empresa Servicios Compartidos de Restaurantes S.A*. Obtenido de <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/142540>
- Delgado, A., Vargas, E., Rodríguez, F., & Juan, M. (29 de Junio de 2018). *Organizational structure, human capital and collaboration networks: determinants of innovation capability in restaurants*. Obtenido de <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/view/administer.32.1>
- Díaz, P., & Amador, C. (2016). *Investigación de mercados para pequeñas y medianas empresas*. Guadalajara: Cu Costa Sur.
- Espinoza, Moreno, Robles, Borbón, & Solano. (16 de Junio de 2019). *Procesos de innovación para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas de la región del Río Sonora*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-91692019000100128
- Fontalvo, T., De la Hoz, E., & Morelos, J. (2018). *La productividad y sus factores*. Cartagena: Universidad de Cartagena.
- Gallardo, E. (30 de Enero de 2016). *Fundamentos de Administración*. Obtenido de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/191619/t-2_fundamentos_de_administracion-5648.pdf
- García, G. (2020). *Compendio de Pedagogía*. La Habana: Ministerio de Educación.
- García, J. (13 de Diciembre de 2017). *Interpretación de resultados estadísticos*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0210569118300135>
- García, Vesga, & Gómez. (14 de Enero de 2021). *Clima organizacional: Teoría y práctica*. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/26059>
- Gee, D. (1981). *Technology transfer, Innovation & International Competitiveness*. Nueva York: Wiley & Sons.
- Gómez, C., Pineda, A., & Vesga, L. (20 de Febrero de 2020). *INNOVACION Y CREATIVIDAD EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS SUBSECTOR*

RESTAURANTES DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA.

Obtenido de <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/3260>

- González, E., Riofrio, N., & Sánchez, T. (2017). *Importancia de la creatividad e innovación para el desarrollo de las pymes en el cantón Machala*. Obtenido de <https://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/189/160>
- González, J., & Pazmiño, M. (2015). *Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la Cálculo e interpretación del Alfa de Cronbach para el caso de validación de la*. Santacruz: Revista Publicando.
- González, L., & Mejía, M. (2020). *La operacionalización de variables en la investigación cuantitativa*. Lima: Universidad de Lima.
- Goodman, R., & Pavón, J. (1981). *Proyecto MODELTEC. La planificación del desarrollo tecnológico*. Madrid: CDTI-CSIC.
- Guerrero, G., & Guerrero, M. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria.
- Gutierrez, C., & Baurmet, T. (2018). *Smith, Schumpeter y el estudio de los sistemas de innovación*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Hernández, J., Carreón, J., & Bustos, J. (16 de Febrero de 2021). *MODELO DE CIBERCULTURA ORGANIZACIONAL EN LA INNOVACIÓN DEL CONOCIMIENTO*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación*. México D. F, México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Herrera, C. V. (2016). *Teoría de la productividad laboral y empresarial*. Gestiopolis.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (20 de Octubre de 2020). *Directorio de compañías*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2019/Principales_Resultados_DIEE_2019.pdf
- Jones, G., & George, J. (2010). *Administración contemporánea*. México: McGraw-Hill.
- Kičiatovas, E., Laužikas, M., Tindale, H., & Tranavičius, L. (2015). Efectos del comportamiento del consumidor en las innovaciones en la industria de la comida rápida, Problemas de emprendimiento y sostenibilidad. *Entrepreneurship and Sustainability Center, vol. 3 (1)*, 85 - 103.
- La Mota, G., Iglesias, P., & Zea, J. (2021). *Modelo estratégico para optimizar la productividad de la empresa M&D Catering*. Guayaquil: Revista Ciencia y Tecnología.

- Labarcés, C. (2015). *Aspectos de innovación Shumpeteriano: el emprendimiento, el perfil del empresario en el contexto social*. Barranquilla: Uninorte.
- Lahura, E. (2013). *El coeficiente de correlación y correlación espúreas*. Obtenido de <http://cendoc.esan.edu.pe/fulltext/e-documents/DDD218.pdf>
- Laza, R. M. (2012). Recuperado el 11 de Diciembre de 2018, de Mejorando el desempeño laboral de los trabajadores: <https://es.workmeter.com/blog/bid/225512/mejorando-el-desempe-o-laboral-de-los-trabajadores>
- Lee, C., Sardeshmukh, S., & Hallak, R. (2015). *Innovation, entrepreneurship, and restaurant performance: A higher-order structural model*. Tourism Management.
- Lee, C., Sardeshmukh, S., & Hallak, R. (2016). *Drawing from literature on innovation, entrepreneurship, and hospitality, this* . Adelaide: University of South Australia.
- Madé, N. (2006). *Metodología de la investigación*. México D. F: Editora Mc Graw Hill.
- Marroquín, R. (2018). *Metodología de la investigación*. Lima, Perú: Pearson Educación. Obtenido de <http://200.48.31.93/Titulacion/2013/exposicion/SESSION-4-METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Masso, J., & Vaher, P. (2014). *The link between innovation and productivity in Estonia's services sector*. Birmingham: Birmingham Business School.
- McCraw, T. (2007). *Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction*. Belknap Press.
- Milkovich, G., & Boudrem, T. (1994). *Dirección y Administración de Recursos Humanos. Un Enfoque de Estrategia*. Estados Unidos: Addison Wesley. Iberoamericana.
- Mises, L. (2009). *El socialismo: análisis económico y sociológico*. Madrid: Unión Editorial.
- Moguel, E. (2011). *Desarrollo de técnicas basadas en la metodología de la Investigación*. México D.F.: Editorial Merino.
- Moya, P., & Santana, S. (Diciembre de 2016). Obtenido de Sobre el concepto de emprendimiento: <https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Sobre-el-concepto-de-emprendimiento.pdf>
- Muñoz, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México DF: Editorial Progreso S.A. de C.V.
- Najib, M., Septiani, S., & Nurlaela, S. (2020). *The role of innovation, entrepreneurial self-efficacy and local uniqueness on marketing performance*

- in small and medium-sized restaurants*. Bogor: Journal of Foodservice Business Research.
- Nelson, R., & Phelps, E. (1966). *Investment in Humans, Technological Diffusion, and Economic Growth*. The American Economic.
- Ora, A. (8 de Agosto de 2019). *Proceso administrativo y productividad laboral en el restaurante Granja Azul. Santa clara – Lima, 2019*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/46889>
- Ortega, R. (14 de Diciembre de 2016). *Gestión pública inteligente, innovación e información: oportunidades y riesgos del Big data administrativo*. Obtenido de https://www.ief.es/docs/destacados/publicaciones/revistas/pgp/86_09.pdf
- Oviedo, H., & Campo, A. (2005). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. Rev. colomb. psiquiatr.
- Pacora, J. (12 de Septiembre de 2018). *Mejora de los indicadores de productividad en empresas de servicios MYPES, a través del monitoreo y control lean - six sigma, usando herramientas de data mining*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP_d862669b9777f6e7f68cd5a6ad317854
- Parra, M., Rubio, L., & López. (2017). *Emprendimiento y creatividad*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pavón, J., & Goodman, R. (1981). *La planificación para el desarrollo tecnológico*. Madrid: Ed. Madrid.
- Pérez, J. (23 de Enero de 2019). *Factores determinantes de la innovación en el sub sector hotelería y restaurantes en Colombia 2014-2015*. Obtenido de <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/4840>
- Porter, M., & Kramer, M. (2011). *Creating shared value: redefining business*. Harvard business.
- Rajapathirana, R., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation & Knowledge Vol. 3, Shanghai University, School of Management, China*, 44 - 55.
- Ramírez, M., & Perusquia, J. (3 de Agosto de 2019). *The Marketing Information System as a management model based on organizational communication*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n27/19402730.html>
- Ramos, C. (2015). *Los paradigmas de la investigación científica*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/282731622_LOS_PARADIGMAS_DE_LA_INVESTIGACION_CIENTIFICA_Scientific_research_paradigms
- Ramos, L., Segura, A., González, Y., & Alonso, A. (2012). *Evaluación y análisis de la eficiencia y eficacia en restaurantes. Caso: restaurantes especializados en comida internacional*. Universidad del Bío-Bío.

- Reyes, A. (2016). *Administración de empresas: Teoría y Práctica*. México: LIMUSA.
- Rifo, S., Álvarez, B., & Freire, D. (2017). *Capacitación y su impacto en la productividad laboral de las empresas chilenas*. Obtenido de <http://repositorio.udec.cl/handle/11594/2495>
- Robbins, L. (1955). *Schumpeter's History of Economic Analysis*. Quarterly Journal of Economics.
- Rodríguez, E., & Quiroz, H. (2018). *EL EFECTO DE LA INNOVACIÓN Y EL DESEMPEÑO EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS COLOMBIANAS*. Santa Marta: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Rodríguez, J., & Hernán, L. (4 de Diciembre de 2017). *Capacidades de innovación en el contexto de las organizaciones de salud y desarrollo de un modelo teórico*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0367-47622017000400005&script=sci_arttext&tlng=pt
- Rodríguez, M. (1 de Agosto de 2019). *Relación entre la innovación de productos y capacidades organizacionales*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362019000200194&script=sci_arttext&tlng=pt
- Roldán, M. (2017). *El rol del conocimiento y el capital humano en los modelos de crecimiento endógeno*. México D.F.: Universidad Autónoma de México.
- Sagaró, N., & Zamora, L. (20 de Mayo de 2020). *Técnicas estadísticas para identificar posibles relaciones bivariadas*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726-67182020000200008
- Sánchez, D. (2017). *La motivación basada en la teoría de las expectativas de Víctor Vroom y la productividad laboral en el área de mantenimiento de Barrick Misquichilca - proyecto Pierina 2014*. Obtenido de <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/1665>
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*.
- Seymour, H. (1951). *Schumpeter: Social Scientist*. Cambridge: Harvard University .
- Stake, R. (1999). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Ediciones Morata S.I.
- Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2019). *Información general de compañías*. Obtenido de http://appscvsmovil.supercias.gob.ec/portaldeinformacion/consulta_cia_menu.zul?expediente=170763&tipo=1
- Vargas, P. (14 de Febrero de 2020). *Clima laboral y la productividad del personal en el restaurante Doomo Saltado*. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4972>

Villamar, A., & Guananga, S. (9 de Septiembre de 2019). *Análisis de la Participación del Sector Terciario en la Economía del Ecuador, período 2014-2018*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46548>

Vroom, V. (1964). *Work and Motivation*. New York.

Zandavalli, C., & Aparecida, G. (8 de Noviembre de 2018). *ELEMENTOS ESSENCIAIS PARA A DINÂMICA DA INOVAÇÃO SOCIAL*. Obtenido de <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/655/377>

Anexos

Anexo 1. Formato de percepción de administradores de restaurantes aspecto innovación y productividad.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

TEMA: LA INNOVACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD DEL
SECTOR TERCIARIO EN EL AREA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE
MACHALA

Variable: Innovación

Instrucción: a continuación, se presenta una serie de argumentos que serán respondidos por usted, por favor lea con detenimiento cada enunciado y marque con una X la alternativa que corresponde al enunciado seleccionado y más acorde a su relación con trabajo con el restaurante. Su sinceridad ayudará a obtener el éxito de la presente investigación.

La medición de cada pregunta se realizará en escala de Likert:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Argumentos	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
En mi empresa se desarrolla productos originales					
En mi empresa se logra aumentar el valor de los productos					
En mi empresa se logra añadir nuevos elementos a los productos					
En mi empresa se da especificación técnica					
En mi empresa se logra aumentar la velocidad de implementación					
Trabajo en un edificio de forma plana operativa.					
Mi empresa tiene un proceso interactivo en línea con métodos que permiten la instrucción laboral.					
En mi empresa se logra reducir el costo variable					
En mi empresa usamos nuevos medios o técnicas operativas					

En mi empresa tenemos nuevos canales de venta					
En mi empresa tenemos nuevos canales de entrega					
En mi empresa se tiene una nueva practica de negocios					
En mi empresa tenemos un nuevo sistema de gestión del conocimiento.					
En mi empresa es equitativa la distribución de responsabilidades y toma de decisiones					
En mi empresa se logra renovar en la relación externa					
En mi empresa se renueva la estructura organizativa.					

Variable productividad

Argumentos	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
La satisfacción del cliente de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave.					
El desarrollo de la calidad de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores clave.					
La administración de costos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave.					
La capacidad de respuesta de nuestra 66 organización es mejor en comparación con los competidores clave.					
La productividad de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave					
La gestión de activos de nuestra organización es mejor en comparación con competidores clave					
El retorno promedio de la inversión de nuestra organización en comparación con los competidores clave.					
La ganancia promedio de nuestra organización es mejor en comparación con la clave competidores					
El crecimiento de las ganancias de nuestra organización es mejor en comparación a los competidores claves.					
El rendimiento promedio de las ventas de nuestra organización es mejor en comparación con los competidores clave					

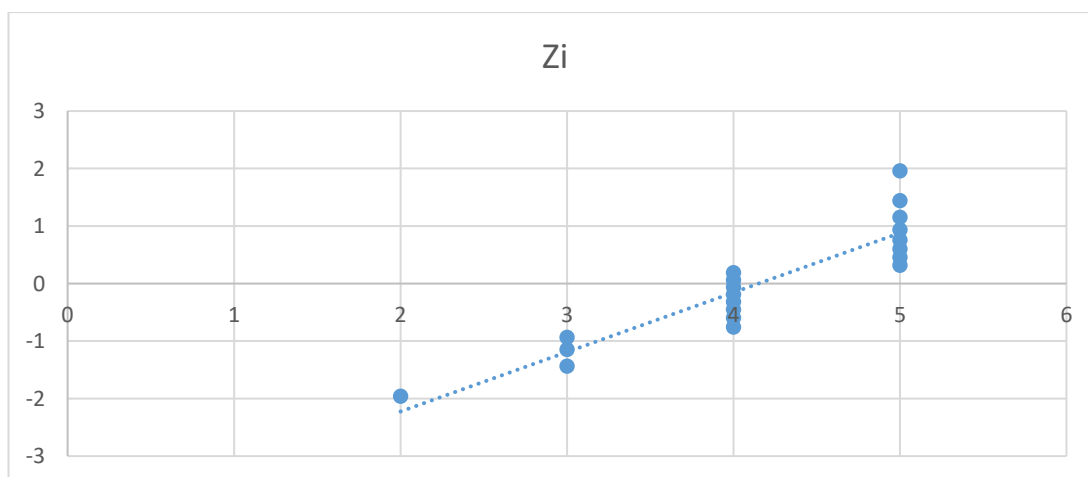
Anexo 2. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variable
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	V. Independiente

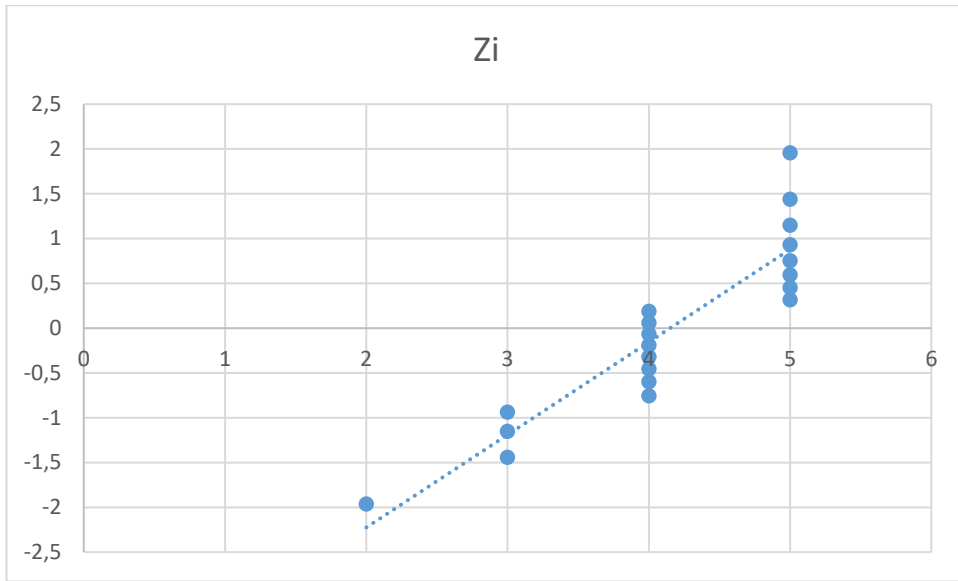
¿Cuál es la relación que existe entre la innovación y la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala?	Medir la relación entre la innovación y la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala, a través de indicadores estadísticos de correlación para proponer estrategias que contribuya al desempeño del sector de estudio.	<p>Conforme vaya avanzando la innovación en el sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala, existe un mayor grado de relación con el crecimiento de la productividad en este segmento empresarial.</p>	<p>Innovación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Producto. - Proceso - Marketing - Organizacional
Problemas específicos	Objetivos específicos		V. dependiente
¿Qué dice la literatura respecto a la relación entre la innovación y la productividad en empresas relacionadas al sector terciario en el área de restaurantes?	Desarrollar un marco teórico, conceptual y referencial sobre la relación entre la innovación y la productividad en las empresas relacionadas al sector terciario en el área de restaurantes.		<p>Productividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operacional. -Financiera. - Talento humano
¿Cuál es la metodología aplicable para analizar la relación innovación y productividad de los restaurantes a la economía de la ciudad de Machala?	Realizar un análisis metodológico sobre el aporte de la innovación y productividad de los restaurantes a la economía de la ciudad de Machala.		
¿Cuál es la correlación que existe entre la innovación y la productividad de las empresas del sector terciario en el área de restaurantes de la ciudad de Machala?	Evaluar mediante análisis estadístico la correlación que existe entre la innovación y la productividad de las empresas del sector terciario en el área de restaurantes de la ciudad de Machala.		
¿Qué estrategias se pueden proponer para a través de la innovación contribuir en el mejoramiento de la productividad del sector de restaurantes de la ciudad de Machala?	Proponer un diseño de estrategias para a través de la innovación contribuir en el mejoramiento de la productividad del sector de restaurantes de la ciudad de Machala.		

Anexo 3. Comprobación de escenarios con distribución normal.

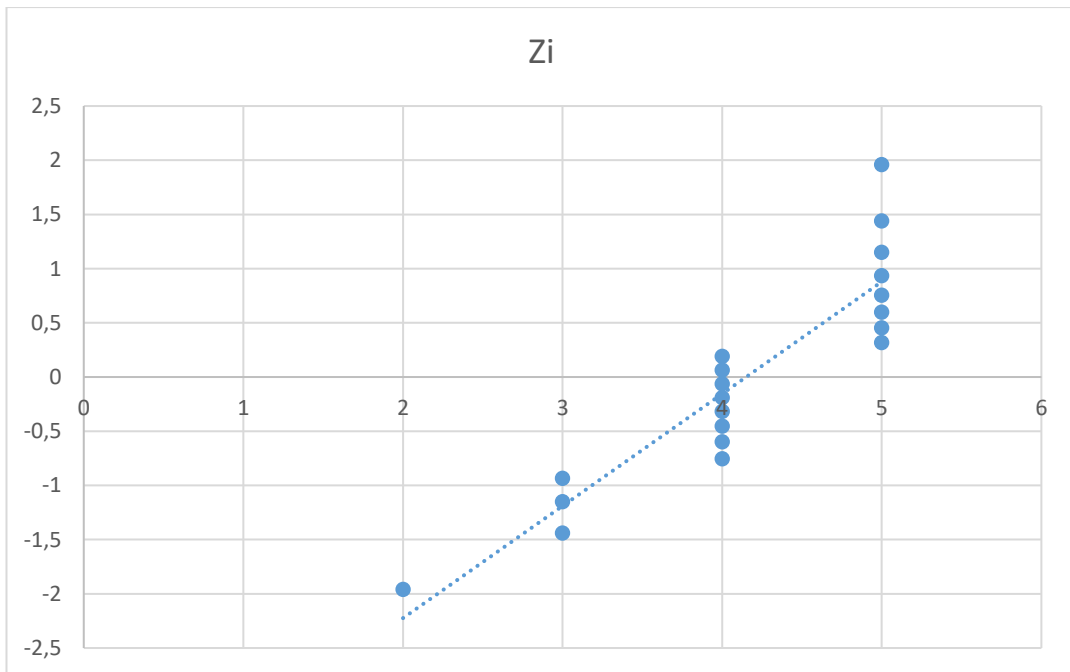
Escenario 1: Innovación en procesos vs productividad operacional



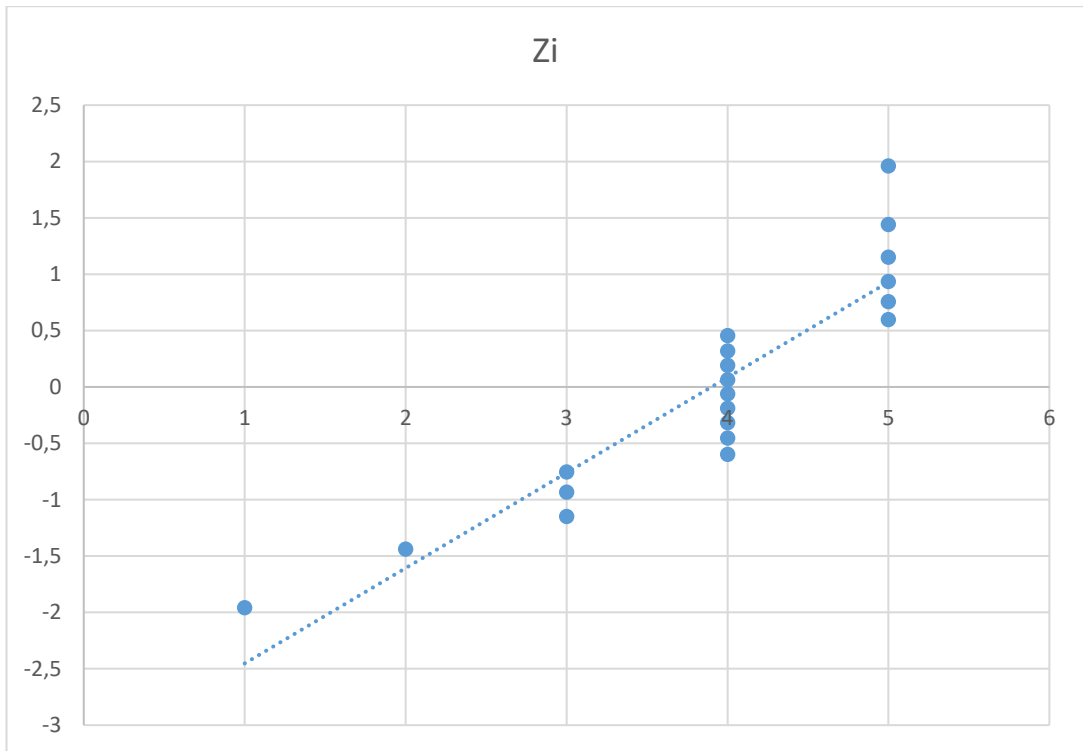
Escenario 2: Innovación en procesos vs productividad financiera



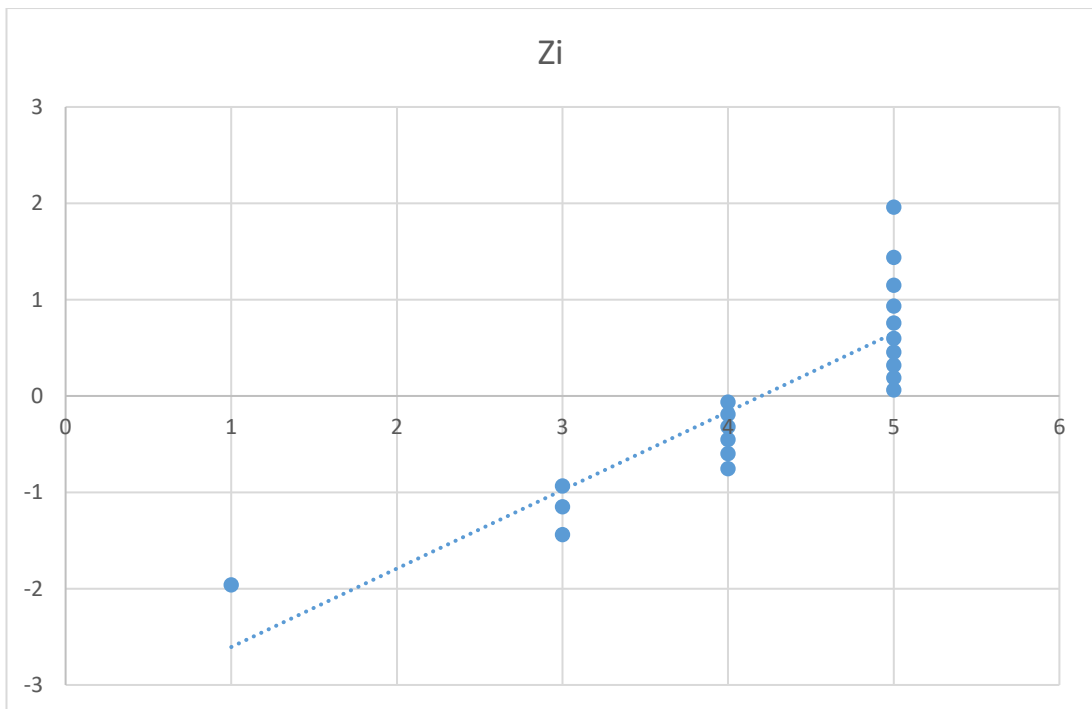
Escenario 3: Innovación por procesos vs productividad en la administración del talento humano



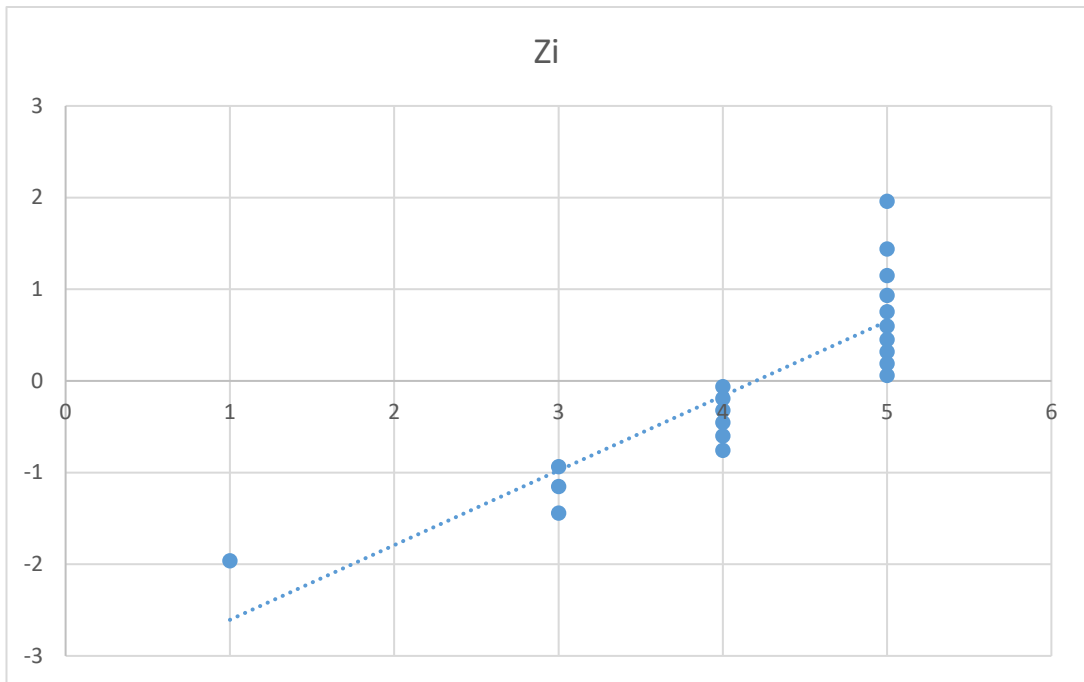
Escenario 4: Innovación en marketing vs productividad financiera



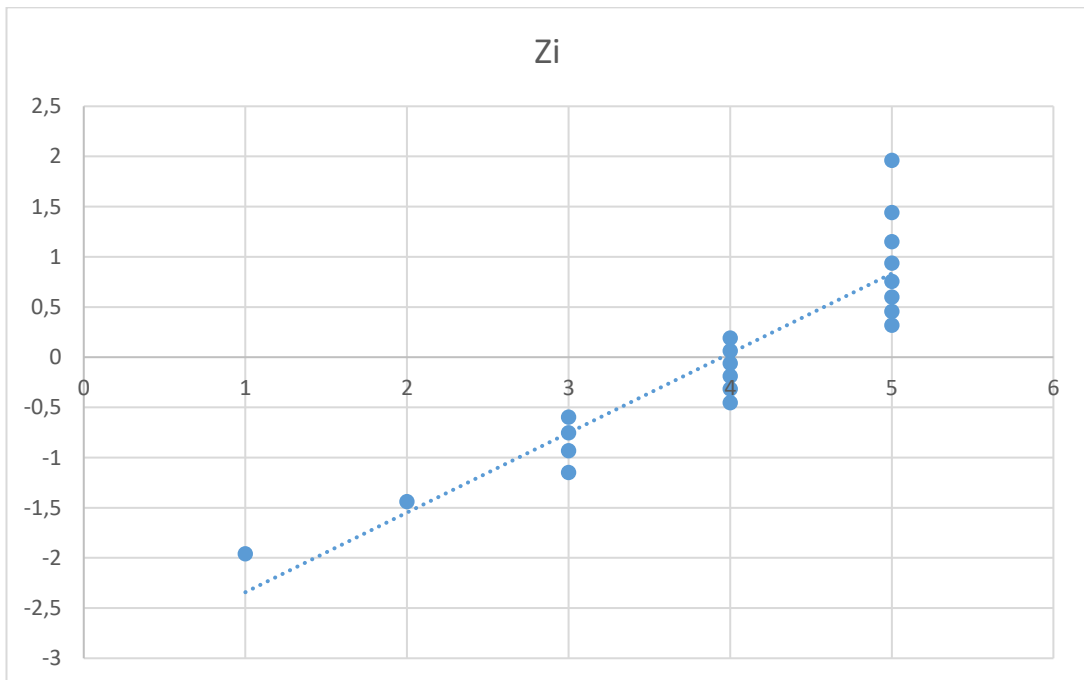
Escenario 5: Innovación organizacional vs productividad financiera



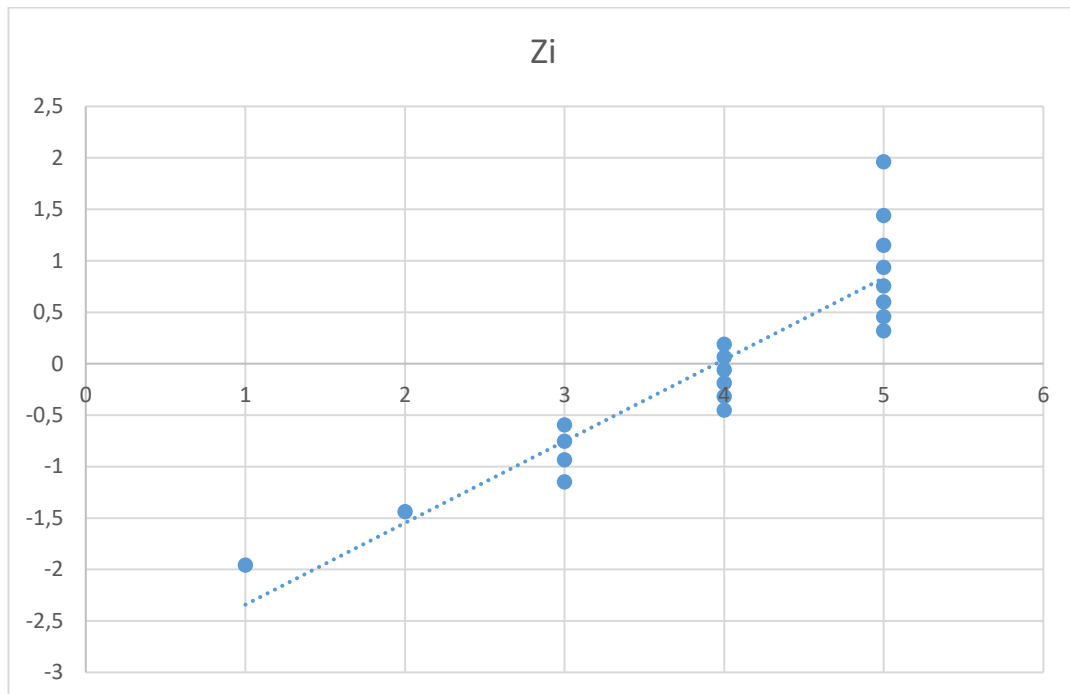
Escenario 6: Innovación organizacional vs productividad en la administración de talento humano



Escenario 7: Innovación organizacional vs productividad en la administración del talento humano.



Escenario 8: Innovación organizacional vs productividad en la administración del talento humano.





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Nola Andrea Manobanda Zambrano**, con C.C: # 0925891533 autor/a del trabajo de titulación: **La innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala**, previo a la obtención del título de en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 1 de septiembre de 2021

f.

Nombre: **Manobanda Zambrano Nola Andrea**

C.C: **0925891533**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

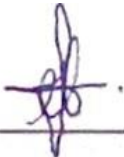
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Erick Alexander Jacome Farah**, con C.C: # 0704630516 autor/a del trabajo de titulación: **La innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala**, previo a la obtención del título de en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **1** de septiembre de **2021**

f. 

Nombre: **Erick Alexander Jacome Farah**

C.C: 0704630516



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	La innovación y su relación con la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala		
AUTOR(ES)	Nola Andrea Manobanda Zambrano- Erick Alexander Jacome Farah		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing Jose Guillermo Perez Villamar.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciados en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	1 de septiembre del 2021	No. DE PÁGINAS:	125
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración de restaurantes, innovación y productividad.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Innovación, productividad, restaurantes, Machala, estudios de alto impacto.		

Resumen:

El estudio de la relación de la innovación como la productividad, es un escenario que ha sido manejado a nivel internacional, como un aspecto relevante para cualquier industria. En la ciudad de Machala, un sitio altamente competitivo para los restaurantes, según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, es prioritario que se agreguen nuevas formas de ofertar estos servicios, incorporar la competitividad para repercute en la productividad tomando como escenario de plan de acción a la innovación. Según estudios de alto impacto, las innovaciones tienen diferentes efectos en la organización, dependiendo del segmento al cual es aplicado, por lo tanto, se plantea el objetivo de medir la relación entre la innovación y la productividad del sector terciario en el área de restaurantes en la ciudad de Machala, a través de indicadores estadísticos de correlación para proponer estrategias que contribuya al desempeño del sector de estudio.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593996491048 +593999544265	E-mail: erickjf1996@gmail.com nolamanobanda96@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Arévalo Avecillas, Danny Xavier Teléfono: +593-991048220 E-mail: danny.arevalo@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	