



**Estrategias innovadoras de gestión y su incidencia en el desarrollo productivo del sector gastronómico de Manta.**

**Autor:**

Ing. Carlos Reinaldo Castro Mero

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Dirección de Posgrado, Cooperación y Relaciones Internacionales. Trabajo de Titulación, presentado como requisito para la obtención del grado de Magíster en Administración de Empresas con mención en Innovación Empresarial y Emprendimiento.

**Tutor:**

Lcdo. Amado Antonio Mendoza Briones PhD.  
**Manabi – Ecuador**

*Marzo del 2026*

**ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE GESTIÓN Y SU INCIDENCIA EN  
EL DESARROLLO PRODUCTIVO DEL SECTOR GASTRONÓMICO  
DE MANTA.**

***INNOVATIVE MANAGEMENT STRATEGIES AND THEIR IMPACT ON  
THE PRODUCTIVE DEVELOPMENT OF THE GASTRONOMIC  
SECTOR OF MANTA.***

*Ing. Carlos Reinaldo Castro Mero*

*Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí*

[reinaldo\\_castro1993@hotmail.es](mailto:reinaldo_castro1993@hotmail.es)

**ORCID 0000-0001-6473-6912**

**Código clasificación JEL: M10, O32, L83, D24**

## **Resumen**

El presente artículo científico analiza las estrategias innovadoras de gestión y su incidencia en el desarrollo productivo del sector gastronómico de Manta, con el propósito de determinar cómo la aplicación de prácticas creativas, tecnológicas y de gestión contribuye al fortalecimiento económico y competitivo del sector gastronómico. La investigación parte de la necesidad de adaptar nuevos contextos de consumo, sostenibilidad y digitalización, considerando la importancia de la innovación como motor de desarrollo y diferenciación en un mercado altamente dinámico. El estudio se sustenta mediante un enfoque cuantitativo y descriptivo, con un diseño no experimental, de tipo correlacional y de corte transversal utilizando encuestas aplicadas a 262 propietarios y administradores de establecimientos gastronómicos de Manta. Los resultados evidencian que las estrategias innovadoras particularmente aquellas relacionadas con la diversificación del menú, la adopción de herramientas digitales, la mejora en la atención al cliente y la promoción en redes sociales han generado un impacto positivo en el incremento de la productividad, la fidelización de clientes y la proyección turística de la zona. La innovación impulsa la competitividad por medio de la identidad cultural y gastronómica manabita al integrar prácticas tradicionales con nuevas tendencias culinarias. Se concluye que el fortalecimiento del sector gastronómico de Manta requiere de una gestión estratégica basada en la creatividad la formación continua y así consolidarse como un factor determinante para el desarrollo productivo del sector gastronómico permitiendo alcanzar mayores niveles de eficiencia, sostenibilidad y posicionamiento en el mercado.

**Palabras claves.** - Estrategias innovadoras, Desarrollo productivo, Sector gastronómico, Competitividad, Gestión empresarial.

## **Abstract**

This scientific article analyzes innovative management strategies and their impact on the productive development of the gastronomic sector in Manta, with the aim of determining how the application of creative, technological, and management practices contributes to the economic and competitive strengthening of the gastronomic sector. The research stems from the need to adapt to new contexts of consumption, sustainability, and digitalization, considering the importance of innovation as an engine of development and differentiation in a highly dynamic market. The study is based on a quantitative and descriptive approach, with a non-experimental, correlational, and cross-sectional design, using surveys administered to 262 owners and managers of gastronomic establishments in Manta. The results show that innovative strategies, particularly those related to menu diversification, the adoption of digital tools, improved customer service, and social media promotion, have generated a positive impact on increased productivity, customer loyalty, and the tourism projection of the area. Innovation drives competitiveness through Manabí's cultural and gastronomic identity by integrating traditional practices with new culinary trends. It is concluded that strengthening the gastronomic sector of Manta requires strategic management based on creativity and continuous training, thus consolidating itself as a determining factor for the productive development of the gastronomic sector, allowing it to reach higher levels of efficiency, sustainability and market positioning.

**Keywords:** Innovative strategies, Productive development, Gastronomic sector, Competitiveness, Business management

## **Introducción**

A nivel global la gastronomía se ha convertido en un eje estratégico para el desarrollo económico, turístico y cultural. Países como México, Perú, España y Tailandia han demostrado que la implementación de estrategias innovadoras de gestión permite fortalecer su identidad cultural al tiempo que genera competitividad en los mercados internacionales. Sin embargo, uno de los principales problemas que enfrentan muchas regiones es la falta de capacitación en innovación gastronómica y en el uso de recursos tecnológicos y de mercadeo, lo que limita la posibilidad de posicionar sus comidas típicas en un escenario global altamente competitivo. (Bahls, 2019, pág. 2)

En el caso de Ecuador la gastronomía es reconocida como un patrimonio cultural y un motor de desarrollo económico especialmente en provincias como Manabí, Loja y Guayas, donde los diferentes platos típicos representan un atractivo turístico. Muchos pequeños y medianos emprendimientos carecen de conocimientos en marketing digital, empaques adecuados, uso de tecnología y diferenciación de productos lo cual reduce su competitividad frente a ofertas gastronómicas de otros países de la región. (Marcillo, 2021, pág. 18).

Manta es uno de los puertos más representativos del país ofrece variedad de gastronomía atractiva para los turistas especialmente por su fácil acceso ya sea por vía terrestre, marítima o aérea muchos viajeros visitan la ciudad en las temporadas altas y bajas en todo el transcurso del año disfrutando de los atractivos naturales que posee el Cantón. (Castillo, 2023, pág. 17)

Según (Bravo, 2008) Una de las principales dificultades identificadas es la falta de conocimiento sobre estrategias innovadoras de gestión que permitan mejorar la productividad, modernizar los procesos, optimizar recursos y al mismo tiempo posicionar de manera más competitiva los productos tradicionales en el mercado local, nacional e incluso internacional.

La ausencia de estrategias innovadoras de gestión no solo afecta la competitividad de los negocios sino también la preservación y difusión del patrimonio cultural gastronómico de Manta, pues al no adaptarse a las dinámicas del mercado corren el riesgo de quedar relegados frente a otras ofertas más modernas y atractivas. En consecuencia, el desarrollo productivo de las comidas típicas se ve estancado reduciendo las oportunidades de empleo, el fortalecimiento de la economía local y el potencial turístico que tiene la gastronomía manabita.

Según Rojo (2019) justifica que el estudio de las estrategias innovadoras en el sector gastronómico constituye un campo emergente dentro de la gestión empresarial vinculado con teorías de la innovación y del desarrollo productivo sostenible por lo cual es factible seguir analizando la literatura científica y demostrar que la innovación en productos , servicios, procesos, organización y marketing es un factor decisivo para el fortalecimiento competitivo del sector gastronómico y su posicionamiento en el mercado de carácter internacional , nacional y local. (pág. 1)

En el contexto de Manta la gastronomía no solo es una actividad económica sino también un patrimonio cultural asociado a la identidad Manabita. Por ello este estudio busca aportar ideas innovadoras que permitan el desarrollo productivo del sector gastronómico.

La investigación permite identificar, analizar y proponer estrategias innovadoras que fortalezcan la productividad y competitividad de los negocios gastronómicos del Cantón Manta. El estudio ofrecerá herramientas aplicables a empresarios, emprendedores y asociaciones gastronómicas contribuyendo a incrementar la productividad y sostenibilidad del sector y potenciar la oferta turística del Cantón integrando innovación con tradición. (Padilla, 2019)

Este artículo tiene un importante aporte académico, al enriquecer la innovación del sector gastronómico y permitir un impacto positivo en el desarrollo productivo del mercado local. El propósito u objetivo de estudio es analizar la incidencia de las estrategias innovadoras en el desarrollo productivo del sector gastronómico de Manta. La hipótesis planteada sobre las estrategias innovadoras si inciden en el desarrollo productivo del sector gastronómico de Manta.

La innovación sostenida mejora y perfecciona los productos, servicios o modelos de negocio existentes para mantener el liderazgo en los mercados consolidados. Este enfoque se centra en optimizar la funcionalidad y abordar las necesidades cambiantes de los clientes dentro de los marcos de negocio actuales.

## **Revisión literaria**

### **Estrategia innovadora de gestión.**

Según (Hoyos, 2021) La estrategia innovadora descrita implica una transformación integral: no solo busca mejorar la rentabilidad mediante la introducción de nuevas ideas, procesos y productos sino que también satisface las necesidades del consumidor y fortalece la cultura de responsabilidad social mejorando la imagen corporativa. Esta integración de innovación y responsabilidad crea un valor duradero y una ventaja competitiva sostenible.

La innovación en la gestión empresarial se ha consolidado como uno de los principales motores de competitividad y desarrollo productivo en las organizaciones contemporáneas. En un entorno caracterizado por cambios constantes en las preferencias de los consumidores, avances tecnológicos y creciente competencia por tal razón las empresas se ven obligadas a adoptar estrategias innovadoras que les permitan mejorar su eficiencia, diferenciar su oferta y fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Según (Medina, 2024) La innovación dentro de las organizaciones es algo fundamental; es el proceso en el cual se busca un mejoramiento en las actividades que se lleva a cabo diariamente introduciendo cambios que generan retos y procesos de adaptabilidad para generar éxito, sostenibilidad y competitividad dentro del mercado.

Aporte personal a la investigación es importante mencionar que las estrategias innovadoras de gestión constituyen un elemento fundamental para impulsar el desarrollo productivo de sectores económicos dinámicos como el gastronómico.

La gastronomía manabita ha recibido un amplio reconocimiento destacando su designación como Región Gastronómica Mundial 2026 por el Instituto Internacional de Gastronomía, Cultura, Arte y Turismo (IGCAT) la primera en América en obtener este título.

Además, su cocina tradicional fue certificada como Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador reconociendo sus sabores ancestrales y su profunda identidad cultural con platos icónicos como la Tonga, la Salprieda y el ceviche de pescado encurtido que se preparan con ingredientes locales y técnicas heredadas de generación en generación. (Instituto de Gastronomía, 2024).

En el ámbito de la administración moderna esta concepción se ha ampliado para incluir innovaciones en la gestión las cuales comprenden cambios en la estructura organizacional, los sistemas de planificación y las estrategias de mercado. Estas transformaciones contribuyen a fortalecer la capacidad adaptativa de las empresas y a promover su crecimiento productivo en contextos económicos complejos.

En el caso del sector gastronómico la innovación adquiere una relevancia particular debido a la naturaleza dinámica de esta actividad económica en la cual la calidad del servicio, la creatividad culinaria y la experiencia del cliente se convierten en factores determinantes para el éxito empresarial. La gastronomía moderna ha evolucionado hacia un modelo de gestión que combina elementos tradicionales de la cocina con estrategias innovadoras orientadas a mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del consumidor.

"Las empresas que buscan generar innovación y la toman como parte de su estrategia son las que buscan adaptarse al entorno y eso les genera casi de manera automática el constantemente innovar su estrategia " (Carrillo, 2017)

La gastronomía es el acto artístico de crear una comida deliciosa y abarca la diversidad de platillos y prácticas culinarias propias de una región constituyendo una

manifestación de la cultura de una comunidad. Además, representa un componente integral de la identidad cultural y se integra en la rutina diaria estando sujeta a un proceso constante de cambio y progresión. (Oñate, 2018)

La Innovación en productos y servicios como una de las causas del desarrollo económico, como un proceso de transformación económica, social y cultural debido a la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado y la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión. (Schumpeter, 2020)

Por otro lado (Suarez, 2018) afirma que la innovación organizacional es un reto para los empresarios porque implica hacer cambios internos que de alguna manera pudiera ocasionar el detenimiento o demora en la ejecución de los procesos actuales mientras el talento humano adquiere el dominio de los nuevos procesos.

Por lo consiguiente (Hijonosa, 2015) expresa que la Innovación en procesos de gestión A veces se dispara a partir de un momento de inspiración o que solamente pueden hacerla algunos pocos afortunados que poseen habilidades especiales. Sin embargo, la innovación se logra obtener en muchas formas como en servicios que se puedan ofrecer al cliente, en la forma en la que se distribuye un producto en la manera como se relaciona con otras empresas (por ejemplo, las alianzas estratégicas) o en la forma de vender un producto o servicio.

## **Desarrollo productivo**

Según (Acosta, 2016) Para los mismos autores el desarrollo productivo incide positivamente en las empresas gracias a indicadores como: marketing, imagen, competitividad, ambiente de trabajo, imagen corporativa contribuyen al crecimiento empresarial; sin embargo, el término desarrollo va de la mano con incremento a veces sucede lo contrario porque algunas empresas optan por realizar solamente una actividad que les genere éxito y rentabilidad utilizando estrategias corporativas.

Fortaleciendo los criterios de los autores desde el punto de vista personal puedo expresar que el desarrollo productivo se vincula con el fortalecimiento de las capacidades económicas, tecnológicas y organizacionales de un sector productivo determinado. Este proceso implica la mejora de la productividad, la competitividad y la calidad de los bienes y servicios ofrecidos por las empresas.

Dentro de esta perspectiva la productividad empresarial constituye una dimensión central del desarrollo productivo del sector gastronómico. La productividad se relaciona con la capacidad de los establecimientos para utilizar de manera eficiente sus recursos humanos, materiales y tecnológicos con el fin de generar bienes y servicios de calidad.

### **La competitividad**

Según (Abad, 2019) La competitividad hoy en día es una de los objetivos primordiales de empresas en desarrollo a base de innovación, emprendimiento, creatividad, comercialización y estrategias para hacerlo generando una cartera de negocios favorables para la empresa y muy variado ofreciendo productos de calidad y rentable para su comercialización dedicando la mayor parte posible a nuevos productos para alcanzar metas para el negocio en crecimiento y competir a nivel alto en un mercado competitivo.

Fortaleciendo el criterio del autor desde el punto de vista personal puedo expresar que la competitividad empresarial es entendida como la capacidad de las empresas para posicionarse de manera favorable en el mercado y diferenciarse de sus competidores.

### **Desarrollo económico**

Según (Ramirez, 2017) El término de Desarrollo Económico; se emplea para describir no las medidas cuantitativas de una economía en crecimiento como por ejemplo, la tasa de aumento de la renta real per cápita sino los cambios económicos, sociales y de cualquier otro tipo que dan lugar al crecimiento de una empresa ejecutado por la Dirección o Gerencia.

### **Gestión empresarial.**

Según (Marin, 2008) La gestión empresarial es fundamental dentro de cualquier organización. Para llevarla a cabo de manera eficaz, eficiente y efectiva se recurre a los procesos administrativos que son la planificación, la organización, la dirección y el control, fundamentados en una serie de actividades con el propósito de garantizar el cumplimiento de las metas dentro de la organización

Para fortalecer el criterio de autores desde la perspectiva personal puedo expresar que la gestión administrativa es aquella acción que debe ser empleada en las organizaciones para llevar un buen control de sus recursos utilizando la innovación empresarial la cual es un mecanismo muy importante que le ha permitido a muchas empresas y microempresas logren un buen posicionamiento en el mercado.

La adopción de nuevos sistemas de control de calidad, protocolos de higiene y metodologías de gestión culinaria contribuye a consolidar un modelo de operación más eficiente y sostenible. Por ello es importante que la innovación organizacional y estratégica se relacione con la capacidad de las empresas para transformar sus estructuras internas a través

del pilar fundamental de toda empresa como es capacitar al talento humano y promover una cultura organizacional orientada a la creatividad y la mejora continua.

La innovación en productos y procesos permite a los establecimientos gastronómicos mejorar su eficiencia operativa diferenciar su oferta y consolidar su competitividad en el mercado. Finalmente, la calidad del servicio y la sostenibilidad del negocio representan dimensiones esenciales del desarrollo productivo en el sector gastronómico. La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción del cliente, la experiencia gastronómica y la fidelización de consumidores, elementos que inciden directamente en el crecimiento y la estabilidad de los establecimientos.

### **Materiales y métodos.**

#### **Diseño**

El diseño de la presente investigación es no experimental, debido a que las variables de estudio no son manipuladas deliberadamente por el investigador, sino que se analizan tal como se presentan en su contexto natural dentro del sector gastronómico del cantón Manta. Según (Hernandez, 2021) los estudios no experimentales se caracterizan por observar fenómenos tal como ocurren en su entorno real sin intervenir directamente en las variables analizadas. Además, la investigación posee un diseño transversal dado que la recolección de los datos se realizó en un único momento temporal permitiendo analizar la relación entre las estrategias innovadoras de gestión y el desarrollo productivo en el sector gastronómico. La aplicación de este diseño es ideal cuando el objetivo es identificar tendencias, percepciones y relaciones existentes entre variables en un momento específico. La elección de este diseño responde a la necesidad de comprender cómo las estrategias innovadoras de gestión influyen en los procesos productivos y en la competitividad de los establecimientos gastronómicos del cantón Manta. Para analizar los resultados se utilizó el software estadístico SPSS versión 26.

## **Enfoque de la investigación**

### **“Investigación Cuantitativa**

(Angeles, 2016) Es la investigación sistemática, controlada, empírica y crítica de fenómenos guiada por teorías e hipótesis sobre las relaciones que se presumen entre los fenómenos. Este enfoque permite evaluar de manera objetiva la incidencia de las estrategias innovadoras de gestión en el desarrollo productivo del sector gastronómico.

Para ello se emplearon cuestionarios estructurados dirigidos a propietarios o administradores de establecimientos gastronómicos del cantón Manta con el propósito de recopilar información relacionada con las prácticas de gestión, innovación, productividad y competitividad empresarial. Asimismo, el enfoque cuantitativo facilita la obtención de resultados comparables y generalizables dentro del contexto del sector gastronómico local, permitiendo establecer conclusiones fundamentadas en datos empíricos.

### **Métodos aplicados a la investigación**

En el desarrollo del estudio se emplearon diversos métodos científicos que permitieron abordar el fenómeno investigado de manera sistemática y rigurosa.

El método deductivo, el cual parte de principios teóricos generales sobre innovación y gestión empresarial para analizar su aplicación en el contexto específico del sector gastronómico del cantón Manta. Este método permite contrastar teorías existentes con la realidad observada en el campo de estudio (Bernal, 2016)

El método analítico mediante el cual se descompuso el fenómeno de estudio en sus diferentes componentes, tales como estrategias de innovación, procesos de gestión administrativa, productividad empresarial y competitividad del sector gastronómico. Este

proceso permitió examinar cada uno de los elementos que intervienen en el desarrollo productivo de las empresas gastronómicas. (Ortega, 2026)

El método sintético es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras, debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades por tal razón se empleó este método y así obtener resultados a partir del análisis de los datos recopilados, facilitando la elaboración de conclusiones generales sobre la incidencia de las estrategias innovadoras de gestión en el desarrollo productivo del sector. (Ruiz, 2020),

Finalmente, se aplicó el método estadístico " Permitted organizar, procesar e interpretar la información cuantitativa obtenida a través de los cuestionarios. Este método es fundamental en investigaciones cuantitativas, ya que facilita el análisis de frecuencias, porcentajes y relaciones entre variables" (Alvarez, 2025)

### **Tipos de investigación empleados**

**Investigación Descriptiva:** Tiene como propósito caracterizar las estrategias innovadoras de gestión utilizadas en los establecimientos gastronómicos del cantón Manta, así como describir las condiciones del desarrollo productivo dentro del sector. Según el punto de vista de autores expresan lo siguiente:

**Investigación Correlacional:** La presente investigación se pretende determinar el grado de relación existente entre las estrategias innovadoras de gestión y el desarrollo productivo del sector gastronómico; por ello mediante (Bhandari, 2023) Un diseño de investigación correlacional investiga las relaciones entre variables sin que el investigador controle o manipule ninguna de ellas. Una correlación refleja la fuerza o dirección de la

relación entre dos (o más) variables ya que la dirección de una correlación puede ser positiva o negativa.

Según lo expuesto por los autores este tipo de investigación ayudara a identificar el aumento o disminución de las variables de estudio, lo cual permite predecir fenómenos basándose en las tendencias observadas del sector gastronómico de Manta La combinación de estos tipos de investigación permite comprender tanto las características del fenómeno estudiado como la posible relación entre los factores que influyen en el desempeño productivo del sector gastronómico.

### **Investigación de Campo**

(Mendoza, 2022) La investigación de campo abarca muchas técnicas y métodos específicos, pero todos examinan de cerca a las personas en su entorno. Esto significa que los estudios se realicen en *entornos naturales*: el investigador va al lugar donde viven los participantes o donde analizan un diseño como, por ejemplo, sus casas o lugares de trabajo. El trabajo de campo permite un contacto directo y personal con los participantes y las situaciones estudiadas.

Según lo expuesto por los autores este tipo de investigación ayudará a identificar la situación real del objeto de estudio, y recopilar información de primera fuente muy verificada y confiable, la cual será para el respectivo análisis e interpretación de los resultados.

### **Técnica de recolección de datos**

La recolección de información se realizó mediante un instrumento compuesto por 20 ítems utilizando una escala normativa de "Likert" aplicando 262 encuestas dirigida a propietarios y administradores de establecimientos gastronómicos del cantón Manta. Su objetivo fue identificar las estrategias de gestión implementadas, los niveles de innovación presentes en los negocios y su influencia en aspectos relacionados con la productividad,

competitividad y crecimiento empresarial. Las escalas utilizadas fueron las siguientes:

1(nunca), 2 (raramente) ,3 (ocasionalmente) ,4 (frecuentemente) y 5 (muy frecuentemente). Es importante destacar que los datos relacionados con los nombres y la ubicación de los negocios estudiados fueron proporcionados por la (Cámara de Turismo Manta, 2026).

### **Población y unidad de análisis**

La población de este estudio está integrada por 813 restaurantes en funcionamiento dentro del sector gastronómico, datos obtenidos a través de la Cámara de Turismo De Manta. Para determinar la muestra en este estudio, se aplicó la fórmula finita, con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %, Los resultados obtenidos tras aplicar esta fórmula y su respectivo procedimiento fueron los siguientes:

$$x = \frac{(N)(P).(Q). (Z^2)}{(N-1)(P).(Q) + (P).(Q) (Z^2)} = 262$$

### **Tabla 1**

*Distribución de establecimientos gastronómicos.*

Tipo de establecimiento gastronómico	Cantidad	Porcentaje
Restaurantes formales	420	51,66
Marisquerías	150	18,45
Cafeterías	95	11,69
Comedores y huecas tradicionales	88	10,82
Pizzerías y comida rápida.	60	7,38
<b>Total</b>	<b>813</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cámara de Turismo De Manta 2026

**Cálculo de la muestra** " Para la selección de los participantes se empleó un muestreo

probabilístico, lo cual va dirigida a propietarios, administradores o responsables de establecimientos gastronómicos del cantón Manta " (Hernandez, 2021)

**Tabla 2**

*Distribución proporcional de la muestra*

Tipo de establecimiento	Muestra	Porcentaje
Restaurantes	135	51,52
Mercados de mariscos	48	18,32
Cafeterías	31	11,83
Comedores tradicionales	29	11,07
Pizzerías / comida rápida	19	7,25
<b>Total</b>	<b>262</b>	<b>100%</b>

*Nota:* En este contexto, la muestra estuvo conformada por 262 propietarios o administradores de establecimientos gastronómicos del cantón Manta, quienes participaron en la investigación.

## Resultados

El proceso de validación del instrumento de recolección de datos del sector gastronómico de la Ciudad de Manta, pasó por dos etapas de aprobación. En primer lugar, expertos en la materia investigada evaluaron y aprobaron el contenido y el procedimiento de la herramienta, mostrando una favorable adhesión hacia la investigación. La segunda validación se llevó a cabo utilizando el software estadístico SPSS/26, que evaluó la fiabilidad y correlación de la encuesta mediante el coeficiente “Alfa de Cronbach”. Este coeficiente arrojó un resultado de 0.96 (ver tabla 7), lo que indica una alta consistencia interna para las 20 preguntas.

**Tabla 3**

*Estadísticos de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.96	20

*Fuente.* Programa estadístico SPSS 26

**Tabla 4**

Estadísticos descriptivos de los elementos

Ítem	Media	Desviación estándar	N
Ítem 1	4,50	0,50	262
Ítem 2	3,84	0,83	262
Ítem 3	4,50	0,50	262
Ítem 4	4,50	0,50	262
Ítem 5	4,50	0,50	262
Ítem 6	4,50	0,50	262
Ítem 7	4,14	0,99	262
Ítem 8	4,50	0,50	262
Ítem 9	4,50	0,50	262
Ítem 10	3,27	0,68	262
Ítem 11	4,50	0,50	262
Ítem 12	4,50	0,50	262
Ítem 13	4,50	0,50	262
Ítem 14	4,50	0,50	262
Ítem 15	4,50	0,50	262
Ítem 16	4,50	0,50	262
Ítem 17	4,50	0,50	262
Ítem 18	4,50	0,50	262
Ítem 19	4,50	0,50	262
Ítem 20	4,50	0,50	262

*Fuente.* Encuesta aplicada administradores y propietarios sector gastronómico Manta

Los resultados presentados en la Tabla 4 evidencian que la mayoría de los ítems evaluados alcanzan valores de media elevados, predominantemente superiores a 4 en la escala Likert utilizada lo cual indica una alta percepción favorable por parte de los encuestados respecto a las estrategias innovadoras de gestión y su incidencia en el desarrollo productivo del sector gastronómico de Manta. Este comportamiento sugiere que los propietarios y administradores reconocen la importancia de la innovación como un factor clave en la gestión empresarial.

Desde una perspectiva estadística las medias altas reflejan una tendencia hacia las categorías de respuesta “frecuentemente” y “muy frecuentemente”, lo cual evidencia que las

prácticas innovadoras están siendo aplicadas de manera recurrente en los establecimientos analizados. Este hallazgo es consistente con lo planteado según (Salazar, 2018) señala que valores de tendencia central elevados en estudios descriptivos indican una fuerte presencia del fenómeno analizado en la población de estudio. En cuanto a la dispersión de los datos las desviaciones estándar observadas son en su mayoría bajas o moderadas lo que indica una relativa homogeneidad en las respuestas de los encuestados.

Los ítems presentan medias mayormente altas, entre 3.27 y 4.50, lo que evidencia una tendencia de respuestas ubicada en niveles de acuerdo/frecuencia altos dentro de la escala Likert. En términos generales los encuestados perciben favorablemente tanto las estrategias innovadoras de gestión como el desarrollo productivo del sector gastronómico de Manta.

Los resultados nos reflejan una desviación estándar entre 0.50 y 0,99 indicando que en algunos ítems existe mayor homogeneidad de respuestas y en otros una dispersión moderada. Los reactivos con medias más elevadas reflejan una valoración positiva sostenida de las prácticas de innovación y de los resultados productivos observados.

En síntesis, el análisis de los estadísticos descriptivos evidencia que existe una alta valoración de la innovación en la gestión gastronómica, acompañada de una relativa consistencia en las percepciones de los encuestados. Sin embargo, también se identifican áreas de mejora que podrían ser abordadas mediante estrategias de fortalecimiento empresarial, capacitación y modernización de procesos, lo cual resulta clave para potenciar el desarrollo productivo del sector.

**Tabla 5**

Correlación y Alfa

Ítem	Correlación ítem-total corregida	Alfa si se elimina el elemento
Ítem 1	0,96	0,96
Ítem 2	0,51	0,97
Ítem 3	0,96	0,96
Ítem 4	0,96	0,96
Ítem 5	0,96	0,96
Ítem 6	0,96	0,96
Ítem 7	0,72	0,97
Ítem 8	0,96	0,96
Ítem 9	0,96	0,96
Ítem 10	0,54	0,98
Ítem 11	0,96	0,96
Ítem 12	0,96	0,96
Ítem 13	0,96	0,96
Ítem 14	0,96	0,96
Ítem 15	0,96	0,96
Ítem 16	0,96	0,96
Ítem 17	0,96	0,96
Ítem 18	0,96	0,96
Ítem 19	0,96	0,96
Ítem 20	0,96	0,96

*Fuente.* Encuesta aplicada administradores y propietarios sector gastronómico Manta

Los resultados presentados en la Tabla 5 evidencian que el instrumento utilizado posee una adecuada consistencia interna lo cual se confirma mediante el coeficiente Alfa de Cronbach ( $\alpha = 0.96$ ). Este valor se ubica dentro del rango considerado como alta confiabilidad lo que indica que los ítems del cuestionario mantienen una coherencia interna adecuada para medir el constructo de estudio. De acuerdo con (Colorado, 2024) valores de alfa superiores a 0.80 reflejan una consistencia interna alta lo que respalda la fiabilidad del instrumento.

Los resultados de la estadística del elemento evidencian que todos los ítems presentan correlaciones ítem-total corregidas superiores y próxima a 1, lo cual indica una adecuada consistencia interna de cada pregunta con el constructo general.

Al principio se constaba de 2 ítems y de acuerdo con la obtención de los resultados se procedió eliminar cinco preguntas que estaban causando debilidad al instrumento, por esta razón se quedó con 20 ítems respectivamente con el fin de tener una confiabilidad de los datos. En consecuencia, se determina que el instrumento presenta alta confiabilidad y homogeneidad siendo válido para medir las variables de estudio: Estrategias innovadoras de gestión y desarrollo productivo.

## **Tabla 6**

### *Resultados estadísticos variable y sus dimensiones*

Dimensiones	N	Media	Desv. estándar	Mínimo	Máximo
Innovación de productos	262	4.34	0,66	2	5
Innovación de procesos	262	4,41	0,67	2	5
Innovación organizacional y estratégica.	262	4,19	0,90	2	5
Competitividad	262	4.50	0,50	2	5
Crecimiento económico	262	4.50	0,50	2	5
Gestión empresarial	262	4.50	0,50	2	5
Estrategias innovadoras de gestión V.I	262	4,28	0,79	2	5
Desarrollo productivo V.D	262	4,33	0,73	2	5

*Fuente.* Encuesta aplicada administradores y propietarios sector gastronómico Manta

Los resultados presentados en la Tabla 6 evidencian que tanto la variable estrategias innovadoras de gestión como la variable desarrollo productivo alcanzan valores de media elevados (4.28 y 4.33, respectivamente) lo que indica una percepción favorable y consistente por parte de los encuestados respecto a la presencia de prácticas innovadoras y su impacto en el desempeño del sector gastronómico de Manta. Este comportamiento sugiere que en

términos generales los establecimientos analizados presentan un nivel significativo de adopción de estrategias orientadas a la innovación y al fortalecimiento productivo.

Los resultados presentados en la tabla evidencian que las estrategias innovadoras de gestión alcanzan valores de media elevados en todas sus dimensiones destacándose la innovación de procesos la media es de 4,41 como la más valorada. Este resultado indica que los establecimientos gastronómicos de Manta priorizan la renovación de su oferta la diferenciación del servicio y la adaptación a las necesidades del cliente lo cual constituye un elemento clave para su posicionamiento competitivo. Este comportamiento es consistente con lo señalado por (Kotler, 2018), sostiene que la innovación en la propuesta de valor es determinante en mercados altamente competitivos.

En relación con la variable dependiente el desarrollo productivo presenta resultados favorables destacándose la competitividad ( $M = 4.50$ ) y el desarrollo económico ( $M = 4.50$ ) como las dimensiones mejor valoradas ambas con baja dispersión ( $DE \approx 0.50$ ). Esto indica un alto nivel de consenso entre los encuestados respecto al desempeño organizacional y económico de sus establecimientos lo cual refleja una percepción positiva del crecimiento y sostenibilidad del sector. En este sentido (Porter, 2007) señala que la competitividad depende de la capacidad de las empresas para diferenciarse y generar valor sostenible en el mercado.

En cuanto a la dispersión de los datos, las desviaciones estándar obtenidas (0.79 para estrategias innovadoras y 0.73 para desarrollo productivo) se ubican en niveles moderados lo que evidencia una relativa homogeneidad en las respuestas. Este comportamiento sugiere que existe un grado importante de consenso entre los encuestados respecto a la importancia y aplicación de la innovación en el sector.

**Tabla 7**

*Baremo de medición*

Escala	Nivel de correlación
0.0 - 0,2	Mínima
0,2 - 0,4	Baja
0,4 - 0,6	Moderada
0,6 - 0,8	Buena
0,8 - 1,0	Muy Buena

*Fuente: Programa estadístico SPSS/26*

Para la comprobación de las hipótesis se utilizó el coeficiente Rho de Spearman debido a que los datos son mediante una escala de Likert, de tipo ordinal. Este método no paramétrico permite analizar la relación entre variables sin requerir supuestos de normalidad, siendo adecuado para esta presente investigación. Por lo cual mediante este tipo de correlación nos permitió determinar la existencia y grado de asociación entre las estrategias innovadoras de gestión y el desarrollo productivo.

**Comprobación de hipótesis utilizando el coeficiente “Rho de Spearman”**

**Hipótesis General**

Las estrategias innovadoras de gestión inciden en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

Ho: Las estrategias innovadoras de gestión NO inciden en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

H1: Las estrategias innovadoras de gestión SI inciden en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

**Tabla 8**

*Comprobación de Hipótesis General*

**Correlaciones**

			Estrategias innovadoras de gestión	Desarrollo productivo
Rho de Spearman	Estrategias innovadoras de gestión	Coeficiente de correlación	1,000	,837**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	262	262
	Desarrollo productivo	Coeficiente de correlación	,837**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	262	262

Nota. \*\*.La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*El análisis de correlación mediante el coeficiente de “Rho de Spearman” determino un valor de  $p=0.0837$  con un nivel de significancia bilateral  $p < .0.01$ , se evidencia una correlación positiva alta anulando la hipótesis  $H_0$  y aceptando la hipótesis  $H_1$  debido al incremento en la implementación de estrategias innovadoras de gestión se asocia directamente con un mayor desarrollo productivo en el sector gastronómico de Manta.*

### Hipótesis Específica 1

La innovación de productos y servicios incide en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

Ho: La innovación de productos y servicios NO incide en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

H1: La innovación de productos y servicios SI incide en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

### Tabla 9

#### Comprobación de Hipótesis Especifica 1

<b>Correlaciones</b>				
			Innovación de productos	Desarrollo productivo
Rho de Spearman	Innovacion de productos	Coefficiente de correlación	1,000	,701**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	262	262
	Desarrollo productivo	Coefficiente de correlación	,701**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	262	262

Nota. \*\*.La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El análisis de correlación mediante el coeficiente de “Rho de Spearman” determino un valor de  $p=0.0701$  con un nivel de significancia bilateral  $p < 0.01$ , se evidencia una correlación buena anulando la hipótesis H0 y aceptando la hipótesis H1 debido a la incorporación de nuevos productos y servicios lo que contribuye significativamente al fortalecimiento del desarrollo productivo del sector gastronómico de Manta.

## Hipótesis Específica 2

La innovación de procesos incide en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

Ho: La innovación de procesos NO incide en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

H1: La innovación de procesos SI incide en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

### Tabla 10

#### Comprobación de Hipótesis Especifica 2

			Correlaciones	
			Innovación de procesos de gestión	Desarrollo productivo
Rho de Spearman	Innovación de procesos de gestión	Coefficiente de correlación	1,000	,414**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	262	262
	Desarrollo productivo	Coefficiente de correlación	,414**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	262	262

Nota. \*\*.La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El análisis de correlación mediante el coeficiente de “Rho de Spearman” determino un valor de  $p=0.0414$  con un nivel de significancia bilateral  $p < 0.01$ , se evidencia una correlación moderada anulando la hipótesis H0 y aceptando la hipótesis H1 debido a que la innovación de procesos se relaciona con el desarrollo productivo.

### Hipótesis Específica 3

La innovación organizacional y estratégica inciden en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

Ho La innovación organizacional y estratégica NO inciden en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta

.H1 La innovación organizacional y estratégica SI inciden en el desarrollo productivo del sector gastronómico del Cantón Manta.

### Tabla 11

#### Comprobación de Hipótesis Especifica 3

			Correlaciones	
			Innovacion organizaciona l y estratégica	Desarrollo productivo
Rho de Spearman	Innovación organizacional y estratégica	Coefficiente de correlación	1,000	,701**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	262	262
	Desarrollo productivo	Coefficiente de correlación	,701**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	262	262

Nota. \*\*.La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De los datos en la tabla 11, se observa una significación bilateral  $p < .001$ , con un coeficiente de correlación “Rho de Spearman” de 0,701 invalidando la hipótesis (H0), y aceptando la hipótesis (H1) ya que existe una “buena correlación” entre las Innovación organizacional y estratégica y la variable desarrollo productivo.

## **Discusión**

La presente investigación permitió analizar la incidencia de las estrategias innovadoras de gestión en el desarrollo productivo del sector gastronómico del cantón Manta, evidenciando que la implementación de prácticas innovadoras constituye un factor relevante para fortalecer la competitividad, mejorar la calidad del servicio y promover el crecimiento de los establecimientos gastronómicos.

Los resultados de la Tabla 4 evidencian que los ítems presentan medias elevadas predominantemente superiores a 4 lo que indica una alta percepción favorable hacia las estrategias innovadoras y el desarrollo productivo en el sector gastronómico de Manta. Este comportamiento refleja que los encuestados consideran que dichas prácticas se aplican de manera frecuente en sus establecimientos. Asimismo, las desviaciones estándar bajas y moderadas muestran homogeneidad en las respuestas, lo que sugiere consistencia en la percepción del fenómeno estudiado. Ver tabla 4

La Tabla 5 evidencia una alta consistencia interna del instrumento reflejada en el alfa de Cronbach ( $\alpha = 0.96$ ) lo que confirma su fiabilidad para medir las variables del estudio. La mayoría de los ítems presentan correlaciones ítem-total elevadas lo que indica una fuerte coherencia con el constructo general.

Los resultados de la Tabla 6 muestran que tanto las estrategias innovadoras ( $M = 4.28$ ) como el desarrollo productivo ( $M = 4.33$ ) presentan niveles altos evidenciando una percepción positiva del sector gastronómico de Manta. Se destaca la innovación de procesos como la dimensión más valorada lo que indica una orientación hacia la eficiencia operativa. Por otro lado, el desarrollo productivo presenta altos niveles en competitividad, crecimiento económico y gestión empresarial lo que refleja un sector dinámico y consolidado. Las

desviaciones estándar moderadas indican consenso entre los encuestados reforzando la estabilidad de los resultados.

El sector gastronómico vive uno de los episodios más críticos de los últimos años por la competencia que tienen en la actualidad tal como se pudo identificar en la hipótesis general que desplego como resultado una significancia bilateral menor a 0.001 además de un coeficiente de correlación de 0.837 lo que indica una muy buena correlación cumpliéndose el objetivo trazado.

Se evidencia en la hipótesis 1 una correlación positiva buena ( $Rho = 0.701$ ;  $p < 0.01$ ) lo que indica que la innovación en productos y servicios influye significativamente en el desarrollo productivo. La incorporación de nuevos menús y mejoras en el servicio contribuyen al posicionamiento competitivo. Se acepta la hipótesis alternativa, ya que la relación es significativa y directa. Este resultado demuestra la importancia de la diferenciación en el mercado gastronómico.

Los resultados muestran una correlación positiva moderada ( $Rho = 0.414$ ;  $p < 0.01$ ) lo que indica que la innovación en procesos influye en el desarrollo productivo, aunque con menor intensidad. Se acepta la hipótesis alternativa debido a la significancia estadística. Este resultado sugiere que las mejoras operativas impactan principalmente en la eficiencia interna más que en la competitividad directa.

Se obtuvo una correlación positiva buena ( $Rho = 0.701$ ;  $p < 0.01$ ) lo que demuestra que la innovación organizacional incide significativamente en el desarrollo productivo. Se acepta la hipótesis alternativa evidenciando que la gestión interna, el liderazgo y la estructura organizacional son factores clave en el desempeño empresarial. Este resultado confirma la importancia de la gestión estratégica en el sector.

En síntesis, la discusión permite afirmar que las estrategias innovadoras de gestión representan un componente fundamental para impulsar el desarrollo productivo del sector gastronómico del cantón Manta. Su adecuada implementación no solo favorece la competitividad de los establecimientos, sino que también contribuye al dinamismo económico local y al fortalecimiento de la oferta gastronómica como parte del atractivo turístico del territorio.

### **Conclusión**

A partir del análisis realizado en la presente investigación se concluye que las estrategias innovadoras de gestión constituyen un factor determinante para el fortalecimiento del desarrollo productivo del sector gastronómico del cantón Manta. Los resultados evidencian que la implementación de prácticas innovadoras en la gestión empresarial permite mejorar la eficiencia operativa, incrementar la competitividad de los establecimientos y fortalecer la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

En el presente trabajo de investigación se identificó que varios establecimientos gastronómicos han comenzado a incorporar iniciativas orientadas a la diversificación de productos, la modernización de procesos administrativos y el uso de herramientas tecnológicas para la promoción y comercialización de sus servicios. Estas acciones reflejan un proceso de adaptación a las nuevas dinámicas del mercado y a las exigencias de los consumidores.

Asimismo, el análisis de la innovación en productos y servicios gastronómicos permitió determinar que la creación de nuevas propuestas culinarias, la incorporación de tendencias gastronómicas y la personalización de la experiencia del cliente contribuyen significativamente a la diferenciación de los negocios dentro del mercado local, lo cual favorece su posicionamiento competitivo.

Por otra parte, la investigación evidenció que la optimización de los procesos de gestión y la adopción de tecnologías digitales en la administración de los establecimientos permiten mejorar la organización del trabajo, reducir costos operativos y ampliar los canales de interacción con los clientes. Estos elementos se traducen en mayores niveles de productividad y eficiencia en el sector.

Finalmente se concluye que la innovación organizacional y estratégica mediante la capacitación del talento humano, el fortalecimiento de alianzas con proveedores y la articulación con el sector turístico, contribuye al crecimiento sostenible de los establecimientos gastronómicos. En este sentido, las estrategias innovadoras de gestión no solo favorecen el desarrollo empresarial individual, sino que también impulsan el dinamismo económico y turístico del cantón Manta.

En síntesis, la investigación confirma que la incorporación sistemática de estrategias innovadoras de gestión incide positivamente en el desarrollo productivo del sector gastronómico, constituyéndose en un elemento clave para mejorar la competitividad, sostenibilidad y proyección futura de los negocios gastronómicos del cantón Manta.

## **Limitaciones y recomendaciones**

### **Limitaciones**

La presente investigación presentó algunas limitaciones que deben considerarse al momento de interpretar los resultados obtenidos. En primer lugar, el estudio se desarrolló mediante un enfoque cuantitativo basado en la aplicación de encuestas estructuradas dirigidas a propietarios y administradores de establecimientos gastronómicos del cantón Manta.

Aunque este instrumento permitió obtener información estadística relevante la investigación se sustentó principalmente en percepciones de los encuestados lo cual puede generar ciertos sesgos asociados a la subjetividad de las respuestas.

En segundo lugar, la investigación se realizó en un único momento temporal lo que corresponde a un diseño no experimental de tipo transversal. Este tipo de diseño limita la posibilidad de analizar la evolución de las estrategias innovadoras de gestión en el tiempo y su impacto a largo plazo en el desarrollo productivo del sector gastronómico.

Otra limitación identificada está relacionada con la disponibilidad de información estadística actualizada sobre el sector gastronómico del cantón Manta. Si bien se contó con datos proporcionados por organismos locales y entidades vinculadas al sector turístico la información disponible no siempre se encuentra sistematizada o actualizada lo cual puede restringir el alcance del análisis comparativo con otros contextos regionales o nacionales.

A pesar de estas limitaciones los resultados obtenidos ofrecen una visión significativa sobre la relación existente entre las estrategias innovadoras de gestión y el desarrollo productivo del sector gastronómico del cantón Manta. Aunque el instrumento es altamente confiable algunos ítems podrían ser optimizados para mejorar la precisión de futuras investigaciones.

## **Recomendaciones**

Se recomienda que los propietarios y administradores de establecimientos gastronómicos fortalezcan la implementación de estrategias innovadoras de gestión, especialmente aquellas relacionadas con la digitalización de procesos, el uso de herramientas tecnológicas para la promoción y comercialización de productos y la diversificación de la oferta gastronómica.

Estas acciones permiten mejorar la competitividad y el posicionamiento de los negocios dentro del mercado local.

Otra recomendación se sugiere promover programas de capacitación dirigidos al talento humano del sector gastronómico enfocados en temas como innovación empresarial, marketing digital, gestión administrativa, atención al cliente y sostenibilidad empresarial. La formación continua constituye un factor clave para fortalecer las capacidades productivas y organizacionales de los establecimientos gastronómicos

Se sugiere desarrollar estudios longitudinales que permitan analizar la evolución del sector en el tiempo. También se recomienda complementar el enfoque cuantitativo con métodos cualitativos para profundizar en el análisis.

Finalmente se recomienda a instituciones públicas y privadas impulsar programas de innovación, digitalización y competitividad que fortalezcan el desarrollo productivo del sector gastronómico de Manta.

## Referencias

- Abad, A. (2019). Empresas en desarrollo . *Dialnet* .
- Acosta. (2016). *Repositorio Unesum*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3453/1/PAREDES%20BARRE.pdf>
- Alvarez. (2025). Importancia de la estadística en investigación. *Dialnet* .
- Angeles, M. d. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. *Scielo*, 1.
- Bagur, S. (2021). Enfoque mixto. *Redalyc*, 1.
- Bahls, Á. (2019). COMPRENSIÓN DE LOS CONCEPTOS DE CULINARIA Y GASTRONOMÍA. *Relalyc*, 2.
- Bernal. (2016). Metodo Deductivo. *CuestionPro*.
- Bhandari, P. (2023). *Investigacion Correlacional* . Scribbr.
- Bravo, V. (2008). *Gestion Administrativa* . Manta : Repositorio .
- Carrillo. (2017). Estrategia Innovadora . *Dialnet*.
- Castillo. (2023). *Repositorio Uleam* . Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/4411/1/ULEAM-HT-0111.pdf>
- Chiavenato. (2017). *Fases de la administracion* .
- Cienfuegos, A. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. *Scielo* , 1.
- Colorado, R. (2024). Analisis comparativos Coeficiente de Alfa . *Revista cientifica y academica* , 6.
- Dankhe. (2017). Tipos de Investigacion . *Redalyc*, 2.
- Fayol. (2017). *Fases de la administracion* .
- Hernandez. (2021). *Scielo*.
- Hernandez. (2021). Obtenido de [https://unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2022/08/RF\\_LIBRO-Como-Investigar-en-la-UNIB.E-version-19-10-2021.pdf#:~:text=Son%20aquellos%20estudios%20que%20se%20realizan%20sin,manipulaci%C3%B3n%20de%20variables%20es%20decir%20se%20observa](https://unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2022/08/RF_LIBRO-Como-Investigar-en-la-UNIB.E-version-19-10-2021.pdf#:~:text=Son%20aquellos%20estudios%20que%20se%20realizan%20sin,manipulaci%C3%B3n%20de%20variables%20es%20decir%20se%20observa)
- Hernandez. (2021). Tipos de Muestras . *Scielo*.
- Hernández, R. (2017). Tipos de Investigacion . *Redalyc*, 1.
- Hijonosa. (2015). Innovacion de procesos . *Redalyc*, 4.
- Hoyos. (2021). La innovacion como estrategia empresarial . *Dialnet*.
- Instituto de Gastronomía, C. A. (11 de Diciembre de 2024). *Turismo* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/manabi-fue-designada-como-region-mundial-de-gastronomia-por-el-igcat/>
- Kotler. (2018). *Montartuempresa*. Obtenido de <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>

- Marcillo. (2021). *Repositorio Unesum*. Obtenido de <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2785/1/XIOMARA%20BAQUE%20TESIS.pdf>
- Marin. (2008). *La Gestion Administrativa* . Manta : Repositorio .
- Martinez. (2018). Metodologia de la Investigacion . *Dialnet*, 4.
- Medina, A. (2024). Innovacion como motor de transformacion de las Empresas. *Dialnet*.
- Mendoza, H. (2022). Investigacion de Campo. *Scielo* , 1.
- Oñate. (2018). Diversidad gastronomica . *redalyc*.
- Ortega. (2026). Metodo Analitico. *QuestionPro*.
- Ortega, B. (2017). *Control de las organizaciones* .
- Padilla, A. (2019). Innovacion . *Scielo* , 1.
- Porter, M. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad . *Redalyc*, 4.
- Ramirez, A. (2017). Desarrollo Economico . *Dialnet*, 13.
- Rojo, M. (2019). La innovacion y su importancia . *Scielo* , 1.
- Ruiz. (2020). Metodo sintetico . *Eumed*.
- Ruiz, J. R. (2022). Innovación y valor del turismo gastronómico en puerto rico. *Dianet*.
- Salazar, C. (2018). *Scalshed*. Obtenido de [https://gc.scalshed.com/recursos/files/r161r/w24899w/Trabajo%20Final/Fundamentos\\_Basicos\\_de\\_Estadistica.pdf](https://gc.scalshed.com/recursos/files/r161r/w24899w/Trabajo%20Final/Fundamentos_Basicos_de_Estadistica.pdf)
- Schumpeter. (2020). Innovacion productos y servicios . *Dialnet*, 3.
- Silvia. (2022). Gastronomía . *repositorio*.
- Suarez. (2018). Innovacion Organizacional . *Dialnet*, 2.
- Tamayo, M. (2020). Metodologias de Investigacion . *Dialnet*, 4.
- Tancara, C. (2010). Investigacion Documental . *Scielo* , 1.



**Ulearn**  
UNIVERSIDAD LAICA  
ELOY ALFARO DE MANABÍ

*Maestría en Administración de Empresas*  
*Mención en Innovación Empresarial*  
*y Emprendimiento*