

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN

FACULTAD DE ECONOMÍA ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA CARRERA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



**“RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL
CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL
MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020”**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN: “GESTIÓN PÚBLICA:
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA

TESISTAS:

RIVERA ROJAS William

VEGA MUCHA Luis Enrique

ROSAS ESTELA Jihim Dante

ASESORA:

Dra. TELLO CORNEJO Janeth Leynig

HUÁNUCO – PERÚ

2023

RESUMEN

La investigación ha determinado la relación entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. Según el enfoque de Vega Centeno como punto de partida en el contraste de innovación con la teoría y la evidencia empírica. Para tal propósito se definió la teoría que justifica la innovación en recursos turísticos en producto y proceso con la metodología de la función hipotética deductiva de Figueroa (2010). Los resultados de la investigación muestran una relación significativa de la innovación de recursos turísticos y explica en un 90% al crecimiento económico del distrito de Huánuco. Asimismo, la innovación de recursos en productos turísticos explica en un 89% y la innovación de recursos turísticos explica en un 88% al crecimiento económico. Finalmente, el estudio ofrece enfoques de Vega Centeno como punto de partida para que los diferentes sectores puedan explorarla y diseñar las estrategias de innovación en el sector turismo de Huánuco.

Palabras clave: Innovación, innovación de recursos, producto bruto interno.

ABSTRACT

The investigation has determined the relationship between the innovation of tourist resources and the economic growth of the district of Huánuco. According to Vega Centeno's approach as a starting point in the contrast of innovation with theory and empirical evidence. For this purpose, the theory that justifies innovation in tourism resources in product and process was defined with the methodology of the hypothetical deductive function of Figueroa (2010). The results of the investigation show a significant relationship of the innovation of tourist resources and explains 90% of the economic growth of the district of Huánuco. Likewise, the innovation of resources in tourism products explains 89% and the innovation of tourism resources explains 88% of economic growth. Finally, the study offers approaches to Vega Centeno as a starting point so that different sectors can explore it and design innovation strategies in the Huánuco tourism sector.

Keywords: Innovation, resource innovation, gross domestic product.

INDICE

| | |
|--|----|
| RESUMEN | 2 |
| ABSTRACT..... | 3 |
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| I. CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | 8 |
| 1.1 Fundamentación del problema de investigación | 8 |
| 1.2 Formulación del problema de investigación general y específicos.... | 13 |
| 1.2.1 Problema general..... | 13 |
| 1.2.2 Problemas específicos..... | 13 |
| 1.3 Formulación del objetivo general y específicos..... | 13 |
| 1.3.1 Objetivo general..... | 13 |
| 1.3.2 Objetivos específicos..... | 13 |
| 1.4 Justificación..... | 14 |
| 1.5 Limitaciones | 15 |
| 1.6 Formulación de hipótesis general y específica..... | 16 |
| 1.6.1 Hipótesis general..... | 16 |
| 1.6.2 Hipótesis específicas | 16 |
| 1.7 Variables..... | 17 |
| 1.7.1 Variable dependiente..... | 18 |
| 1.8 Definición teórica y operacionalización de la variable endógena..... | 21 |
| 1.9 Definición teórica y operacionalización de la variable exógena..... | 22 |
| II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 23 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación | 23 |
| 2.1.1 Antecedentes internacionales | 24 |
| 2.1.2 Antecedentes nacionales | 26 |
| 2.2 Bases teóricas | 28 |

| | | |
|-------------|---|-----------|
| 2.2.1 | Generalidades de la innovación en el turismo..... | 28 |
| 2.2.2 | Actividades innovadoras en turismo..... | 30 |
| 2.2.3 | Sistemas de innovación turística..... | 31 |
| 2.2.4 | Sistemas nacionales de innovación..... | 32 |
| 2.2.5 | Innovación de productos turísticos..... | 33 |
| 2.2.6 | Innovación de procesos turísticos..... | 34 |
| 2.2.7 | Gestión de la innovación turística..... | 35 |
| 2.2.8 | Innovación sistémica en la actividad turística..... | 36 |
| 2.2.9 | Innovación y comunicación en las actividades turísticas..... | 37 |
| 2.2.10 | Modelos de innovación..... | 38 |
| 2.2.11 | El crecimiento económico..... | 39 |
| 2.2.12 | El crecimiento económico y su relación con la tecnología..... | 41 |
| 2.2.13 | Teorías de crecimiento económico..... | 42 |
| 2.2.14 | Teoría del crecimiento endógeno..... | 43 |
| 2.3 | Definición de términos básicos..... | 44 |
| <i>III.</i> | CAPÍTULO III: METODOLOGÍA..... | 47 |
| 3.1 | Ámbito..... | 47 |
| 3.2 | Caracterización del participante..... | 47 |
| 3.3 | Determinación del universo/ población..... | 48 |
| 3.3.1 | Selección de la muestra..... | 48 |
| 3.4 | Nivel y tipo de investigación..... | 49 |
| 3.4.1 | Nivel de investigación..... | 49 |
| 3.4.2 | Tipo de investigación..... | 50 |
| 3.4.3 | Diseño de la investigación..... | 50 |
| 3.5 | Métodos técnicas e Instrumentos..... | 51 |
| 3.5.1 | Instrumentos..... | 51 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.6 | Validación y confiabilidad del instrumento | 52 |
| 3.7 | Procedimiento..... | 53 |
| 3.8 | Tabulación y análisis de datos..... | 54 |
| 3.9 | Consideraciones éticas | 55 |
| IV. | CAPITULO IV. RESULTADOS..... | 56 |
| 4.1 | Planteamiento del modelo | 56 |
| 4.1.1 | El crecimiento económico en cuestión | 57 |
| 4.1.2 | Evolución de la innovación de proceso y producto | 58 |
| 4.1.3 | Modelo general de la investigación | 59 |
| 4.1.4 | Modelo específico de la investigación II | 61 |
| 4.1.5 | Análisis de signos, significatividad individual y conjunta de los modelos64 | |
| V. | CAPÍTULO V. DISCUSIÓN..... | 65 |
| 5.1.1 | Contrastación de hipótesis del estudio..... | 66 |
| VI. | CONCLUSIONES | 67 |
| VII. | RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS..... | 68 |
| VIII. | Bibliografía..... | 69 |
| | ANEXOS | 81 |
| 8.1 | CARTA DE PRESENTACIÓN | 82 |
| 8.2 | Matriz de consistencia | 83 |
| 8.3 | Matriz de operacionalización de las variables..... | 84 |
| 8.4 | Certificado de validez de contenido de los instrumentos..... | 85 |
| 8.4.1 | Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable demanda turística. | 87 |

INTRODUCCIÓN

Las economías con actividades turísticas han encontrado en la innovación de recursos turísticos una fuente determinante en la acumulación de activos económicos en la región. Esa relación exitosa lo pone en evidencia los países desarrollados con estructuras de actividad turística sofisticada en el aprovechamiento de sus ventajas comparativas y absolutas. Para ello, invierten un porcentaje significativo de PBI en la mejora del manejo institucional para innovar los procesos.

Ante un abanico de oportunidades en la región de Huánuco es importante dejarles una pregunta portando una amplia gama de teorías de innovación y el resultado obtenido en el estudio ¿Cómo, donde y cuando se hacen las innovaciones en el sector turismo? ¿cuál es su contribución del sector turismo al crecimiento económico de Huánuco? Para dar respuesta a esa pregunta se hace un análisis de encuesta y posteriormente esos resultados se estimó con los datos del crecimiento económico del INEI (2023).

Referenciando el acápite anterior, el propósito es analizar la importancia de los procesos de innovación turística en proceso, producto como factor determinante del crecimiento económico de Huánuco. Para ello, es pertinente responder estas preguntas ¿cuáles son los factores que están presentes en la actividad de innovación turística, y como impacta en el crecimiento económico?

El estudio dividió en cuatro capítulos, el primer capítulo se aborda el problema de investigación. En la segunda el marco teórico. En el tercer capítulo la metodología de la función hipotética deductiva. En el cuarto capítulo los resultados del estudio y las discusiones, recomendaciones correspondientes desde la perspectiva del planteamiento de Vega Centeno (2003). Finalmente, la importancia de la innovación es discutida como una alternativa irremplazable en estos tiempos en la actividad turística de Huánuco en base a la teoría y los hechos estilizados de la experiencia internacional, en una ciudad como Huánuco con ventajas comparativas buenas es pertinente formularlo.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Fundamentación del problema de investigación

La evidencia teórica y empírica de la gestión de capital del conocimiento y la aplicación de la misma en la oferta de servicios turísticos, ha creado nuevas tendencias de entendimiento en los procesos de innovación de servicios turísticos en el panorama mundial. Esa experiencia innovadora de los recursos turísticos se aglutina en base de datos de SCOPUS (Elsevier, 2020); en la experiencia internacional los países de pleno empleo en el sector turístico destacan la supremacía de los países de: Estados Unidos, China, Italia y España, en lo que podemos señalar que un buen aporte de la gestión de innovación genera mayor aporte en el PBI (OMT, 2021).

Uno de los países de referencia con mayor desarrollo turístico con innovación es España, de acuerdo al World Economic Forum el país lidera el ranking mundial de competitividad turística por sus recursos culturales, infraestructuras turísticas y la adaptación al hábito de consumo, asociadas a la innovación y desarrollo tecnológico: en turismo y negocios representa el 3.4% del PBI (Fernández, López, & Perles, 2016)

En la misma secuencia de la evidencia anterior en las que destaca el papel de la innovación en la oferta turística como motor del crecimiento del PBI es el de: Albaladejo, Martínez (2021), el autor señala la tradición de los procesos de (I+D+i) en España para orientar la sostenibilidad de la actividad turística. Así mismo, el autor subraya la paridad del crecimiento de los ingresos del turismo.

Otra relación significativa en el contexto australiano es el impacto del turismo en el bienestar socioeconómico, en los espacios turísticos del mencionado país, la expansión del turismo aumenta el precio del bien comerciable, lo que da lugar al papel determinante de los procesos de innovación en productos y procesos a lo que se le denomina turismo endógeno por el bienestar en la demanda de servicios turísticos (Chao, Hazari, & Sgro, 2021).

Para la institución como Copeland (2021) aglutinada en la base de SCOPUS (Elsevier, 2021) reflexiona sobre los efectos de la expansión del turismo sobre el bienestar, la producción y precios de los recursos turísticos de Italia. En el artículo la institución sostiene la movilidad de los factores, productos cuando los procesos de innovación es el principal determinante, en el que el flujo extranjero incide en las ganancias por el turismo.

Ahora bien, en los espacios territoriales de América Latina, específicamente en Argentina Velez, Alejo, Tafur, Bustamante (2021) señala que las innovaciones informáticas introducidas en el sector turístico y asociadas a los visitantes incide en la mejora del territorio por la mejora del ingreso y la llegada de los turistas internacionales, lo que contribuye al nivel de inversión turística, empleo y el crecimiento del sector turístico (págs. 60-70)¹.

En la misma objetividad de los acápites anteriores es preciso señalar que la “oferta de servicios turístico inteligentes debe ser puesta en el mercado sobre la base de una infraestructura tecnológica para garantizar actividades sostenibles en la áreas de la región con una mayor interacción entre los demandantes” (Tsaih & Hsu, 2020).

En relación del acápite anterior Tsaih, Hsu, et al (2020) concluyen que la experiencia inteligente se enfoca específicamente en la experiencia turística mediada por la tecnología y su participación a través de la personalización, conocimiento del contexto y monitoreo en tiempo real, en el que la inteligencia artificial facilita dicha conexión para acelerar el crecimiento en los diversos espacios ancla del mundo en que la actividad turística sea sostenible. Ahora bien, acotando a las referencias anteriores en el marco de la emergencia por el COVID- 19 en el que las políticas económicas orientadas a la contención y reactivación para generar ingresos, la innovación en el sector turismo se torna fundamental para acercar la oferta turística atractiva para todo el mundo, en la ciudad de Huánuco presenta las ventajas comparativas por su clima.

¹ Para generar riqueza y crecer económicamente generando innovación de los diferentes espacios turísticos, lo ideal es innovar en las diferentes áreas estratégicas, podemos notar experiencias exitosas en el mundo, según la base de datos de SCOPUS (2021).

Otro país equivalente al Perú en recursos gastronómicos y acuáticos es México en las actividades que lo identifican en sus áreas turísticas con innovación. constituye una actividad de trascendencia social, económica determinante en cuanto a la generación de divisas y aportación al PIB en un (8.7%) con fuerte incidencia en la generación de empleo en diversos sectores por la innovación (Ojeda, y otros, 2021).

Referenciando las evidencias empíricas y los hechos estilizados frente a sus problemáticas, es preciso mencionar sus posibles soluciones para destacarlos en el contexto peruano, precisamente para los espacios turísticos del distrito de Huánuco. Desde esa perspectiva de las problemáticas, las innovaciones de procesos en las empresas turísticas fue clave en Colombia para mantener el desarrollo turístico positivo (Collazos, Palacio, Muñoz, & Zuniga, 2020).

Asimismo, desde la perspectiva de la relación entre la innovación y el producto bruto interno (PBI) del panorama internacional, en el que se evidencia concretamente dicha relación en sus diversas peculiaridades. Ahora toca darle una mirada las experiencias en el contexto nacional con el objeto de ir deduciendo la discusión para canalizarla al contexto de distrito de Huánuco.

Para ello, es preciso mencionar los trabajos de: Calderón, Asmat, & Carretero (2021)², quienes sostienen la “relación entre el turismo sostenible y el uso de fuentes de energía renovables en Cocachimba en la región de Amazonas en Perú”, en la cual los autores evidencian el incremento de la actividad turística resultado de su rica flora y fauna y otros atractivos en productos y servicios.

Sin embargo, como era de esperarse en el lugar los autores mencionan los problemas de infraestructura, lo que imposibilita las actividades turísticas con mayor satisfacción a eso se suma la falta de innovación, así que estos problemas deben solucionarse incorporando los procesos de innovación para generar mayores divisas por el ingreso de visitantes.

² Cabe señalar que el estudio muestra durante la temporada alta no hay alojamiento suficiente. Además, al incorporar casas de hospedaje sustentables, se puede lograr una reducción de costos fijos para los establecimientos de hospedaje precisa (Calderón, 2021)

Desde las ciudades encrucijadas en el turismo, y de las historias culturales del Perú, en las que lidera Machu Picchu por ser el más histórico del Perú, y reconocida como la maravilla del mundo, otros lugares con enormes potencialidades, presentan problemas de innovación de producto, proceso, y mercado y eso evidentemente afecta la demanda de servicios turísticos; esa relación es también señalada por Hjalager (2021) en las problemáticas del estudio, ante ello, los puntos de solución para el autor se fundamenta en el progreso científico y tecnológico para facilitar el desarrollo del turismo endógeno para generar más ingreso .

Ahora bien, la problemática anterior en los espacios turísticos del país el propio MINCETUR (2023) en su plan estratégico nacional (PENTUR, 2018) advierte que el abanico de recursos con los que se cuenta debe gestionarse con procesos de innovación que pertinente brindarle mayor dinamismo respecto a lo existente. Además, indica para que la industria del turismo llegue a ser competitiva añade la alianza estratégica entre los sectores privados y la pública en las diferentes esferas del gobierno (págs. 11 - 13).

Una de las tantas evidencias empíricas que aproximó las actividades turísticas a los espacios territoriales de Huánuco es el trabajo desarrollado por Sotelo (2018), el autor identifica los problemas de diversificación e innovación de los productos turísticos en los diversos sectores como turismo de aventura a pesar de ser el producto estrella. Así mismo, a esto se suma la desconexión entre el sector privado y público, y el poco interés en la mejora de productos agrícolas, hay una especie de divorcio por la poca formalidad y la responsabilidad fiscal (Sotelo, 2018).

En los espacios turísticos del Perú donde la oferta de productos turísticos es clave, las políticas productivas de MINCETUR a un no se ha traducido como alternativa en el marco en que se tradujo en el COVID-19. En otros países, con similares estructuras de turismo la generación de valor agregado en los productos turísticos ha sido los que más réditos ha tenido como metodologías de éxito en base a la innovación de producto y proceso. Acciones que en este departamento de Huánuco aun presentan divorcios entre los diferentes actores, cuando se evalúa los planes estratégicos presentan problemas de punto de partida de proceso de innovación.

Sin embargo, citando otros lugares diferentes a Machu Picchu como el de Huánuco la implementación de los procesos de la innovación tecnológica muchas veces pueden ser complejos por la heterogeneidad e informalidad del sector productivo y un gran reto a la vez para innovar los diferentes sectores, para ello, es necesario obtener el mayor incentivo creando en la sociedad nuevos conocimientos identificando las preferencias del turista.

Finalmente, referenciando la literatura y las evidencias empíricas exitosas de diferentes países, y examinando la ciudad ancla de Huánuco caracterizada por su valle productivo con características de variedad de recursos, sitios arqueológicos como el Kostosh, Pillco Mozo, río Huallaga, lugares históricos. Otro aspecto es la gastronomía rica en platos milenarios, costumbres tradicionales como los negritos, crianza de cuyes, y otros eventos de interés asociado a la actividad productiva (Sotelo, 2018), es pertinente emprender para generar mayor ingreso.

La presente investigación resume la problemática como una orquesta que no concierta, aunque hay intentos entre los diferentes sectores que ofertan los productos y servicios turísticos, a esto se suma la poca incidencia del sector académico en la generación de ideas para la formulación de proyectos del sector. Otra problemática que enfrenta el distrito es la poca capacidad de innovación de sus productos turísticos, lo que limita la productividad y competitividad para satisfacer las preferencias del turista.

Así mismo, en los diferentes sectores del poder ejecutivo presenta problemas de debilidad institucional, en su gran mayoría se administra por administrar sin orientarse por la demanda con problemas de capital humano, infraestructura productiva y financiamiento porque no se gestiona de otras fuentes.

Este apartado del estudio concluye desvelando los problemas en procesos de producción con innovación del sector turismo. Ese proceso tiene como factor la dependencia en el conocimiento científico de oferta y demanda de productos con innovación, eso es uno de los problemas que debe enfrentar con sapiencia para revertir, y exportar conocimiento atendiendo adecuadamente al turista con un destino turístico adecuado.

1.2 Formulación del problema de investigación general y específicos

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son los factores que están presentes en la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020?

1.2.2 Problemas específicos

1.2.2.1 Problema específico 1

¿Cuál es la relación entre innovación de productos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020?

1.2.2.2 Problema específico 2

¿Cuál es la relación entre la innovación de procesos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020?

1.3 Formulación del objetivo general y específicos

1.3.1 Objetivo general.

Determinar esos factores que están presentes en la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020.

1.3.2 Objetivos específicos

1.3.2.1 Objetivo específico 1

Determinar la relación entre la innovación de productos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020.

1.3.2.2 Objetivo específico 2

Determinar la relación entre la innovación de procesos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020.

1.4 Justificación

Desde la metodología de la investigación científica de las bases de: Figueroa (2001), Bernal (2008), Baptista (2012), Hernández, et al (2010), la investigación se justifica en 5 razones que describen la relación de las variables.

Conveniencia: Desde la relación entre innovación en recursos turísticos y la demanda de productos de la sociedad contrastado por Bhutani, Karthikeyan, Devi, Yasoda, Kishore, et al, (2020) la investigación servirá para determinar la los factores de éxito de la innovación de productos y el crecimiento económico.

Relevancia social: Según la literatura turística se contrasta la hipótesis de Bhutani, Karthikeyan, Devi, Yasoda, Kishore (2020) y otros como Bocher, Krott (2021), sostienen que la innovación de recursos determina mayor demanda turística de destino. En ese sentido, se logrará tal relación si se aplica políticas efectivas en el turismo, en el marco de la ciencia, tecnología innovación CTI.

Implicación práctica: Contrastando, el éxito en el contexto exterior, los países que aptaron por la innovación de productos turísticos y el ejemplo de los espacios turísticos de España, Italia y las maravillas del mundo. La investigación servirá para investigadores, productores, MINCETUR, y otros que tratan sobre procesos de innovación, en los espacios turísticos vigilando las tecnologías de vanguardia para innovar los recursos turísticos de destino en el país.

Valor teórico: Desde la encrucijada de los fundamentos turísticos, y el PBI del distrito de Huánuco, es importante destacar lo señalado por Altimira, Muñoz (2016) el turismo como motor del crecimiento y el esquema de Vega (2003) en CTI.

Utilidad metodológica: Desde el utilitarismo de la investigación científica y la solidez teórica. Metodológicamente el estudio se justifica según Figueroa (2001), Bernal (2008), Baptista (2012), Hernández, et al (2010), y la evidencia fáctica del contexto internacional, por lo tanto, tiene un aporte metodológico, que parte del esquema de Vega (2003) para simplificar el estudio en el distrito de Huánuco.

1.5 Limitaciones

Los factores limitantes en el proceso de desarrollo de investigación: “relación entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020” se mencionan en el siguiente apartado:

Primero: La investigación tiene como propósito analizar los posibles factores de impacto y de caracterizar el contexto, para concretar y hacerla viable es determinante describir los nudos de conexión que hacen frente la actividad turística del distrito de Huánuco y los diferentes sectores del poder ejecutivo. Como era de esperarse a la luz de la problemática la limitación se tradujo en la poca interacción de los miembros encargados de facilitar la información como el MINCETUR sede Huánuco, una agenda de quien dispone en la jefatura. En esa instancia se visualizó la problemática de orden de jerarquía de responder las consultas si la innovación sería un elemento inyector para mejorar la actividad turística.

Segundo: Otro aspecto como era de esperarse por la falta de la bibliometría de la universidad se limitó en el acceso restrictivo de las bases de dato de SCOPUS (2023), SIMAGO (2023), Se sabe muy bien que estas bases de datos son los que garantizan la construcción del estado del arte del estudio referentes a la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico identificando los destinos turísticos de la zona, y replicarlas experiencias exitosas.

Tal restricción se superó explorando la data de SCOPUS, SCIVAL (2021), identificando experiencias exitosas de innovación de recursos, eso permitió adecuarlas al contexto del distrito. Además, la data permite hacer análisis comparativo, que se puede replicar exitosamente en Huánuco. Finalmente, el desconocimiento del idioma extranjera de los diferentes miembros del poder ejecutivo del MINCETUR sede Huánuco, provocó mucha premura en poder tener un diagnóstico de quienes dirigen la actividad del sector en interpretar ejemplos concretos del OMT.

1.6 Formulación de hipótesis general y específica

1.6.1 Hipótesis general

H1: El conocimiento del capital humano en recursos turísticos tiene alta relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

H0: El conocimiento del capital humano en recursos turísticos tiene baja relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

1.6.2 Hipótesis específicas

1.6.2.1 Hipótesis específica 1

H1: Los procesos de innovación en productos turísticos tiene alta relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

H0: Los procesos de innovación en productos turísticos tiene baja relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

1.6.2.2 Hipótesis específica 2

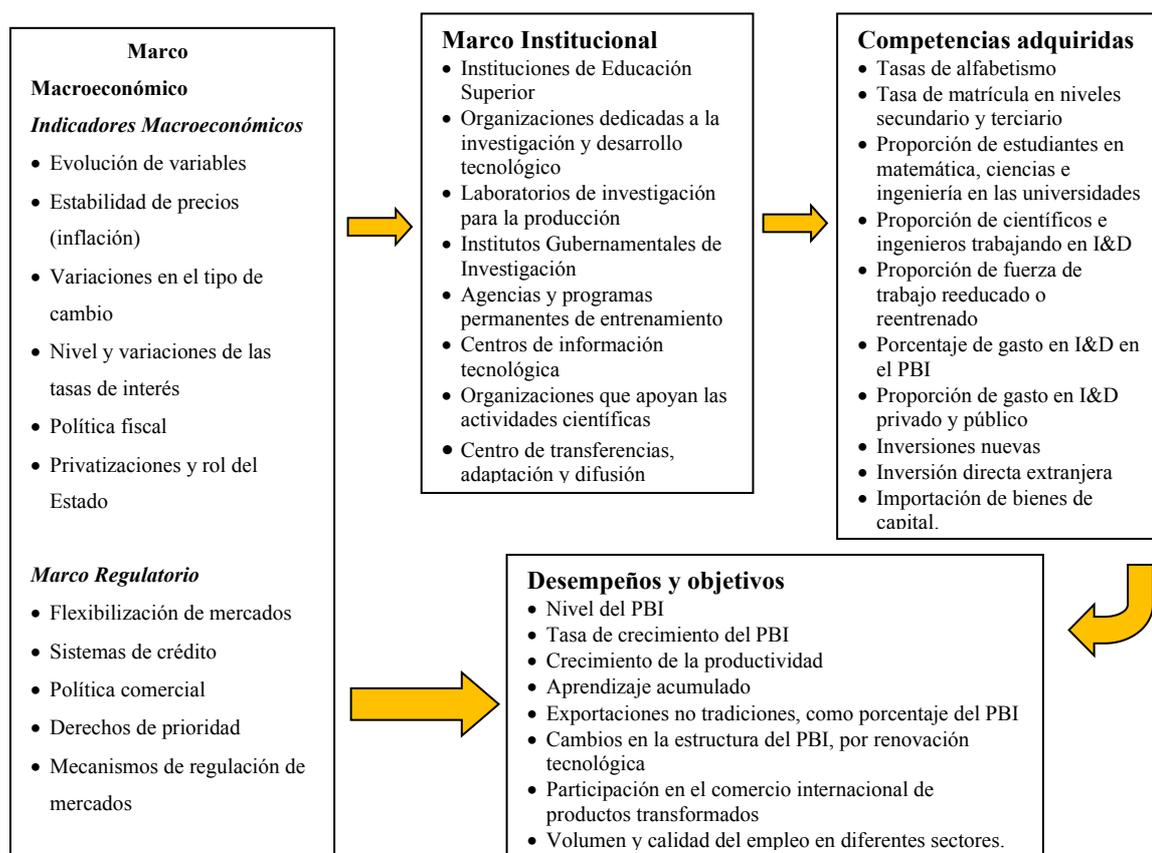
H1: El conocimiento en la innovación de procesos turísticos tiene alta relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

H0: El conocimiento en la innovación de procesos turísticos tiene baja relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

1.7 Variables

La hipótesis de Vega (2003), relaciona las variables que corroboran las variables en el sistema nacional de innovación; la innovación de productos se relaciona con el nivel y tasa de crecimiento del PBI tal como lo precisa en el esquema funcional:

El marco macroeconómico es el que fija las reglas de juego de como las políticas económicas inciden en la convergencia de la economía de corto a largo plazo, mientras tanto el Marco institucional: es el sector donde se toma las decisiones de acuerdo a la orden de jerarquía para que los diferentes sectores dinamicen. Por otro lado, tenemos a las competencias adquiridas, sector donde evidencia la proporción del capital humano especializado en diferentes sectores en base a la propuesta de innovación. Finalmente se cuenta con el enfoque de desempeños y objetivos donde desvela el progreso de la aplicación y la toma decisiones de los diferentes sectores, en este caso el de turismo.



Fuente: Vega Centeno (2003)

1.7.1 Variable dependiente

Crecimiento económico: el crecimiento económico es considerado como una de las variables macroeconómicas más analizadas para diseñar estrategias de política económica, tanto teórica y evidencias empíricas de la aplicación del modelo. Existen muchas discusiones respecto a la teoría macroeconómica en saber respecto a los temas locales e internacionales, al respecto hay una abundante teoría tal como detalla en su análisis (Mendoza, 2010).

La teoría macroeconómica fue analizada efectivamente con más detalle y la más usada para el análisis es la de PNUD (2023). Una metodología considerada como la más efectiva por sus indicadores y su sencillez en la descripción del crecimiento económico, en la que el índice de desarrollo humano y el producto bruto per- cápita son los parámetros a tomar en cuenta.

Con los parámetros establecidos del acápite anterior en cuanto a la medición del crecimiento económico. El propósito es dar mayor robustez la definición de las variables, dimensiones e indicadores del estudio desde diferentes vertientes de los fundamentos macroeconómicos que la teoría económica ofrece.

En ese sentido, es inevitable señalar la definición del crecimiento económico de Jiménez (2010) quien define como la progresión dinámica de activos en términos de aumento de bienes y servicios medidos por el producto bruto interno (PBI) con el propósito de satisfacer las necesidades de la población. Por otro lado, Samuelson, Nordhaus (1989) precisa que al crecimiento económico como el aumento del producto potencial nacional.

Finalmente, referenciando la teoría económica destacados por Mendoza (2010) las dimensiones del crecimiento económico para tener una solidez conjunta entre lo que se plantea en el modelo previa simplificación con el contexto real de la economía regional de Huánuco. Para tener mayor robustez del estado del arte de la investigación, inicia definiendo conceptualmente el crecimiento económico (PBI), postulados en los diferentes apartados (véase, Roca) y la teoría del crecimiento endógena para discernir los procesosm de innovación.

1.7.1.1 Primera dimensión la variable endógena

Producto bruto interno: Es una variable macroeconómica, su definición como punto de partida en la operacionalización de las variables. Esta variable de crecimiento económico parte desde los fundamentos macroeconómicos definidos por Jiménez (2012), en la cual define como el incremento de la producción de bienes y servicios finales en el territorio nacional de la economía (pág. 73).

La teoría económica, principalmente desde la rama de la teoría económica, la macroeconomía hace de conocimiento respecto a la medición del PBI con el año base. Para el caso peruano es la del (2007) para analizar la convergencia del crecimiento económico en el departamento de Huánuco y compararlas con otros años, y dar detalles de la progresión, Que por ciento depende de las políticas económicas que los hacedores de política deben crear en el país.

1.7.1.2 Subdimensiones del crecimiento económico

Demanda agregada: Esta dimensión de demanda agregada hace la definición de la sumatoria de demandas de los agentes económicos del país, señala Jiménez (2012) a la vez hace referencia al valor de las demandas finales de productos y servicios, sin dejar de considerar las importaciones de bienes y servicios como resultado de la actividad económica de mercado.

Indicadores: para detallar sintéticamente este indicador, es menester recurrir a la literatura macroeconómica, precisamente en ella reside la postura de Samuelson, Nordhaus (1989). Los componentes de demanda agregada como resultado del ejercicio se representan como $DA = C$ esta primera se denomina, consumo; la otra variable es la inversión (I), como variable exógena (G), y se encuentra fuera del modelo.

Cabe precisar que, si la economía es abierta, se incorpora las exportaciones (X) por la producción interna. Finalmente, incide las importaciones que dan la medición de la interacción entre oferta y demanda de bienes y servicios. Cabe añadir que la investigación analiza el modelo que la economía diseña políticas como medidas de política económica para dar soporte la economía.

1.7.1.3 Producto con valor agregado

Este tipo de medición del producto bruto interno, la teoría desde el contexto nacional resalta el aporte de Roca (2010) nos hace notar que este tipo de PBI como “valor de producción con valor agregado promediados en el mercado por su aporte añadido en los diferentes sectores. Este último se le conoce como el método de valor agregado”. Este método del PBI estima la definición como la agregación de valor de los diferentes sectores de la economía. Al respecto, resalta los aportes de (Jiménez; 2012; De Gregorio 2012).

Respecto a la referencia del primero Roca (2010) hace una magnífica sumatoria donde la producción de la economía es la suma del PIB = PIB agropecuario + PIB pesca + PIB minería + PIB manufactura + PIB (Roca, 2010). Este último, contrasta con la definición que hace la contabilidad nacional en la producción con valor agregado y sus variantes de la economía regional.

1.7.1.4 Pago de factores productivos (Ingreso)

Este método de medición del PBI refiere a la sumatoria del conjunto de ingresos, en el que la teoría económica vistos en Jiménez (2010) señala como la relación del flujo circular en cuanto a la actividad de generación de ingreso de los agentes económicos de la economía peruana (De Gregorio, 2007). Vistos en los diferentes autores (Roca, 2010; De Gregorio 2012) se refiere al pago de factores productivos rentabilizados por la participación en la actividad productiva del país; de la cual se estima para contrastar la medición del crecimiento económico de Huánuco.

Indicadores: partiendo desde la postura de Jiménez (2012) se estima por el producto bruto interno (PBI) por pago de factores productivos de la economía: este es tener en cuenta la sumatoria de la retribución de factores (trabajo), otro aspecto importante es valorar el ingreso por cada industria de la economía nacional. Asimismo, otra medida de esta contabilidad es sumar todos los ingresos de los agentes económicos para analizar la mejora del pago de sus salarios por la contribución como factor productivo.

En esta sección presenta de lo más elocuente posible la operacionalización de las variables, exógena como endógena. En ese sentido, urge también disgregar en las dimensiones y subdimensiones con el propósito de dar cuenta la simplificación del modelo. Para ello se presenta en la sección siguiente una visión simplificada de las variables y sus respectivos indicadores, con la cual se referencian la actividad turística del distrito de Huánuco.

1.8 Definición teórica y operacionalización de la variable endógena

Tabla N° 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE ENDÓGENA

| CRECIMIENTO ECONÓMICO | | | |
|---|------------------------------|-------------------------------------|--|
| VARIABLE | DIMENSIÓN | SUB DIMENSIÓN | INDICADORES |
| VARIABLE DEPENDIENTE | Crecimiento Económico | Producto Bruto Interno (PBI) | Valor de demanda de agentes locales |
| | | | Ingreso por pago de factores. |
| | | | Demanda agregada |
| | | | Gasto en la contratación de los factores |
| | | | Valor del PBI industrial por renovación tecnológica |
| | | | Gasto per - cápita en PBI con alta tecnología |
| | | | Gasto de inversión en proyectos turísticos |
| | | | Valor monetario dedicados a proyectos de innovación. |
| | | | Inversión |
| | | | Valor de la inversión en proyectos con innovación |
| Valor de la inversión en del sector turismo | | | |
| Valor de la inversión en capital físico | | | |
| Valor de la producción con valor agregado e intensivo en tecnología | | | |
| Producción con valor agregado | | | |
| Valor de los productos con alta tecnología en el sector turismo. | | | |
| Valor de la exportación de productos de capital | | | |
| Pago de factores productivos (Ingreso) | | | |
| Valor del pago neto de factores | | | |
| Valor de la retribución sectorial | | | |
| Pago neto de factor del capital físico del turismo. | | | |

Fuente: BCRP (2021), INEI (2021), BANCO MUNDIAL (2021); Elaboración: Propia

1.9 Definición teórica y operacionalización de la variable exógena

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| VARIABLE INDEPENDIENTE | Innovación en los recursos turísticos | Innovación de procesos turísticos | Innovación de servicios turísticos | Inversión por innovación en las instituciones en S/. |
| | | | | Inversión en investigación y desarrollo turístico |
| | | | | Porcentaje de la inversión en innovación en el turismo |
| | | | | Innovación por sectores de financiamiento turístico |
| | | | | Gasto en el capital humano de los MYPES |
| | | | | Calidad de servicio en los establecimientos turísticos |
| | | | | Ingreso per cápita de los habitantes del distrito |
| | | | | Investigadores de la Universidad de Cañete |
| | | | | Desarrollo de productos turísticos |
| | | | | Recursos humanos en I+D por genero |
| | | | Productividad turística | Oferta de servicios turísticos con innovación |
| | | | | Numero de publicaciones de impacto turístico |
| | | | | Instituciones por colaboración turística |
| | | | | Publicaciones por impacto turístico |
| | | | | Oferta turística en sector agrícola |
| | | | | Numero de publicaciones de turismo SCOPUS |
| | | | | Cantidad de publicaciones en turismo vivencial |
| | | | | Numero publicaciones en SCOPUS por excursión |
| | | Oferta turística por cooperación | | |
| | | Innovación de productos turísticos | | Competitividad turística |
| | | | Número de turistas por mes al canotaje | |
| | | | Número de turistas ingresantes al sector agrícola | |
| | | | Número de personas que guiaron a os turistas | |
| | | | Publicaciones en el sector agrícola | |
| Innovación en proceso en la oferta turística | | | | |
| Innovación en productos del establecimiento | | | | |
| Número de personas que pernoctan más de 3 días | | | | |
| Innovación de los MYPES en los productos | | | | |

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

En esta sección se analiza algunas investigaciones que abordan la relación entre la innovación de recursos turísticos y el producto bruto interno. Cabe subrayar que para destacar la investigación se analizan estudios con resultados que evidencian la relación entre las variables, con experiencias exitosas que posibilitarían el éxito en los espacios territoriales del distrito, y la provincia por los productos diversos con potencial para generar mayor riqueza en el distrito.

En ese sentido estos acápite describen los potenciales efectos de innovación de recursos turísticos en la generación del producto bruto interno a través de la revisión de evidencias empíricas que establece la relación de las actividades turísticas en espacios territoriales con tecnologías equivalentes que permitan aprovechar las ventajas del territorio.

Para ello, se presenta tres secciones: la primera aborda las experiencias a nivel internacional contrastándola con las teorías definiendo la gestión de innovación turística en cuanto a los recursos y sus características para incorporarla a la discusión en el sistema nacional de innovación propuesto por Vega (2003) para tal objetivo se revisó la base de datos de SCOPUS (Elsevier, 2021) .

En la segunda, se analizó las experiencias a nivel nacional sobre los procesos de innovación en las diversas instituciones que emprende la oferta y demanda turística con innovación y sus efectos en el crecimiento de las empresas, identificando los factores de éxito por la incorporación de las tecnologías que les permite interaccionar ágilmente con el destino turístico.

Para poner en debate, en la última sección se analiza los hallazgos de las investigaciones que contrastan el efecto de la innovación de productos turísticos en el crecimiento de la oferta y demanda de servicios turísticos con el objetivo de plantear alternativas de mejora en los espacios ancla del distrito de Huánuco.

2.1.1 Antecedentes internacionales

A nivel internacional, se encontraron trabajos enfocados a la eco innovación del sector turístico. Un estudio de Segarra, Peiró (2011) en el contexto español titulado: “Eco innovación un análisis de indicadores del sector turismo” concluye que la eco-innovación es determinante para los procesos de innovación genera sostenibilidad y este bienestar económico.

Los estudios de Cànoves, et al (2012) titulada “Evolución reciente y cambios en los destinos del litoral hacia un turismo cultural” también concluye que el turismo en el litoral necesita de innovación en los productos para posicionarse como un destino atractivo internacional complementario en el que la gestión tecnológica fue fundamental por el ministerio del sector.

Por otro lado, Torres, y Grossman (2018) en su investigación titulada “La innovación del sector alojamiento turístico mexicano” destaca el papel preponderante del sector servicios, específicamente del sector turismo en la que se estima el aporte más de 70% del PBI, de la cual genera 45% de empleo del país. En ese sentido muchos investigadores identificaron cuales eran los factores de éxito, y concluyeron que el crecimiento se debe a los procesos de innovación de los productos turísticos y la innovación en los diversos destinos turísticos.

Cabe señalar que los procesos de innovación en el sector turismo referido en el apartado anterior considera dos fases: primero de innovación tecnológica y otra de innovación organizacional, en estas precisa que no todas las empresas de servicios innovan con la misma intensidad, más bien algunas asimilan las nuevas tecnologías diseñando nuevos productos y procesos (Torres & Grossman, 2018).

Podemos notar con mayor precisión que al incorporar procesos de innovación genera mejores oportunidades de oferta y demanda turística, eso es evidente diversas organizaciones a nivel mundial como el OMT (2021) han diseñado estrategias en el marco de la emergencia mundial por el COVID.19, una oportunidad en el que la MINCETUR (2021) debe articular políticas.

Uno de los trabajos que urge analizar es el de Velázquez, Cruz, Vargas (2018) en su trabajo para los espacios turísticos de Colombia, titulada “Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística” en este estudio analizó la pertinencia de la cooperación de las empresas para el desarrollo de actividades de innovación en el sector turístico para provocar cambios significativos en el producto y proceso mediante la aplicación de conocimientos tecnológicos que permite obtener mayor atracción.

Otros trabajos de Martín y Gaspar (2007); Martín y Gaspar (2008); Briones, et al (2012); Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (2012); Raposo et al (2014); Peñaloza (2016); Romero y Tejada (2016) discuten y proponen a la innovación como la alternativa más rentable, para detonar a las empresas y tener mayor productividad, desde esa perspectiva detonar la mejora para que el visitantes tengan experiencias en destinos turísticos (Velázquez, Cruz, & Vargas, 2018).

En ese mismo contexto resalta el estudio de Huertas, Muñoz (2017), titulado: Avances en el “turismo para todos” en Colombia es un ejemplo de que la innovación incide en la mejora social donde las comunidades tienen un rol protagonista. Resalta la construcción de una política que favorece la actividad turística llamada “Política de Turismo Social” la medida implementada favoreció el turismo para, en el que la innovación de productos ha generado oportunidad de negocios y de inclusión social, y que define los destinos turísticos³.

Finalmente, en el contexto Europeo Sanz, Ruiz, Pérez, Hernández (2013) en su investigación titulada: “Influencia de los procesos de innovación repercute en el comportamiento en la demanda via online de productos turísticos de España y México” concretamente, aporta a la literatura, con el modelo contrastado en México y España, en el que el mercado turístico presentan elocuentemente el uso de las tecnologías y los niveles crecientes de incorporación de Internet para informar destinos turísticos.

³ La investigación pone de relieve la importancia que adquiere el análisis del comportamiento del consumidor en los entornos virtuales y cómo la cultura nacional es una variable clave para explicar dicho comportamiento, así como para identificar similitudes y diferencias de consumidores procedentes de distintos países (Sanz, Ruiz, Pérez, & Hernández, 2013). Asimismo, en el estudio resalta que los cambios tecnológicos influyen positivamente en la oferta y demanda turística.

2.1.2 Antecedentes nacionales

En el contexto nacional investigaciones de Avila (2018) reflexiona sobre la pertinencia de las innovaciones en producto. Además, insiste trabajar hacer trabajos en innovaciones de marketing para que sean aprovechadas por agencias de viaje y turismo en el entorno limeño, por la poca cohesión en los aspectos administrativos y organizacionales. Todo ello originó el cambio de canales de distribución y de marca en diferentes segmentos como alternativa de innovación (Avila, 2018).

Nolazco, Sandoval, Salvador (2019) en su artículo sobre el turismo alternativo; basada en la metodología de sintagma holístico en el distrito de Lunahuaná, revela los problemas en ofertar lo servicios básicos a los turistas, precisamente en temporadas donde la demanda es altísima donde carecen de conocimientos técnicos en el sistema de guiado, frente a ello es imprescindible que el sectores puedan innovar el turismo no solo lo vivencial, también de proceso y productos en lo gastronómico y lo cultural en el sistema de guiado y otros.

Ahora bien, para Cardenas, Luyo, et al (2017) en su investigación desarrollo profesional y calidad de servicios en la oferta turística para el distrito de Cerro Azul, equivalente a la ciudad de Lunahuaná concluyen que los sectores de alojamiento y restaurante presentan problemas de cobertura por falta de ampliación y cobertura de oferta de servicios turísticos. Asimismo, en el estudio detalla solo algunos sectores de alojamiento y restaurante cumple con los estándares de calidad en los diversos niveles, eso hace notar que los procesos de innovación en proceso y producto sea determinante en la ciudad (Cardenas & Luyo, 2017).

Rosas (2019) en su tesis doctoral relaciona la gestión del producto turístico y la demanda turística en el distrito de Lunahuaná. Mediante la metodología de la función hipotética deductiva de tipo aplicada concluye que las inversiones de los emprendedores del sector no tienen resultados debido a que entienden muy poco sobre la gestión de productos, o es poco tomado en cuenta. A esto se suma que los procesos de innovación en recursos turísticos no se posibilitan eso deriva en la demanda insatisfecha en los turistas que visitan las zonas.

En esa misma relación del apartado anterior Velásquez, Flores (2017) en su investigación gestión de la innovación y la sustentabilidad del sector turismo, argumenta sostiene que las empresas prestadoras de servicios turísticos crecerían sostenidamente y endógenamente, si gestionan la innovación.

Además, el autor recomienda la extensa literatura existente en relación a los procesos de innovación de recursos turísticos, específicamente en productos y servicios precisamente en los de hospedaje y restaurantes como los sectores básicos y estratégicos. Así mismo, proporciona una visión general de evidencia empírica sobre la gestión de la innovación y su sustentabilidad en los espacios turísticos donde las empresas pueden identificar y abordar los retos con éxito en la ciudad de Lunahuaná (Velásquez & Flores, 2017).

Por otro lado, la investigación de Sotelo (2018) relaciona la diversificación e innovación de los productos turísticos con la demanda turística del distrito de Lunahuaná, en la cual identifica las potencialidades turísticas y recomienda que estas sean aprovechadas incorporando los procesos de innovación en productos para posibilitar la diversificación en beneficio del turista.

Otra investigación de Sandoval (2019) propone un plan de turismo alternativo en el distrito identificando las ventajas por ser eminentemente turístico; los procesos de innovación para facilitar la generación de empleo. Además, plantea el turismo alternativo incorporando tecnologías de información en temporadas donde la demanda es alta para facilitar los sistemas de consulta y así poder generar mayor producto bruto interno y facilitar el crecimiento de la provincia desde los factores internos.

Finalmente, las investigaciones planteadas por Ninasaume, Cardenas, Marcas (2019), resumen la problemática de la actividad turística en el que la calidad de servicio es importantísima para la oferta en diversas áreas estratégicas. El estudio concluye reflexionando sobre la importancia de los aspectos culturales y que debe mejorar añadiendo la diversidad de recursos propia de las ventajas comparativas y absolutas del distrito para poder generar mayor aporte al PBI.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Generalidades de la innovación en el turismo

En los últimos años el gobierno peruano a través del MINCETUR ha destacado la importancia de la actividad turística como parte del eje estratégico para generar mayores ingresos en los espacios territoriales con ventajas turísticas. En tal sentido, urge la necesidad de identificar la ventaja absoluta de los destinos turísticos, aprovechando la innovación de productos turísticos del distrito, y para ello, lo ideal es definir la innovación en toda su dimensión referenciando los autores y las instituciones que sostienen dicha relación referida a los procesos de innovación turística.

En ese sentido, el Manual de Oslo UNESCO (2010), es la guía perfecta para realizar, predicciones y mediciones de actividades científicas y tecnológicas, así como la definición de conceptos, y clarifica las actividades innovadoras, en ese sentido insiste en que “la innovación desde el sentido estricto como la introducción de productos nuevos, o relativamente mejorado, producto, proceso, también de nuevos métodos, técnicas de procesos de comercialización, y finalmente de la organización”

Según la referencia el manual aclara que la innovación es el proceso de cambios incidentes en el producto, proceso, el marketing. También en las empresas para generar mejores resultados. Cabe señalar que a esta relación añade los cambios innovadores mediante con la aplicación de conocimientos; este último, se desarrolla internamente, con mayor dinamismo adquiridos con servicios de asesoramiento técnico por compra de tecnología (Jansa, 2010).

Schumpeter (1968)⁴ sostiene que la convergencia del crecimiento económico se da a expensas de la innovación y de un proceso dinámico de tecnologías sustituyendo a las ya existentes a eso se lo denomina la destrucción creativa, para ensamblar estrategias en el sector turístico.

⁴ Es importante destacar que “la generación de nuevas técnicas”, son lo que ya el premio Nobel Schumpeter (1968) llamaba innovación, y que en la literatura económica contemporánea se llama también cambio técnico, o progreso tecnológico” esta relación contrasta con lo de Manual del Oslo.

Ahora bien, desde las publicaciones de Schumpeter (1968), los estudios que analizan y relacionan la externalidad de la innovación en diferentes actividades económicas en la cual se encuentra el turismo se incrementó sostenidamente, debido a los buenos resultados que los procesos de innovación de producto han incidido en el crecimiento sostenido de las actividades comerciales.

Existen estudios que revelan la importancia de la innovación en la acumulación del producto bruto interno uno de ellos es el manual de Frascati (2015) desde diversas perspectivas señala que la innovación como un proceso la inserción, de un nuevo y rediseñado producto con mejoras y aceptación de mercado OCDE (2010).

Ahora bien, para provocar la mejora es imprescindible contar con un buen stock de capital humano capaz de crear, y provocar cambios incrementales, para ello es fundamental la recombinación de tecnología para acometer la innovación de producto, proceso, organizacional y otros sectores (Liu, y otros, 2021) .

Schumpeter (1936) desarrollo dos conceptos "radical" cuando se originan grandes cambios en el mundo, "incremental" para aquellos que hacen cambios progresivos en la sociedad (Nuevos productos y métodos) (Olayza, 2019).

Asimismo, existen consensos en la literatura crítica que intentan relacionar los factores de éxito de innovación como determinante del crecimiento sostenido de las actividades de innovación turística. Según Moheno, González, Cruz (2021); Errichiello, Micera (2021) existen estudios que enfatiza la innovación de actividades turísticas, y han mostrado un interés creciente en explorar el potencial ofrecido por el turismo en el que las soluciones el uso de los TICS para lograr mayor eficiencia y sostenibilidad, enriqueciendo la experiencia turística e impulsando la competitividad del destino.

Para posibilitar tal ventaja, reside en otorgar la pertinencia del capital humano, sus habilidades, factor clave en la innovación según Jiménez, Sanz (2004); Lawson, Samson (2001), este último destaca el factor determinante de la relación entre capital humano y el conocimiento científico y tecnológico para generar procesos productivos técnicamente eficientes en la economía (Castaño, 2012).

2.2.2 Actividades innovadoras en turismo

Las actividades de innovación son definidas para el Manual de Oslo citado por Olayza (2019), como “procesos de actividad científica, tecnológica, orientado al producto y aceptado por el mercado que tienen por objeto conducir al beneficio de los consumidores por la valoración de la misma” (Olayza, 2019, pág. 8)

Para el Manual de Oslo las actividades de innovadoras es un proceso interactivo orientado a la (I+D) que están relacionadas con la generación de una innovación estrictamente, pero estas inciden en la introducción del producto en el que la actividad turística puede ser aprovechada aplicando tecnologías que provoquen cambios técnicos tal como se evidencia en la zona europea, precisamente en España, Italia, China y el propio Estados Unidos.

Mientras que Chibilyova, Sviatokha, Filimonova (2021), define la “actividad de innovación refiriendo a los productos turísticos; como el uso de nuevas técnicas y tecnologías en el curso de la realización de productos turísticos; construcción del sistema de recursos científicos y humano”; otros como Mendes, Liberato, Barreira (2021) aclaran que la actividad turística implica acciones científicas que permiten identificar segmentos de demanda turística.

En ese contexto Panfiluk (2021) sostiene que las actividades científicas son el inicio de las actividades de innovación, debido a que parte de la investigación y desarrollo (I+D). En un escenario turístico con abanico de recursos en las diversas áreas, es pertinente que el Estado participe como ente promotor, una actividad científica, es influyente para los parques científicos y tecnológicos y estas juegan un rol protagónico en el proceso de desarrollo de la innovación en una región turística (Panfiluk, 2021). Finalmente, Olayza (2019)⁵, “concluye que la innovación es un proceso de búsqueda con comunicación intensa y continua retroalimentación (Kliney, Rosenberg, 1986)”.

⁵ Existen actores involucrados en los procesos de innovación que a menudo emprenden acciones contrarias a la “competencia perfecta” (neoclásica) (Smith, 2000) otros como Olayza (2019), afirma que la comunicación juega un rol protagónico en las actividades de innovación.

2.2.3 Sistemas de innovación turística

En el contexto nacional de incesante interacción con el resto del mundo por los atractivos turísticos y la ventaja de los recursos del sector en la apertura de la actividad turística, se busca compartir las actividades turísticas del distrito con el desarrollo de la sociedad sostenidamente, en ese sentido la innovación toma relevancia en la agenda pública a través del MINCETUR como promotor de la actividad turística sostenible y la apertura de nuevas posibilidades de inclusión de los sectores turísticos dentro del eje de los sistemas de innovación turística.

Tal como menciona OMT (2021), OCDE (2020) y el Banco Mundial (2021), la actividad turística puede trabajar en coordinación con otros sectores a fin de generar mayor dinamismo, difusión y la sustentabilidad con la innovación de los recursos naturales, en el que la innovación de proceso e institucional es el foco inyector del sector. En esa analogía es ideal mencionar los sistemas de innovación propuesto por Vega (2003), y de la cual ensamblar los procesos de innovación de producto y proceso del turismo.

Para Xiang, Fesenmaier, Werthner (2021) refieren a los sistemas de innovación como unificaciones e interacciones del sistema que actúa como un canalizador y un medio para compartir, diseminar y replicar innovaciones productivas en las economías de pleno empleo. Así mismo, en el marco del sistema se orienta a entablar innovaciones para garantizar, bienestar, mejora en calidad de vida, gobernanza y resiliencia en una economía con crecimiento exógeno (Frey, 2019).

En el Perú el sistema de innovación propuesta por Vega (2003) está siendo más usada por las instituciones e investigadores porque está orientada a contribuir con las empresas. Además, orienta el punto partida en las estrategias de mercado, en esa línea Valeri, Baggio (2021) reflexiona críticamente y define al sistema de innovación como la capacidad de captura y mejora en la eficacia de la utilización de la tecnología arquitectónica en el que las institución forman parte integrante en el diseño de las políticas de acorde al contexto de rumbos económicos destrabando retardos.

2.2.4 Sistemas nacionales de innovación

Dada la brecha del sistema interactivo, el sistema nacional de innovación ha sido abordado por diversos autores, entre ellos resalta Nelson (1993), define a los sistemas nacionales “en una serie de interacciones orientadas a la operación innovadora de las empresas de la economía” (Nelson 1993), en la misma secuencia Lundvall (1992) resalta “la interactividad en los procesos de producción, y los conocimientos orientados a la acumulación de activos (Tostes & Rosas, 2015).

Ahora bien, el concepto de innovación propuesto por Schumpeter en la década de los 40; fue complementado por autores tales como Freeman, Dossi, Nelson, Lundvall, Malerbra, quienes desarrollaron un concepto más amplio y sistémico denominado Sistemas Nacionales de Innovación (SNI) (Olayza, 2019).

Sobre la referencia anterior diversos trabajos se han basado como elementos justificantes por la guía y los éxitos que garantiza, por ende, los emprendedores del distrito de Lunahuaná deben tomarlo como punto de partida, en esta misma línea, el prestigioso columnista Vega (2003) ha planteado cuatro enfoques de la cual debe diseñarse estrategias de innovación, esos enfoques se precisarán en los procesos de definición de variables como estrategia de partida.

No obstante, en base a experiencias exitosas tanto en países asiáticos como de los países del noreste europeo, el concepto de SNI incorpora marcos de referencia para entender procesos de cambio tecnológico y la interacción de sus actores con una perspectiva evolucionista en sectores donde la actividad turística es crucial para la evolución del producto bruto interno, donde las capacidades endógenas (internas) y las oportunidades del territorio pueden contribuir al desarrollo económico (Olayza, 2019).

Finalmente, el fortaleciendo de los sistemas de innovación tienen sus factores de impacto en las decisiones de las empresas y en los modos de innovación emprendidos (Smith, 2000); asimismo es de conocimiento que los sistemas de innovación son herramientas de análisis de política en materia de innovación tal como lo detalla el Banco Mundial (2021).

2.2.5 Innovación de productos turísticos

Actualmente la actividad turística se ha convertido en uno de los sectores más atractivos del mundo por el destino y los recursos que ofertan, reporta los entes rectores como OMT (2021); Banco Mundial (2021). Precisamente, el anuario de estadísticas de la OMT (2021) hace notar la importancia que ha provocado en estos tiempos de reactivación por la rentabilidad creciente, en ese contexto, urge la necesidad de ensamblar los procesos de innovación en los productos turísticos.

Fraiz (2015), destaca la creciente inserción y la demanda turística relacionado a los productos turísticos intensivos en innovación, y además resalta que esos sectores de mayor emprendimiento e innovación se desarrolla en restaurantes y alojamiento por sus atractivos lugares y productos que oferta al turista.

Otro de los aspectos importantes en la innovación de producto son las ventajas competitivas que están conduciendo a las instituciones articuladoras de procesos crecientes de oferta turística sostiene (Barbosa & Dominique, 2017).

Es de mencionar que las innovaciones turísticas relacionadas al producto han generado mayores empleos, y su contribución al producto bruto interno (PBI), esas cifras se reflejan en el Banco Mundial (2021), lo cual define como las actividades científicas y tecnológicas intencionadas en la agregación de valor al producto turístico en el que la peculiaridad es identificada en la región.

La innovación de producto son las actividades intencionadas relativamente a la investigación y desarrollo (I+D) al conjunto de productos y cuando ha sido lanzado al mercado o adoptado por un grupo de usuarios en un sistema social o conjunto determinado (Olayza, 2019). De lo considerado en los apartados anteriores la problemática más elocuente es la falta de financiamiento para la promoción de investigación, desarrollo (I+D) eso dificulta la oferta de productos y servicios debido a la pérdida de atractividad y la novedad que los productos intensivos en el uso tecnológico aporta para la demanda de servicios turísticos en el que el turista disguste los productos en los destinos elegidos.

2.2.6 Innovación de procesos turísticos

Desde la evidencia empírica, económica y social la innovación de procesos es “cuando un nuevo método de comercialización o un nuevo método organizativo que se usa efectivamente en el marco de las operaciones de una empresa u organización” (Olayza, 2019).

Autores como Roling (1992) citado por Olayza (2019) precisa que los procesos de innovación como proceso interactivo en el que los individuos generan nuevas relaciones, conocimientos y percepciones, donde la comunicación se torna fundamental en la capitalización de las lecciones aprendidas y configurar las opciones de cambio en los diferentes procesos de cambio.

En relación al anterior Rozo (2016) destaca la pertinencia de la innovación para crear ventaja competitiva de las empresas a largo plazo donde la generación de valor agregado son las catapultas para el alcance en la transformación de productos, procesos o mercados en el que más innova es el que tiene mayor rentabilidad, esta hipótesis contrasta con lo señalado por Schumpeter (1968); que la innovación genera oportunidades y esas oportunidades crea y destruye a los que menos innovan y premian en el mercado a los que emprenden la innovación a lo que también Aghion, Howitt (1990) innovación de producto.

Desde la perspectiva sistémica las innovaciones de proceso implican identificar los procesos organizativos ágiles en el que los resultados de la gestión sean efectivos, al respecto en una ciudad ancla como es el caso de Lunahuaná las instituciones públicas y privadas tienen la responsabilidad de hacer partícipe organizacionalmente a la sociedad y aprovechar incorporarlas como sistemas en los procesos de toma de decisiones donde la jerarquía sea el impulsor de los cambios en otras unidades organizacionales. Todo lo anterior permitiría la creación de procesos de valor agregado mediante la implementación de sistemas en la fase productiva y transformadora con el propósito de crear, producir y comercializar productos de alto valor agregado y ofertar sofisticadamente productos y servicios en el distrito.

2.2.7 Gestión de la innovación turística

La gestión turística es determinante para la innovación de productos turísticos, las oportunidades de su emprendimiento son rentables y presenta destinos turísticos atractivos por las ventajas que los sectores presenta a nivel de las regiones económicas, sostiene Velez, Alejo, Tafur, Bustamante (2021).

Un factor importante en lo referido es la gestión humana de la innovación en la organización de actividades turísticas para la consecución adecuada de las áreas y productos que posee los espacios turísticos es prioritaria el desarrollo de grupos de innovación para monitorear los cambios en la demanda turística, a lo que Olayza (2019) denomina modelo organizacional pública innovadora por su interactividad entre lo público y privado para concertar actividades.

Otro aspecto resaltante para tal propósito es la innovación de mercadeo para el diseño un nuevo método de mercado que involucra cambios significativos en producto, vista en precio, promoción y la difusión de productos turísticos en el aprovechamiento de la riqueza del distrito, esta relación no solamente ha sido establecida en el contexto latinoamericano como en países de Colombia y Argentina con éxitos en la acumulación de capital (PBI) en otras experiencias como la Europea presenta resultados significativos como en Ibiza (Sánchez & Cardona, 2016)

Ahora bien, Ferreira y Hernández (2016) presenta un caso específico la gestión humana para acometer el sector hotelero dentro de su planeación estratégica como herramienta en la gestión turística empresarial, y contribuir en las organizaciones de actividad turística son las posibilidades de innovación, basadas en los productos y servicios.

La ventaja turística del distrito de Lunahuaná es irrefutable por su atraktividad y espacios de campo donde el aspecto climatológico es el gran aliado para la ciudad ancla, precisamente en este aspecto el MINCETUR reconoce como uno de los destinos más atractivos de Lima, por ende, para la adecuada gestión es pertinente identificar y establecer la comunicación inteligente de la zona.

2.2.8 Innovación sistémica en la actividad turística

La gestión de la innovación sistémica refiere a la actividad turística como un proceso de organización y direccionamiento de capital humano al conocimiento tecnológico con el propósito de aumentar la creación de nuevos conocimientos, generar valor agregado a productos, procesos y servicios nuevos o existentes (Garavito, 2016), efectivamente, todo ello en los espacios donde se emprende la actividad económica desde el sector turismo, cabe señalar que ahora mismo se está articulando estrategias de diseño para la reactivación.

Es menester detallar la innovación sistémica desde la colectividad de las definiciones resumida por Olayza (2019), quien precisa hábilmente como la “creciente comprensión de lo evolutivo e institucional del concepto de sistema de innovación (Freeman, 1987; Lundvall, 1992; Nelson, 1993; Edquist1997)”. Estas definiciones son el soporte de emprendimiento y el cimiento de la cual se desprende todos los marcos que define las actividades turísticas, y que tiene que ver con la innovación, actualmente la OMT (2021); Banco Mundial (2021) y otras instituciones promueven la actividad para generar mayor PBI.

Otro aspecto importante que refuerza la relación anterior en las innovaciones sistémicas en sectores como “un conjunto de instituciones distintas que contribuyen conjunta e individualmente al desarrollo y difusión de nuevas tecnologías y que proporciona el marco dentro del cual los gobiernos forman e implementa políticas para los procesos de innovación” (Metcalfé, 1995) tal como lo resalta Olayza (2019)

Finalmente, en la innovación sistémica la interactividad entre distintos actores de la colectividad es importante, el conocimiento tecnológico y el intercambio para provocar cambios entre los actores individuales. Asimismo, es elocuente que para la innovación en el sector turismo del distrito de Huánuco urge la incorporación de tecnologías entre las diversas partes involucradas, puesto que, la experiencia internacional, lo sistémico ha producido muchos cambios para difundir destinos turísticos atractivos, no solo en espacios, sino también de productos turísticos como es el caso de España, Italia y otros.

2.2.9 Innovación y comunicación en las actividades turísticas

La literatura científica de la base de datos de SCOPUS (2021), Banco Mundial (2021) confirma que la comunicación es determinante en la actividad turística por su interactividad y puesta en conocimiento los destinos y productos. Desde esa relación, Rogers (2003) citado por Olayza (2019), define la difusión de innovaciones como *“el proceso por el cual una innovación se comunica a través de ciertos canales y mensajes a lo largo del tiempo entre los miembros de un sistema social, en el que los mensajes se refieren a nuevas ideas”* (p.5).

Desde la relación comunicación e innovación Mattelart, Mattelart (2003), aclara que las innovaciones tienen en sí mismas una asociación positiva para los adoptantes en el sector de emprendimiento, en ese sentido, la comunicación se torna fundamental en los procesos de actividad turística.

La comunicación reorienta procesos hacia la innovación y se define *“como la interacción simbólica entre las organizaciones y sus partes interesadas sobre productos, tecnologías e ideas innovadoras”* (Huck, 2006 p.3); (Olayza, 2019). Además, el *“proceso se enfoca en comunicar las novedades, los atributos y los actores que promueven la innovación, generando estrategias para comprender los valores de la innovación desde la idea hasta su lanzamiento”* define al respecto Olayza (2019) en cuanto a la comunicación.

En la misma secuencia Zerfass (2005), sostiene que debe explicarse la gestión y comunicación de innovación, desde la idea hasta el desarrollo del producto y proceso hasta el lanzamiento. En una ciudad como Huánuco sus atractivos turísticos y la identidad del destino, las innovaciones de actividad turística en productos y los destinos debe comunicarse con estrategias audaces. Para ello, es irrefutable que el Estado a través del MINCETUR y otras partidas debe diseñar políticas de acorde a la naturaleza para generar mayor stock de capital efectivo, en este último nos referimos en la obtención del producto bruto interno y la distribución de la misma, hoy es fundamental que eso se emprende para recuperar los retardos que la COVID-19 ha generado en todos los espacios turísticos, y eso evidentemente es de conocimiento.

2.2.10 Modelos de innovación

Por los resultados en los países de pleno empleo, es más elocuente observar la simplificación de los modelos de innovación, como instrumento estratégica de actividad económica en las diferentes instituciones líderes (Rueda & Sanchez, 2017), debido a la aceptación de la misma como un componente esencial de ventaja competitiva en las que también lo denomina el propio OCDE (2017) citado por Sagasti en los planteamientos de la política en CTI para el caso peruano.

Al respecto, hay una cuantiosa literatura que analiza los modelos y constructos teóricos que constituyen una alternativa de cambio en los procesos productivos por los resultados que la innovación genera. Un ejemplo visible es Silicon Valley, uno de los espacios y centros de innovación determinado por la externalidad del conocimiento transferido del sector académico (Castro, 2021). Precisamente de esta parte las externalidades de innovación de tipo Schumpeter, Vega (2003), el estudio se enmarca en sus planteamientos para hacer posible el emprendimiento.

En las teorías de innovación resalta lo señalado por Tostes (2014) en estos precisamente se destaca la difusión del modelo de innovación conocido por el de Triple Hélice (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000), el cual se desvela la interacción de los diferentes agentes de la economía, entre ellos se destaca al sector privado, gobierno y la empresa como el camino para mejorar los procesos de innovación en una acción conjunta (Cruzado & Tostes, 2017).

Para González de la Fe (2009) citado por Cruzado (2017) precisa, “un modelo de Triple Hélice en la cual ofrece una alternativa efectiva para mejorar los caminos de un sistema de innovación conjunta de los actores. Asimismo, este modelo es tomada en cuenta como la herramienta sistemática que encuadra una metodología del sistema para acometer procesos productivos, y acumular stock de capital (pág. 3)”. Finalmente, es preciso destacar las líneas usadas por el BID (2010) a través del estudio de Machinea (2004) mencionado por Tostes (2017), como punto de partida en el análisis del modelo interactiva y con presencia en los mercados.

2.2.11 El crecimiento económico

La teoría económica pone en conocimiento que el crecimiento económico es la variable más estudiada para modelar y estimar crecimientos de un país. En ese sentido, es un fenómeno mediante el cual se proyecta a la acumulación de activos. Obviamente, dotando de factores productivos y técnicas más eficientes, para acometer la producción de las economías (Antunez, 2009).

Al respecto la teoría económica pone en escena a Samuelson, Nordhaus (2000), quien conceptualiza al crecimiento económico como el incremento dinámico de la acumulación de capital efectivo del producto bruto interno de una economía determinada que amplía sus fronteras de producción.

Desde diversas posturas de los autores el crecimiento económico, ha tomado diferentes conceptos según la teoría económica; tal como lo resume, Antunez (2009)⁶. El crecimiento o la progresión de una economía depende de una serie de factores, en ello, lo importante es la aplicación de política económica. Para que eso sea efectivo es menester que la economía cuente con abanico de factores como; espacios y recursos naturales y turísticos como humanos y la tecnología (Andrew & Bernanke, 2004).

Destacados macroeconomistas de la teoría económica (Andrew, Bernanke. 2004; Samuelson, Nordhaus, 2000; Jimenez, 2010), afirman que el crecimiento económico como una medida de bienestar en la economía, y explicar las divergencias económicas (Jimenez, 2010). La conceptualización del crecimiento económico se sintetiza desde la teoría de crecimiento económico como el incremento gradual del producto bruto interno de la economía determinada, concluye (Antunez, 2009). E factor determinante es la política económica por su incidencia en los resultados económicos que diseña la política económica destaca en los diversos escenarios económicos de pleno empleo (Bernanke, 2004).

⁶ El crecimiento no es espontáneo, sino es el resultado de la combinación de los componentes del crecimiento y de la política económica que el gobierno aplica. Esto quiere decir que un nivel de crecimiento elevado mejora el bienestar de la población de un país (Antunez, 2009). Esa afirmación se contrasta con la evidencia empírica de los Estados Unidos.

Desde las diferentes ópticas y teorías es pertinente encontrar respuestas ¿Por qué es importante el crecimiento? para responder lo ideal, visualizar los modelos de crecimiento de: (Mendoza 2006; Andrew, Bernanke. 2004; Mankiw, 2002; Blanchard, Amighini, Giavazzi, 2012; Krugman, 2013; Sala-i-Martin, 1999; De Gregorio, 2007), como representantes de la teoría macroeconómica destacan la pertinencia de la política económica y del crecimiento económico para la acumulación de capital efectivo en a la economía como en el Perú.

En ese sentido, para tener mayor robustez respecto a la base conceptual del crecimiento, es inevitable referenciar al destacado (Oppenheimer 2014; De Gregorio, 2007) en que el crecimiento económico se refleja en su mayoría por la sostenibilidad y de la producción y acumulación de capital como parte de los procesos técnicos eficientes en uso de la tecnología de vanguardia en la economía, añade (Oppenheimer 2014) desde la incrucijada de Estados Unidos.

Por otro lado, Roca (2012) define el crecimiento económico como el incremento del ingreso agregado determinado del ejercicio económico por los agentes económicos del flujo circular, a nivel microeconómico y los fundamentos macroeconómicos, lo que hace posible el desplazamiento de la frontera productiva del país determinado.

Ahora bien, la evidencia empírica mundial reportado por el Banco Mundial, rebela que el crecimiento se mide por el (PBI) para las economías por medio del PBI per-cápita. En otras economías de pleno empleo se considera como la unidad de medida también conocido como PIB medido a precio de la economía de datos (Banco Mundial, 2021). Como es de conocimiento ese analiza el crecimiento por la progresión del aumento de la producción que las autoridades monetarias estiman.

Finalmente, en caso a la economía peruana en Perú, urge identificar las mejoras en cuanto a la medicación, es cierto que la economía tuvo crecimiento, sin embargo, en cuanto a la realidad económica de los agentes eso estimación no se evidencia en el bienestar, tampoco en el social, y otros sectores económicas, no es normal, ver datos del Banco Mundial y seamos los últimos, en el manejo económico, esos resultados deben tomarse con pinzas a modo de estimación económica.

2.2.12 El crecimiento económico y su relación con la tecnología

En el contexto latinoamericano estudios de Pérez (2001), resalta la importancia de la gestión y desarrollo de innovación para que las economías converjan al equilibrio con pleno empleo. Por otro lado, enfatiza en la creación de escenarios con condiciones adecuadas para generar investigación y desarrollo tecnológico. Asimismo, el estudio destaca el factor inyector de las tecnologías en proceso técnicamente eficientes en la productividad total de factores.

En la misma referencia del acápite anterior es oportuno destacar al prestigioso premio nobel Schumpeter (1968) quien “posiciona a la innovación como el elemento impulsor del crecimiento económico endógeno”. Además, considera que la innovación es la frontera de partida a la convergencia económica desde los factores internos, bajo el aporte del autor la innovación es el proceso dinámico de constante invención que otorga valor en el mercado y la conectividad de la misma.

La innovación en el sentido más estricto en la economía provoca la generación de nuevos productos, procesos y eso evidentemente según el aporte del autor genera el proceso de la destrucción creativa; la economía que más innova destruirá en el mercado a las otras economías con pocas capacidades de innovación (Wong Villanueva, 2015).

Desde esa misma perspectiva es oportuno poner al frente del estudio desde la experiencia internacional a Toffler (1979, citado en Santos, 2000) postula que la economía se desarrolla en base al desarrollo tecnológico para facilitar la mejora del sector agrario. Esta última, refiere a las tecnologías de vanguardia para encaminar hacia la economía del conocimiento, y tocar las puertas a la reducción de la pobreza y alcanzar el desarrollo de las economías.

Es de poner en debate que si la economía peruana, no exporta conocimiento en con la producción con valor agregado, las posibilidades de ser una economía industrial estarán lejano a la luz de las economías modernas. Esto es lo que impone el contexto económico por el agotamiento de los recursos naturales, y la competitividad.

2.2.13 Teorías de crecimiento económico

La base de la argumentación desde los fundamentos macroeconómicas refiere la descripción y la contrastación de los modelos clásico, neoclásicos y el económico endógeno, de este último destaca por su dinamismo en la determinación del crecimiento impulsado por los factores internos, a lo que se le denomina crecimiento determinado por el propio sistema y las causas que lo determinan (Jimenez, 2010).

La referencia anterior, hace translucir a mencionar en términos de contrastación lo que el sector académico del mundo incide en el crecimiento endógeno. En esto reside la externalidad del conocimiento de los miembros del MIT (Mankiw, 2002), Harvard (Barro, Sala-I-Martin, 1990), y entre otros (Aghion & Howitt, 1992)⁷. Argumentan que el crecimiento económico infiere en el desarrollo tecnológico y estas en el en la convergencia endógena por su aporte en la productividad total de factores.

El crecimiento económico de lo que se menciona en diversos trabajos de las teorías de crecimiento obedecen al aporte en la capacidad de explicar de corto y largo plazo, describe (De Gregorio, 2007). Frente a ello aparece la teoría neoclásica con sus máximos representantes en argumentar que la economía converge al pleno empleo con factores exógenos y la tecnología desincorporada.

Por otro lado, surgió la investigación de las nuevas teorías de crecimiento donde hace mención al aporte del conocimiento y la investigación tecnológica del stock de capital humano como fuente de crecimiento y adopción al crecimiento, derivado de (I+D) para traducirse en procesos de cambio técnico eficiente.

Precisamente en esta sección se encuentran (Barro, 1991; Mankiw, 1992; Romer, 1993) en la teoría del crecimiento en los años 70 y 80 pusieron en debate al crecimiento y la convergencia al pleno empleo con equilibrio estable en el largo plazo, resaltan la importancia de la productividad total de factores impulsado por el capital humano y otras variables tecnológicas para el crecimiento” (Sala-i-Martin, 1999).

⁷ Las teorías de crecimiento económico endógeno generan cambios estructurales y económicos por el aporte en la innovación donde la investigación y desarrollo es el motor del cambio (Aali, 2012).

2.2.14 Teoría del crecimiento endógeno

En su análisis de enfoques y modelos de crecimiento, Jiménez (2010) sostiene *“los comienzos de la teoría de los años 70 afirma que teórica se sesgó hacia el ciclo económico y demás fenómenos de corto plazo, estimulados por la revolución de las expectativas racionales y el fracaso del paradigma keynesiano”* (pág. 45)

La teoría de crecimiento endógeno se fundamenta en los supuestos del modelo de Romer (1986) basado en su tesis doctoral (1983), Lucas (1988) ellos le devolvieron el tema del crecimiento a la investigación teórica. A diferencia de los neoclásicos tasa de crecimiento es positiva, no requiere del supuesto de una variable que crece en forma exógena (Jiménez, 2010).

Asimismo, a principios de la década de 1980 se plantearon la eliminación de rendimientos decrecientes y se introdujo el supuesto de rendimientos crecientes: liderado por Paul. Romer (1986), otros como: Lucas (1988), Rebelo (1991), Barro (1991) Kaldor (1966). Según estos trabajos se introdujo la competencia imperfecta para construir modelos en los que la inversión en (I+D) genera Cambio Tecnológico Endógeno: P. Romer (1987, 1990), P. Romer (1994), Aghion y Howitt, (1992, 1998), Grossman y Helpman (1991) concluye en su texto enfoques modelos (Jiménez, 2010).

Elocuentemente, como todo cae por su propio peso, vistos en los textos de: (Aghion, Howitt, 1992; Barro, Sala-I-Martin, 1990; Andrew, Bernanke, 2004; De Gregorio, 2007) según la teoría, la sociedad premia a las empresas investigadoras con el disfrute de un poder de monopolio, si inventan un nuevo producto, o si consiguen mejorar la calidad de productos existentes (Jiménez, 2010).

Finalmente, el crecimiento económico da cuenta del proceso endógeno de los modelos EGT (De Gregorio, 2007). La presente investigación pretende analizar los procesos de innovación de producto y proceso de la actividad turística de Huánuco, desde la perspectiva de Vega Centeno y sus sistemas nacionales de innovación para ello se precisa las variables del modelo en la innovación de recursos turísticos en el distrito de Huánuco detallados en el estado del arte del estudio.

2.3 Definición de términos básicos

Demanda turística: Se define como la demanda de los individuos por su apetencia, y el conjunto de facilidades de adquirir los productos, atractivos, en actividades, bienes y (o) servicios turísticos en función del precio y su renta, en lugares distintos de su y residencia y periodo de tiempo determinado (Rigol, 2009, pág. 6).

Turismo: “El turismo corresponde al conjunto de actividades de las personas en determinados espacios representados como viajes en espacios turísticos distintos de su entorno habitual, en diferentes tiempos consecutivos inferior con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 2021) citado por (Buhalis, y otros, 2015).

Crecimiento endógeno: teoría que surgió en los 70 para definir el crecimiento económico, aparte de definirlo el crecimiento económico, describen las causas que lo generan en sus factores internos (De Gregorio, 2007); (Sala-i-Martin, 1999).

Innovación de producto: actividades científicas de investigación para un nuevo diseño de producto nuevo con mejora significativa de lo ya existente.

Innovación: se refiere a “investigación orientados en la creación de productos transformados con aceptación de mercado. La innovación son las mejoras sustentables de producto, proceso, organización, o de comercialización” (Schumpeter, 1968).

Innovación de proceso: conjunto de métodos para mejorar la organización para orientar a la investigación de la cual deriva la producción de la empresa, organización con jerarquías que permiten tener una línea de acción institucional (Schumpeter, 1968).

Producto bruto interno: Incremento progresivo de la producción de bienes y servicios en una economía durante un determinado tiempo, generalmente un año medido por el gasto, ingreso y producción agregada (De Gregorio, 2007); (J. Barro & Sala- I- Martin, 1990); (Mamkiw, 2002) y otros desde la teoría y la evidencia empírica en valorar la producción de bienes y servicios.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

En la investigación caracterizada por la línea de investigación económica, se ha optado por la hipotética deductiva de: Figueroa (2007). En el estudio se cuenta con la consistencia teórica y los datos que factibilizan al enfoque cuantitativo. Asimismo, el estudio se desarrolla a nivel descriptivo y explicativo y se fundamenta con los planteamientos de Hernández (2010), Bernal (2006) para tener un aporte metodológico.

La investigación opta por una mezcla de métodos como el deductivo, inductivo, sintético y otros que se adecua a la línea de investigación económica. La presente investigación describe el proceso de innovación y de las convergencias y divergencias en el sector turismo del distrito de Huánuco. Todo ello se articula en el sistema de las dependencias del enfoque del SNI de Vega (2003) una característica que conduce al sistema nacional de innovación quien conduce los caminos que debe recurrir en los diferentes marcos.

3.1 Ámbito

El estudio se desarrolla en el ámbito de las actividades del turismo y de sus procesos de innovación de producto y proceso en el distrito de Huánuco. La innovación de recursos turísticos incide en el crecimiento económico, este último genera la acumulación del PBI de la región de Huánuco. En la secuencia de los propósitos este ámbito de definición se acomete a los supuestos de Hernández, Fernández, Baptista (2010) desde los enfoques fundamentados del ámbito de la frontera del distrito.

3.2 Caracterización del participante

La innovación en los recursos turísticos acometidos por los diferentes sectores del sector turismo, los actores se caracteriza como el agente dinamizador e innovador mediante medidas efectivas que permiten ejecutar procesos de innovación de los diferentes recursos turísticos del distrito como la encrucijada de sectores claves. Otra característica, es que en otros sectores no se realizan innovaciones de los recursos que se cuenta en la región. Finalmente, el sector institucional es muy débil en promover mejoras ya sea de producto o proceso.

3.3 Determinación del universo/ población

De acuerdo al enfoque cuantitativo con datos y bajo el esquema de Figueroa (2012) la población de la investigación representa el universo de la población del distrito de Huánuco, espacios territoriales donde opera el conjunto de actividades de innovación turística reportada por el sector ejecutivo sectorial descentralizada de Huánuco y la evidencia en los resultados estadísticos del INEI (2022) en los periodos 2007- 2020 con el criterio de definición de Figueroa (2007); Hernández, Fernández, Baptista (2010).

Es menester señalar, que la población esta referenciada en el INEI (2022) última encuesta y el diagnóstico de la encuesta para ayudar encuadrar la realidad. Cabe señalar que en un estudio cuantitativo con data y la encuesta para el diagnóstico se factibilizó en la misma dinámica desarrollado por Carrasco (2005) quien menciona como “conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (pp. 236-237).

3.3.1 Selección de la muestra

Este trabajo se justifica en la investigación económica según (Figueroa, 2010; Hernández, Fernández, Baptista, 2010) la muestra del estudio representa la base de datos de innovación de producto y proceso y el crecimiento económico de los periodos 2007 – 2021 y de acorde al criterio se aborda con el tipo de muestra no probabilístico intencionado, siendo este 25 la cantidad de personas enfocada a la actividad turística del distrito de Huánuco con la cual se complementa al estudio .

Cabe aclarar que en la investigación por el tipo de enfoque cuantitativo con datos secundarios se complementa al tamaño de muestra representativa debido a que se analiza los resultados de la actividad turística del distrito analizadas desde la derivación de recursos turísticos en innovación de proceso y producto. Esta forma de estudio se basa fundamentalmente cuando se tiene datos de crecimiento económico y la derivación de datos para los recursos turísticos. Para ello se cuenta con la consistencia teórica como soporte para contrastar la hipótesis tal como señala el estado del arte del estudio respecto a la innovación desde la base de SCOPUS (2022)

3.4 Nivel y tipo de investigación.

3.4.1 Nivel de investigación

En el estudio se mide la actividad turística en el distrito de Huánuco en base a los procesos de innovación de producto y proceso adecuando al a los ofertantes de recursos turísticos. Con esas consideraciones y la propuesta económica relacionada Figueroa (2012), y otros como Hernández Sampieri, Fernández, Baptista (2010).

Desde esa perspectiva según Hernández Sampieri, et al (2010) la investigación económica se ha definido en el segundo nivel vistas las aristas metodológicas se define como: **descriptiva, explicativa y correlacional**. Existen argumentos respecto a la definición debido a que se ha reunido teoría pertinente respecto a la actividad turística.

Descriptiva: El estudio describe sintéticamente la actividad turística y su relación con el crecimiento económico en los espacios territoriales en base a la derivación de las teorías y evidencias empíricas en procesos de innovación con el propósito de contrastar la hipótesis.

Explicativa: Con este nivel del estudio se explica la relación entre los recursos turísticos y el crecimiento económico desde los sistemas marco de Vega Centeno para partir como el punto de análisis del modelo. La relación anterior hace pertinente explicar las causas y efectos; la relación de las variables, identificando la incidencia de la oferta y demanda de servicios turísticos de Huánuco.

Correlacional: responde a la definición de las variables y el establecimiento teórico respecto a las variables. Es decir, la innovación de los recursos turísticos como determinante del crecimiento económico. Obviamente, identificando el estado actual y la dinámica de los procesos de innovación para la competitividad en el sector. Cabe resaltar que el estudio determina la interacción entre los usuarios en al oferta uy demanda de servicios turísticos y la institución, se recomendando visualizar los procesos turísticos del distrito en caso haya discrepancias desde otras ópticas de estudio desde el enfoque de Vega Centeno (2003)

3.4.2 Tipo de investigación

La presente investigación económica por el conocimiento basado en la relación desde la postura de Figueroa (2010), Hernández Sampieri (2010), Baptista (2010) se fundamenta como **científica aplicada**. Desde el conocimiento proporcionado y por las externalidades de los procesos de innovación de producto en el sector turismo.

Tal como la teoría indica estas relaciones posibilitarían que la actividad turística aprovecharía los recursos con las que se cuenta en la región con una adecuada gestión de capital humano para generar innovación. La teoría indica que los procesos de innovación se derivan de los avances en materia de gestión y oferta de destinos turísticos con valor agregado en cuanto a las ofertas en recursos turísticos (Aarts & Leeuwis, 2002).

3.4.3 Diseño de la investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo y se ilustra con la función hipotética deductiva de Figueroa (2012), Hernández Sampieri (2010), Baptista (2010). Parte desde el enfoque de Vega Centeno (2003) y se aborda con el **diseño no experimental, longitudinal**.

No experimental: esta definición se justifica en que las variables se estudiaron en el contexto real, no se manipula ninguna variable de recursos turísticos ni crecimiento económico. **Longitudinal** porque se analiza las variables durante el periodo determinado, usando el año base (2007) del periodo (2000 – 2021).

Correlacional: se cuenta con extensa teoría respecto a la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico. Asimismo, el estudio hace diferencias en la determinación de niveles de significancia de las variables en el periodo de tiempo analizada. Para tal propósito se analizó los datos estadísticos donde es elocuente la dinámica de la actividad turística en el distrito de Huánuco.

3.5 Métodos técnicas e Instrumentos.

Base de datos: para la investigación se usará la información disponible en el INEI (2020), disponibles electrónicamente y el diagnóstico de la encuesta realizada a los que ofertan y demanda los servicios turísticos del distrito, esos datos mencionados se tomarán evidencias que marcarán el punto de partida del análisis. Asimismo, esas informaciones que se reporta en las instituciones del MINCETUR permitirán obtener data actualizada para contrastarla con la de las encuestas.

Entrevistas: Esta técnica se aplicará a los ofertantes y demandantes de servicios turísticos, administradores del MINCETUR sede Huánuco con el propósito de poder hacer posible la incorporación de los procesos de innovación, desde esos planteamientos se obtuvo la información con la cual se caracterizó y formuló la problemática relacionando con las variables exógenas de recursos tecnológicos.

Análisis documental: Como es de conocimiento en este contexto se ha utilizado con el propósito de analizar la bibliometría del estudio, vistos en reportes estadísticos del SCOPUS (2022), Banco Mundial (2022) toda información relevante en datos estadísticos respecto a la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco.

3.5.1 Instrumentos

Se presenta los instrumentos de validación y la confiabilidad según Hernández Sampieri (2010), Baptista (2010): “La confiabilidad se plantea para todo el instrumento de medición utilizado las variables” y dar mayor robustez “la validez del contenido mediante la aseveración de expertos. Ahora bien, los instrumentos tomados en cuenta fueron el cuestionario para determinar los factores influyentes, para ello se usó el paquete estadístico Vosviewer, UCINET y posibilitar resultados esperados en materia de innovación de recursos turísticos.

Finalmente, la validación de instrumento y su confiabilidad se enfocó en el sistema de búsquedas de la relación causal en la base de datos, y se estableció la teoría pertinente y sus nodos de conexión en SCOPUS (2023), Google académico, Banco Mundial OMT (2023).

3.6 Validación y confiabilidad del instrumento

Para factibilizar la confiabilidad de instrumento se procedió con la postura de Hernández, et al (2014) en la cual sostiene “hace mención el factor garante en las opiniones de expertos para poner en esencia el curso de las dimensiones medidas por el instrumento para adoptar el universo de las variables conceptualizadas en el desarrollo del estudio” (p. 298).

Ahora bien, la validez, confiabilidad del instrumento se realizó en coordinación y verificación de 4 expertos en investigación y temática, donde el proceso de evaluación del instrumento es determinante para la construcción del esquema y el contenido del mismo que ponemos en conocimiento para complementar los datos y el diagnóstico. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 03

Validación del instrumento

| Nombre de los expertos | Puntaje | Comentario |
|--------------------------------------|---------|--|
| Mg. Ramos Cornelio Emigidio. | 90 | Instrumento apto para ser aplicado |
| Dra. Corcino Barrueta, María Teresa. | 95 | El instrumento revisado está apto para ser aplicado. |
| Mg. Vásquez Barboza, Jorge Henry. | 95 | El instrumento revisado está apto para ser aplicado |
| Mg. Mendoza Urbina, Fernando Javier | 90 | Adecuado para aplicar. |

Fuente: Tesistas.

Como es de ponerlos en conocimiento, los resultados del acápite siguiente se presentan mediante tablas y figuras. Asimismo, se presenta los datos por la regresión por E-views para acometer complementando los 15 ítems presentados en el instrumento de la investigación planteada. Los efectos de la innovación de recurso turísticos sirven para que los ofertantes y demandantes interactúan en los procesos de gestión de manera más interactiva y oportuna, al alcance de todos en materia de actividad turística, esos datos se usó en el Eviews.

3.7 Procedimiento

Para el procesamiento de datos del estudio “se resume como las distintas operaciones a los que fueron sometidos la data creada y derivada de la encuesta: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso” (Arias, 2006). Entonces, desde la perspectiva del procedimiento y procesamiento de los datos se siguieron los procesos que permitieron analizar la información, con las herramientas efectivas para contrastarlos con la hipótesis. En base a ello, se detalló las técnicas y factibilizar el procesamiento de datos, y son:

El software conocido Word 2020: se hizo uso de este programa para detallar y argumentar la base de datos de la encuesta respecto a la innovación que el cuestionario deriva, para argumentar tal proceso se usó esta técnica conocida como la recolección de datos y finalmente detallar concretamente la tesis.

El Excel 2020: Se usará este software para realizar aquellas operaciones que contengan varias ecuaciones (facilitando de esa manera el tiempo de procesamiento de datos que se llevaría al realizarlo en el Word), un instrumento a usar es la tabla de datos.

Otro, herramienta que presenta argumentos fiables para precisar el estudio se usó E-views versión 10: es conocido como una de las herramientas más efectivas para la regresión de estudios de enfoque cuantitativo con datos panel o encuestas que permiten crear data (según el grado de investigación). Por otro lado, se hizo uso de los archivos workfile por la naturaleza y tipología, respecto a los demás para diferenciarlos los demás archivos por su mayor complejidad. Según Stucchi (2006) detallara como el instrumento que se utilizara en la construcción de tablas de datos.

Finalmente, para presentar la base de datos derivado de las encuestas realizadas se optaron por técnicas que facilitaron la agrupación de datos estadísticos en la variable definida en la investigación. Para tal objetivo se derivaron en procesos de innovación de producto y proceso en el distrito de Huánuco; usando tablas, y cuadros estadísticos y gráficos, cuyo objetivo es la regresión de los datos estadísticos y presentar los datos procesados de la investigación.

En el cuadro se muestran las técnicas de procesamiento y presentación de datos de forma resumida:

Cuadro N° 4
Presentación de datos

| TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN DE DATOS | INSTRUMENTOS |
|--|---|
| TABLAS | ❖ Presentación según los datos estadísticos |
| CUADROS ESTADÍSTICOS | ❖ Presentación de los datos procesados. |
| GRÁFICOS | ❖ Presentación según los datos estadísticos |

Elaboración: Propia

3.8 Tabulación y análisis de datos

Es un proceso para el análisis de datos; se realizó con los programas de mayor precisión detallados anteriormente como el uso del Excel mediante dos programas que se mencionaron anteriormente, como herramientas, los cuales son: Excel 2019 (donde se van a procesar aquellos datos de corta dimensión/simples) y luego se hará uso del E-views (para aquellos datos que requieren mayores operaciones estadísticas/avanzadas) para obtener los resultados que nos puedan indicar la incidencia de la innovación en recursos turísticos en el crecimiento económico del distrito de Huánuco.

Por otro lado, para interpretar los datos se usó el Word 2019 última versión redactado numéricamente, se hace reflexión para la presentación y el ordenamiento haciendo hincapié los aspectos que requieren mayor énfasis. Otro aspecto, que se tiene en cuenta es de evidenciar concretamente las tablas y cuadros estadísticos en versiones que definen la estructura para precisar la dinámica del comportamiento.

3.9 Consideraciones éticas

La investigación se ha seguido en torno al cumplimiento de las normas técnicas de los derechos de intelectualidad, y de esa manera garantizar la información fidedigna y la data bibliométrica que las instituciones proporcionan respecto a la actividad turística y sus datos de la evolución de crecimiento económico determinado por el sector. Obviamente, toda la información referente a la producción de conocimiento en materia de actividad turística del distrito de Huánuco. Asimismo, se consideraron las referencias e instituciones, mediante citas textuales y parafraseadas respetando debido a la ética profesional para estimar los trabajos de otros investigadores.

Finalmente, la investigación en el proceso de desarrollo se detalló con las normas fijadas como el APA–7ma edición recomendada de acorde a la estructura de grados y títulos de la universidad y evidentemente en estricto cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual/legislación nacional – Perú/

En cumplimiento del decreto legislativo N° 822 la cual señala en el artículo 3° que la protección del derecho de autor recae sobre todas las obras en materia de intelectualidad. La ley citada regula la protección en cuanto a las publicaciones y de la apropiación de argumentos de autores en textos, y otras publicaciones, que involucra tantos como aspectos literarios, y otros de diversos géneros, cuyo objetivo de la ley estipulada es garantizar la protección de los autores en cuanto a sus derechos de autor. Por ende, este estudio cumple con todas las consideraciones de caso para garantizar las publicaciones científicas del estudio.

CAPITULO IV. RESULTADOS

4.1 Planteamiento del modelo

El modelo que simplifica la actividad económica de los procesos de innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico, simplificando en las variables de innovación de recursos en productos y procesos, Se fundamenta en los planteamientos econométricos de William Greene en el apartado del modelo lineal. La investigación parte que la innovación impacta en el crecimiento económico de Huánuco.

Esto se confirma en el estado del arte del estudio. Por la naturaleza y tipología del estudio, se plantea el Modelo de Regresión Lineal Simple

Modelo de Regresión Lineal Simple

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + U_t$$

Donde:

| VARIABLES | PARÁMETROS |
|--|--|
| : Producto Bruto Interno de Huánuco | β_1 : Parámetro de innovación de productos turísticos. |
| X₁: Innovación de productos turísticos | β_2 : Parámetro de innovación de procesos turísticos |
| X₂: Innovación de procesos turísticos | u : Término de Perturbación. |

Dónde:

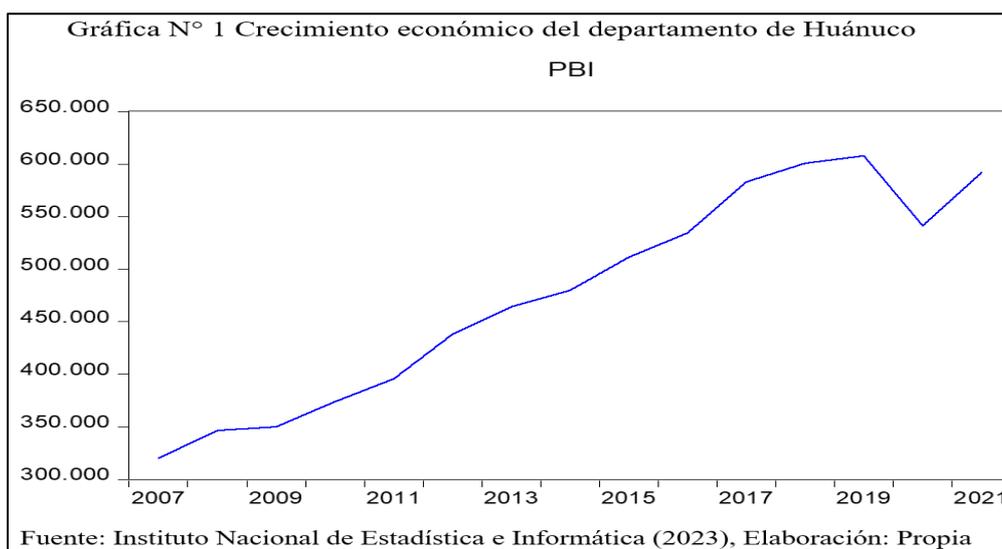
PBI_t = Producto Bruto Interno de Huánuco en el período t.

X_{1t} = Índice de innovación de productos turísticos en los sectores en el período t. Asimismo, X_{2t} = Índice de innovación de procesos turísticos en el período t. Donde U_t = Término de perturbación en el período t, incluye las demás variables que inciden sobre el PBI, pero que no se tiene en cuenta en esta investigación. Finalmente β_0 = Producto Bruto Interno cuando los índices de innovación de producto y proceso en los sea iguales a cero tal como se fundamenta el supuesto del modelo.

4.1.1 El crecimiento económico en cuestión

Los fundamentos teóricos y empíricos determinan que los enfoques del modelo Vega Centeno (2003) aboga la dinámica entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. Esta relación lo contrasta que los sistemas institucionales vistos en Vega establecen que la innovación es fundamental para generar crecimiento del producto bruto interno (PBI).

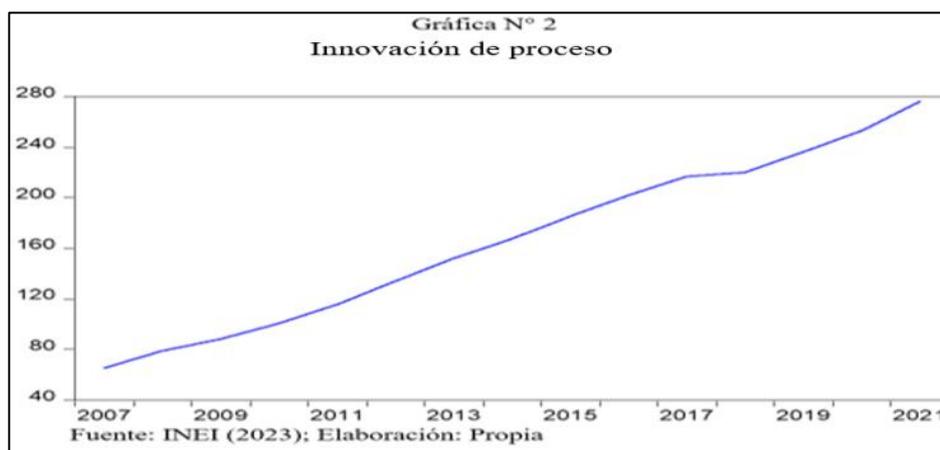
Es preciso destacar los resultados destacados son el reflejo de los datos del INEI (2023) donde evidencia que los factores productivos del sector turismo generan crecimiento económico tal como destaca en el estudio como teoría y evidencia empírica (véase gráfica) donde los años establecidos del crecimiento económico de Huánuco 2007 – 2020 demuestran sostenibilidad.



Los datos analizados del INEI (2023) evidencia que el crecimiento económico de Huánuco tuvo incidencias del sector turismo. Además, nos revela que los procesos de innovación en los recursos turísticos incidieron en el crecimiento económico. Cabe recordar que existen otros factores más influyentes del crecimiento económico. Este estudio pretende explicar desde la dinámica de los procesos de innovación de los recursos turísticos que involucra la producción de bienes y servicios. Recomendamos visualizar las genéricas de Vega (2003) para el análisis debido a que en estas reside el impulso institucional para ser más dinámica y precisamente esa es la secuencia seguida.

4.1.2 Evolución de la innovación de proceso y producto

El punto de partida es el modelo de Vega (2003) en su enfoque sostiene que los procesos de innovación inciden en el crecimiento de las economías. Precisamente en estas se dinamiza los procesos de innovación de producto y proceso del sector turismo durante los años evaluados en el distrito de Huánuco. Asimismo, la innovación de los recursos turísticos durante los años ha sido positivos y tiene una alta incidencia durante todos los periodos, tal como detalla los encuestados de la cual deriva los datos (véase gráfica N°2) para verificarse.



Ahora bien, en la gráfica N° 3 se ilustra los procesos de innovación de producto de los recursos turísticos del distrito. Un factor importantísimo que se refleja en los datos que proporciona los encuestados en el distrito de Huánuco. Los datos revelan que la innovación de proceso y producto son procesos que dan soporte al crecimiento del distrito y de la región en un horizonte de análisis de los años tal como revela los datos en la gráfica (véase datos del INEI)



4.1.3 Modelo general de la investigación

El modelo general de la investigación sintetiza la relación de las variables entre innovación de proceso y producto y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. Para tal propósito parte del enfoque de sistemas de innovación del marco institucional y el marco macroeconómico para derivar al enfoque de competencias y de desempeños de Vega Centeno. Asimismo, para justificar la relación del estudio se definió el estado del arte que define y establece la relación entre la innovación de recursos turísticos en proceso y producto y el crecimiento económico.

$$PBI_t = \beta_0 + \beta_1 INNPRODT_t + \beta_2 INNPROCT_t + \varepsilon_t$$

El modelo anterior sostiene que PBI_t = Producto Bruto Interno en el período t. $INNPRODT$ = Innovación de productos turísticos en el periodo t. $INNPROCT$ = Innovación de procesos turísticos en el periodo t. ε_t = término de perturbación en el período t, se mantiene las demás variables que interviene en el PBI, y no se tiene en consideración en el modelo econométrico planteado = valor del Producto Bruto Interno cuando todas las variables exógenas son iguales a cero $\beta_{1,2}$ = Pretende medir la sensibilidad del Producto Bruto Interno (PBI) ante las variaciones de las variables exógenas (INNPRODT, INNPROCT)

| Tabla N° 3 Modelo general de la investigación | | | | |
|--|-------------|-----------------------|-------------|----------|
| Dependent Variable: PBI | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 07/09/2023 Time: 17:25 | | | | |
| Sample: 2000 2020 | | | | |
| Included observations: 21 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | 138.8355 | 21.69907 | 6.398224 | 0.0000 |
| INNPRODT | 7.694015 | 4.098847 | 1.877117 | 0.0768 |
| INNPROCT | 1.560424 | 1.247463 | 1.250878 | 0.2270 |
| R-squared | 0.906697 | Mean dependent var | | 380.2137 |
| Adjusted R-squared | 0.896330 | S.D. dependent var | | 111.8590 |
| S.E. of regression | 36.01610 | Akaike info criterion | | 10.13737 |
| Sum squared resid | 23348.87 | Schwarz criterion | | 10.28659 |
| Log likelihood | 103.4424 | Hannan-Quinn criter. | | 10.16976 |
| F-statistic | 87.46019 | Durbin-Watson stat | | 0.250998 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |
| Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática; Elaboración: Propia | | | | |

Análisis y supuesto del modelo econométrico:

El modelo plantea el supuesto cuando la innovación de producto turísticos (INNPRODT), y la innovación de procesos turísticos (INNPROCT) son iguales a cero; es decir, $INNPRODT = 0$, $INNPROCT = 0$; respectivamente; el Producto Bruto Interno será igual a **PBI** = 138.8355

Asimismo, cuando innovación de producto turísticos (INNPRODT) aumenta en un millón de soles, el PBI aumenta en 7.694015 miles/millones de soles como se evidencia en la tabla anterior del modelo general de la investigación vista en la tabla.

Mientras tanto, cuando la innovación de procesos turísticos (INNPROCT) aumenta en un millón de soles, mientras tanto, el PBI disminuye en 1.560424 miles/millones de soles, así como se presenta en el modelo anterior, en resumen.

A luz de los resultados del modelo econométrico son los siguientes:

Vistos al modelo econométrico el resultado es más que elocuente, analizado en de R Cuadrado (R-Squared), es igual a (0.906697); eso sintetiza que la innovación de productos turísticos (INNPRODT), la innovación de procesos turísticos (INNPROCT) explica en 91% al producto bruto interno (PBI). Este apartado anterior corrobora lo que el modelo de Vega Centeno (2003) sostiene. Donde el enfoque institucional debe articular políticas basadas en innovación sistémica, y esto debe partir desde el marco institucional para dar soporte al enfoque competencias y desempeños y objetivos (véase texto de Vega Centeno) y ser determinante en el crecimiento económico. Este último resultado confirma esa hipótesis.

Asimismo, otro indicador pertinente del modelo es el R Cuadrado Ajustado (Adjusted R-Squared), El R cuadrado ajustado, lo cual arroja el valor de (0.896330), esto nos resume que la variable exógena explica en (90%) a la variable endógena, ambos estadísticos son relativamente altos y significativos estadísticamente. Lo que desvela que el modelo de Vega (2003) planteado define y explica adecuadamente la relación de las variables exógenas sobre el PBI en materia de recursos turísticos.

4.1.4 Modelo específico de la investigación II

El modelo específico de la investigación sintetiza, en qué medida la variable exógena, en este caso la innovación de recurso turísticos de producto incide en el crecimiento económico del distrito de Huánuco según los datos proporcionados en la encuesta y el del INEI. Para tal propósito se plantea como los procesos de innovación turística son determinantes para acometer el incremento del PBI.

$$PBI_t = \beta_0 + \beta_1 \text{INNOPRODT} + \varepsilon_t$$

Analizando las variables tenemos los siguientes supuestos:

PBI_t = Producto Bruto Interno en el período t.

INNOPRODT_t = Innovación de producto en el período t.

ε_t = Término de perturbación en el período t, incluye las demás variables que se relacionan con el PBI, pero que no se tiene en cuenta en el estudio por los supuestos que postulamos.

β_0 = Producto Bruto Interno cuando las variables exógenas son iguales a cero.

Finalmente, β_1 miden la sensibilidad del PBI producto del cambio de las variaciones de las variables exógenas (Innovación de producto turístico).

| Tabla N° 4 Modelo de investigación II | | | | |
|--|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| Dependent Variable: PBI | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 07/28/2023 Time: 10: 25 | | | | |
| Sample: 2000 2020 | | | | |
| Included observations: 21 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | 151.8504 | 19.32283 | 7.858601 | 0.0000 |
| INNOPRODT | 12.67770 | 0.977082 | 12.97506 | 0.0000 |
| R-squared | 0.898587 | Mean dependent var | 380.2137 | |
| Adjusted R-squared | 0.893249 | S.D. dependent var | 111.8590 | |
| S.E. of regression | 36.54740 | Akaike info criterion | 10.12549 | |
| Sum squared resid | 25378.53 | Schwarz criterion | 10.22497 | |
| Log likelihood | 104.3176 | Hannan-Quinn criter. | 10.14708 | |
| F-statistic | 168.3521 | Durbin-Watson stat | 0.445240 | |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |
| Fuente: BCRP (2023); INEI (2023); Elaboración: Propia | | | | |

Analizando los valores estimados, inferimos lo siguiente:

Cuando la variable innovación de productos turísticos es igual a cero; es decir, $INNOPRODT = 0$; el Producto Bruto Interno será igual a $PBI = 151.8504$. Esta relación evidencia que el resultado es significativo entre las variables elegidas. Asimismo, cuando la innovación de productos turísticos ($INNOPRODT$) aumenta en miles/millones de soles, el PBI aumenta en 12. 67770 miles/millones. Analizando el modelo, los valores del resultado específico evidencia el apartado de la tabla, se concluye analíticamente lo siguiente vistos en el apartado:

A luz de los resultados de la variable se confirma que la innovación de productos turísticos ($INNOPRODT$) con su relación con el PBI analizando el R Cuadrado (R-Squared) arroja el valor de: (0.898587); este estadístico ayuda a explicar en un resultado en un 90% la variación del PBI. El resultado se contrasta con lo señalado por (Sala-I-Martin,1990) y Vega Centeno y proceso de innovación y cambio técnico explica el crecimiento económico por su intensidad en el aporte en el producto. Este último, advierte que el papel del Estado en la economía es fundamental mediante la gestión efectiva de procesos de innovación.

Para sintetizar la teoría, y la evidencia empírica relacionando el modelo de Vega (2003), el hallazgo de la variable exógena (innovación de productos turísticos), según como determina las bases teóricas en la mayoría de las referencias, simplificando para Huánuco referentes al tema de innovación de productos explican en un 90% la variación del crecimiento económico del Huánuco

Asimismo, otro indicador representativo derivado del R Cuadrado Ajustado (Adjusted R-Squared), arroja un valor (0.893249); pues ambos estadísticos son altos, lo que indica que el hallazgo del modelo planteado explica significativamente la variación de la variable exógena sobre (PBI). En ese sentido, la innovación de productos turísticos incide en el crecimiento económico. Esta incidencia del resultado abre el debate en reconocer la importancia de la reactivación en la importancia de la innovación en los diferentes sectores del sector turismo.

4.1.4.1 Modelo específico de la investigación III

Esta parte del planteamiento del modelo sintetiza que el crecimiento económico es explicado por la innovación de procesos turísticos (INNOPROCT). Esa relación se evidencia en las bases teóricas donde la experiencia internacional de la zona euro y de América Latina describen la relación. Tal como se desvela el crecimiento económico en el estado del arte para el modelo se plantea como sigue:

$$PBI_t = \beta_0 + \beta_2 \cdot INNOPROCT_t + \varepsilon_t$$

Del modelo económico se postula lo siguiente:

PBI_t = Producto Bruto Interno en el período t.

$INNOPROCT_t$ = La innovación de procesos turísticos en el período t. En el supuesto se incluye ε_t que supone como el término de perturbación en el período t, incluye las demás variables que inciden sobre el PBI regional, pero no se tiene en cuenta en la investigación, bajo el supuesto, se añade el parámetro β_0 como el producto bruto interno cuando las variables exógenas son iguales a cero. Finalmente, el parámetro (β_2) miden la sensibilidad del PBI ante las variaciones de las variables, tal como se aborda con la teoría y el modelo, veamos el resultado.

| Tabla N° 5 Modelo de investigación III | | | | |
|---|-------------|-----------------------|-------------|----------|
| Dependent Variable: PBI | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 07/30/2023 Time: 17: 12 | | | | |
| Sample: 2000 2020 | | | | |
| Included observations: 21 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | 127.4997 | 22.18276 | 5.747693 | 0.0000 |
| INNOPROCT | 3.836529 | 0.311902 | 12.30045 | 0.0000 |
| R-squared | 0.888433 | Mean dependent var | | 380.2137 |
| Adjusted R-squared | 0.882561 | S.D. dependent var | | 111.8590 |
| S.E. of regression | 38.33337 | Akaike info criterion | | 10.22091 |
| Sum squared resid | 27919.50 | Schwarz criterion | | 10.32039 |
| Log likelihood | 105.3196 | Hannan-Quinn criter. | | 10.24250 |
| F-statistic | 151.3011 | Durbin-Watson stat | | 0.271739 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |
| Fuente: BCRP (2023); INEI (2023); Elaboración: Propia | | | | |

Interpretando los valores estimados, tenemos que: i) cuando la innovación de procesos turísticos en el periodo t . $INNOPROCT = 0$, el Producto Bruto Interno es igual a $Y = 127.4997$, ii) cuando la innovación de procesos turísticos $INNOPROCT$ aumenta en uno por ciento (1%), el PBI aumenta en 3.836529 miles/millones de soles.

El R Cuadrado (R-Squared), es igual a 0.888433; podemos decir que el resultado del modelo estimado explica significativamente en un 89%. Es decir, la innovación de los procesos turísticos explica la variación en un 89% al crecimiento económico de Huánuco. Es decir, la innovación de procesos incluidas en el modelo, estadísticamente explican en 89% la variación de la variable (PBI). Del mismo modo, el R Cuadrado Ajustado (Adjusted R-Squared), tiene un valor de: 0.882561; ambos estadísticos son relativamente altos y significativos. Lo que indica que estadísticamente es significativo la contribución de innovación de procesos turísticos en el crecimiento económico.

4.1.5 Análisis de signos, significatividad individual y conjunta de los modelos

Esta relación evidencia que los signos de los coeficientes estimados para cada uno de los modelos, concluimos que estos están de acorde a los signos que nos proporciona la teoría económica; la existencia de una relación positiva entre las variables exógenas y la variable endógena detallados en el estudio.

Por otro lado, en cuanto al análisis de significancia individual de los coeficientes estimados por cada uno de los modelos realizados mediante la Prueba “t-Student”, arroja que los coeficientes asociados a las variables exógenas, son estadísticamente significativos al explicar en 88%. Cada uno de estos coeficientes estimados ayudan a explicar individualmente la variable endógena, en cada modelo; y por lo tanto deben permanecer en el modelo.

De igual forma, el análisis de significatividad conjunta, realizados mediante la Prueba “F-Snedecor”, para cada uno de los modelos; arroja que conjuntamente los dos (un) coeficiente(s) estimado(s) correspondiente(s) a la variable(s) exógena(s), son estadísticamente significativos al 88% de confianza, para explicar el PBI de Huánuco.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

Desde la perspectiva de los resultados de la regresión, es preciso resaltar el R Cuadrado (R-Squared). El valor es igual a (0.906697), entre otros resalta el de signos de coeficientes estimados. Efectivamente, eso nos conduce a concluir que la innovación de producto, proceso es determinante para el crecimiento económico de Huánuco por la introducción de los rendimientos crecientes de los procesos de innovación por la externalidad de la gestión de capital del conocimiento para idear los procesos de gestión para generar innovación en productos turísticos.

En ese sentido, es pertinente reconocer que un proceso de innovación de producto y proceso del tipo de Vega Centeno (2003), es una referencia del estudio como punto de partida, para dar cuenta la importancia de los procesos de innovación de los espacios turísticos de Huánuco, específicamente de innovación de producto y proceso por su presencia en el mercado como aceptación de innovación.

Asimismo, la innovación de productos turísticos en contraste con la encuesta tiene un valor de 89% como indicador estadístico, es significativo desde diferentes puntos de vista en términos de resultados alcanzados. La evidencia internacional en la innovación demuestra ser consistente en que los procesos de innovación turística inciden en el crecimiento sostenido de producto. Toda la relación de la síntesis anterior contrasta con los resultados de estudios de; Segarra, Peiró (2011), Cànoves, Prat, Blanco (2012), Torres, Grossman (2018) Velázquez, Cruz, Vargas (2018), Huertas, Muñoz (2017), Sanz, Ruiz, Pérez, Hernández (2013), Avila (2018), Nolzco, Sandoval, Salvador (2019), Ninasaume, Cardenas, Marcas (2019) en la cual determinan su alta relación de los espacios turísticos incide en el PBI.

Finalmente, los apartados anteriores se contrastan con los hallazgos obtenidos de las investigaciones de: Sanz, Ruiz, Pérez, Hernández (2013), Avila (2018) en la cual se mencionan que la innovación es la fuente de crecimiento del PBI. Una evidencia elocuente al respecto es si bien la innovación es importante en la producción de bienes y servicios, hay indicios de la variable analizada por Ninasaume, Cardenas, Marcas (2019) en innovación de producto y proceso turístico dan soporte a la sostenibilidad.

5.1.1 Contrastación de hipótesis del estudio

La base teórica de la literatura económica determina solidez en las teorías de innovación y crecimiento económico en el universo del análisis de los fundamentos marco del modelo de Vega Centeno (2003) analizada en la innovación y su impacto del crecimiento económico de Huánuco se contrasta que:

De la solidez de la base teórica y datos y otros autores en el que la relación donde la variable exógena explica a la endógena concluye como significativa por los altos valores de estadístico de R^2 ecuación general y específica. En caso haya dudas Echarle un vistazo el estado del arte de estudio, identificando los puntos de partida al esquema de Vega Centeno en caso haya discrepancias desde otra óptica. Los resultados de la regresión responden concretamente al supuesto del modelo y la variable tomada.

Hipótesis General:

Se acepta la hipótesis **H1**: El conocimiento del capital humano en recursos turísticos tiene alta relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: analizada según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

5.1.1.1 Las hipótesis específicas

5.1.1.2 Hipótesis específica 1

Se acepta la hipótesis **H1**: Los procesos de innovación en productos turísticos tiene alta y significativa relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

5.1.1.3 Hipótesis específica 2

Se acepta la hipótesis **H1**: El conocimiento en la innovación de procesos turísticos tiene alta relación y explica adecuadamente al crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como propósito identificar y detallar los recursos e innovación turística, y su influencia en el crecimiento económico de Huánuco; desde la perspectiva del enfoque de Vega Centeno. Para ello se postuló que los procesos de innovación parte del marco institucional para dar soporte al enfoque de desempeños y objetivos visto en Vega (2003).

La conclusión general es que la innovación de recursos turísticos no es un hecho aislado, por lo contrario, son resultados de un conjunto de competencias y desempeños del capital humano, tal como revela en los resultados del estudio por activa y pasiva de la data y las encuestas en su relación al crecimiento económico.

La primera conclusión específica es que los procesos de innovación de productos turísticos en contextos de restricciones por el poco soporte de los principales sectores del poder ejecutivo son influyentes en el crecimiento económico de Huánuco, por factores de promoción privada. Este último factor influyente contrasta con lo señalado por Vega Centeno (2003) un sector relacionado por la inserción entre sector público y privada externaliza los productos y por ende un producto diferente tiene presencia en el mercado de Huánuco.

La innovación de procesos turísticos ha sido uno de los temas más importantes de la investigación por su principal atracción en Huánuco, debido a que expone una amplia gama de alternativas de mejora institucional y su influencia en los procesos de toma de decisiones y su crecimiento del PBI. Es importante notar que la definición de innovación de recursos turísticos debe ser tomado con pinzas, a efectos de proponer una recomendación en los procesos de innovación institucional. Sin embargo, en términos de innovación en el sector turismo no ha tenido resultados en los últimos años debido al poco enfoque de mejora tomada por los sectores de MINCETUR regional, de todas maneras, su influencia es positiva, lo poco que se dinamizo, por lo que urge realizar trabajos por los réditos y los mecanismos de innovación en la gestión de capital humano como soporte al sector.

RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS

A la luz de los resultados de la investigación, recomendamos a los diferentes sectores institucionales del sector turismo (MICETUR) Huánuco establecer políticas de innovación en recursos productos y productos turísticos, ubicando los puntos de partida de Vega Centeno (2003) para impactar en el blanco de las políticas. Asimismo, recomendamos hacer gestión de capital del conocimiento en los sectores estratégicos de las áreas de MINCETUR regional para consensuar los proyectos de inversión en los sectores prioritarios de productos turísticos.

A la luz de los resultados obtenidos, se recomienda hacer otros estudios no sólo de innovación en recursos turísticos. Sería interesante analizar la innovación en turismo, pero desde la perspectiva de la innovación abierta, comunicación y administrativa. Dado que este último son los que mayores réditos ha tenido en el contexto internacional para innovar en producto y proceso. Sería pertinente detallar variables como vigilancia tecnológica, uso de las tecnologías en proceso de actividad turística. Recomendamos usar otros programas para incorporar más variables y espero sea este estudio el punto de partida para buscar alternativas de mejora en Huánuco. Hasta el momento todavía no existe ninguna línea de base de estudio en el sector. Un llamado de atención al sector académico (UNHEVAL) en cuanto a su contribución.

Finalmente, se recomienda diagnosticar, identificar y diseñar estrategias audaces que permitan involucrar al sector institucional (MINCETUR) para formular los proyectos de innovación en actividades turísticas basados en innovación de proceso. Asimismo, se recomienda investigar los aspectos relacionados en conocimiento tecnológico y el capital humano para fortalecer la experticia en procesos técnicamente eficientes en turismo. Sería una motivación desarrollar proyectos de innovación de producto, algo digno como para una publicación internacional donde la UHEVAL sea el que lidera para el SCOPUS.

Bibliografía

- Aarts, N., & Leeuwis, C. (2002). *Conflict, Communication and Space for Change in Complex Problem Situations*. University of Wageningen.
- Acosta Ballesteros, J., & Bethencourt Marrero, C. (2012). Modelos de Crecimiento Endogeno. En F. P. Tallo, *Políticas Públicas y el Crecimiento Endogeno* (pág. 16). Madrid: Madrid.
- Aghion & Howitt. (Marzo de 1992). A Model of Growth through Creative Destruction. *Econometrica*, 60 (2).
- Aguilar, M. (2017). Indicators for science, technology and innovation innovation in Venezuela and its impact on the devolotment of public policies. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*.
- Albaladejo, P., & Martínez, M. (2021). Un endógeno basado en I + D crecimiento modelo de turismo internacional. *SCOPUS*, 5.
- Albornoz , P., & Ascayo, J. (Martes de 11 de 2017). Crecimiento endogeno. *La relacion de la inversion en I+D y el capital humano*. Huanuco, Huanuco, Perú.
- Albújar, R. (2012). *Medición del impacto en la economía de la inversión en infraestructura público-privada en países en vías de desarrollo Aplicación a la economía peruana*. España.
- Altimira, R., & Muñoz, X. (2016). *El turismo como motor de crecimiento* .
- Alvarez, J., & Hatakeyama, K. (2015). Transferencia Tecnológica desde Institutos Públicos de Investigación (IPIs) en el Perú. *ALTEC*, (págs. 5, 6). Mexico.
- Andrew, A., & Bernanke, B. (2004). *Macroeconomía: Macroeconomics, Update Edition, 4th Edition by ABEL, Andrew B.; BERNANKE, Ben S*. España .
- Ariza, R., & Martha, T. (2016). Gestión e innovación del turismo en el Caribe Colombiano.
- Avila, F. (2018). Innovación Organizacional de las agencias de viaje y turismo agremiadas y no agremiadas en Miraflores . *USIL*.
- Banco Mundial . (2021). *Exportaciones de productos de alta tecnología (US\$ a precios actuales)*. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de Banco Mundial: <http://datos.bancomundial.org/indicador/TX.VAL.TECH.CD>

- Barbosa, M., & Dominique, S. (2017). *Innovación de los procesos; _Diferenciación en los servicios turísticos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056009.pdf>
- Barbosa, S., Paiva, R. D., Sequeira, F., & Ponciano, F. (2017). Gestión de la innovación tecnológica: Estudio de caso multiple en las empresas de base tecnológica. *ALTEC*.
- Barro, R., & Sala-i-Martin, X. (1995). *Economic Growth*. London, England: The MIT press Cambridge, Massachusets.
- Beheiry, S., Simpson, S., Nelson, M., Chaurasia, S., Qadri, Y., & Srivastava, F. (Lunes de Agosto de 2020). *SCOPUS Nanotechnology in sustainable agriculture: studies from seed priming to post-harvest management*. Obtenido de Nanotechnology in sustainable agriculture: studies from seed priming to post-harvest management: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85081009381&doi=10.1016%2fj.jclepro.2020.120836&partnerID=40&md5=94fe5d1943fe3a1e80277cdb9a82f44b>
- Bello Alfaro, J. L. (2012). Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/154/bello_aj.pdf?sequence=1
- Bhutani, V., Karthikeyan, S., Devi, G., Yasoda, S., & Kishore, M. (Sabado de Agosto de 2020). *Advances in controlled release pesticide formulations: Prospects to safer integrated pest management and sustainable agriculture*. Obtenido de Advances in controlled release pesticide formulations: Prospects to safer integrated pest management and sustainable agriculture: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85081009381&doi=10.1016%2fj.jclepro.2020.120836&partnerID=40&md5=94fe5d1943fe3a1e80277cdb9a82f44b>
- Blanchard, O., & Johnson, D. (200 - 2012). *Macroeconomía* .
- Bocher, M., & Krott, M. (2021). La ciencia hace girar al mundo: éxito científico transferencia de conocimiento para el medio ambiente. *SCOPUS*.
- Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., . . . Ruiz, P. (2015). *Introducción al turismo*. Obtenido de

<http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/299/1/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20%281%29.pdf>

- Cáceres, R., Mauricio, & Torres, J. S. (2017). Características para la medición de los facilitadores de gestión como componentes de la capacidad de innovación. *SCOPUS (Elsier,2020)*, 8,9.
- Calderón, F., Asmat, D., & Carretero, A. (2021). Turismo sostenible y energías renovables: binomio para el desarrollo local en Cocachimba, Amazonas, Perú. *SCOPUS*.
- Calderón, G., Duarte, G., Luna, S., Valladares, L., Grandez, R., Priego, S. C., . . . Hinostroza, E. (2021). Managment innovation . *SCOPUS*, 11.
- Cànoves, G., Prat, J., & Blanco, A. (2012). *Turismo en la playa, mas alla del sol y de la playa, evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural* . Obtenido de <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/2289/2189>
- Cardenas, I., & Luyo, L. (2017). Desarrollo profesional y calidad de servicios en el distrito de Cerro Azul de la provincia de Cañete. *PROM*.
- Castaño, S. (2012). Innovation and R&D Policy: the Case of Transforming Sector and Business Services Sector. *SCOPUS*.
- Chao, C., Hazari, B., & Sgro, P. (2021). Turismo y económico desarrollo en un efectivoen-avance de la economía. *SCOPUS*.
- Chibilyova, V., Sviatokha, N., & Filimonova, I. (2021). nnovador potencial del ámbito turístico-recreativo en las regiones esteparias de Rusia en condiciones de los retos actuales. *SCOPUS*.
- Chirinos, R. (2007). *Determinantes del crecimiento económico: Una revisión de la literatura existente y estimaciones para el período 1960 - 2000*. Lima: Working Paper Series.
- Chryssopoulos, R. L., Esquivel, R. M., & Retana, L. F. (2017). Evolución de los modelos de innovación. *ALTEC*, 10.
- Citlalli, G., López-Torres, Guzmán, G. M., Ramírez, R. G., & Pinzón, Y. (2015). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *SCOPUS*, 4.
- Collazos, Z., Palacio, C., Muñoz, T., & Zuniga, C. (2020). Innovaciones de procesos en empresas turísticas. *SCOPUS*.

- Concytec. (12 de Setiembre de 2016). *Política Nacional para el Desarrollo de la Ciencia*. Obtenido de Política Nacional para el Desarrollo de la Ciencia,: <https://portal.concytec.gob.pe/>
- Copeland. (2021). Turismo, bienestar y desindustrialización en una pequeña economía abierta. *SCOPUS*.
- Cordova, S., Parian, S., Soto, P., & Pachas, M. (2021). Management Innovation Agriculture. *SCOPUS*, 7.
- Cruzado, C., & Tostes, M. (2017). Evaluación del modelo de gestión de los centros de innovación tecnológica: El rol de la oficina técnica de los centros de innovación tecnológica en el periodo 2006 al 2012. *Altec*.
- Cruzado, E., & Tostes, M. (2017). Evaluación del modelo de gestión de los centros de innovación tecnológica: El rol de la oficina técnica de los centros de innovación tecnológica del periodo 2000 - 2012 . *ALTEC*, 10.
- Damian, I., & Suárez, F. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura EGADE Business School, Tecnológico de Monterrey (México). *OmniaScience*.
- Dancour, O. (2016). *Las vacas flacas en la economía peruana*. Lima : PUCP.
- De Gregorio, J. (2007). *Macroeconomía, teoría y políticas*. Chile: Pearson educación.
- Elsevier, S. (Viernes de 01 de 2021). *Manual de estadísticas de patentes*. Obtenido de Obtenido de <https://www.scopus.com>
- Errichiello, L., & Micera, R. (2021). Una perspectiva de procesos inteligentes turismo gobernanza del destino. *SCOPUS*.
- Esquivel, R. M., Fonseca, L., & Chryssopoulos, R. L. (2017). Evolución de los modelos en los procesos de innovación . *ALTEC*, 8.
- Fernández, A., López, M., & Perles, F. (2016). Situación de la actividad turística en España: Ante nuevos records y retos . 6.
- Fernández, G. O., & Baca, L. E. (23 de Mayo de 2016). *Primer Censo Nacional de Investigación, Desarrollo e Innovación 2016*. Obtenido de Primer Censo Nacional de Investigación, Desarrollo e Innovación 2016: <http://portal.concytec.gob.pe/index.php/publicaciones/censo-nacional-id>
- Figuroa, A. (2001). *Ciencia y desarrollo; el papel de la ciencia económica* . Obtenido de Ciencia y desarrollo; el papel de la ciencia económica : <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD202.pdf>

- Fraiz, A. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología nuevos productos y experiencias. *Revista de patrimonio y turismo cultural* .
- Frenkel, R. (Agosto de 2008). Obtenido de [www.repositorio-de-tesis-argentina](http://www.repositorio-de-tesis-argentina.com)
- Frey, C. (2019). *The Technology Trap: Capital, Labor, and Power in the Age of Automation*. United States : Princeton University.
- Fu, Y., Baker, D., & Zhang, L. (2020). Ingeniería de un Mundo Universidad de la clase? El impacto de Taiwán Mundo Proyecto Universitario de Clase en Científico Productividad. *SCOPUS*.
- Galeano, C., Romer, E., & Eduardo, L. (2015). Innovación social en las pequeñas ciudades: Un enfoque para la construcción participativa de políticas basadas en redes ciudadanas. *ALTEC*, 3.
- Garavito, D. (2016). *Diseño de un modelo de vigilancia tecnológica como herramienta para la gestión de la innovación en las pymes del sector turístico del golfo de Morrosquillo, departamento de Sucre*. Obtenido de *Diseño de un modelo de vigilancia tecnológica como herramienta para la gestión de la innovación en las pymes del sector turístico del golfo de Morrosquillo, departamento de Sucre*: <http://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/3439/0072982.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gervaz, C. (2015). *Co - Movimientos en el producto bruto interno*. Obtenido de *Co - Movimientos en el producto bruto interno*: <file:///C:/Users/Yisus/Downloads/Dialnet-CoMovimientosEnElProductoBrutoInterno-3183558.pdf>
- Gonzales, D., Diaz, E., Alayza, B., & Moscoso, R. (2017). Perspectivas de los sistemas de innovación en la amazonia peruana: Un estudio de caso. *Altec*.
- González, M., & Molina, M. (2017). Science and technology assessment: a review of their indicators. *SCOPUS*, 13.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. (2010). *Econometría*. México: McGraw-Hill .
- Hartmann, M., Hammond, D., & Robert Jones, e. a. (2018). Actividad científica - Bibliometría . *SCOPUS*, 5.
- Hernández, A. (22 de Noviembre de 2010). Obtenido de <http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/9731/1/277.pdf>

- Hernandez, E. (1991). *Planificación turística "Un enfoque metodológico"*. México: UNAM.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Hernández, S., & Pérez, C. D. (2018). Innovación para el desarrollo inclusivo: Una propuesta para su análisis. *ALTEC*, 8.
- Hjalager, A. (2021). 100 Innovations That Transformed Tourism. *SCOPUS*.
- Huertas, C., & Muñoz, Y. (2017). Avances en el "turismo para todos" En Colombia: caso ruta del sur como ejemplo de innovación social liderado por las comunidades afrodescendientes. *ALTEC*.
- Hurtado, A., & Wadson, P. (2019). Economic growth, poverty and human development in Peru. *SCIVAL*.
- Ismodes, E. (2006). *Países sin futuro: ¿Qué puede hacer la universidad?* Lima: PUCP.
- Jansa, S. (2010). Resumen de Manual de Oslo sobre innovación . *Oficina de transferencia de resultados de la investigación OTRI*, 5.
- Jasso, J., Carmen, M. d., & Nuñez, I. (2015). Innovación y desarrollo: una valoración del pensamiento teórico Latinoamericano. *Altec*, 8.
- Jimenez, F. (2006). *Macroeconomía : enfoques y modelos* (Vol. 1). Lima: PUCP. Fondo Editorial.
- Jimenez, F. (agosto de 2010). *trabajo de investigacion*. Obtenido de <http://www.pucp.edu.pe/departamento/economia/images/documentos/DDD288.pdf>
- Kose, A., & Soto, L. (2008). *Sin comparación: segun todos los indicadores: la actual recesión mundial y la mas profunda* . Obtenido de Sin comparación: segun todos los indicadores: la actual recesión mundial y la mas profunda : <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34876623/basics-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1635525054&Signature=I3bQCadTkG2WebyG10GJ-MHYn0sEZBknlH5HQbPbJjVeIUa9zanLbxaKv7ITc6ft3NtvWaUdn~4mbIVHLDSpxnb-jebimhb29HvnsPZJ~dLc60TRWPQ9-0RUB8xyPTUdIyaBkdBUmTFDAJRz77S70>

- Liu, L., Tan, R., QPeng, Zhang, J., Zhao, B., & Li, X. (2021). Producto innovación basado en la recombinación de tecnología. *SCOPUS*, 10.
- Luyo, J. (2017). Ciencia, Tecnología e Innovación: determinantes del crecimiento económico sostenible de los países. *Paradigmas* .
- Mamkiw, N. G. (2002). *Macroeconomía* (4ed ed.). Barcelona: Antoni Bosch.
- Mendes, L., Liberato, P., & Barreira, P. (2021). Comida turismo, un estudio exploratorio en el contexto portugués][Turismo alimentar, um estudo exploratório no contexto Português]. *SCOPUS*.
- Mendoza, W. (2006). *Macroeconomía : un marco de análisis para una economía pequeña y abierta*. Lima: PUCP. Fondo Editorial.
- MINCETUR. (17 de junio de 2018). Lima. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/208877/GUIA_PERTUR.PDF
- Moheno, M., González, C., & Cruz, C. (2021). Socio técnico innovación en la comunidad turismo organizaciones: una propuesta de desarrollo local. *SCOPUS*.
- Montoya, M. (2011). *Políticas para impulsar la ciencia, tecnología y la innovación tecnológica en el Perú*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Mullin Consulting. (2002). *Un Análisis del Sistema Peruano de Innovación*. Lima: Mullin .
- Ninasaume, S., Cardenas, L., & Marcas, F. (2019). Calidad de servicio y diversidad cultural en parque zonal Chavin de Huantar, Quilmana 2019.
- Nolazco, F., Sandoval, J., & Salvador, C. (2019). Percepción y fomento del turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná Cañete, Lima -Perú. *INNOVA Reshearch journal* .
- OECD. (2014). *Main Science and Technology Indicators*. http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/main-science-and-technology-indicators_2304277x.
- Ojeda, A., Uribe, P., Parejo, D. J., Celedon, A., Castellanos, A., Benitez, F., . . . Mariño, J. (Sabado de Junio de 2021). *Gestion organizacional, sustentabilidad, sustentabilidad, innovación y emprendimiento en America Latina*. Obtenido de Google academic: https://www.researchgate.net/profile/Martin-Leon-Santiesteban/publication/344827443_MODELO_DE_DESARROLLO_TURI

STICO_SOSTENIBLE_EL_CASO_DE_BAHIA_DE_ALTATA_MEXICO/links/5f922e03299bf1b53e3d80d6/MODELO-DE-DESARROLLO-TURISTICO-SOSTENIBLE-EL-CASO-DE-BAHIA-DE-AL

- Olayza, B. (2019). *CXambio de paradigmas de comunicación e innovación*. Lima .
- OMT. (Sabdo de Junio de 2021). *Turismo Internacional*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo, Anuario de estadísticas de turismo:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.RCPT.XP.ZS?view=chart>
- Oppenheimer, A. (2014). *"Crear o Morir" La esperanza de América Latina y las cinco claves de la Innovación*. United States .
- Ortegón, E. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Panfiluk, E. (2021). Gestión de la región turística-identificación de los determinantes de la innovación . *SCOPUS*.
- Parodi, C. (sefe de ss de sss). dxdd. ssss, pág. ssss.
- PCM-PERU. (2002). *Acuerdo Nacional*. Lima: PCM.
- PENTUR. (2018). Síntesis para la puesta en operación " Descripción turística del Perú: Situación actual y potencial. *Web Of Science* , 10.
- Peralta, J. (2020). Análisis de convergencia para el caso peruano en el periodo 2007-2017. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía | ISSN impreso*.
- Perea, H. (2016). Macroeconomía introducción. En N. d. BCRP, *Producto Bruto Interno* (pág. 9). Lima : BCRP.
- Perez, C. (2001). Cambio tecnologico y oportunidades de desarrollo como blanco movil. En CEPAL (Ed.), *Seminario: La Teoría del Desarrollo en los Albores del Siglo XXI*. Santiago de Chile. Obtenido de
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/34861/1/S2001538_es.pdf
- PERU 21. (29 de Marzo de 2013). *Exportación aportó un 14% al PBI*. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de PERU 21: <http://peru21.pe/economia/exportacion-aporto-14-al-pbi-2123967>
- PRODUCE. (2015). *Plan de Diversificación Productiva*. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de PRODUCE:
<http://www.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/publicaciones/plan-nacional-de-diversificacion-productiva.pdf>

- RICYT. (27 de Junio de 2021). *Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología, Iberoamericana e Interamericana*. Obtenido de <http://www.ricyt.org/category/indicadores/>
- Rigol, L. (2009). *Conceptualización de la demanda turística*. Cuba: Ciencias Holguin. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>
- Rincon E, Leon J & Cortomoto. (2014). *La innovación y el cambio tecnológico desde la perspectiva de la mesoeconomía*. Investigación Científica, Universidad de Zulia, Venezuela.
- Roca, R. (2010). Introducción a la Macroeconomía. En R. H. Garay, *Nivel de Producción y la Demanda Agregada de una Economía Abierta* (pág. 4). Lima : UNMS.
- Rodriguez, H., & Barr, P. (Miercoles de Julio de 2015). *Relación entre el crecimiento económico y el desarrollo de las telecomunicaciones en el Perú entre los años 2003 - 2012*. Obtenido de PUCP: <https://www-scopus-com.ezproxybib.pucp.edu.pe/results/results.uri?numberOfFields=0&src=s&clickedLink=&edit=&editSaveSearch=&origin=searchbasic&authorTab=&affiliationTab=&advancedTab=&scint=1&menu=search&tablin=&searchterm1=scientific+productivity+by+publi>
- Rojas, A., & Vizcarra, L. (2019). El producto bruto interno y su relación con los ingresos tributarios en el Peru 2008 - 2018. *Quipukamayoc*, 3.
- Romer, D., & Chumpeter, J. (11 de Mayo de 2006). *Macroeconomía Avanzada*. Obtenido de Departamento de economía PUCP: <https://www.pinterest.com/pin/438256607470431015/>
- Rosas, A., & Tostes, M. (2017). El rol de los fondos concursables en la gestión del sistema nacional de innovación: En el caso de Incagro. *ALTEC*, 8.
- Rosas, J. W. (2019). Gestión del producto turístico y su impacto en la satisfacción de los turistas y excursionistas: Lunahuaná, 2018.
- Rozo, E. (2016). Innovation and Product Development in Tourism. *Web Of Science*.
- Rueda, M., & Sanchez, M. (2017). Características para la medición de los facilitadores de gestión como componentes de la capacidad de la innovación. *Altec*, 5,7.
- Sagasti, F. (Martes de Noviembre de 2018). *Perspectivas en la ciencia tecnología e innovación en el Perú*. Obtenido de Perspectivas en la ciencia tecnología e

- innovación en el Perú: <https://docplayer.es/5332557-Francisco-sagasti-lista-de-publicaciones-francisco-sagasti-publications-list.html>
- Sala-i-Martin, X. (1999). *Apuntes de crecimiento economico*. Barcelona - España: Antoni Bosch.
- Saldaña, L., & Velásquez, M. (setiembre de 2007). Obtenido de www.bcrp.gob.pe: <http://cies.org.pe/sites/default/files/files/diagnosticoypropuesta/archivos/dyp-35.pdf>
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (1989). *Macroeconomía con aplicaciones en macroeconomía*. Mexico: McGrawHill.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2000). *Macroeconomía*. España.
- Sánchez, J. E., & Romero, G. N. (miercoles de octubre de 2013). Incidencia del PBI, la tasa activa y la liquidez del sistema financiero como factores de la evolución del crédito privado en el Perú 2000-2012. Chiclayo, Chiclayo, Perú.
- Sánchez, M., & Cardona, J. (2016). Gestión de la Innovación Turística basada en los Eventos Musicales: El Caso de Ibiza. *RAITES*.
- Sandoval, J. (2019). Plan de turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná provincia de Cañete. 13.
- Sanguinetti Duarte, P. C. (---- de Agosto de 2009). *Economia.puc.cl/docs/tesis_psanguinetti*. Obtenido de http://www.economia.puc.cl/docs/tesis_psanguinetti.pdf
- Sanz, S., Ruiz, C., Pérez, I., & Hernández, B. (2013). Influencia de la cultura en el comportamiento de compra online de productos turísticos El caso de España y Méxic. *innovar*.
- Schumpeter, J. (1968). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Madrid: Aguilar.
- Segarra, L. M., & Peiró, Á. (2011). *How to rate Ecoinnovation? A tourism sector indicator's analysis*. Obtenido de How to rate Ecoinnovation? A tourism sector indicator's analysis: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/60736/Como%20medimos%20ecoinnovacion%20%202011%205%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sotelo, B. (2018). Diversificación e innovación del producto turístico y su relación con la demanda del distrito de Lunahuaná.
- Torres, R., & Grossman, F. (2018). *Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de

- Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721638005.pdf>
- Tostes, M., Nadramija, N., & Sanabria, C. (Octubre de 2017). *Desarrollo de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica*. Obtenido de Desarrollo de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica : <http://www.pucp.edu.pe/profesor/marta-tostes-vieira>
- Tsaih, R., & Hsu, C. (2020). Inteligencia artificial en turismo inteligente: un marco conceptual. *SCOPUS*.
- UNCTAD. (2011). *Examen de las Políticas de Ciencia, Tecnología e Innovación: Perú*. Lima: ONU.
- UNESCO. (2016). *Manual de Oslo* (Tercera ed.). (G. Tragsa, Trad.) OECD / European Communities. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD Oslo Manual 05_spa.pdf
- Urrelo, R. (2000). *Capital Conocimiento "Ciencia y Tecnología para el desarrollo"*. Lima: Fondo Editorial del congreso del Perú.
- Valeri, M., & Baggio, R. (2021). Una reflexión crítica sobre la adopción de blockchain en turismo. *SCOPUS*, 9.
- Vara, A. (2012). *7 Pasos para un tesis existosa*. Lima: San Martin de Porres.
- Vargas, R. A., Andrés, M. F., & Agramunt, L. F. (2015). Tecnológica, Gestión del Conocimiento en los Procesos de Internacionalización de Empresas Latinoamericanas de Base. *SCOPUS*, 3,4,7.
- Vega, M. (2003). *El Desarrollo Esquivo "Intentos y logros parciales de transformaciones económicas y tecnológicas en el Perú(1970-2000)*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Velásquez, J., & Flores, P. (2017). Gestión de la innovación para sustentabilidad en el turismo: una revisión teórica para el sector hotelero. *Espaces*.
- Velázquez, J., Cruz, E., & Vargas, E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*.
- Velez, C., Alejo, O., Tafur, G., & Bustamante, M. (2021). Analysis of tourist satisfaction in relation to technological factors and self-management of information][Análisis de la satisfacción del turista con relación a factores tecnológicos y la autogestión de la información. *SCOPUS*, 12.

- Wooldridge, J. M. (2010). *Introducción a la econometría, Un enfoque moderno*. México: Cengage Learning.
- Xiang, X., Fesenmaier, D., & Werthner, H. (2021). Creación de conocimiento en tecnologías de la información y turismo: una reflexión crítica y una perspectiva para el futuro. *SCOPUS* .
- Zuñiga, A. (2015). Nudos en la Ciencia tecnología e Innovación en el IPEN. *Investigación Eficiente, Eficaz*, 4-7.

ANEXOS

8.1 CARTA DE PRESENTACIÓN

Huánuco, 20 de noviembre del 2022.

Mg. Mendoza Urbina, Fernando Javier

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle mi cordial saludo y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo egresados de la carrera de economía, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación.

El título del Proyecto es: Relación entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco según el modelo de innovación de Vega Centeno, 2007 - 2020, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Matriz de consistencia/categorización
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumento (ficha técnica).

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

8.2 Matriz de consistencia

| MATRIZ DE CONSISTENCIA | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--------------------------|---|--|---|---|--|---|--|--|---------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|--|--------------------------|--|
| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | VARIABLES | | DIMENSIONES | SUB DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN | UNIDAD DE MEDIDA | | | | | | | | | | |
| ¿Cuáles son los factores que están presentes en la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020? | Determinar esos factores que están presentes en la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020. | VARIABLE DEPENDIENTE | Crecimiento Económico | Producto Bruto Interno (PBI) | Demanda agregada | Valor de la demanda de los agentes nacionales | Es una investigación cuantitativamente por que se medirá Innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. | El Nuevo Sol (S/) como unidad monetaria de curso legal en el Perú | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Ingreso per-cápita y pago de factores en S/. | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Gasto en la producción de los factores | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor del PBI industrial por renovación tecnológica | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | Inversión | Gasto per - cápita en PBI con alta tecnología | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Gasto de inversión en proyectos turísticos | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor monetario dedicados a proyectos de innovación. | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor de la inversión en proyectos con innovación | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | Producción con valor agregado | Valor de la inversión en del sector turismo | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor de la inversión en capital físico | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor de la producción con valor agregado e intensivo en tecnología | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor de los productos con alta tecnología en el sector turismo. | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | Producción turística | Valor de la exportación de productos de capital | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor de la oferta turística de los MYPES | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor del consumo en productos culinarios | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor del ingreso de turistas | | | | | | | | | | | | |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | ¿Cuál es la relación entre innovación de productos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020? | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | Determinar la relación entre la innovación de productos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020. | VARIABLE INDEPENDIENTE | Innovación en los recursos turísticos | Innovación de procesos turísticos | Es una investigación cuantitativamente por que se medirá Innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. | El Nuevo Sol (S/) como unidad monetaria de curso legal en el Perú | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | ¿Cuál es la relación entre la innovación de procesos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020? | Determinar la relación entre la innovación de procesos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020. | Innovación en los recursos turísticos | Innovación de productos turísticos | Competitividad turística | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | Innovación de servicios turísticos | Productividad turística | Inversión por innovación en las instituciones en S/. | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | Inversión en investigación y desarrollo turístico | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | Porcentaje de la inversión en innovación en el turismo | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | Innovación por sectores de financiamiento turístico | | |
| | | | | | | | | | | | | | | Innovación de productos turísticos | Competitividad turística | Productividad turística | Competitividad turística | Gasto en el capital humano de los MYPES |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | Calidad de servicio en los establecimientos turisticos |
| | Ingreso per cápita de los habitantes del distrito | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Investigadores de la Universidad de Cañete | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Innovación de productos turísticos | Competitividad turística | Productividad turística | Competitividad turística | Desarrollo de productos turísticos | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | Recursos humanos en I+D por genero | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | Oferta de servicios turísticos con innovación | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | Numero de publicaciones de impacto turístico | | | | | | | | | | | | | |
| | Innovación de productos turísticos | Competitividad turística | Productividad turística | Competitividad turística | Instituciones por colaboración turística | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | Publicaciones por impacto turístico | | | | | | | | | | | | | |
| Oferta turística en sector agrícola | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Numero de publicaciones de turismo SCOPUS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Innovación de productos turísticos | Competitividad turística | Productividad turística | Competitividad turística | Cantidad de publicaciones en turismo vivencial | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Numero publicaciones en SCOPUS por xcursión | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Oferta turística por cooperación | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Numero de turistas ingresantes en el establecimiento | | | | | | | | | | | | | | |
| Innovación de productos turísticos | Competitividad turística | Productividad turística | Competitividad turística | Numero de turistas por mes al canotaje | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Numero de turistas ingresantes al sector agrícola | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Numero de personas que guiaron a os turistas | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Publicaciones en el sector agrícola | | | | | | | | | | | | | | |
| Innovación de productos turísticos | Competitividad turística | Productividad turística | Competitividad turística | Innovación en proceso en la oferta turística | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Innovación en productos del establecimiento | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Numero de personas que pernoctan mas de 3 dias | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | Innovación de los MYPES en los productos | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: MINCETUR (2020), SCOPUS, Scival (2020), INEI (2020); Elaboración Propia

8.3 Matriz de operacionalización de las variables

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Items | Escala de medición | Nivel y Rango |
|---|---|--|---|--------------------|---|
| Variable independiente: Innovación en los recursos turísticos | Innovación de procesos turísticos | Representación turística | ¿Le parece a usted que los lugares turísticos propios de la zona representan el distrito de Huánuco? | Escala ordinal | (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre |
| | | Creatividad turística | ¿Considera usted que se generan nuevas oportunidades a través del turismo? | | |
| | | Calidad de servicio turístico | ¿Cree usted que la calidad del servicio promueve la mejora de los procesos turísticos? | | |
| | | Publicidad turística | ¿Con que frecuencia usted observa publicidad acerca del turismo en Huánuco? | | |
| | | Mercado turístico | ¿Cree usted que se está aprovechando adecuadamente el mercado turístico de la zona? | | |
| | Innovación de productos turísticos | Competitividad de los servicios turísticos | ¿Considera usted adecuada la competitividad de los servicios turísticos brindados en Huánuco? | | |
| | | Aporte de las empresas | ¿Sabe usted si las empresas del Huánuco aportan al turismo del distrito? | | |
| | | Aprovechamiento de los recursos turísticos | ¿Usted está de acuerdo con el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos? | | |
| | | Instalaciones turística | ¿Ha recibido usted alguna información de parte de las instalaciones turísticas de Huánuco? | | |
| Experiencia significativa | ¿En base a su experiencia considera grata está en los lugares turísticos del distrito de Huánuco? | | | | |
| Variable dependiente: Demanda turística | Ingreso y egresos en la actividad turística | Gasto en la actividad turística | ¿Considera usted adecuado el gasto que se realiza en la actividad turística de Huánuco? | Escala ordinal | (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre |
| | | Consumo de los productos culinarios | ¿Le parece a usted adecuado el consumo de los productos culinarios como incentivo de la demanda turística? | | |
| | | Paquetes turísticos | ¿Cree usted correcto el precio de los paquetes turísticos de Huánuco? | | |
| | | Productos artesanales | ¿Considera usted adecuado la creación de nuevos productos artesanales para la mejora de la demanda turística? | | |
| | | Frecuencia de visita turística | ¿Con que frecuencia usted visita los lugares turísticos de Huánuco? | | |

8.4 Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable innovación en los recursos turísticos.

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | <u>Innovación de procesos turísticos</u> | | | | | | | |
| 1 | ¿Le parece a usted que los lugares turísticos propios de la zona representan el distrito de Huánuco? | | | | | | | |
| 2 | ¿Considera usted que se generan nuevas oportunidades a través del turismo? | | | | | | | |
| 3 | ¿Cree usted que la calidad del servicio promueve la mejora de los procesos turísticos? | | | | | | | |
| 4 | ¿Con que frecuencia usted observa publicidad acerca del turismo en Huánuco? | | | | | | | |
| 5 | ¿Cree usted que se está aprovechando adecuadamente el mercado turístico de la zona? | | | | | | | |
| | <u>Innovación de productos turísticos</u> | | | | | | | |
| 6 | ¿Considera usted adecuada la competitividad de los servicios turísticos brindados en Huánuco? | | | | | | | |
| 7 | ¿Sabe usted si las empresas del Huánuco aportan al turismo del distrito? | | | | | | | |
| 8 | ¿Usted está de acuerdo con el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos? | | | | | | | |
| 9 | ¿Recibió alguna información por parte de las instalaciones turísticas? | | | | | | | |
| 10 | ¿Fue grata la experiencia que vivió en los lugares turísticos? | | | | | | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: DNI:

.....

Especialidad del validador:.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

8.4.1 Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable demanda turística.

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | <u>Ingreso y egresos en la actividad turística</u> | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera usted adecuado el gasto que se realiza en la actividad turística de Huánuco? | | | | | | | |
| 2 | ¿Le parece a usted adecuado el consumo de los productos culinarios como incentivo de la demanda turística? | | | | | | | |
| 3 | ¿Considera usted accesible el precio de los paquetes turísticos de Huánuco? | | | | | | | |
| 4 | ¿Considera usted adecuado la creación de nuevos productos artesanales para la mejora de la demanda turística? | | | | | | | |
| 5 | ¿Con que frecuencia usted visita los lugares turísticos de Huánuco? | | | | | | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:

DNI:

.....

Especialidad del validador:.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Instrumento (Ficha técnica)

CUESTIONARIO

Marca con una (X) la columna que refleje mejor tu opinión acerca de la “Relación entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco según el modelo de innovación de Vega Centeno, 2007 - 2020”

| Variable | Dimensión | Ítems | Escala | | | | |
|--|---|---|--------|------------|---------|--------------|---------|
| | | | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| Variable independiente: Innovación en los recursos turísticos | Innovación de procesos turísticos | ¿Le parece a usted que los lugares turísticos propios de la zona representan el distrito de Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Considera usted que se generan nuevas oportunidades a través del turismo? | | | | | |
| | | ¿Cree usted que la calidad del servicio promueve la mejora de los procesos turísticos? | | | | | |
| | | ¿Con que frecuencia usted observa publicidad acerca del turismo en Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Cree usted que se está aprovechando adecuadamente el mercado turístico de la zona? | | | | | |
| | Innovación de productos turísticos | ¿Considera usted adecuada la competitividad de los servicios turísticos brindados en Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Sabe usted si las empresas del Huánuco aportan al turismo del distrito? | | | | | |
| | | ¿Usted está de acuerdo con el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos? | | | | | |
| | | ¿Sabe usted si las empresas del Huánuco aportan al turismo del distrito? | | | | | |
| | | ¿Fue grata la experiencia que vivió en los lugares turísticos? | | | | | |
| Variable dependiente: Demanda turística | Ingreso y egresos en la actividad turística | ¿Considera usted adecuado el gasto que se realiza en la actividad turística de Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Le parece a usted adecuado el consumo de los productos culinarios como incentivo de la demanda turística? | | | | | |
| | | ¿Considera usted accesible el precio de los paquetes turísticos de Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Considera usted adecuado la creación de nuevos productos artesanales para la mejora de la demanda turística? | | | | | |
| | | ¿Con que frecuencia usted visita los lugares turísticos de Huánuco? | | | | | |

BASE DE DATOS

Modelo General

| AÑO | PBI CONSTANTE | INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS | INNOVACIÓN DE PROCESOS TURÍSTICOS |
|------------|--------------------------|---|--|
| 2007 | 319,693,315 | 36 | 37 |
| 2008 | 348,869,894 | 36 | 36 |
| 2009 | 352,693,089 | 37 | 37 |
| 2010 | 382,081,458 | 38 | 35 |
| 2011 | 406,256,316 | 37 | 35 |
| 2012 | 431,198,717 | 38 | 40 |
| 2013 | 456,434,771 | 38 | 43 |
| 2014 | 467,307,969 | 37 | 39 |
| 2015 | 482,506,365 | 38 | 37 |
| 2016 | 501,581,474 | 39 | 38 |
| 2017 | 514,215,094 | 37 | 40 |
| 2018 | 534,624,903 | 38 | 39 |
| 2019 | 546,408,495 | 39 | 39 |
| 2020 | 485,490,477 | 39 | 40 |

Fuente: INEI HUÁNUCO (2023)

Base datos modelo II

| AÑO | PBI CONSTANTE | INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS |
|-------------|----------------------|---|
| 2007 | 319,693,315 | 36 |
| 2008 | 348,869,894 | 36 |
| 2009 | 352,693,089 | 37 |
| 2010 | 382,081,458 | 38 |
| 2011 | 406,256,316 | 37 |
| 2012 | 431,198,717 | 38 |
| 2013 | 456,434,771 | 38 |
| 2014 | 467,307,969 | 37 |
| 2015 | 482,506,365 | 38 |
| 2016 | 501,581,474 | 39 |
| 2017 | 514,215,094 | 37 |
| 2018 | 534,624,903 | 38 |
| 2019 | 546,408,495 | 39 |
| 2020 | 485,490,477 | 39 |

Fuente: INEI HUÁNUCO (2023)

Base datos modelo III

| AÑO | PBI CONSTANTE | INNOVACIÓN DE PROCESOS TURÍSTICOS |
|------------------------------------|----------------------|--|
| 2007 | 319,693,315 | 37 |
| 2008 | 348,869,894 | 36 |
| 2009 | 352,693,089 | 37 |
| 2010 | 382,081,458 | 35 |
| 2011 | 406,256,316 | 35 |
| 2012 | 431,198,717 | 40 |
| 2013 | 456,434,771 | 43 |
| 2014 | 467,307,969 | 39 |
| 2015 | 482,506,365 | 37 |
| 2016 | 501,581,474 | 38 |
| 2017 | 514,215,094 | 40 |
| 2018 | 534,624,903 | 39 |
| 2019 | 546,408,495 | 39 |
| 2020 | 485,490,477 | 40 |
| Fuente: INEI HUÁNUCO (2023) | | |

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

| N° | I T E M S INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | TOTAL FILA |
|----------------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 53 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 35 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 8 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 9 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 52 |
| TOTAL COLUMNAS | 36 | 36 | 37 | 38 | 37 | 38 | 38 | 37 | 38 | 39 | 37 | 38 | 449 |
| PROMEDIO | 3.6 | 3.6 | 3.7 | 3.8 | 3.7 | 3.8 | 3.8 | 3.7 | 3.8 | 3.9 | 3.7 | 3.8 | 45 |
| Varianza | 0.5 | 0.7 | 0.5 | 1.1 | 0.5 | 1.1 | 0.4 | 0.5 | 1.1 | 0.5 | 0.5 | 1.1 | 77.2111111 |

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

| | |
|------------------------|---------|
| k | 12 |
| ΣSi² | 8.2 |
| V² | 77.2111 |

| | |
|------------------|------------|
| SECCIÓN 1 | 1.091 |
| SECCIÓN 2 | 0.89336595 |
| ABSOUTO | 0.89336595 |

| | |
|----------|-------|
| α | 0.975 |
|----------|-------|

| N° | INNOVACIÓN DE PROCESOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | TOTAL FILA |
|-------------------|-----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 46 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 36 |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 48 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 7 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 50 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 47 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 47 |
| 10 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 51 |
| TOTAL COLUMNAS | 37 | 36 | 37 | 35 | 35 | 40 | 43 | 39 | 37 | 38 | 40 | 39 | 456 |
| PROMEDIO | 3.7 | 3.6 | 3.7 | 3.5 | 3.5 | 4.0 | 4.3 | 3.9 | 3.7 | 3.8 | 4.0 | 3.9 | 46 |
| Varianza | 0.9 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.9 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 1.1 | 0.9 | 0.3 | 51.822 |

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

| | |
|------------------------|--------|
| k | 12 |
| ΣSi² | 7.5 |
| V² | 51.822 |

| | |
|------------------------------|-----------|
| SECCIÓN 1 | 1.091 |
| SECCIÓN 2 | 0.8559177 |
| ABSOUTO S₂ | 0.8559177 |

| | |
|----------|-------|
| α | 0.934 |
|----------|-------|

RESUMEN

La investigación ha determinado la relación entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. Según el enfoque de Vega Centeno como punto de partida en el contraste de innovación con la teoría y la evidencia empírica. Para tal propósito se definió la teoría que justifica la innovación en recursos turísticos en producto y proceso con la metodología de la función hipotética deductiva de Figueroa (2010). Los resultados de la investigación muestran una relación significativa de la innovación de recursos turísticos y explica en un 90% al crecimiento económico del distrito de Huánuco. Asimismo, la innovación de recursos en productos turísticos explica en un 89% y la innovación de recursos turísticos explica en un 88% al crecimiento económico. Finalmente, el estudio ofrece enfoques de Vega Centeno como punto de partida para que los diferentes sectores puedan explorarla y diseñar las estrategias de innovación en el sector turismo de Huánuco.

Palabras clave: Innovación, innovación de recursos, producto bruto interno.

ABSTRACT

The investigation has determined the relationship between the innovation of tourist resources and the economic growth of the district of Huánuco. According to Vega Centeno's approach as a starting point in the contrast of innovation with theory and empirical evidence. For this purpose, the theory that justifies innovation in tourism resources in product and process was defined with the methodology of the hypothetical deductive function of Figueroa (2010). The results of the investigation show a significant relationship of the innovation of tourist resources and explains 90% of the economic growth of the district of Huánuco. Likewise, the innovation of resources in tourism products explains 89% and the innovation of tourism resources explains 88% of economic growth. Finally, the study offers approaches to Vega Centeno as a starting point so that different sectors can explore it and design innovation strategies in the Huánuco tourism sector.

Keywords: Innovation, resource innovation, gross domestic product.

INDICE

| | |
|--|----|
| RESUMEN | 2 |
| ABSTRACT..... | 3 |
| INTRODUCCIÓN | 7 |
| I. CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | 8 |
| 1.1 Fundamentación del problema de investigación | 8 |
| 1.2 Formulación del problema de investigación general y específicos.... | 13 |
| 1.2.1 Problema general..... | 13 |
| 1.2.2 Problemas específicos..... | 13 |
| 1.3 Formulación del objetivo general y específicos..... | 13 |
| 1.3.1 Objetivo general..... | 13 |
| 1.3.2 Objetivos específicos..... | 13 |
| 1.4 Justificación..... | 14 |
| 1.5 Limitaciones..... | 15 |
| 1.6 Formulación de hipótesis general y específica..... | 16 |
| 1.6.1 Hipótesis general..... | 16 |
| 1.6.2 Hipótesis específicas | 16 |
| 1.7 Variables..... | 17 |
| 1.7.1 Variable dependiente..... | 18 |
| 1.8 Definición teórica y operacionalización de la variable endógena..... | 21 |
| 1.9 Definición teórica y operacionalización de la variable exógena..... | 22 |
| II. CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 23 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación | 23 |
| 2.1.1 Antecedentes internacionales | 24 |
| 2.1.2 Antecedentes nacionales | 26 |
| 2.2 Bases teóricas | 28 |

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 2.2.1 | Generalidades de la innovación en el turismo..... | 28 |
| 2.2.2 | Actividades innovadoras en turismo..... | 30 |
| 2.2.3 | Sistemas de innovación turística..... | 31 |
| 2.2.4 | Sistemas nacionales de innovación..... | 32 |
| 2.2.5 | Innovación de productos turísticos..... | 33 |
| 2.2.6 | Innovación de procesos turísticos..... | 34 |
| 2.2.7 | Gestión de la innovación turística..... | 35 |
| 2.2.8 | Innovación sistémica en la actividad turística..... | 36 |
| 2.2.9 | Innovación y comunicación en las actividades turísticas..... | 37 |
| 2.2.10 | Modelos de innovación | 38 |
| 2.2.11 | El crecimiento económico..... | 39 |
| 2.2.12 | El crecimiento económico y su relación con la tecnología | 41 |
| 2.2.13 | Teorías de crecimiento económico | 42 |
| 2.2.14 | Teoría del crecimiento endógeno | 43 |
| 2.3 | Definición de términos básicos | 44 |
| <i>III.</i> | CAPÍTULO III: METODOLOGÍA | 47 |
| 3.1 | Ámbito..... | 47 |
| 3.2 | Caracterización del participante | 47 |
| 3.3 | Determinación del universo/ población..... | 48 |
| 3.3.1 | Selección de la muestra | 48 |
| 3.4 | Nivel y tipo de investigación..... | 49 |
| 3.4.1 | Nivel de investigación | 49 |
| 3.4.2 | Tipo de investigación..... | 50 |
| 3.4.3 | Diseño de la investigación..... | 50 |
| 3.5 | Métodos técnicas e Instrumentos. | 51 |
| 3.5.1 | Instrumentos..... | 51 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.6 | Validación y confiabilidad del instrumento | 52 |
| 3.7 | Procedimiento..... | 53 |
| 3.8 | Tabulación y análisis de datos..... | 54 |
| 3.9 | Consideraciones éticas | 55 |
| IV. | CAPITULO IV. RESULTADOS..... | 56 |
| 4.1 | Planteamiento del modelo | 56 |
| 4.1.1 | El crecimiento económico en cuestión | 57 |
| 4.1.2 | Evolución de la innovación de proceso y producto | 58 |
| 4.1.3 | Modelo general de la investigación | 59 |
| 4.1.4 | Modelo específico de la investigación II | 61 |
| 4.1.5 | Análisis de signos, significatividad individual y conjunta de los modelos64 | |
| V. | CAPÍTULO V. DISCUSIÓN..... | 65 |
| 5.1.1 | Contrastación de hipótesis del estudio..... | 66 |
| VI. | CONCLUSIONES | 67 |
| VII. | RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS..... | 68 |
| VIII. | Bibliografía..... | 69 |
| | ANEXOS | 81 |
| 8.1 | CARTA DE PRESENTACIÓN | 82 |
| 8.2 | Matriz de consistencia..... | 83 |
| 8.3 | Matriz de operacionalización de las variables..... | 84 |
| 8.4 | Certificado de validez de contenido de los instrumentos..... | 85 |
| 8.4.1 | Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable demanda turística. | 87 |

INTRODUCCIÓN

Las economías con actividades turísticas han encontrado en la innovación de recursos turísticos una fuente determinante en la acumulación de activos económicos en la región. Esa relación exitosa lo pone en evidencia los países desarrollados con estructuras de actividad turística sofisticada en el aprovechamiento de sus ventajas comparativas y absolutas. Para ello, invierten un porcentaje significativo de PBI en la mejora del manejo institucional para innovar los procesos.

Ante un abanico de oportunidades en la región de Huánuco es importante dejarles una pregunta portando una amplia gama de teorías de innovación y el resultado obtenido en el estudio ¿Cómo, donde y cuando se hacen las innovaciones en el sector turismo? ¿cuál es su contribución del sector turismo al crecimiento económico de Huánuco? Para dar respuesta a esa pregunta se hace un análisis de encuesta y posteriormente esos resultados se estimó con los datos del crecimiento económico del INEI (2023).

Referenciando el acápite anterior, el propósito es analizar la importancia de los procesos de innovación turística en proceso, producto como factor determinante del crecimiento económico de Huánuco. Para ello, es pertinente responder estas preguntas ¿cuáles son los factores que están presentes en la actividad de innovación turística, y como impacta en el crecimiento económico?

El estudio dividió en cuatro capítulos, el primer capítulo se aborda el problema de investigación. En la segunda el marco teórico. En el tercer capítulo la metodología de la función hipotética deductiva. En el cuarto capítulo los resultados del estudio y las discusiones, recomendaciones correspondientes desde la perspectiva del planteamiento de Vega Centeno (2003). Finalmente, la importancia de la innovación es discutida como una alternativa irremplazable en estos tiempos en la actividad turística de Huánuco en base a la teoría y los hechos estilizados de la experiencia internacional, en una ciudad como Huánuco con ventajas comparativas buenas es pertinente formularlo.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Fundamentación del problema de investigación

La evidencia teórica y empírica de la gestión de capital del conocimiento y la aplicación de la misma en la oferta de servicios turísticos, ha creado nuevas tendencias de entendimiento en los procesos de innovación de servicios turísticos en el panorama mundial. Esa experiencia innovadora de los recursos turísticos se aglutina en base de datos de SCOPUS (Elsevier, 2020); en la experiencia internacional los países de pleno empleo en el sector turístico destacan la supremacía de los países de: Estados Unidos, China, Italia y España, en lo que podemos señalar que un buen aporte de la gestión de innovación genera mayor aporte en el PBI (OMT, 2021).

Uno de los países de referencia con mayor desarrollo turístico con innovación es España, de acuerdo al World Economic Forum el país lidera el ranking mundial de competitividad turística por sus recursos culturales, infraestructuras turísticas y la adaptación al hábito de consumo, asociadas a la innovación y desarrollo tecnológico: en turismo y negocios representa el 3.4% del PBI (Fernández, López, & Perles, 2016)

En la misma secuencia de la evidencia anterior en las que destaca el papel de la innovación en la oferta turística como motor del crecimiento del PBI es el de: Albaladejo, Martínez (2021), el autor señala la tradición de los procesos de (I+D+i) en España para orientar la sostenibilidad de la actividad turística. Así mismo, el autor subraya la paridad del crecimiento de los ingresos del turismo.

Otra relación significativa en el contexto australiano es el impacto del turismo en el bienestar socioeconómico, en los espacios turísticos del mencionado país, la expansión del turismo aumenta el precio del bien comerciable, lo que da lugar al papel determinante de los procesos de innovación en productos y procesos a lo que se le denomina turismo endógeno por el bienestar en la demanda de servicios turísticos (Chao, Hazari, & Sgro, 2021).

Para la institución como Copeland (2021) aglutinada en la base de SCOPUS (Elsevier, 2021) reflexiona sobre los efectos de la expansión del turismo sobre el bienestar, la producción y precios de los recursos turísticos de Italia. En el artículo la institución sostiene la movilidad de los factores, productos cuando los procesos de innovación es el principal determinante, en el que el flujo extranjero incide en las ganancias por el turismo.

Ahora bien, en los espacios territoriales de América Latina, específicamente en Argentina Velez, Alejo, Tafur, Bustamante (2021) señala que las innovaciones informáticas introducidas en el sector turístico y asociadas a los visitantes incide en la mejora del territorio por la mejora del ingreso y la llegada de los turistas internacionales, lo que contribuye al nivel de inversión turística, empleo y el crecimiento del sector turístico (págs. 60-70)¹.

En la misma objetividad de los acápites anteriores es preciso señalar que la “oferta de servicios turístico inteligentes debe ser puesta en el mercado sobre la base de una infraestructura tecnológica para garantizar actividades sostenibles en la áreas de la región con una mayor interacción entre los demandantes” (Tsaih & Hsu, 2020).

En relación del acápite anterior Tsaih, Hsu, et al (2020) concluyen que la experiencia inteligente se enfoca específicamente en la experiencia turística mediada por la tecnología y su participación a través de la personalización, conocimiento del contexto y monitoreo en tiempo real, en el que la inteligencia artificial facilita dicha conexión para acelerar el crecimiento en los diversos espacios ancla del mundo en que la actividad turística sea sostenible. Ahora bien, acotando a las referencias anteriores en el marco de la emergencia por el COVID- 19 en el que las políticas económicas orientadas a la contención y reactivación para generar ingresos, la innovación en el sector turismo se torna fundamental para acercar la oferta turística atractiva para todo el mundo, en la ciudad de Huánuco presenta las ventajas comparativas por su clima.

¹ Para generar riqueza y crecer económicamente generando innovación de los diferentes espacios turísticas, lo ideal es innovar en las diferentes áreas estratégicas, podemos notar experiencias exitosas en el mundo, según la base de datos de SCOPUS (2021).

Otro país equivalente al Perú en recursos gastronómicos y acuáticos es México en las actividades que lo identifican en sus áreas turísticas con innovación. constituye una actividad de trascendencia social, económica determinante en cuanto a la generación de divisas y aportación al PIB en un (8.7%) con fuerte incidencia en la generación de empleo en diversos sectores por la innovación (Ojeda, y otros, 2021).

Referenciando las evidencias empíricas y los hechos estilizados frente a sus problemáticas, es preciso mencionar sus posibles soluciones para destacarlos en el contexto peruano, precisamente para los espacios turísticos del distrito de Huánuco. Desde esa perspectiva de las problemáticas, las innovaciones de procesos en las empresas turísticas fue clave en Colombia para mantener el desarrollo turístico positivo (Collazos, Palacio, Muñoz, & Zuniga, 2020).

Asimismo, desde la perspectiva de la relación entre la innovación y el producto bruto interno (PBI) del panorama internacional, en el que se evidencia concretamente dicha relación en sus diversas peculiaridades. Ahora toca darle una mirada las experiencias en el contexto nacional con el objeto de ir deduciendo la discusión para canalizarla al contexto de distrito de Huánuco.

Para ello, es preciso mencionar los trabajos de: Calderón, Asmat, & Carretero (2021)², quienes sostienen la “relación entre el turismo sostenible y el uso de fuentes de energía renovables en Cocachimba en la región de Amazonas en Perú”, en la cual los autores evidencian el incremento de la actividad turística resultado de su rica flora y fauna y otros atractivos en productos y servicios.

Sin embargo, como era de esperarse en el lugar los autores mencionan los problemas de infraestructura, lo que imposibilita las actividades turísticas con mayor satisfacción a eso se suma la falta de innovación, así que estos problemas deben solucionarse incorporando los procesos de innovación para generar mayores divisas por el ingreso de visitantes.

² Cabe señalar que el estudio muestra durante la temporada alta no hay alojamiento suficiente. Además, al incorporar casas de hospedaje sustentables, se puede lograr una reducción de costos fijos para los establecimientos de hospedaje precisa (Calderón, 2021)

Desde las ciudades encrucijadas en el turismo, y de las historias culturales del Perú, en las que lidera Machu Picchu por ser el más histórico del Perú, y reconocida como la maravilla del mundo, otros lugares con enormes potencialidades, presentan problemas de innovación de producto, proceso, y mercado y eso evidentemente afecta la demanda de servicios turísticos; esa relación es también señalada por Hjalager (2021) en las problemáticas del estudio, ante ello, los puntos de solución para el autor se fundamenta en el progreso científico y tecnológico para facilitar el desarrollo del turismo endógeno para generar más ingreso .

Ahora bien, la problemática anterior en los espacios turísticos del país el propio MINCETUR (2023) en su plan estratégico nacional (PENTUR, 2018) advierte que el abanico de recursos con los que se cuenta debe gestionarse con procesos de innovación que pertinente brindarle mayor dinamismo respecto a lo existente. Además, indica para que la industria del turismo llegue a ser competitiva añade la alianza estratégica entre los sectores privados y la pública en las diferentes esferas del gobierno (págs. 11 - 13).

Una de las tantas evidencias empíricas que aproximó las actividades turísticas a los espacios territoriales de Huánuco es el trabajo desarrollado por Sotelo (2018), el autor identifica los problemas de diversificación e innovación de los productos turísticos en los diversos sectores como turismo de aventura a pesar de ser el producto estrella. Así mismo, a esto se suma la desconexión entre el sector privado y público, y el poco interés en la mejora de productos agrícolas, hay una especie de divorcio por la poca formalidad y la responsabilidad fiscal (Sotelo, 2018).

En los espacios turísticos del Perú donde la oferta de productos turísticos es clave, las políticas productivas de MINCETUR a un no se ha traducido como alternativa en el marco en que se tradujo en el COVID-19. En otros países, con similares estructuras de turismo la generación de valor agregado en los productos turísticos ha sido los que más réditos ha tenido como metodologías de éxito en base a la innovación de producto y proceso. Acciones que en este departamento de Huánuco aun presentan divorcios entre los diferentes actores, cuando se evalúa los planes estratégicos presentan problemas de punto de partida de proceso de innovación.

Sin embargo, citando otros lugares diferentes a Machu Picchu como el de Huánuco la implementación de los procesos de la innovación tecnológica muchas veces pueden ser complejos por la heterogeneidad e informalidad del sector productivo y un gran reto a la vez para innovar los diferentes sectores, para ello, es necesario obtener el mayor incentivo creando en la sociedad nuevos conocimientos identificando las preferencias del turista.

Finalmente, referenciando la literatura y las evidencias empíricas exitosas de diferentes países, y examinando la ciudad ancla de Huánuco caracterizada por su valle productivo con características de variedad de recursos, sitios arqueológicos como el Kostosh, Pillco Mozo, río Huallaga, lugares históricos. Otro aspecto es la gastronomía rica en platos milenarios, costumbres tradicionales como los negritos, crianza de cuyes, y otros eventos de interés asociado a la actividad productiva (Sotelo, 2018), es pertinente emprender para generar mayor ingreso.

La presente investigación resume la problemática como una orquesta que no concierta, aunque hay intentos entre los diferentes sectores que ofertan los productos y servicios turísticos, a esto se suma la poca incidencia del sector académico en la generación de ideas para la formulación de proyectos del sector. Otra problemática que enfrenta el distrito es la poca capacidad de innovación de sus productos turísticos, lo que limita la productividad y competitividad para satisfacer las preferencias del turista.

Así mismo, en los diferentes sectores del poder ejecutivo presenta problemas de debilidad institucional, en su gran mayoría se administra por administrar sin orientarse por la demanda con problemas de capital humano, infraestructura productiva y financiamiento porque no se gestiona de otras fuentes.

Este apartado del estudio concluye desvelando los problemas en procesos de producción con innovación del sector turismo. Ese proceso tiene como factor la dependencia en el conocimiento científico de oferta y demanda de productos con innovación, eso es uno de los problemas que debe enfrentar con sapiencia para revertir, y exportar conocimiento atendiendo adecuadamente al turista con un destino turístico adecuado.

1.2 Formulación del problema de investigación general y específicos

1.2.1 Problema general

¿Cuáles son los factores que están presentes en la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020?

1.2.2 Problemas específicos

1.2.2.1 Problema específico 1

¿Cuál es la relación entre innovación de productos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020?

1.2.2.2 Problema específico 2

¿Cuál es la relación entre la innovación de procesos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020?

1.3 Formulación del objetivo general y específicos

1.3.1 Objetivo general.

Determinar esos factores que están presentes en la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020.

1.3.2 Objetivos específicos

1.3.2.1 Objetivo específico 1

Determinar la relación entre la innovación de productos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020.

1.3.2.2 Objetivo específico 2

Determinar la relación entre la innovación de procesos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020.

1.4 Justificación

Desde la metodología de la investigación científica de las bases de: Figueroa (2001), Bernal (2008), Baptista (2012), Hernández, et al (2010), la investigación se justifica en 5 razones que describen la relación de las variables.

Conveniencia: Desde la relación entre innovación en recursos turísticos y la demanda de productos de la sociedad contrastado por Bhutani, Karthikeyan, Devi, Yasoda, Kishore, et al, (2020) la investigación servirá para determinar la los factores de éxito de la innovación de productos y el crecimiento económico.

Relevancia social: Según la literatura turística se contrasta la hipótesis de Bhutani, Karthikeyan, Devi, Yasoda, Kishore (2020) y otros como Bocher, Krott (2021), sostienen que la innovación de recursos determina mayor demanda turística de destino. En ese sentido, se logrará tal relación si se aplica políticas efectivas en el turismo, en el marco de la ciencia, tecnología innovación CTI.

Implicación práctica: Contrastando, el éxito en el contexto exterior, los países que aptaron por la innovación de productos turísticos y el ejemplo de los espacios turísticos de España, Italia y las maravillas del mundo. La investigación servirá para investigadores, productores, MINCETUR, y otros que tratan sobre procesos de innovación, en los espacios turísticos vigilando las tecnologías de vanguardia para innovar los recursos turísticos de destino en el país.

Valor teórico: Desde la encrucijada de los fundamentos turísticos, y el PBI del distrito de Huánuco, es importante destacar lo señalado por Altimira, Muñoz (2016) el turismo como motor del crecimiento y el esquema de Vega (2003) en CTI.

Utilidad metodológica: Desde el utilitarismo de la investigación científica y la solidez teórica. Metodológicamente el estudio se justifica según Figueroa (2001), Bernal (2008), Baptista (2012), Hernández, et al (2010), y la evidencia fáctica del contexto internacional, por lo tanto, tiene un aporte metodológico, que parte del esquema de Vega (2003) para simplificar el estudio en el distrito de Huánuco.

1.5 Limitaciones

Los factores limitantes en el proceso de desarrollo de investigación: “relación entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020” se mencionan en el siguiente apartado:

Primero: La investigación tiene como propósito analizar los posibles factores de impacto y de caracterizar el contexto, para concretar y hacerla viable es determinante describir los nudos de conexión que hacen frente la actividad turística del distrito de Huánuco y los diferentes sectores del poder ejecutivo. Como era de esperarse a la luz de la problemática la limitación se tradujo en la poca interacción de los miembros encargados de la facilitar la información como el MINCETUR sede Huánuco, una agenda de quien dispone en la jefatura. En esa instancia se visualizó la problemática de orden de jerarquía de responder las consultas si la innovación sería un elemento inyector para mejorar la actividad turística.

Segundo: Otro aspecto como era de esperarse por la falta de la bibliometría de la universidad se limitó en el acceso restrictivo de las bases de dato de SCOPUS (2023), SIMAGO (2023), Se sabe muy bien que estos bases de datos son los que garantizan la construcción del estado del arte del estudio referentes a la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico identificando los destinos turísticos de la zona, y replicarlas experiencias exitosas.

Tal restricción se superó explorando la data de SCOPUS, SCIVAL (2021), identificando experiencias exitosas de innovación de recursos, eso permitió adecuarlas al contexto del distrito. Además, la data permite hacer análisis comparativo, que se puede replicar exitosamente en Huánuco. Finalmente, el desconocimiento del idioma extranjera de los diferentes miembros del poder ejecutivo del MINCETUR sede Huánuco, provoco mucha premura en poder tener un diagnóstico de quienes dirigen la actividad del sector en interpretar ejemplos concretos del OMT.

1.6 Formulación de hipótesis general y específica

1.6.1 Hipótesis general

H1: El conocimiento del capital humano en recursos turísticos tiene alta relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

H0: El conocimiento del capital humano en recursos turísticos tiene baja relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

1.6.2 Hipótesis específicas

1.6.2.1 Hipótesis específica 1

H1: Los procesos de innovación en productos turísticos tiene alta relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

H0: Los procesos de innovación en productos turísticos tiene baja relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

1.6.2.2 Hipótesis específica 2

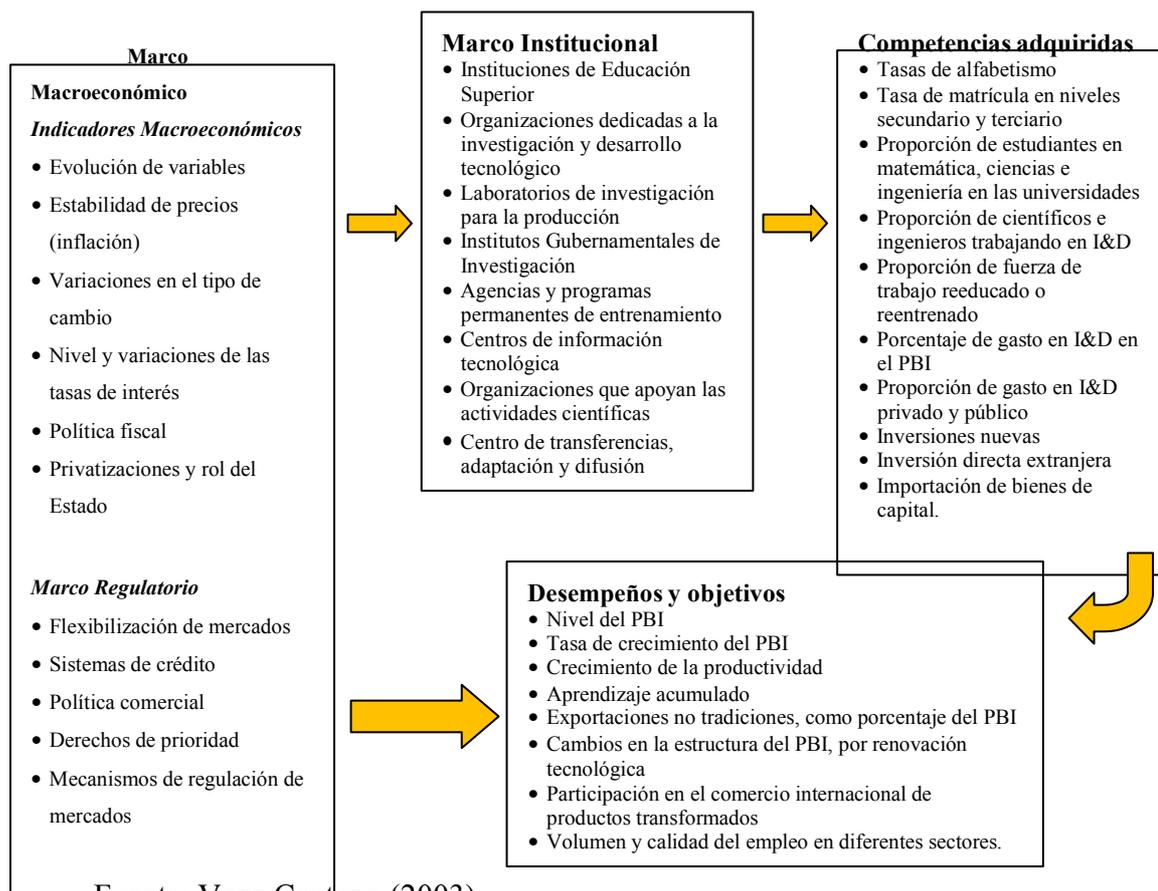
H1: El conocimiento en la innovación de procesos turísticos tiene alta relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

H0: El conocimiento en la innovación de procesos turísticos tiene baja relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

1.7 Variables

La hipótesis de Vega (2003), relaciona las variables que corroboran las variables en el sistema nacional de innovación; la innovación de productos se relaciona con el nivel y tasa de crecimiento del PBI tal como lo precisa en el esquema funcional:

El marco macroeconómico es el que fija las reglas de juego de como las políticas económicas inciden en la convergencia de la economía de corto a largo plazo, mientras tanto el Marco institucional: es el sector donde se toma las decisiones de acuerdo a la orden de jerarquía para que los diferentes sectores dinamicen. Por otro lado, tenemos a las competencias adquiridas, sector donde evidencia la proporción del capital humano especializado en diferentes sectores en base a la propuesta de innovación. Finalmente se cuenta con el enfoque de desempeños y objetivos donde desvela el progreso de la aplicación y la toma decisiones de los diferentes sectores, en este caso el de turismo.



Fuente: Vega Centeno (2003)

1.7.1 Variable dependiente

Crecimiento económico: el crecimiento económico es considerado como una de las variables macroeconómicas más analizadas para diseñar estrategias de política económica, tanto teórica y evidencias empíricas de la aplicación del modelo. Existen muchas discusiones respecto a la teoría macroeconómica en saber respecto a los temas locales e internacionales, al respecto hay una abundante teoría tal como detalla en su análisis (Mendoza, 2010).

La teoría macroeconómica fue analizada efectivamente con más detalle y la más usada para el análisis es la de PNUD (2023). Una metodología considerada como la más efectiva por sus indicadores y su sencillez en la descripción del crecimiento económico, en la que el índice de desarrollo humano y el producto bruto per- cápita son los parámetros a tomar en cuenta.

Con los parámetros establecidos del acápite anterior en cuanto a la medición del crecimiento económico. El propósito es dar mayor robustez la definición de las variables, dimensiones e indicadores del estudio desde diferentes vertientes de los fundamentos macroeconómicos que la teoría económica ofrece.

En ese sentido, es inevitable señalar la definición del crecimiento económico de Jiménez (2010) quien define como la progresión dinámica de activos en términos de aumento de bienes y servicios medidos por el producto bruto interno (PBI) con el propósito de satisfacer las necesidades de la población. Por otro lado, Samuelson, Nordhaus (1989) precisa que al crecimiento económico como el aumento del producto potencial nacional.

Finalmente, referenciando la teoría económica destacados por Mendoza (2010) las dimensiones del crecimiento económico para tener una solidez conjunta entre lo que se plantea en el modelo previa simplificación con el contexto real de la economía regional de Huánuco. Para tener mayor robustez del estado del arte de la investigación, inicia definiendo conceptualmente el crecimiento económico (PBI), postulados en los diferentes apartados (véase, Roca) y la teoría del crecimiento endógena para discernir los procesos de innovación.

1.7.1.1 Primera dimensión la variable endógena

Producto bruto interno: Es una variable macroeconómica, su definición como punto de partida en la operacionalización de las variables. Esta variable de crecimiento económico parte desde los fundamentos macroeconómicos definidos por Jiménez (2012), en la cual define como el incremento de la producción de bienes y servicios finales en el territorio nacional de la economía (pág. 73).

La teoría económica, principalmente desde la rama de la teoría económica, la macroeconomía hace de conocimiento respecto a la medición del PBI con el año base. Para el caso peruano es la del (2007) para analizar la convergencia del crecimiento económico en el departamento de Huánuco y compararlas con otros años, y dar detalles de la progresión, Que por ciento depende de las políticas económicas que los hacedores de política deben crear en el país.

1.7.1.2 Subdimensiones del crecimiento económico

Demanda agregada: Esta dimensión de demanda agregada hace la definición de la sumatoria de demandas de los agentes económicos del país, señala Jiménez (2012) a la vez hace referencia al valor de las demandas finales de productos y servicios, sin dejar de considerar las importaciones de bienes y servicios como resultado de la actividad económica de mercado.

Indicadores: para detallar sintéticamente este indicador, es menester recurrir a la literatura macroeconómica, precisamente en ella reside la postura de Samuelson, Nordhaus (1989). Los componentes de demanda agregada como resultado del ejercicio se representan como $DA = C$ esta primera se denomina, consumo; la otra variable es la inversión (I), como variable exógena (G), y se encuentra fuera del modelo.

Cabe precisar que, si la economía es abierta, se incorpora las exportaciones (X) por la producción interna. Finalmente, incide las importaciones que dan la medición de la interacción entre oferta y demanda de bienes y servicios. Cabe añadir que la investigación analiza el modelo que la economía diseña políticas como medidas de política económica para dar soporte la economía.

1.7.1.3 Producto con valor agregado

Este tipo de medición del producto bruto interno, la teoría desde el contexto nacional resalta el aporte de Roca (2010) nos hace notar que este tipo de PBI como “valor de producción con valor agregado promediados en el mercado por su aporte añadido en los diferentes sectores. Este último se le conoce como el método de valor agregado”. Este método del PBI estima la definición como la agregación de valor de los diferentes sectores de la economía. Al respecto, resalta los aportes de (Jiménez; 2012; De Gregorio 2012).

Respecto a la referencia del primero Roca (2010) hace una magnífica sumatoria donde la producción de la economía es la suma del PIB = PIB agropecuario + PIB pesca + PIB minería + PIB manufactura + PIB (Roca, 2010). Este último, contrasta con la definición que hace la contabilidad nacional en la producción con valor agregado y sus variantes de la economía regional.

1.7.1.4 Pago de factores productivos (Ingreso)

Este método de medición del PBI refiere a la sumatoria del conjunto de ingresos, en el que la teoría económica vistos en Jiménez (2010) señala como la relación del flujo circular en cuanto a la actividad de generación de ingreso de los agentes económicos de la economía peruana (De Gregorio, 2007). Vistos en los diferentes autores (Roca, 2010; De Gregorio 2012) se refiere al pago de factores productivos rentabilizados por la participación en la actividad productiva del país; de la cual se estima para contrastar la medición del crecimiento económico de Huánuco.

Indicadores: partiendo desde la postura de Jiménez (2012) se estima por el producto bruto interno (PBI) por pago de factores productivos de la economía: este es tener en cuenta la sumatoria de la retribución de factores (trabajo), otro aspecto importante es valorar el ingreso por cada industria de la economía nacional. Asimismo, otra medida de esta contabilidad es sumar todos los ingresos de los agentes económicos para analizar la mejora del pago de sus salarios por la contribución como factor productivo.

En esta sección presenta de lo más elocuente posible la operacionalización de las variables, exógena como endógena. En ese sentido, urge también disgregar en las dimensiones y subdimensiones con el propósito de dar cuenta la simplificación del modelo. Para ello se presenta en la sección siguiente una visión simplificada de las variables y sus respectivos indicadores, con la cual se referencian la actividad turística del distrito de Huánuco.

1.8 Definición teórica y operacionalización de la variable endógena

Tabla N° 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE ENDÓGENA

| CRECIMIENTO ECONÓMICO | | | |
|-----------------------------|------------------------------|-------------------------------------|---|
| VARIABLE | DIMENSIÓN | SUB DIMENSIÓN | INDICADORES |
| VARIABLE DEPENDIENTE | Crecimiento Económico | Producto Bruto Interno (PBI) | Valor de demanda de agentes locales |
| | | | Ingreso por pago de factores. |
| | | | Demanda agregada |
| | | | Gasto en la contratación de los factores |
| | | | Valor del PBI industrial por renovación tecnológica |
| | | | Gasto per - cápita en PBI con alta tecnología |
| | | | Gasto de inversión en proyectos turísticos |
| | | | Valor monetario dedicados a proyectos de innovación. |
| | | | Valor de la inversión en proyectos con innovación |
| | | | Valor de la inversión en del sector turismo |
| VARIABLE DEPENDIENTE | Crecimiento Económico | Producto Bruto Interno (PBI) | Valor de la inversión en del sector turismo |
| | | | Valor de la inversión en capital físico |
| | | | Valor de la producción con valor agregado e intensivo en tecnología |
| | | | Valor de los productos con alta tecnología en el sector turismo. |
| | | | Valor de la exportación de productos de capital |
| | | | Valor del pago neto de factores |
| | | | Valor de la retribución sectorial |
| | | | Pago neto de factor del capital físico del turismo. |
| | | | Pago de factores productivos (Ingreso) |
| | | | Producción con valor agregado |
| VARIABLE DEPENDIENTE | Crecimiento Económico | Producto Bruto Interno (PBI) | Valor de la inversión en del sector turismo |
| | | | Valor de la inversión en capital físico |
| | | | Valor de la producción con valor agregado e intensivo en tecnología |
| | | | Valor de los productos con alta tecnología en el sector turismo. |
| | | | Valor de la exportación de productos de capital |
| | | | Valor del pago neto de factores |
| | | | Valor de la retribución sectorial |
| | | | Pago neto de factor del capital físico del turismo. |
| | | | Pago de factores productivos (Ingreso) |
| | | | Producción con valor agregado |

Fuente: BCRP (2021), INEI (2021), BANCO MUNDIAL (2021); Elaboración: Propia

1.9 Definición teórica y operacionalización de la variable exógena

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| VARIABLE INDEPENDIENTE | Innovación en los recursos turísticos | Innovación de procesos turísticos | Innovación de servicios turísticos | Inversión por innovación en las instituciones en S/. |
| | | | | Inversión en investigación y desarrollo turístico |
| | | | | Porcentaje de la inversión en innovación en el turismo |
| | | | | Innovación por sectores de financiamiento turístico |
| | | | | Gasto en el capital humano de los MYPES |
| | | | | Calidad de servicio en los establecimientos turísticos |
| | | | | Ingreso per cápita de los habitantes del distrito |
| | | | | Investigadores de la Universidad de Cañete |
| | | | | Desarrollo de productos turísticos |
| | | | | Recursos humanos en I+D por genero |
| | | | Productividad turística | Oferta de servicios turísticos con innovación |
| | | | | Numero de publicaciones de impacto turístico |
| | | | | Instituciones por colaboración turística |
| | | | | Publicaciones por impacto turístico |
| | | | | Oferta turística en sector agrícola |
| | | | | Numero de publicaciones de turismo SCOPUS |
| | | | | Cantidad de publicaciones en turismo vivencial |
| | | | | Numero publicaciones en SCOPUS por excursión |
| | | Oferta turística por cooperación | | |
| | | Innovación de productos turísticos | | Competitividad turística |
| | | | Número de turistas por mes al canotaje | |
| | | | Número de turistas ingresantes al sector agrícola | |
| | | | Número de personas que guiaron a os turistas | |
| | | | Publicaciones en el sector agrícola | |
| Innovación en proceso en la oferta turística | | | | |
| Innovación en productos del establecimiento | | | | |
| Número de personas que pernoctan más de 3 días | | | | |
| Innovación de los MYPES en los productos | | | | |

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

En esta sección se analiza algunas investigaciones que abordan la relación entre la innovación de recursos turísticos y el producto bruto interno. Cabe subrayar que para destacar la investigación se analizan estudios con resultados que evidencian la relación entre las variables, con experiencias exitosas que posibilitarían el éxito en los espacios territoriales del distrito, y la provincia por los productos diversos con potencial para generar mayor riqueza en el distrito.

En ese sentido estos acápites describen los potenciales efectos de innovación de recursos turísticos en la generación del producto bruto interno a través de la revisión de evidencias empíricas que establece la relación de las actividades turísticas en espacios territoriales con tecnologías equivalentes que permitan aprovechar las ventajas del territorio.

Para ello, se presenta tres secciones: la primera aborda las experiencias a nivel internacional contrastándola con las teorías definiendo la gestión de innovación turística en cuanto a los recursos y sus características para incorporarla a la discusión en el sistema nacional de innovación propuesto por Vega (2003) para tal objetivo se revisó la base de datos de SCOPUS (Elsevier, 2021) .

En la segunda, se analizó las experiencias a nivel nacional sobre los procesos de innovación en las diversas instituciones que emprende la oferta y demanda turística con innovación y sus efectos en el crecimiento de las empresas, identificando los factores de éxito por la incorporación de las tecnologías que les permite interaccionar ágilmente con el destino turístico.

Para poner en debate, en la última sección se analiza los hallazgos de las investigaciones que contrastan el efecto de la innovación de productos turísticos en el crecimiento de la oferta y demanda de servicios turísticos con el objetivo de plantear alternativas de mejora en los espacios ancla del distrito de Huánuco.

2.1.1 Antecedentes internacionales

A nivel internacional, se encontraron trabajos enfocados a la eco innovación del sector turístico. Un estudio de Segarra, Peiró (2011) en el contexto español titulado: “Eco innovación un análisis de indicadores del sector turismo” concluye que la eco-innovación es determinante para los procesos de innovación genera sostenibilidad y este bienestar económico.

Los estudios de Cánoves, et al (2012) titulada “Evolución reciente y cambios en los destinos del litoral hacia un turismo cultural” también concluye que el turismo en el litoral necesita de innovación en los productos para posicionarse como un destino atractivo internacional complementario en el que la gestión tecnológica fue fundamental por el ministerio del sector.

Por otro lado, Torres, y Grossman (2018) en su investigación titulada “La innovación del sector alojamiento turístico mexicano” destaca el papel preponderante del sector servicios, específicamente del sector turismo en la que se estima el aporte más de 70% del PBI, de la cual genera 45% de empleo del país. En ese sentido muchos investigadores identificaron cuales eran los factores de éxito, y concluyeron que el crecimiento se debe a los procesos de innovación de los productos turísticos y la innovación en los diversos destinos turísticos.

Cabe señalar que los procesos de innovación en el sector turismo referido en el apartado anterior considera dos fases: primero de innovación tecnológica y otra de innovación organizacional, en estas precisa que no todas las empresas de servicios innovan con la misma intensidad, más bien algunas asimilan las nuevas tecnologías diseñando nuevos productos y procesos (Torres & Grossman, 2018).

Podemos notar con mayor precisión que al incorporar procesos de innovación genera mejores oportunidades de oferta y demanda turística, eso es evidente diversas organizaciones a nivel mundial como el OMT (2021) han diseñado estrategias en el marco de la emergencia mundial por el COVID.19, una oportunidad en el que la MINCETUR (2021) debe articular políticas.

Uno de los trabajos que urge analizar es el de Velázquez, Cruz, Vargas (2018) en su trabajo para los espacios turísticos de Colombia, titulada “Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística” en este estudio analizó la pertinencia de la cooperación de las empresas para el desarrollo de actividades de innovación en el sector turístico para provocar cambios significativos en el producto y proceso mediante la aplicación de conocimientos tecnológicos que permite obtener mayor atracción.

Otros trabajos de Martín y Gaspar (2007); Martín y Gaspar (2008); Briones, et al (2012); Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (2012); Raposo et al (2014); Peñaloza (2016); Romero y Tejada (2016) discuten y proponen a la innovación como la alternativa más rentable, para detonar a las empresas y tener mayor productividad, desde esa perspectiva detonar la mejora para que el visitantes tengan experiencias en destinos turísticos (Velázquez, Cruz, & Vargas, 2018).

En ese mismo contexto resalta el estudio de Huertas, Muñoz (2017), titulado: Avances en el “turismo para todos” en Colombia es un ejemplo de que la innovación incide en la mejora social donde las comunidades tienen un rol protagónico. Resalta la construcción de una política que favorece la actividad turística llamada “Política de Turismo Social” la medida implementada favoreció el turismo para, en el que la innovación de productos ha generado oportunidad de negocios y de inclusión social, y que define los destinos turísticos³.

Finalmente, en el contexto Europeo Sanz, Ruiz, Pérez, Hernández (2013) en su investigación titulada: “Influencia de los procesos de innovación repercute en el comportamiento en la demanda via online de productos turísticos de España y México” concretamente, aporta a la literatura, con el modelo contrastado en México y España, en el que el mercado turístico presentan elocuentemente el uso de las tecnologías y los niveles crecientes de incorporación de Internet para informar destinos turísticos.

³ La investigación pone de relieve la importancia que adquiere el análisis del comportamiento del consumidor en los entornos virtuales y cómo la cultura nacional es una variable clave para explicar dicho comportamiento, así como para identificar similitudes y diferencias de consumidores procedentes de distintos países (Sanz, Ruiz, Pérez, & Hernández, 2013). Asimismo, en el estudio resalta que los cambios tecnológicos influyen positivamente en la oferta y demanda turística.

2.1.2 Antecedentes nacionales

En el contexto nacional investigaciones de Avila (2018) reflexiona sobre la pertinencia de las innovaciones en producto. Además, insiste trabajar hacer trabajos en innovaciones de marketing para que sean aprovechadas por agencias de viaje y turismo en el entorno limeño, por la poca cohesión en los aspectos administrativos y organizacionales. Todo ello originó el cambio de canales de distribución y de marca en diferentes segmentos como alternativa de innovación (Avila, 2018).

Nolazco, Sandoval, Salvador (2019) en su artículo sobre el turismo alternativo; basada en la metodología de sintagma holístico en el distrito de Lunahuaná, revela los problemas en ofertar lo servicios básicos a los turistas, precisamente en temporadas donde la demanda es altísima donde carecen de conocimientos técnicos en el sistema de guiado, frente a ello es imprescindible que el sectores puedan innovar el turismo no solo lo vivencial, también de proceso y productos en lo gastronómico y lo cultural en el sistema de guiado y otros.

Ahora bien, para Cardenas, Luyo, et al (2017) en su investigación desarrollo profesional y calidad de servicios en la oferta turística para el distrito de Cerro Azul, equivalente a la ciudad de Lunahuaná concluyen que los sectores de alojamiento y restaurante presentan problemas de cobertura por falta de ampliación y cobertura de oferta de servicios turísticos. Asimismo, en el estudio detalla solo algunos sectores de alojamiento y restaurante cumple con los estándares de calidad en los diversos niveles, eso hace notar que los procesos de innovación en proceso y producto sea determinante en la ciudad (Cardenas & Luyo, 2017).

Rosas (2019) en su tesis doctoral relaciona la gestión del producto turístico y la demanda turística en el distrito de Lunahuaná. Mediante la metodología de la función hipotética deductiva de tipo aplicada concluye que las inversiones de los emprendedores del sector no tienen resultados debido a que entienden muy poco sobre la gestión de productos, o es poco tomado en cuenta. A esto se suma que los procesos de innovación en recursos turísticos no se posibilitan eso deriva en la demanda insatisfecha en los turistas que visitan las zonas.

En esa misma relación del apartado anterior Velásquez, Flores (2017) en su investigación gestión de la innovación y la sustentabilidad del sector turismo, argumenta sostiene que las empresas prestadoras de servicios turísticos crecerían sostenidamente y endógenamente, si gestionan la innovación.

Además, el autor recomienda la extensa literatura existente en relación a los procesos de innovación de recursos turísticos, específicamente en productos y servicios precisamente en los de hospedaje y restaurantes como los sectores básicos y estratégicos. Así mismo, proporciona una visión general de evidencia empírica sobre la gestión de la innovación y su sustentabilidad en los espacios turísticos donde las empresas pueden identificar y abordar los retos con éxito en la ciudad de Lunahuaná (Velásquez & Flores, 2017).

Por otro lado, la investigación de Sotelo (2018) relaciona la diversificación e innovación de los productos turísticos con la demanda turística del distrito de Lunahuaná, en la cual identifica las potencialidades turísticas y recomienda que estas sean aprovechadas incorporando los procesos de innovación en productos para posibilitar la diversificación en beneficio del turista.

Otra investigación de Sandoval (2019) propone un plan de turismo alternativo en el distrito identificando las ventajas por ser eminentemente turístico; los procesos de innovación para facilitar la generación de empleo. Además, plantea el turismo alternativo incorporando tecnologías de información en temporadas donde la demanda es alta para facilitar los sistemas de consulta y así poder generar mayor producto bruto interno y facilitar el crecimiento de la provincia desde los factores internos.

Finalmente, las investigaciones planteadas por Ninasaume, Cardenas, Marcas (2019), resumen la problemática de la actividad turística en el que la calidad de servicio es importantísima para la oferta en diversas áreas estratégicas. El estudio concluye reflexionando sobre la importancia de los aspectos culturales y que debe mejorar añadiendo la diversidad de recursos propia de las ventajas comparativas y absolutas del distrito para poder generar mayor aporte al PBI.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Generalidades de la innovación en el turismo

En los últimos años el gobierno peruano a través del MINCETUR ha destacado la importancia de la actividad turística como parte del eje estratégico para generar mayores ingresos en los espacios territoriales con ventajas turísticas. En tal sentido, urge la necesidad de identificar la ventaja absoluta de los destinos turísticos, aprovechando la innovación de productos turísticos del distrito, y para ello, lo ideal es definir la innovación en toda su dimensión referenciando los autores y las instituciones que sostienen dicha relación referida a los procesos de innovación turística.

En ese sentido, el Manual de Oslo UNESCO (2010), es la guía perfecta para realizar, predicciones y mediciones de actividades científicas y tecnológicas, así como la definición de conceptos, y clarifica las actividades innovadoras, en ese sentido insiste en que “la innovación desde el sentido estricto como la introducción de productos nuevos, o relativamente mejorado, producto, proceso, también de nuevos métodos, técnicas de procesos de comercialización, y finalmente de la organización”

Según la referencia el manual aclara que la innovación es el proceso de cambios incidentes en el producto, proceso, el marketing. También en las empresas para generar mejores resultados. Cabe señalar que a esta relación añade los cambios innovadores mediante con la aplicación de conocimientos; este último, se desarrolla internamente, con mayor dinamismo adquiridos con servicios de asesoramiento técnico por compra de tecnología (Jansa, 2010).

Schumpeter (1968)⁴ sostiene que la convergencia del crecimiento económico se da a expensas de la innovación y de un proceso dinámico de tecnologías sustituyendo a las ya existentes a eso se lo denomina la destrucción creativa, para ensamblar estrategias en el sector turístico.

⁴ Es importante destacar que “la generación de nuevas técnicas”, son lo que ya el premio Nobel Schumpeter (1968) llamaba innovación, y que en la literatura económica contemporánea se llama también cambio técnico, o progreso tecnológico” esta relación contrasta con lo de Manual del Oslo.

Ahora bien, desde las publicaciones de Schumpeter (1968), los estudios que analizan y relacionan la externalidad de la innovación en diferentes actividades económicas en la cual se encuentra el turismo se incrementó sostenidamente, debido a los buenos resultados que los procesos de innovación de producto han incidido en el crecimiento sostenido de las actividades comerciales.

Existen estudios que revelan la importancia de la innovación en la acumulación del producto bruto interno uno de ellos es el manual de Frascati (2015) desde diversas perspectivas señala que la innovación como un proceso la inserción, de un nuevo y rediseñado producto con mejoras y aceptación de mercado OCDE (2010).

Ahora bien, para provocar la mejora es imprescindible contar con un buen stock de capital humano capaz de crear, y provocar cambios incrementales, para ello es fundamental la recombinación de tecnología para acometer la innovación de producto, proceso, organizacional y otros sectores (Liu, y otros, 2021) .

Schumpeter (1936) desarrollo dos conceptos "radical" cuando se originan grandes cambios en el mundo, "incremental" para aquellos que hacen cambios progresivos en la sociedad (Nuevos productos y métodos) (Olayza, 2019).

Asimismo, existen consensos en la literatura crítica que intentan relacionar los factores de éxito de innovación como determinante del crecimiento sostenido de las actividades de innovación turística. Según Moheno, González, Cruz (2021); Errichiello, Micera (2021) existen estudios que enfatiza la innovación de actividades turísticas, y han mostrado un interés creciente en explorar el potencial ofrecido por el turismo en el que las soluciones el uso de los TICS para lograr mayor eficiencia y sostenibilidad, enriqueciendo la experiencia turística e impulsando la competitividad del destino.

Para posibilitar tal ventaja, reside en otorgar la pertinencia del capital humano, sus habilidades, factor clave en la innovación según Jiménez, Sanz (2004); Lawson, Samson (2001), este último destaca el factor determinante de la relación entre capital humano y el conocimiento científico y tecnológico para generar procesos productivos técnicamente eficientes en la economía (Castaño, 2012).

2.2.2 Actividades innovadoras en turismo

Las actividades de innovación son definidas para el Manual de Oslo citado por Olayza (2019), como “procesos de actividad científica, tecnológica, orientado al producto y aceptado por el mercado que tienen por objeto conducir al beneficio de los consumidores por la valoración de la misma” (Olayza, 2019, pág. 8)

Para el Manual de Oslo las actividades de innovadoras es un proceso interactivo orientado a la (I+D) que están relacionadas con la generación de una innovación estrictamente, pero estas inciden en la introducción del producto en el que la actividad turística puede ser aprovechada aplicando tecnologías que provoquen cambios técnicos tal como se evidencia en la zona europea, precisamente en España, Italia, China y el propio Estados Unidos.

Mientras que Chibilyova, Sviatokha, Filimonova (2021), define la “actividad de innovación refiriendo a los productos turísticos; como el uso de nuevas técnicas y tecnologías en el curso de la realización de productos turísticos; construcción del sistema de recursos científicos y humano”; otros como Mendes, Liberato, Barreira (2021) aclaran que la actividad turística implica acciones científicas que permiten identificar segmentos de demanda turística.

En ese contexto Panfiluk (2021) sostiene que las actividades científicas son el inicio de las actividades de innovación, debido a que parte de la investigación y desarrollo (I+D). En un escenario turístico con abanico de recursos en las diversas áreas, es pertinente que el Estado participe como ente promotor, una actividad científica, es influyente para los parques científicos y tecnológicos y estas juegan un rol protagónico en el proceso de desarrollo de la innovación en una región turística (Panfiluk, 2021). Finalmente, Olayza (2019)⁵, “concluye que la innovación es un proceso de búsqueda con comunicación intensa y continua retroalimentación (Kliney, Rosenberg, 1986)”.

⁵ Existen actores involucrados en los procesos de innovación que a menudo emprenden acciones contrarias a la “competencia perfecta” (neoclásica) (Smith, 2000) otros como Olayza (2019), afirma que la comunicación juega un rol protagónico en las actividades de innovación.

2.2.3 Sistemas de innovación turística

En el contexto nacional de incesante interacción con el resto del mundo por los atractivos turísticos y la ventaja de los recursos del sector en la apertura de la actividad turística, se busca compartir las actividades turísticas del distrito con el desarrollo de la sociedad sostenidamente, en ese sentido la innovación toma relevancia en la agenda pública a través del MINCETUR como promotor de la actividad turística sostenible y la apertura de nuevas posibilidades de inclusión de los sectores turísticos dentro del eje de los sistemas de innovación turística.

Tal como menciona OMT (2021), OCDE (2020) y el Banco Mundial (2021), la actividad turística puede trabajar en coordinación con otros sectores a fin de generar mayor dinamismo, difusión y la sustentabilidad con la innovación de los recursos naturales, en el que la innovación de proceso e institucional es el foco inyector del sector. En esa analogía es ideal mencionar los sistemas de innovación propuesto por Vega (2003), y de la cual ensamblar los procesos de innovación de producto y proceso del turismo.

Para Xiang, Fesenmaier, Werthner (2021) refieren a los sistemas de innovación como unificaciones e interacciones del sistema que actúa como un canalizador y un medio para compartir, diseminar y replicar innovaciones productivas en las economías de pleno empleo. Así mismo, en el marco del sistema se orienta a entablar innovaciones para garantizar, bienestar, mejora en calidad de vida, gobernanza y resiliencia en una economía con crecimiento exógeno (Frey, 2019).

En el Perú el sistema de innovación propuesta por Vega (2003) está siendo más usada por las instituciones e investigadores porque está orientada a contribuir con las empresas. Además, orienta el punto partida en las estrategias de mercado, en esa línea Valeri, Baggio (2021) reflexiona críticamente y define al sistema de innovación como la capacidad de captura y mejora en la eficacia de la utilización de la tecnología arquitectónica en el que las institución forman parte integrante en el diseño de las políticas de acorde al contexto de rumbos económicos destrabando retardos.

2.2.4 Sistemas nacionales de innovación

Dada la brecha del sistema interactivo, el sistema nacional de innovación ha sido abordado por diversos autores, entre ellos resalta Nelson (1993), define a los sistemas nacionales “en una serie de interacciones orientadas a la operación innovadora de las empresas de la economía” (Nelson 1993), en la misma secuencia Lundvall (1992) resalta “la interactividad en los procesos de producción, y los conocimientos orientados a la acumulación de activos (Tostes & Rosas, 2015).

Ahora bien, el concepto de innovación propuesto por Schumpeter en la década de los 40; fue complementado por autores tales como Freeman, Dossi, Nelson, Lundvall, Malerbra, quienes desarrollaron un concepto más amplio y sistémico denominado Sistemas Nacionales de Innovación (SNI) (Olayza, 2019).

Sobre la referencia anterior diversos trabajos se han basado como elementos justificantes por la guía y los éxitos que garantiza, por ende, los emprendedores del distrito de Lunahuaná deben tomarlo como punto de partida, en esta misma línea, el prestigioso columnista Vega (2003) ha planteado cuatro enfoques de la cual debe diseñarse estrategias de innovación, esos enfoques se precisarán en los procesos de definición de variables como estrategia de partida.

No obstante, en base a experiencias exitosas tanto en países asiáticos como de los países del noreste europeo, el concepto de SNI incorpora marcos de referencia para entender procesos de cambio tecnológico y la interacción de sus actores con una perspectiva evolucionista en sectores donde la actividad turística es crucial para la evolución del producto bruto interno, donde las capacidades endógenas (internas) y las oportunidades del territorio pueden contribuir al desarrollo económico (Olayza, 2019).

Finalmente, el fortaleciendo de los sistemas de innovación tienen sus factores de impacto en las decisiones de las empresas y en los modos de innovación emprendidos (Smith, 2000); asimismo es de conocimiento que los sistemas de innovación son herramientas de análisis de política en materia de innovación tal como lo detalla el Banco Mundial (2021).

2.2.5 Innovación de productos turísticos

Actualmente la actividad turística se ha convertido en uno de los sectores más atractivos del mundo por el destino y los recursos que ofertan, reporta los entes rectores como OMT (2021); Banco Mundial (2021). Precisamente, el anuario de estadísticas de la OMT (2021) hace notar la importancia que ha provocado en estos tiempos de reactivación por la rentabilidad creciente, en ese contexto, urge la necesidad de ensamblar los procesos de innovación en los productos turísticos.

Fraiz (2015), destaca la creciente inserción y la demanda turística relacionado a los productos turísticos intensivos en innovación, y además resalta que esos sectores de mayor emprendimiento e innovación se desarrolla en restaurantes y alojamiento por sus atractivos lugares y productos que oferta al turista.

Otro de los aspectos importantes en la innovación de producto son las ventajas competitivas que están conduciendo a las instituciones articuladoras de procesos crecientes de oferta turística sostiene (Barbosa & Dominique, 2017).

Es de mencionar que las innovaciones turísticas relacionadas al producto han generado mayores empleos, y su contribución al producto bruto interno (PBI), esas cifras se reflejan en el Banco Mundial (2021), lo cual define como las actividades científicas y tecnológicas intencionadas en la agregación de valor al producto turístico en el que la peculiaridad es identificada en la región.

La innovación de producto son las actividades intencionadas relativamente a la investigación y desarrollo (I+D) al conjunto de productos y cuando ha sido lanzado al mercado o adoptado por un grupo de usuarios en un sistema social o conjunto determinado (Olayza, 2019). De lo considerado en los apartados anteriores la problemática más elocuente es la falta de financiamiento para la promoción de investigación, desarrollo (I+D) eso dificulta la oferta de productos y servicios debido a la pérdida de atractividad y la novedad que los productos intensivos en el uso tecnológico aporta para la demanda de servicios turísticos en el que el turista disgusta los productos en los destinos elegidos.

2.2.6 Innovación de procesos turísticos

Desde la evidencia empírica, económica y social la innovación de procesos es “cuando un nuevo método de comercialización o un nuevo método organizativo que se usa efectivamente en el marco de las operaciones de una empresa u organización” (Olayza, 2019).

Autores como Roling (1992) citado por Olayza (2019) precisa que los procesos de innovación como proceso interactivo en el que los individuos generan nuevas relaciones, conocimientos y percepciones, donde la comunicación se torna fundamental en la capitalización de las lecciones aprendidas y configurar las opciones de cambio en los diferentes procesos de cambio.

En relación al anterior Rozo (2016) destaca la pertinencia de la innovación para crear ventaja competitiva de las empresas a largo plazo donde la generación de valor agregado son las catapultas para el alcance en la transformación de productos, procesos o mercados en el que más innova es el que tiene mayor rentabilidad, esta hipótesis contrasta con lo señalado por Schumpeter (1968); que la innovación genera oportunidades y esas oportunidades crea y destruye a los que menos innovan y premian en el mercado a los que emprenden la innovación a lo que también Aghion, Howitt (1990) innovación de producto.

Desde la perspectiva sistémica las innovaciones de proceso implican identificar los procesos organizativos ágiles en el que los resultados de la gestión sean efectivos, al respecto en una ciudad ancla como es el caso de Lunahuaná las instituciones públicas y privadas tienen la responsabilidad de hacer partícipe organizacionalmente a la sociedad y aprovechar incorporarlas como sistemas en los procesos de toma de decisiones donde la jerarquía sea el impulsor de los cambios en otras unidades organizacionales. Todo lo anterior permitiría la creación de procesos de valor agregado mediante la implementación de sistemas en la fase productiva y transformadora con el propósito de crear, producir y comercializar productos de alto valor agregado y ofertar sofisticadamente productos y servicios en el distrito.

2.2.7 Gestión de la innovación turística

La gestión turística es determinante para la innovación de productos turísticos, las oportunidades de su emprendimiento son rentables y presenta destinos turísticos atractivos por las ventajas que los sectores presenta a nivel de las regiones económicas, sostiene Velez, Alejo, Tafur, Bustamante (2021).

Un factor importante en lo referido es la gestión humana de la innovación en la organización de actividades turísticas para la consecución adecuada de las áreas y productos que posee los espacios turísticos es prioritaria el desarrollo de grupos de innovación para monitorear los cambios en la demanda turística, a lo que Olayza (2019) denomina modelo organizacional pública innovadora por su interactividad entre lo público y privado para concertar actividades.

Otro aspecto resaltante para tal propósito es la innovación de mercadeo para el diseño un nuevo método de mercado que involucra cambios significativos en producto, vista en precio, promoción y la difusión de productos turísticos en el aprovechamiento de la riqueza del distrito, esta relación no solamente ha sido establecida en el contexto latinoamericano como en países de Colombia y Argentina con éxitos en la acumulación de capital (PBI) en otras experiencias como la Europea presenta resultados significativos como en Ibiza (Sánchez & Cardona, 2016)

Ahora bien, Ferreira y Hernández (2016) presenta un caso específico la gestión humana para acometer el sector hotelero dentro de su planeación estratégica como herramienta en la gestión turística empresarial, y contribuir en las organizaciones de actividad turística son las posibilidades de innovación, basadas en los productos y servicios.

La ventaja turística del distrito de Lunahuaná es irrefutable por su atraktividad y espacios de campo donde el aspecto climatológico es el gran aleado para la ciudad ancla, precisamente en este aspecto el MINCETUR reconoce como uno de los destinos más atractivos de Lima, por ende, para la adecuada gestión es pertinente identificar y establecer la comunicación inteligente de la zona.

2.2.8 Innovación sistémica en la actividad turística

La gestión de la innovación sistémica refiere a la actividad turística como un proceso de organización y direccionamiento de capital humano al conocimiento tecnológico con el propósito de aumentar la creación de nuevos conocimientos, generar valor agregado a productos, procesos y servicios nuevos o existentes (Garavito, 2016), efectivamente, todo ello en los espacios donde se emprende la actividad económica desde el sector turismo, cabe señalar que ahora mismo se está articulando estrategias de diseño para la reactivación.

Es menester detallar la innovación sistémica desde la colectividad de las definiciones resumida por Olayza (2019), quien precisa hábilmente como la “creciente comprensión de lo evolutivo e institucional del concepto de sistema de innovación (Freeman, 1987; Lundvall, 1992; Nelson, 1993; Edquist 1997)”. Estas definiciones son el soporte de emprendimiento y el cimiento de la cual se desprende todos los marcos que define las actividades turísticas, y que tiene que ver con la innovación, actualmente la OMT (2021); Banco Mundial (2021) y otras instituciones promueven la actividad para generar mayor PBI.

Otro aspecto importante que refuerza la relación anterior en las innovaciones sistémicas en sectores como “un conjunto de instituciones distintas que contribuyen conjunta e individualmente al desarrollo y difusión de nuevas tecnologías y que proporciona el marco dentro del cual los gobiernos forman e implementa políticas para los procesos de innovación” (Metcalf, 1995) tal como lo resalta Olayza (2019)

Finalmente, en la innovación sistémica la interactividad entre distintos actores de la colectividad es importante, el conocimiento tecnológico y el intercambio para provocar cambios entre los actores individuales. Asimismo, es elocuente que para la innovación en el sector turismo del distrito de Huánuco urge la incorporación de tecnologías entre las diversas partes involucradas, puesto que, la experiencia internacional, lo sistémico ha producido muchos cambios para difundir destinos turísticos atractivos, no solo en espacios, sino también de productos turísticos como es el caso de España, Italia y otros.

2.2.9 Innovación y comunicación en las actividades turísticas

La literatura científica de la base de datos de SCOPUS (2021), Banco Mundial (2021) confirma que la comunicación es determinante en la actividad turística por su interactividad y puesta en conocimiento los destinos y productos. Desde esa relación, Rogers (2003) citado por Olayza (2019), define la difusión de innovaciones como *“el proceso por el cual una innovación se comunica a través de ciertos canales y mensajes a lo largo del tiempo entre los miembros de un sistema social, en el que los mensajes se refieren a nuevas ideas”* (p.5).

Desde la relación comunicación e innovación Mattelart, Mattelart (2003), aclara que las innovaciones tienen en sí mismas una asociación positiva para los adoptantes en el sector de emprendimiento, en ese sentido, la comunicación se torna fundamental en los procesos de actividad turística.

La comunicación reorienta procesos hacia la innovación y se define *“como la interacción simbólica entre las organizaciones y sus partes interesadas sobre productos, tecnologías e ideas innovadoras”* (Huck, 2006 p.3); (Olayza, 2019). Además, el *“proceso se enfoca en comunicar las novedades, los atributos y los actores que promueven la innovación, generando estrategias para comprender los valores de la innovación desde la idea hasta su lanzamiento”* define al respecto Olayza (2019) en cuanto a la comunicación.

En la misma secuencia Zerfass (2005), sostiene que debe explicarse la gestión y comunicación de innovación, desde la idea hasta el desarrollo del producto y proceso hasta el lanzamiento. En una ciudad como Huánuco sus atractivos turísticos y la identidad del destino, las innovaciones de actividad turística en productos y los destinos debe comunicarse con estrategias audaces. Para ello, es irrefutable que el Estado a través del MINCETUR y otras partidas debe diseñar políticas de acorde a la naturaleza para generar mayor stock de capital efectivo, en este último nos referimos en la obtención del producto bruto interno y la distribución de la misma, hoy es fundamental que eso se emprenda para recuperar los retardos que la COVID-19 ha generado en todos los espacios turísticos, y eso evidentemente es de conocimiento.

2.2.10 Modelos de innovación

Por los resultados en los países de pleno empleo, es más elocuente observar la simplificación de los modelos de innovación, como instrumento estratégica de actividad económica en las diferentes instituciones líderes (Rueda & Sanchez, 2017), debido a la aceptación de la misma como un componente esencial de ventaja competitiva en las que también lo denomina el propio OCDE (2017) citado por Sagasti en los planteamientos de la política en CTI para el caso peruano.

Al respecto, hay una cuantiosa literatura que analiza los modelos y constructos teóricos que constituyen una alternativa de cambio en los procesos productivos por los resultados que la innovación genera. Un ejemplo visible es Silicon Valley, uno de los espacios y centros de innovación determinado por la externalidad del conocimiento transferido del sector académico (Castro, 2021). Precisamente de esta parte las externalidades de innovación de tipo Schumpeter, Vega (2003), el estudio se enmarca en sus planteamientos para hacer posible el emprendimiento.

En las teorías de innovación resalta lo señalado por Tostes (2014) en estos precisamente se destaca la difusión del modelo de innovación conocido por el de Triple Hélice (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000), el cual se desvela la interacción de los diferentes agentes de la economía, entre ellos se destaca al sector privado, gobierno y la empresa como el camino para mejorar los procesos de innovación en una acción conjunta (Cruzado & Tostes, 2017).

Para González de la Fe (2009) citado por Cruzado (2017) precisa, “un modelo de Triple Hélice en la cual ofrece una alternativa efectiva para mejorar los caminos de un sistema de innovación conjunta de los actores. Asimismo, este modelo es tomada en cuenta como la herramienta sistemática que encuadra una metodología del sistema para acometer procesos productivos, y acumular stock de capital (pág. 3)”. Finalmente, es preciso destacar las líneas usadas por el BID (2010) a través del estudio de Machinea (2004) mencionado por Tostes (2017), como punto de partida en el análisis del modelo interactiva y con presencia en los mercados.

2.2.11 El crecimiento económico

La teoría económica pone en conocimiento que el crecimiento económico es la variable más estudiada para modelar y estimar crecimientos de un país. En ese sentido, es un fenómeno mediante el cual se proyecta a la acumulación de activos. Obviamente, dotando de factores productivos y técnicas más eficientes, para acometer la producción de las economías (Antunez, 2009).

Al respecto la teoría económica pone en escena a Samuelson, Nordhaus (2000), quien conceptualiza al crecimiento económico como el incremento dinámico de la acumulación de capital efectivo del producto bruto interno de una economía determinada que amplía sus fronteras de producción.

Desde diversas posturas de los autores el crecimiento económico, ha tomado diferentes conceptos según la teoría económica; tal como lo resume, Antunez (2009)⁶. El crecimiento o la progresión de una economía depende de una serie de factores, en ello, lo importante es la aplicación de política económica. Para que eso sea efectivo es menester que la economía cuente con abanico de factores como; espacios y recursos naturales y turísticos como humanos y la tecnología (Andrew & Bernanke, 2004).

Destacados macroeconomistas de la teoría económica (Andrew, Bernanke. 2004; Samuelson, Nordhaus, 2000; Jimenez, 2010), afirman que el crecimiento económico como una medida de bienestar en la economía, y explicar las divergencias económicas (Jimenez, 2010). La conceptualización del crecimiento económico se sintetiza desde la teoría de crecimiento económico como el incremento gradual del producto bruto interno de la economía determinada, concluye (Antunez, 2009). El factor determinante es la política económica por su incidencia en los resultados económicos que diseña la política económica destaca en los diversos escenarios económicos de pleno empleo (Bernanke, 2004).

⁶ El crecimiento no es espontáneo, sino es el resultado de la combinación de los componentes del crecimiento y de la política económica que el gobierno aplica. Esto quiere decir que un nivel de crecimiento elevado mejora el bienestar de la población de un país (Antunez, 2009). Esa afirmación se contrasta con la evidencia empírica de los Estados Unidos.

Desde las diferentes ópticas y teorías es pertinente encontrar respuestas ¿Por qué es importante el crecimiento? para responder lo ideal, visualizar los modelos de crecimiento de: (Mendoza 2006; Andrew, Bernanke. 2004; Mankiw, 2002; Blanchard, Amighini, Giavazzi, 2012; Krugman, 2013; Sala-i-Martin, 1999; De Gregorio, 2007), como representantes de la teoría macroeconómica destacan la pertinencia de la política económica y del crecimiento económico para la acumulación de capital efectivo en a la economía como en el Perú.

En ese sentido, para tener mayor robustez respecto a la base conceptual del crecimiento, es inevitable referenciar al destacado (Oppenheimer 2014; De Gregorio, 2007) en que el crecimiento económico se refleja en su mayoría por la sostenibilidad y de la producción y acumulación de capital como parte de los procesos técnicos eficientes en uso de la tecnología de vanguardia en la economía, añade (Oppenheimer 2014) desde la incrujizada de Estados Unidos.

Por otro lado, Roca (2012) define el crecimiento económico como el incremento del ingreso agregado determinado del ejercicio económico por los agentes económicos del flujo circular, a nivel microeconómico y los fundamentos macroeconómicos, lo que hace posible el desplazamiento de la frontera productiva del país determinado.

Ahora bien, la evidencia empírica mundial reportado por el Banco Mundial, rebela que el crecimiento se mide por el (PBI) para las economías por medio del PBI per-cápita. En otras economías de pleno empleo se considera como la unidad de medida también conocido como PIB medido a precio de la economía de datos (Banco Mundial, 2021). Como es de conocimiento ese analiza el crecimiento por la progresión del aumento de la producción que las autoridades monetarias estiman.

Finalmente, en caso a la economía peruana en Perú, urge identificar las mejoras en cuanto a la medicación, es cierto que la economía tuvo crecimiento, sin embargo, en cuanto a la realidad económica de los agentes eso estimación no se evidencia en el bienestar, tampoco en el social, y otros sectores económicas, no es normal, ver datos del Banco Mundial y seamos los últimos, en el manejo económico, esos resultados deben tomarse con pinzas a modo de estimación económica.

2.2.12 El crecimiento económico y su relación con la tecnología

En el contexto latinoamericano estudios de Pérez (2001), resalta la importancia de la gestión y desarrollo de innovación para que las economías converjan al equilibrio con pleno empleo. Por otro lado, enfatiza en la creación de escenarios con condiciones adecuadas para generar investigación y desarrollo tecnológico. Asimismo, el estudio destaca el factor inyector de las tecnologías en proceso técnicamente eficientes en la productividad total de factores.

En la misma referencia del acápite anterior es oportuno destacar al prestigioso premio nobel Schumpeter (1968) quien “posiciona a la innovación como el elemento impulsor del crecimiento económico endógeno”. Además, considera que la innovación es la frontera de partida a la convergencia económica desde los factores internos, bajo el aporte del autor la innovación es el proceso dinámico de constante invención que otorga valor en el mercado y la conectividad de la misma.

La innovación en el sentido más estricto en la economía provoca la generación de nuevos productos, procesos y eso evidentemente según el aporte del autor genera el proceso de la destrucción creativa; la economía que más innova destruirá en el mercado a las otras economías con pocas capacidades de innovación (Wong Villanueva, 2015).

Desde esa misma perspectiva es oportuno poner al frente del estudio desde la experiencia internacional a Toffler (1979, citado en Santos, 2000) postula que la economía se desarrolla en base al desarrollo tecnológico para facilitar la mejora del sector agrario. Esta última, refiere a las tecnologías de vanguardia para encaminar hacia la economía del conocimiento, y tocar las puertas a la reducción de la pobreza y alcanzar el desarrollo de las economías.

Es de poner en debate que si la economía peruana, no exporta conocimiento en con la producción con valor agregado, las posibilidades de ser una economía industrial estarán lejano a la luz de las economías modernas. Esto es lo que impone el contexto económico por el agotamiento de los recursos naturales, y la competitividad.

2.2.13 Teorías de crecimiento económico

La base de la argumentación desde los fundamentos macroeconómicos refiere la descripción y la contrastación de los modelos clásico, neoclásicos y el económico endógeno, de este último destaca por su dinamismo en la determinación del crecimiento impulsado por los factores internos, a lo que se le denomina crecimiento determinado por el propio sistema y las causas que lo determinan (Jimenez, 2010).

La referencia anterior, hace translucir a mencionar en términos de contrastación lo que el sector académico del mundo incide en el crecimiento endógeno. En esto reside la externalidad del conocimiento de los miembros del MIT (Mankiw, 2002), Harvard (Barro, Sala-I-Martin, 1990), y entre otros (Aghion & Howitt, 1992)⁷. Argumentan que el crecimiento económico infiere en el desarrollo tecnológico y estas en el en la convergencia endógena por su aporte en la productividad total de factores.

El crecimiento económico de lo que se menciona en diversos trabajos de las teorías de crecimiento obedecen al aporte en la capacidad de explicar de corto y largo plazo, describe (De Gregorio, 2007). Frente a ello aparece la teoría neoclásica con sus máximos representantes en argumentar que la economía converge al pleno empleo con factores exógenos y la tecnología desincorporada.

Por otro lado, surgió la investigación de las nuevas teorías de crecimiento donde hace mención al aporte del conocimiento y la investigación tecnológica del stock de capital humano como fuente de crecimiento y adopción al crecimiento, derivado de (I+D) para traducirse en procesos de cambio técnico eficiente.

Precisamente en esta sección se encuentran (Barro, 1991; Mankiw, 1992; Romer, 1993) en la teoría del crecimiento en los años 70 y 80 pusieron en debate al crecimiento y la convergencia al pleno empleo con equilibrio estable en el largo plazo, resaltan la importancia de la productividad total de factores impulsado por el capital humano y otras variables tecnológicas para el crecimiento” (Sala-i-Martin, 1999).

⁷ Las teorías de crecimiento económico endógeno generan cambios estructurales y económicos por el aporte en la innovación donde la investigación y desarrollo es el motor del cambio (Aali, 2012).

2.2.14 Teoría del crecimiento endógeno

En su análisis de enfoques y modelos de crecimiento, Jiménez (2010) sostiene *“los comienzos de la teoría de los años 70 afirma que teórica se sesgó hacia el ciclo económico y demás fenómenos de corto plazo, estimulados por la revolución de las expectativas racionales y el fracaso del paradigma keynesiano”* (pág. 45)

La teoría de crecimiento endógeno se fundamenta en los supuestos del modelo de Romer (1986) basado en su tesis doctoral (1983), Lucas (1988) ellos le devolvieron el tema del crecimiento a la investigación teórica. A diferencia de los neoclásicos tasa de crecimiento es positiva, no requiere del supuesto de una variable que crece en forma exógena (Jiménez, 2010).

Asimismo, a principios de la década de 1980 se plantearon la eliminación de rendimientos decrecientes y se introdujo el supuesto de rendimientos crecientes: liderado por Paul. Romer (1986), otros como: Lucas (1988), Rebelo (1991), Barro (1991) Kaldor (1966). Según estos trabajos se introdujo la competencia imperfecta para construir modelos en los que la inversión en (I+D) genera Cambio Tecnológico Endógeno: P. Romer (1987, 1990), P. Romer (1994), Aghion y Howitt, (1992, 1998), Grossman y Helpman (1991) concluye en su texto enfoques modelos (Jiménez, 2010).

Elocuentemente, como todo cae por su propio peso, vistos en los textos de: (Aghion, Howitt, 1992; Barro, Sala-I-Martin, 1990; Andrew, Bernanke, 2004; De Gregorio, 2007) según la teoría, la sociedad premia a las empresas investigadoras con el disfrute de un poder de monopolio, si inventan un nuevo producto, o si consiguen mejorar la calidad de productos existentes (Jiménez, 2010).

Finalmente, el crecimiento económico da cuenta del proceso endógeno de los modelos EGT (De Gregorio, 2007). La presente investigación pretende analizar los procesos de innovación de producto y proceso de la actividad turística de Huánuco, desde la perspectiva de Vega Centeno y sus sistemas nacionales de innovación para ello se precisa las variables del modelo en la innovación de recursos turísticos en el distrito de Huánuco detallados en el estado del arte del estudio.

2.3 Definición de términos básicos

Demanda turística: Se define como la demanda de los individuos por su apetencia, y el conjunto de facilidades de adquirir los productos, atractivos, en actividades, bienes y (o) servicios turísticos en función del precio y su renta, en lugares distintos de su y residencia y periodo de tiempo determinado (Rigol, 2009, pág. 6).

Turismo: “El turismo corresponde al conjunto de actividades de las personas en determinados espacios representados como viajes en espacios turísticos distintos de su entorno habitual, en diferentes tiempos consecutivos inferior con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 2021) citado por (Buhalis, y otros, 2015).

Crecimiento endógeno: teoría que surgió en los 70 para definir el crecimiento económico, aparte de definirlo el crecimiento económico, describen las causas que lo generan en sus factores internos (De Gregorio, 2007); (Sala-i-Martin, 1999).

Innovación de producto: actividades científicas de investigación para un nuevo diseño de producto nuevo con mejora significativa de lo ya existente.

Innovación: se refiere a “investigación orientados en la creación de productos transformados con aceptación de mercado. La innovación son las mejoras sustentables de producto, proceso, organización, o de comercialización” (Schumpeter, 1968).

Innovación de proceso: conjunto de métodos para mejorar la organización para orientar a la investigación de la cual deriva la producción de la empresa, organización con jerarquías que permiten tener una línea de acción institucional (Schumpeter, 1968).

Producto bruto interno: Incremento progresivo de la producción de bienes y servicios en una economía durante un determinado tiempo, generalmente un año medido por el gasto, ingreso y producción agregada (De Gregorio, 2007); (J. Barro & Sala- I- Martin, 1990); (Mamkiw, 2002) y otros desde la teoría y la evidencia empírica en valorar la producción de bienes y servicios.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

En la investigación caracterizada por la línea de investigación económica, se ha optado por la hipotética deductiva de: Figueroa (2007). En el estudio se cuenta con la consistencia teórica y los datos que factibilizan al enfoque cuantitativo. Asimismo, el estudio se desarrolla a nivel descriptivo y explicativo y se fundamenta con los planteamientos de Hernández (2010), Bernal (2006) para tener un aporte metodológico.

La investigación opta por una mezcla de métodos como el deductivo, inductivo, sintético y otros que se adecua a la línea de investigación económica. La presente investigación describe el proceso de innovación y de las convergencias y divergencias en el sector turismo del distrito de Huánuco. Todo ello se articula en el sistema de las dependencias del enfoque del SNI de Vega (2003) una característica que conduce al sistema nacional de innovación quien conduce los caminos que debe recurrir en los diferentes marcos.

3.1 Ámbito

El estudio se desarrolla en el ámbito de las actividades del turismo y de sus procesos de innovación de producto y proceso en el distrito de Huánuco. La innovación de recursos turísticos incide en el crecimiento económico, este último genera la acumulación del PBI de la región de Huánuco. En la secuencia de los propósitos este ámbito de definición se acomete a los supuestos de Hernández, Fernández, Baptista (2010) desde los enfoques fundamentados del ámbito de la frontera del distrito.

3.2 Caracterización del participante

La innovación en los recursos turísticos acometidos por los diferentes sectores del sector turismo, los actores se caracteriza como el agente dinamizador e innovador mediante medidas efectivas que permiten ejecutar procesos de innovación de los diferentes recursos turísticos del distrito como la encrucijada de sectores claves. Otra característica, es que en otros sectores no se realizan innovaciones de los recursos que se cuenta en la región. Finalmente, el sector institucional es muy débil en promover mejoras ya sea de producto o proceso.

3.3 Determinación del universo/ población

De acuerdo al enfoque cuantitativo con datos y bajo el esquema de Figueroa (2012) la población de la investigación representa el universo de la población del distrito de Huánuco, espacios territoriales donde opera el conjunto de actividades de innovación turística reportada por el sector ejecutivo sectorial descentralizada de Huánuco y la evidencia en los resultados estadísticos del INEI (2022) en los periodos 2007- 2020 con el criterio de definición de Figueroa (2007); Hernández, Fernández, Baptista (2010).

Es menester señalar, que la población esta referenciada en el INEI (2022) última encuesta y el diagnóstico de la encuesta para ayudar encuadrar la realidad. Cabe señalar que en un estudio cuantitativo con data y la encuesta para el diagnóstico se factibilizó en la misma dinámica desarrollado por Carrasco (2005) quien menciona como “conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación” (pp. 236-237).

3.3.1 Selección de la muestra

Este trabajo se justifica en la investigación económica según (Figueroa, 2010; Hernández, Fernández, Baptista, 2010) la muestra del estudio representa la base de datos de innovación de producto y proceso y el crecimiento económico de los periodos 2007 – 2021 y de acorde al criterio se aborda con el tipo de muestra no probabilístico intencionado, siendo este 25 la cantidad de personas enfocada a la actividad turística del distrito de Huánuco con la cual se complementa al estudio .

Cabe aclarar que en la investigación por el tipo de enfoque cuantitativo con datos secundarios se complementa al tamaño de muestra representativa debido a que se analiza los resultados de la actividad turística del distrito analizadas desde la derivación de recursos turísticos en innovación de proceso y producto. Esta forma de estudio se basa fundamentalmente cuando se tiene datos de crecimiento económico y la derivación de datos para los recursos turísticos. Para ello se cuenta con la consistencia teórica como soporte para contrastar la hipótesis tal como señala el estado del arte del estudio respecto a la innovación desde la base de SCOPUS (2022)

3.4 Nivel y tipo de investigación.

3.4.1 Nivel de investigación

En el estudio se mide la actividad turística en el distrito de Huánuco en base a los procesos de innovación de producto y proceso adecuando al a los ofertantes de recursos turísticos. Con esas consideraciones y la propuesta económica relacionada Figueroa (2012), y otros como Hernández Sampieri, Fernández, Baptista (2010).

Desde esa perspectiva según Hernández Sampieri, et al (2010) la investigación económica se ha definido en el segundo nivel vistas las aristas metodológicas se define como: **descriptiva, explicativa y correlacional**. Existen argumentos respecto a la definición debido a que se ha reunido teoría pertinente respecto a la actividad turística.

Descriptiva: El estudio describe sintéticamente la actividad turística y su relación con el crecimiento económico en los espacios territoriales en base a la derivación de las teorías y evidencias empíricas en procesos de innovación con el propósito de contrastar la hipótesis.

Explicativa: Con este nivel del estudio se explica la relación entre los recursos turísticos y el crecimiento económico desde los sistemas marco de Vega Centeno para partir como el punto de análisis del modelo. La relación anterior hace pertinente explicar las causas y efectos; la relación de las variables, identificando la incidencia de la oferta y demanda de servicios turísticos de Huánuco.

Correlacional: responde a la definición de las variables y el establecimiento teórico respecto a las variables. Es decir, la innovación de los recursos turísticos como determinante del crecimiento económico. Obviamente, identificando el estado actual y la dinámica de los procesos de innovación para la competitividad en el sector. Cabe resaltar que el estudio determina la interacción entre los usuarios en al oferta uy demanda de servicios turísticos y la institución, se recomendando visualizar los procesos turísticos del distrito en caso haya discrepancias desde otras ópticas de estudio desde el enfoque de Vega Centeno (2003)

3.4.2 Tipo de investigación

La presente investigación económica por el conocimiento basado en la relación desde la postura de Figueroa (2010), Hernández Sampieri (2010), Baptista (2010) se fundamenta como **científica aplicada**. Desde el conocimiento proporcionado y por las externalidades de los procesos de innovación de producto en el sector turismo.

Tal como la teoría indica estas relaciones posibilitarían que la actividad turística aprovecharía los recursos con las que se cuenta en la región con una adecuada gestión de capital humano para generar innovación. La teoría indica que los procesos de innovación se derivan de los avances en materia de gestión y oferta de destinos turísticos con valor agregado en cuanto a las ofertas en recursos turísticos (Aarts & Leeuwis, 2002).

3.4.3 Diseño de la investigación

La investigación es de enfoque cuantitativo y se ilustra con la función hipotética deductiva de Figueroa (2012), Hernández Sampieri (2010), Baptista (2010). Parte desde el enfoque de Vega Centeno (2003) y se aborda con el **diseño no experimental, longitudinal**.

No experimental: esta definición se justifica en que las variables se estudiaron en el contexto real, no se manipula ninguna variable de recursos turísticos ni crecimiento económico. **Longitudinal** porque se analiza las variables durante el periodo determinado, usando el año base (2007) del periodo (2000 – 2021).

Correlacional: se cuenta con extensa teoría respecto a la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico. Asimismo, el estudio hace diferencias en la determinación de niveles de significancia de las variables en el periodo de tiempo analizada. Para tal propósito se analizó los datos estadísticos donde es elocuente la dinámica de la actividad turística en el distrito de Huánuco.

3.5 Métodos técnicas e Instrumentos.

Base de datos: para la investigación se usará la información disponible en el INEI (2020), disponibles electrónicamente y el diagnóstico de la encuesta realizada a los que ofertan y demanda los servicios turísticos del distrito, esos datos mencionados se tomarán evidencias que marcarán el punto de partida del análisis. Asimismo, esas informaciones que se reporta en las instituciones del MINCETUR permitirán obtener data actualizada para contrastarla con la de las encuestas.

Entrevistas: Esta técnica se aplicará a los ofertantes y demandantes de servicios turísticos, administradores del MINCETUR sede Huánuco con el propósito de poder hacer posible la incorporación de los procesos de innovación, desde esos planteamientos se obtuvo la información con la cual se caracterizó y formuló la problemática relacionando con las variables exógenas de recursos tecnológicas.

Análisis documental: Como es de conocimiento en este contexto se ha utilizado con el propósito de analizar la bibliometría del estudio, vistos en reportes estadísticos del SCOPUS (2022), Banco Mundial (2022) toda información relevante en datos estadísticos respecto a la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco.

3.5.1 Instrumentos

Se presenta los instrumentos de validación y la confiabilidad según Hernández Sampieri (2010), Baptista (2010): “La confiabilidad se plantea para todo el instrumento de medición utilizado las variables” y dar mayor robustez “la validez del contenido mediante la aseveración de expertos. Ahora bien, los instrumentos tomados en cuenta fueron el cuestionario para determinar los factores influyentes, para ello se usó el paquete estadístico Vosviewer, UCINET y posibilitar resultados esperados en materia de innovación de recursos turísticos.

Finalmente, la validación de instrumento y su confiabilidad se enfocó en el sistema de búsquedas de la relación causal en la base de datos, y se estableció la teoría pertinente y sus nodos de conexión en SCOPUS (2023), Google académico, Banco Mundial OMT (2023).

3.6 Validación y confiabilidad del instrumento

Para factibilizar la confiabilidad de instrumento se procedió con la postura de Hernández, et al (2014) en la cual sostiene “hace mención el factor garante en las opiniones de expertos para poner en esencia el curso de las dimensiones medidas por el instrumento para adoptar el universo de las variables conceptualizadas en el desarrollo del estudio” (p. 298).

Ahora bien, la validez, confiabilidad del instrumento se realizó en coordinación y verificación de 4 expertos en investigación y temática, donde el proceso de evaluación del instrumento es determinante para la construcción del esquema y el contenido del mismo que ponemos en conocimiento para complementar los datos y el diagnóstico. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 03

Validación del instrumento

| Nombre de los expertos | Puntaje | Comentario |
|--------------------------------------|---------|--|
| Mg. Ramos Cornelio Emigidio. | 90 | Instrumento apto para ser aplicado |
| Dra. Corcino Barrueta, María Teresa. | 95 | El instrumento revisado está apto para ser aplicado. |
| Mg. Vásquez Barboza, Jorge Henry. | 95 | El instrumento revisado está apto para ser aplicado |
| Mg. Mendoza Urbina, Fernando Javier | 90 | Adecuado para aplicar. |

Fuente: Tesistas.

Como es de ponerlos en conocimiento, los resultados del acápite siguiente se presentan mediante tablas y figuras. Asimismo, se presenta los datos por la regresión por E-views para acometer complementando los 15 ítems presentados en el instrumento de la investigación planteada. Los efectos de la innovación de recurso turísticos sirven para que los ofertantes y demandantes interactúan en los procesos de gestión de manera más interactiva y oportuna, al alcance de todos en materia de actividad turística, esos datos se usó en el Eviews.

3.7 Procedimiento

Para el procesamiento de datos del estudio “se resume como las distintas operaciones a los que fueron sometidos la data creada y derivada de la encuesta: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso” (Arias, 2006). Entonces, desde la perspectiva del procedimiento y procesamiento de los datos se siguieron los procesos que permitieron analizar la información, con las herramientas efectivas para contrastarlos con la hipótesis. En base a ello, se detalló las técnicas y factibilizar el procesamiento de datos, y son:

El software conocido Word 2020: se hizo uso de este programa para detallar y argumentar la base de datos de la encuesta respecto a la innovación que el cuestionario deriva, para argumentar tal proceso se usó esta técnica conocida como la recolección de datos y finalmente detallar concretamente la tesis.

El Excel 2020: Se usará este software para realizar aquellas operaciones que contengan varias ecuaciones (facilitando de esa manera el tiempo de procesamiento de datos que se llevaría al realizarlo en el Word), un instrumento a usar es la tabla de datos.

Otro, herramienta que presenta argumentos fiables para precisar el estudio se usó E-views versión 10: es conocido como una de las herramientas más efectivas para la regresión de estudios de enfoque cuantitativo con datos panel o encuestas que permiten crear data (según el grado de investigación). Por otro lado, se hizo uso de los archivos workfile por la naturaleza y tipología, respecto a los demás para diferenciarlos de los demás archivos por su mayor complejidad. Según Stucchi (2006) detallara como el instrumento que se utilizara en la construcción de tablas de datos.

Finalmente, para presentar la base de datos derivado de las encuestas realizadas se optaron por técnicas que facilitaron la agrupación de datos estadísticos en la variable definida en la investigación. Para tal objetivo se derivaron en procesos de innovación de producto y proceso en el distrito de Huánuco; usando tablas, y cuadros estadísticos y gráficos, cuyo objetivo es la regresión de los datos estadísticos y presentar los datos procesados de la investigación.

En el cuadro se muestran las técnicas de procesamiento y presentación de datos de forma resumida:

Cuadro N° 4
Presentación de datos

| TÉCNICAS DE PRESENTACIÓN DE DATOS | INSTRUMENTOS |
|--|---|
| TABLAS | ❖ Presentación según los datos estadísticos |
| CUADROS ESTADÍSTICOS | ❖ Presentación de los datos procesados. |
| GRÁFICOS | ❖ Presentación según los datos estadísticos |

Elaboración: Propia

3.8 Tabulación y análisis de datos

Es un proceso para el análisis de datos; se realizó con los programas de mayor precisión detallados anteriormente como el uso del Excel mediante dos programas que se mencionaron anteriormente, como herramientas, los cuales son: Excel 2019 (donde se van a procesar aquellos datos de corta dimensión/simples) y luego se hará uso del E-views (para aquellos datos que requieren mayores operaciones estadísticas/avanzadas) para obtener los resultados que nos puedan indicar la incidencia de la innovación en recursos turísticos en el crecimiento económico del distrito de Huánuco.

Por otro lado, para interpretar los datos se usó el Word 2019 última versión redactado numéricamente, se hace reflexión para la presentación y el ordenamiento haciendo hincapié los aspectos que requieren mayor énfasis. Otro aspecto, que se tiene en cuenta es de evidenciar concretamente las tablas y cuadros estadísticos en versiones que definen la estructura para precisar la dinámica del comportamiento.

3.9 Consideraciones éticas

La investigación se ha seguido en torno al cumplimiento de las normas técnicas de los derechos de intelectualidad, y de esa manera garantizar la información fidedigna y la data bibliométrica que las instituciones proporcionan respecto a la actividad turística y sus datos de la evolución de crecimiento económico determinado por el sector. Obviamente, toda la información referente a la producción de conocimiento en materia de actividad turística del distrito de Huánuco. Asimismo, se consideraron las referencias e instituciones, mediante citas textuales y parafraseadas respetando debido a la ética profesional para estimar los trabajos de otros investigadores.

Finalmente, la investigación en el proceso de desarrollo se detalló con las normas fijadas como el APA–7ma edición recomendada de acorde a la estructura de grados y títulos de la universidad y evidentemente en estricto cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual/legislación nacional – Perú/

En cumplimiento del decreto legislativo N° 822 la cual señala en el artículo 3° que la protección del derecho de autor recae sobre todas las obras en materia de intelectualidad. La ley citada regula la protección en cuanto a las publicaciones y de la apropiación de argumentos de autores en textos, y otras publicaciones, que involucra tantos como aspectos literarios, y otros de diversos géneros, cuyo objetivo de la ley estipulada es garantizar la protección de los autores en cuanto a sus derechos de autor. Por ende, este estudio cumple con todas las consideraciones de caso para garantizar las publicaciones científicas del estudio.

CAPITULO IV. RESULTADOS

4.1 Planteamiento del modelo

El modelo que simplifica la actividad económica de los procesos de innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico, simplificando en las variables de innovación de recursos en productos y procesos, Se fundamenta en los planteamientos econométricos de William Greene en el apartado del modelo lineal. La investigación parte que la innovación impacta en el crecimiento económico de Huánuco.

Esto se confirma en el estado del arte del estudio. Por la naturaleza y tipología del estudio, se plantea el Modelo de Regresión Lineal Simple

Modelo de Regresión Lineal Simple

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_{1t} + \beta_2 X_{2t} + u_t$$

Donde:

| VARIABLES | PARÁMETROS |
|--|---|
| Y_t : Producto Bruto Interno de Huánuco en el período t. X_{1t} : Índice de innovación de productos turísticos en los sectores en el período t. X_{2t} : Índice de innovación de procesos turísticos en el período t. | β_0 : Parámetro de innovación de productos turísticos. β_1 : Parámetro de innovación de procesos turísticos. |
| u_t : Término de perturbación en el período t, incluye las demás variables que inciden sobre el PBI, pero que no se tiene en cuenta en esta investigación. Finalmente $Y_0 = Y_0$ cuando los índices de innovación de producto y proceso en los sectores sea iguales a cero tal como se fundamenta el supuesto del modelo. | u : Término de Perturbación. |

Dónde:

Y_t = Producto Bruto Interno de Huánuco en el período t.

X_{1t} = Índice de innovación de productos turísticos en los sectores en el período t. Asimismo, X_{2t} = Índice de innovación de procesos turísticos en el período t. Donde

u_t = Término de perturbación en el período t, incluye las demás variables que inciden sobre el PBI, pero que no se tiene en cuenta en esta investigación. Finalmente

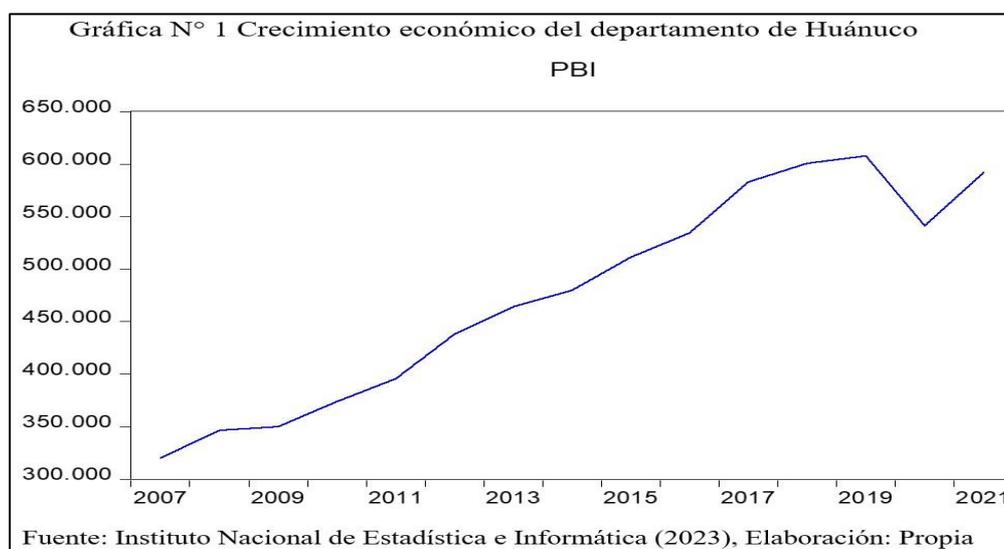
$Y_0 = Y_0$ cuando los índices de innovación de producto y proceso en los

sectores sea iguales a cero tal como se fundamenta el supuesto del modelo.

4.1.1 El crecimiento económico en cuestión

Los fundamentos teóricos y empíricos determinan que los enfoques del modelo Vega Centeno (2003) aboga la dinámica entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. Esta relación lo contrasta que los sistemas institucionales vistos en Vega establecen que la innovación es fundamental para generar crecimiento del producto bruto interno (PBI).

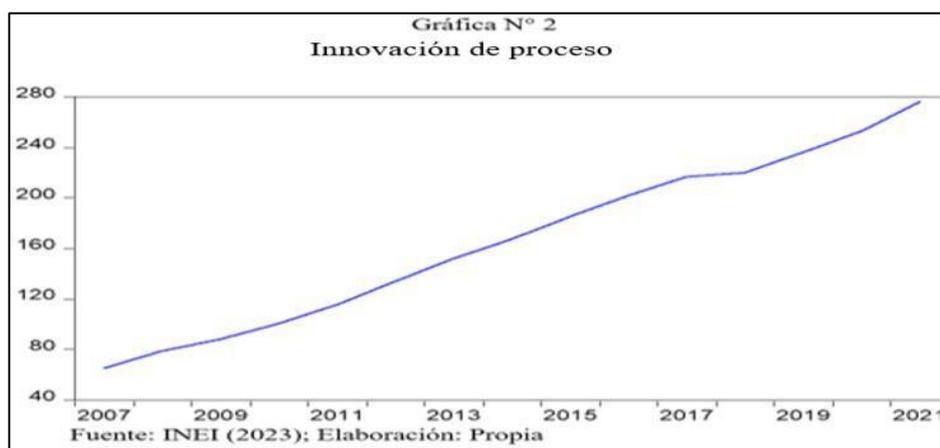
Es preciso destacar los resultados destacados son el reflejo de los datos del INEI (2023) donde evidencia que los factores productivos del sector turismo generan crecimiento económico tal como destaca en el estudio como teoría y evidencia empírica (véase gráfica) donde los años establecidos del crecimiento económico de Huánuco 2007 – 2020 demuestran sostenibilidad.



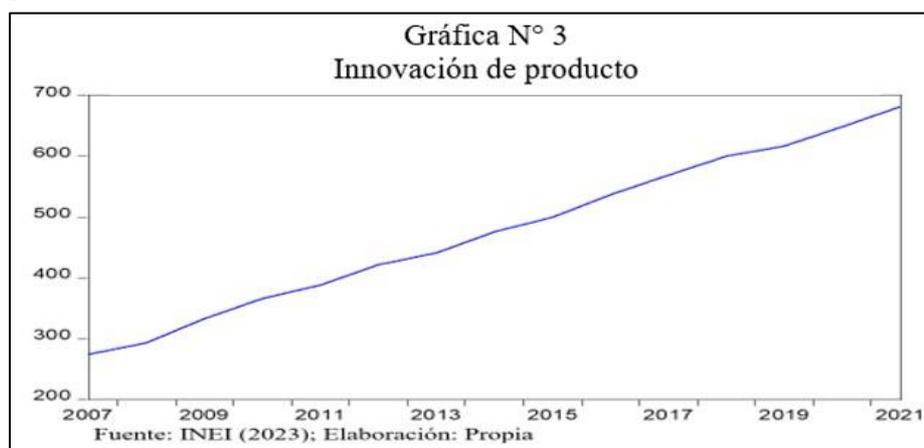
Los datos analizados del INEI (2023) evidencia que el crecimiento económico de Huánuco tuvo incidencias del sector turismo. Además, nos revela que los procesos de innovación en los recursos turísticos incidieron en el crecimiento económico. Cabe recordar que existen otros factores más influyentes del crecimiento económico. Este estudio pretende explicar desde la dinámica de los procesos de innovación de los recursos turísticos que involucra la producción de bienes y servicios. Recomendamos visualizar las genéricas de Vega (2003) para el análisis debido a que en estas reside el impulso institucional para ser más dinámica y precisamente esa es la secuencia seguida.

4.1.2 Evolución de la innovación de proceso y producto

El punto de partida es el modelo de Vega (2003) en su enfoque sostiene que los procesos de innovación inciden en el crecimiento de las economías. Precisamente en estas se dinamiza los procesos de innovación de producto y proceso del sector turismo durante los años evaluados en el distrito de Huánuco. Asimismo, la innovación de los recursos turísticos durante los años ha sido positivos y tiene una alta incidencia durante todos los periodos, tal como detalla los encuestados de la cual deriva los datos (véase gráfica N°2) para verificarse.



Ahora bien, en la gráfica N° 3 se ilustra los procesos de innovación de producto de los recursos turísticos del distrito. Un factor importantísimo que se refleja en los datos que proporciona los encuestados en el distrito de Huánuco. Los datos revelan que la innovación de proceso y producto son procesos que dan soporte al crecimiento del distrito y de la región en un horizonte de análisis de los años tal como revela los datos en la gráfica (véase datos del INEI)



4.1.3 Modelo general de la investigación

El modelo general de la investigación sintetiza la relación de las variables entre innovación de proceso y producto y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. Para tal propósito parte del enfoque de sistemas de innovación del marco institucional y el marco macroeconómico para derivar al enfoque de competencias y de desempeños de Vega Centeno. Asimismo, para justificar la relación del estudio se definió el estado del arte que define y establece la relación entre la innovación de recursos turísticos en proceso y producto y el crecimiento económico.

$$PBI_t = \beta_0 + \beta_1 I_t + \beta_2 R_t + \epsilon_t$$

El modelo anterior sostiene que PBI_t = Producto Bruto Interno en el período t. $INNPRODT$ = Innovación de productos turísticos en el periodo t. $INNPROCT$ = Innovación de procesos turísticos en el periodo t. ϵ_t = término de perturbación en el período t, se mantiene las demás variables que interviene en el PBI, y no se tiene en consideración en el modelo econométrico planteado = valor del Producto Bruto Interno

cuando todas las variables exógenas son iguales a cero $\beta_{1,2}$ = Pretende medir la sensibilidad del Producto Bruto Interno (PBI) ante las variaciones de las variables exógenas ($INNPRODT$, $INNPROCT$)

| Tabla N° 3 Modelo general de la investigación | | | | |
|--|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| Dependent Variable: PBI | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 07/09/2023 Time: 17:25 | | | | |
| Sample: 2000 2020 | | | | |
| Included observations: 21 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | 138.8355 | 21.69907 | 6.398224 | 0.0000 |
| INNPRODT | 7.694015 | 4.098847 | 1.877117 | 0.0768 |
| INNPROCT | 1.560424 | 1.247463 | 1.250878 | 0.2270 |
| R-squared | 0.906697 | Mean dependent var | 380.2137 | |
| Adjusted R-squared | 0.896330 | S.D. dependent var | 111.8590 | |
| S.E. of regression | 36.01610 | Akaike info criterion | 10.13737 | |
| Sum squared resid | 23348.87 | Schwarz criterion | 10.28659 | |
| Log likelihood | 103.4424 | Hannan-Quinn criter. | 10.16976 | |
| F-statistic | 87.46019 | Durbin-Watson stat | 0.250998 | |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |
| Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática; Elaboración: Propia | | | | |

Análisis y supuesto del modelo econométrico:

El modelo plantea el supuesto cuando la innovación de producto turísticos (INNPRODT), y la innovación de procesos turísticos (INNPROCT) son iguales a cero; es decir, $INNPRODT = 0$, $INNPROCT = 0$; respectivamente; el Producto Bruto Interno será igual a $PBI = 138.8355$

Asimismo, cuando innovación de producto turísticos (INNPRODT) aumenta en un millón de soles, el PBI aumenta en 7.694015 miles/millones de soles como se evidencia en la tabla anterior del modelo general de la investigación vista en la tabla.

Mientras tanto, cuando la innovación de procesos turísticos (INNPROCT) aumenta en un millón de soles, mientras tanto, el PBI disminuye en 1.560424 miles/millones de soles, así como se presenta en el modelo anterior, en resumen.

A luz de los resultados del modelo econométrico son los siguientes:

Vistos al modelo econométrico el resultado es más que elocuente, analizado en de R Cuadrado (R-Squared), es igual a (0.906697); eso sintetiza que la innovación de productos turísticos (INNPRODT), la innovación de procesos turísticos (INNPROCT) explica en 91% al producto bruto interno (PBI). Este apartado anterior corrobora lo que el modelo de modelo Vega Centeno (2003) sostiene. Donde el enfoque institucional debe articular políticas basadas en innovación sistémica, y esto debe partir desde el marco institucional para dar soporte al enfoque competencias y desempeños y objetivos (véase texto de Vega Centeno) y ser determinante en el crecimiento económico. Este último resultado confirma esa hipótesis.

Asimismo, otro indicador pertinente del modelo es el R Cuadrado Ajustado (Adjusted R-Squared), El R cuadrado ajustado, lo cual arroja el valor de (0.896330), esto nos resume que la variable exógena explica en (90%) a la variable endógena, ambos estadísticos son relativamente altos y significativos estadísticamente. Lo que desvela que el modelo de Vega (2003) planteado define y explica adecuadamente la relación de las variables exógenas sobre el PBI en materia de recursos turísticos.

4.1.4 Modelo específico de la investigación II

El modelo específico de la investigación sintetiza, en qué medida la variable exógena, en este caso la innovación de recurso turísticos de producto incide en el crecimiento económico del distrito de Huánuco según los datos proporcionados en la encuesta y el del INEI. Para tal propósito se plantea como los procesos de innovación turística son determinantes para acometer el incremento del PBI.

$$PBI_t = \beta_0 + \beta_1 INNOPRODT + \epsilon_t$$

Analizando las variables tenemos los siguientes supuestos:

PBI_t = Producto Bruto Interno en el período t.

$INNOPRODT_t$ = Innovación de producto en el período t.

ϵ_t = Término de perturbación en el período t, incluye las demás variables que se relacionan con el PBI, pero que no se tiene en cuenta en el estudio por los supuestos que postulamos.

β_0 = Producto Bruto Interno cuando las variables exógenas son iguales a cero.

Finalmente, β_1 miden la sensibilidad del PBI producto del cambio de las variaciones de las variables exógenas (Innovación de producto turístico).

| Tabla N° 4 Modelo de investigación II | | | | |
|---|-------------|-----------------------|-------------|----------|
| Dependent Variable: PBI | | | | |
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 07/28/2023 Time: 10: 25 | | | | |
| Sample: 2000 2020 | | | | |
| Included observations: 21 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | 151.8504 | 19.32283 | 7.858601 | 0.0000 |
| INNOPRODT | 12.67770 | 0.977082 | 12.97506 | 0.0000 |
| R-squared | 0.898587 | Mean dependent var | | 380.2137 |
| Adjusted R-squared | 0.893249 | S.D. dependent var | | 111.8590 |
| S.E. of regression | 36.54740 | Akaike info criterion | | 10.12549 |
| Sum squared resid | 25378.53 | Schwarz criterion | | 10.22497 |
| Log likelihood | 104.3176 | Hannan-Quinn criter. | | 10.14708 |
| F-statistic | 168.3521 | Durbin-Watson stat | | 0.445240 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |
| Fuente: BCRP (2023); INEI (2023); Elaboración: Propia | | | | |

Analizando los valores estimados, inferimos lo siguiente:

Cuando la variable innovación de productos turísticos es igual a cero; es decir, $INNOPRODT = 0$; el Producto Bruto Interno será igual a $PBI = 151.8504$. Esta relación evidencia que el resultado es significativo entre las variables elegidas. Asimismo, cuando la innovación de productos turísticos ($INNOPRODT$) aumenta en miles/millones de soles, el PBI aumenta en 12.67770 miles/millones. Analizando el modelo, los valores del resultado específico evidencia el apartado de la tabla, se concluye analíticamente lo siguiente vistos en el apartado:

A luz de los resultados de la variable se confirma que la innovación de productos turísticos ($INNOPRODT$) con su relación con el PBI analizando el R Cuadrado (R-Squared) arroja el valor de: (0.898587); este estadístico ayuda a explicar en un resultado en un 90% la variación del PBI. El resultado se contrasta con lo señalado por (Sala-I-Martin,1990) y Vega Centeno y proceso de innovación y cambio técnico explica el crecimiento económico por su intensidad en el aporte en el producto. Este último, advierte que el papel del Estado en la economía es fundamental mediante la gestión efectiva de procesos de innovación.

Para sintetizar la teoría, y la evidencia empírica relacionando el modelo de Vega (2003), el hallazgo de la variable exógena (innovación de productos turísticos), según como determina las bases teóricas en la mayoría de las referencias, simplificando para Huánuco referentes al tema de innovación de productos explican en un 90% la variación del crecimiento económico del Huánuco

Asimismo, otro indicador representativo derivado del R Cuadrado Ajustado (Adjusted R-Squared), arroja un valor (0.893249); pues ambos estadísticos son altos, lo que indica que el hallazgo del modelo planteado explica significativamente la variación de la variable exógena sobre (PBI). En ese sentido, la innovación de productos turísticos incide en el crecimiento económico. Esta incidencia del resultado abre el debate en reconocer la importancia de la reactivación en la importancia de la innovación en los diferentes sectores del sector turismo.

4.1.4.1 Modelo específico de la investigación III

Esta parte del planteamiento del modelo sintetiza que el crecimiento económico es explicado por la innovación de procesos turísticos (INNOPROCT). Esa relación se evidencia en las bases teóricas donde la experiencia internacional de la zona euro y de América Latina describen la relación. Tal como se desvela el crecimiento económico en el estado del arte para el modelo se plantea como sigue:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_2 \cdot \text{INNOPROCT}_t + \epsilon_t$$

Del modelo económico se postula lo siguiente:

Y_t = Producto Bruto Interno en el período t.

INNOPROCT_t = La innovación de procesos turísticos en el período t. En el supuesto se incluye ϵ_t que supone como el término de perturbación en el período t, incluye las demás variables que inciden sobre el PBI regional, pero no se tiene en

cuenta en la investigación, bajo el supuesto, se añade el parámetro β_0 como el producto bruto interno cuando las variables exógenas son iguales a cero. Finalmente, el parámetro (β_2) miden la sensibilidad del PBI ante las variaciones de las variables,

tal como se aborda con la teoría y el modelo, veamos el resultado.

| Dependent Variable: PBI | | | | |
|-------------------------------|-------------|-----------------------|-------------|----------|
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 07/30/2023 Time: 17: 12 | | | | |
| Sample: 2000 2020 | | | | |
| Included observations: 21 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| C | 127.4997 | 22.18276 | 5.747693 | 0.0000 |
| INNOPROCT | 3.836529 | 0.311902 | 12.30045 | 0.0000 |
| R-squared | 0.888433 | Mean dependent var | | 380.2137 |
| Adjusted R-squared | 0.882561 | S.D. dependent var | | 111.8590 |
| S.E. of regression | 38.33337 | Akaike info criterion | | 10.22091 |
| Sum squared resid | 27919.50 | Schwarz criterion | | 10.32039 |
| Log likelihood | 105.3196 | Hannan-Quinn criter. | | 10.24250 |
| F-statistic | 151.3011 | Durbin-Watson stat | | 0.271739 |
| Prob(F-statistic) | 0.000000 | | | |

Fuente: BCRP (2023); INEI (2023); Elaboración: Propia

Interpretando los valores estimados, tenemos que: i) cuando la innovación de procesos turísticos en el periodo t . $INNOPROCT = 0$. el Producto Bruto Interno es igual a $Y = 127.4997$, ii) cuando la innovación de procesos turísticos $INNOPROCT$ aumenta en uno por ciento (1%), el PBI aumenta en 3.836529 miles/millones de soles.

El R Cuadrado (R-Squared), es igual a 0.888433; podemos decir que el resultado del modelo estimado explica significativamente en un 89%. Es decir, la innovación de los procesos turísticos explica la variación en un 89% al crecimiento económico de Huánuco. Es decir, la innovación de procesos incluidas en el modelo, estadísticamente explican en 89% la variación de la variable (PBI). Del mismo modo, el R Cuadrado Ajustado (Adjusted R-Squared), tiene un valor de: 0.882561; ambos estadísticos son relativamente altos y significativos. Lo que indica que estadísticamente es significativo la contribución de innovación de procesos turísticos en el crecimiento económico.

4.1.5 Análisis de signos, significatividad individual y conjunta de los modelos

Esta relación evidencia que los signos de los coeficientes estimados para cada uno de los modelos, concluimos que estos están de acorde a los signos que nos proporciona la teoría económica; la existencia de una relación positiva entre las variables exógenas y la variable endógena detallados en el estudio.

Por otro lado, en cuanto al análisis de significancia individual de los coeficientes estimados por cada uno de los modelos realizados mediante la Prueba “t-Student”, arroja que los coeficientes asociados a las variables exógenas, son estadísticamente significativos al explicar en 88%. Cada uno de estos coeficientes estimados ayudan a explicar individualmente la variable endógena, en cada modelo; y por lo tanto deben permanecer en el modelo.

De igual forma, el análisis de significatividad conjunta, realizados mediante la Prueba “F-Snedecor”, para cada uno de los modelos; arroja que conjuntamente los dos (un) coeficiente(s) estimado(s) correspondiente(s) a la variable(s) exógena(s), son estadísticamente significativos al 88% de confianza, para explica el PBI de Huánuco.

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

Desde la perspectiva de los resultados de la regresión, es preciso resaltar el R Cuadrado (R-Squared). El valor es igual a (0.906697), entre otros resalta el de signos de coeficientes estimados. Efectivamente, eso nos conduce a concluir que la innovación de producto, proceso es determinante para el crecimiento económico de Huánuco por la introducción de los rendimientos crecientes de los procesos de innovación por la externalidad de la gestión de capital del conocimiento para idear los procesos de gestión para generar innovación en productos turísticos.

En ese sentido, es pertinente reconocer que un proceso de innovación de producto y proceso del tipo de Vega Centeno (2003), es una referencia del estudio como punto de partida, para dar cuenta la importancia de los procesos de innovación de los espacios turísticos de Huánuco, específicamente de innovación de producto y proceso por su presencia en el mercado como aceptación de innovación.

Asimismo, la innovación de productos turísticos en contraste con la encuesta tiene un valor de 89% como indicador estadístico, es significativo desde diferentes puntos de vista en términos de resultados alcanzados. La evidencia internacional en la innovación demuestra ser consistente en que los procesos de innovación turística inciden en el crecimiento sostenido de producto. Toda la relación de la síntesis anterior contrasta con los resultados de estudios de; Segarra, Peiró (2011), Cànoves, Prat, Blanco (2012), Torres, Grossman (2018) Velázquez, Cruz, Vargas (2018), Huertas, Muñoz (2017), Sanz, Ruiz, Pérez, Hernández (2013), Avila (2018), Nolzco, Sandoval, Salvador (2019), Ninasaume, Cardenas, Marcas (2019) en la cual determinan su alta relación de los espacios turísticos incide en el PBI.

Finalmente, los apartados anteriores se contrastan con los hallazgos obtenidos de las investigaciones de: Sanz, Ruiz, Pérez, Hernández (2013), Avila (2018) en la cual se mencionan que la innovación es la fuente de crecimiento del PBI. Una evidencia elocuente al respecto es si bien la innovación es importante en la producción de bienes y servicios, hay indicios de la variable analizada por Ninasaume, Cardenas, Marcas (2019) en innovación de producto y proceso turístico dan soporte a la sostenibilidad.

5.1.1 Contrastación de hipótesis del estudio

La base teórica de la literatura económica determina solidez en las teorías de innovación y crecimiento económico en el universo del análisis de los fundamentos marco del modelo de Vega Centeno (2003) analizada en la innovación y su impacto del crecimiento económico de Huánuco se contrasta que:

De la solidez de la base teórica y datos y otros autores en el que la relación donde la variable exógena explica a la endógena concluye como significativa por los altos valores de estadístico de R^2 ecuación general y específica. En caso haya dudas Echarle un vistazo el estado del arte de estudio, identificando los puntos de partida al esquema de Vega Centeno en caso haya discrepancias desde otra óptica. Los resultados de la regresión responden concretamente al supuesto del modelo y la variable tomada.

Hipótesis General:

Se acepta la hipótesis **H1**: El conocimiento del capital humano en recursos turísticos tiene alta relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: analizada según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

5.1.1.1 Las hipótesis específicas

5.1.1.2 Hipótesis específica 1

Se acepta la hipótesis **H1**: Los procesos de innovación en productos turísticos tiene alta y significativa relación en el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

5.1.1.3 Hipótesis específica 2

Se acepta la hipótesis **H1**: El conocimiento en la innovación de procesos turísticos tiene alta relación y explica adecuadamente al crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 – 2020.

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como propósito identificar y detallar los recursos e innovación turística, y su influencia en el crecimiento económico de Huánuco; desde la perspectiva del enfoque de Vega Centeno. Para ello se postuló que los procesos de innovación parte del marco institucional para dar soporte al enfoque de desempeños y objetivos visto en Vega (2003).

La conclusión general es que la innovación de recursos turísticos no es un hecho aislado, por lo contrario, son resultados de un conjunto de competencias y desempeños del capital humano, tal como revela en los resultados del estudio por activa y pasiva de la data y las encuestas en su relación al crecimiento económico.

La primera conclusión específica es que los procesos de innovación de productos turísticos en contextos de restricciones por el poco soporte de los principales sectores del poder ejecutivo son influyentes en el crecimiento económico de Huánuco, por factores de promoción privada. Este último factor influyente contrasta con lo señalado por Vega Centeno (2003) un sector relacionado por la inserción entre sector público y privada externaliza los productos y por ende un producto diferente tiene presencia en el mercado de Huánuco.

La innovación de procesos turísticos ha sido uno de los temas más importantes de la investigación por su principal atracción en Huánuco, debido a que expone una amplia gama de alternativas de mejora institucional y su influencia en los procesos de toma de decisiones y su crecimiento del PBI. Es importante notar que la definición de innovación de recursos turísticos debe ser tomado con pinzas, a afectos de proponer una recomendación en los procesos de innovación institucional. Sin embargo, en términos de innovación en el sector turismo no ha tenido resultados en los últimos años debido al poco enfoque de mejora tomada por los sectores de MINCETUR regional, de todas maneras, su influencia es positiva, lo poco que se dinamizo, por lo que urge realizar trabajos por los réditos y los mecanismos de innovación en la gestión de capital humano como soporte al sector.

RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS

A la luz de los resultados de la investigación, recomendamos a los diferentes sectores institucionales del sector turismo (MICETUR) Huánuco establecer políticas de innovación en recursos productos y productos turísticos, ubicando los puntos de partida de Vega Centeno (2003) para impactar en el blanco de las políticas. Asimismo, recomendamos hacer gestión de capital del conocimiento en los sectores estratégicos de las áreas de MINCETUR regional para consensuar los proyectos de inversión en los sectores prioritarios de productos turísticos.

A la luz de los resultados obtenidos, se recomienda hacer otros estudios no sólo de innovación en recursos turísticos. Sería interesante analizar la innovación en turismo, pero desde la perspectiva de la innovación abierta, comunicación y administrativa. Dado que este último son los que mayores réditos ha tenido en el contexto internacional para innovar en producto y proceso. Sería pertinente detallar variables como vigilancia tecnológica, uso de las tecnologías en proceso de actividad turística. Recomendamos usar otros programas para incorporar más variables y espero sea este estudio el punto de partida para buscar alternativas de mejora en Huánuco. Hasta el momento todavía no existe ninguna línea de base de estudio en el sector. Un llamado de atención al sector académico (UNHEVAL) en cuanto a su contribución.

Finalmente, se recomienda diagnosticar, identificar y diseñar estrategias audaces que permitan involucrar al sector institucional (MINCETUR) para formular los proyectos de innovación en actividades turísticas basados en innovación de proceso. Asimismo, se recomienda investigar los aspectos relacionados en conocimiento tecnológico y el capital humano para fortalecer la experticia en procesos técnicamente eficientes en turismo. Sería una motivación desarrollar proyectos de innovación de producto, algo digno como para una publicación internacional donde la UHEVAL sea el que lidera para el SCOPUS.

Bibliografía

- Aarts, N., & Leeuwis, C. (2002). *Conflict, Communication and Space for Change in Complex Problem Situations*. University of Wageningen.
- Acosta Ballesteros, J., & Bethencourt Marrero, C. (2012). Modelos de Crecimiento Endogeno. En F. P. Tallo, *Políticas Públicas y el Crecimiento Endogeno* (pág. 16). Madrid: Madrid.
- Aghion & Howitt. (Marzo de 1992). A Model of Growth through Creative Destruction. *Econometrica*, 60 (2).
- Aguilar, M. (2017). Indicators for science, technology and innovation innovation in Venezuela and its impact on the devolotment of public policies. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*.
- Albaladejo, P., & Martínez, M. (2021). Un endógeno basado en I + D crecimiento modelo de turismo internacional. *SCOPUS*, 5.
- Albornoz , P., & Ascayo, J. (Martes de 11 de 2017). Crecimiento endogeno. *La relacion de la inversion en I+D y el capital humano*. Huanuco, Huanuco, Perú.
- Albújar, R. (2012). *Medición del impacto en la economía de la inversión en infraestructura público-privada en países en vías de desarrollo Aplicación a la economía peruana*. España.
- Altimira, R., & Muñoz, X. (2016). *El turismo como motor de crecimiento* .
- Alvarez, J., & Hatakeyama, K. (2015). Transferencia Tecnológica desde Institutos Públicos de Investigación (IPIs) en el Perú. *ALTEC*, (págs. 5, 6). Mexico.
- Andrew, A., & Bernanke, B. (2004). *Macroeconomía: Macroeconomics, Update Edition, 4th Edition by ABEL, Andrew B.; BERNANKE, Ben S.* España .
- Ariza, R., & Martha, T. (2016). Gestión e innovación del turismo en el Caribe Colombiano.
- Avila, F. (2018). Innovación Organizacional de las agencias de viaje y turismo agremiadas y no agremiadas en Miraflores . *USIL*.
- Banco Mundial . (2021). *Exportaciones de productos de alta tecnología (US\$ a precios actuales)*. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de Banco Mundial: <http://datos.bancomundial.org/indicador/TX.VAL.TECH.CD>

- Barbosa, M., & Dominique, S. (2017). *Innovación de los procesos; _Diferenciación en los servicios turísticos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180724056009.pdf>
- Barbosa, S., Paiva, R. D., Sequeira, F., & Ponciano, F. (2017). Gestión de la innovación tecnológica: Estudio de caso multiple en las empresas de base tecnológica. *ALTEC*.
- Barro, R., & Sala-i-Martin, X. (1995). *Economic Growth*. London, England: The MIT press Cambridge, Massachusets.
- Beheiry, S., Simpson, S., Nelson, M., Chaurasia, S., Qadri, Y., & Srivastava, F. (Lunes de Agosto de 2020). *SCOPUS Nanotechnology in sustainable agriculture: studies from seed priming to post-harvest management*. Obtenido de Nanotechnology in sustainable agriculture: studies from seed priming to post-harvest management: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85081009381&doi=10.1016%2fj.jclepro.2020.120836&partnerID=40&md5=94fe5d1943fe3a1e80277cdb9a82f44b>
- Bello Alfaro, J. L. (2012). Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/154/bello_aj.pdf?sequence=1
- Bhutani, V., Karthikeyan, S., Devi, G., Yasoda, S., & Kishore, M. (Sabado de Agosto de 2020). *Advances in controlled release pesticide formulations: Prospects to safer integrated pest management and sustainable agriculture*. Obtenido de Advances in controlled release pesticide formulations: Prospects to safer integrated pest management and sustainable agriculture: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85081009381&doi=10.1016%2fj.jclepro.2020.120836&partnerID=40&md5=94fe5d1943fe3a1e80277cdb9a82f44b>
- Blanchard, O., & Johnson, D. (200 - 2012). *Macroeconomía* .
- Bocher, M., & Krott, M. (2021). La ciencia hace girar al mundo: éxito científico transferencia de conocimiento para el medio ambiente. *SCOPUS*.
- Buhalis, D., Gallego, J., Mata, J., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., . . . Ruiz, P. (2015). *Introducción al turismo*. Obtenido de

<http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/299/1/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20%281%29.pdf>

- Cáceres, R., Mauricio, & Torres, J. S. (2017). Características para la medición de los facilitadores de gestión como componentes de la capacidad de innovación. *SCOPUS (Elsier,2020)*, 8,9.
- Calderón, F., Asmat, D., & Carretero, A. (2021). Turismo sostenible y energías renovables: binomio para el desarrollo local en Cocachimba, Amazonas, Perú. *SCOPUS*.
- Calderón, G., Duarte, G., Luna, S., Valladares, L., Grandez, R., Priego, S. C., . . . Hinostroza, E. (2021). Managment innovation . *SCOPUS*, 11.
- Cànoves, G., Prat, J., & Blanco, A. (2012). *Turismo en la playa, mas alla del sol y de la playa, evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural* . Obtenido de <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/2289/2189>
- Cardenas, I., & Luyo, L. (2017). Desarrollo profesional y calidad de servicios en el distrito de Cerro Azul de la provincia de Cañete. *PROM*.
- Castaño, S. (2012). Innovation and R&D Policy: the Case of Transforming Sector and Business Services Sector. *SCOPUS*.
- Chao, C., Hazari, B., & Sgro, P. (2021). Turismo y económico desarrollo en un efectivoen-avance de la economía. *SCOPUS*.
- Chibilyova, V., Sviatokha, N., & Filimonova, I. (2021). nnovador potencial del ámbito turístico-recreativo en las regiones esteparias de Rusia en condiciones de los retos actuales. *SCOPUS*.
- Chirinos, R. (2007). *Determinantes del crecimiento económico: Una revisión de la literatura existente y estimaciones para el período 1960 - 2000*. Lima: Working Paper Series.
- Chryssopoulos, R. L., Esquivel, R. M., & Retana, L. F. (2017). Evolución de los modelos de innovación. *ALTEC*, 10.
- Citlalli, G., López-Torres, Guzmán, G. M., Ramírez, R. G., & Pinzón, Y. (2015). Colaboración y actividades de innovación en Pymes. *SCOPUS*, 4.
- Collazos, Z., Palacio, C., Muñoz, T., & Zuniga, C. (2020). Innovaciones de procesos en empresas turísticas. *SCOPUS*.

- Concytec. (12 de Setiembre de 2016). *Política Nacional para el Desarrollo de la Ciencia*,. Obtenido de Política Nacional para el Desarrollo de la Ciencia,: <https://portal.concytec.gob.pe/>
- Copeland. (2021). Turismo, bienestar y desindustrialización en una pequeña economía abierta. *SCOPUS*.
- Cordova, S., Parian, S., Soto, P., & Pachas, M. (2021). Managment Innovation Agriculture. *SCOPUS*, 7.
- Cruzado, C., & Tostes, M. (2017). Evaluación del modelo de gestion de los centros de innovación tecnológica: El rol de la oficina técnica de los centros de innovación tecnológica en el periodo 2006 al 2012. *Altec*.
- Cruzado, E., & Tostes, M. (2017). Evaluación del modelo de gestion de los centros de innovación tecnológica: El rol de la oficina técnica de los centros de innovación tecnológica del periodo 2000 - 2012 . *ALTEC*, 10.
- Damian, I., & Suárez, F. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura EGADE Business School, Tecnológico de Monterrey (México). *OmniaScience*.
- Dancour, O. (2016). *Las vacas flacas en la economía peruana*. Lima : PUCP.
- De Gregorio, J. (2007). *Macroeconomía, teoria y políticas*. Chile: Pearson educación.
- Elsevier, S. (Viernes de 01 de 2021). *Manual de estadísticas de patentes*. Obtenido de Obtenido de <https://www.scopus.com>
- Errichiello, L., & Micera, R. (2021). Una perspectiva de procesos inteligentes turismo gobernanza del destino. *SCOPUS*.
- Esquivel, R. M., Fonseca, L., & Chryssopoulos, R. L. (2017). Evolución de los modelos en los procesos de innovación . *ALTEC*, 8.
- Fernández, A., López, M., & Perles, F. (2016). Situación de la actividad turistica en España: Ante nuevos records y retos . 6.
- Fernández, G. O., & Baca, L. E. (23 de Mayo de 2016). *Primer Censo Nacional de Investigación, Desarrollo e Innovación 2016*. Obtenido de Primer Censo Nacional de Investigación, Desarrollo e Innovación 2016: <http://portal.concytec.gob.pe/index.php/publicaciones/censo-nacional-id>
- Figueroa, A. (2001). *Ciencia y desarrollo; el papel de la ciencia económica* . Obtenido de Ciencia y desarrollo; el papel de la ciencia económica : <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD202.pdf>

- Fraiz, A. (2015). La constante evolución del turismo: innovación, tecnología nuevos productos y experiencias. *Revista de patrimonio y turismo cultural* .
- Frenkel, R. (Agosto de 2008). Obtenido de [www.repositorio-de-tesis-argentina](http://www.repositorio-de-tesis-argentina.com)
- Frey, C. (2019). *The Technology Trap: Capital, Labor, and Power in the Age of Automation*. Unitates States : Princeton University.
- Fu, Y., Baker, D., & Zhang, L. (2020). Ingeniería de un Mundo Universidad de la clase? El impacto de Taiwán Mundo Proyecto Universitario de Clase en Científico Productividad. *SCOPUS*.
- Galeano, C., Romer, E., & Eduardo, L. (2015). Innovación social en las pequeñas ciudades: Un enfoque para la construcción participativa de políticas basadas en redes ciudadanas. *ALTEC*, 3.
- Garavito, D. (2016). *Diseño de un modelo de vigilancia tecnológica como herramienta para la gestión de la innovación en las pymes del sector turístico del golfo de Morrosquillo, departamento de Sucre*. Obtenido de Diseño de un modelo de vigilancia tecnológica como herramienta para la gestión de la innovación en las pymes del sector turístico del golfo de Morrosquillo, departamento de Sucre: <http://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/3439/0072982.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gervaz, C. (2015). *Co - Movimientos en el producto bruto interno*. Obtenido de Co - Movimientos en el producto bruto interno: <file:///C:/Users/Yisus/Downloads/Dialnet-CoMovimientosEnElProductoBrutoInterno-3183558.pdf>
- Gonzales, D., Diaz, E., Alayza, B., & Moscoso, R. (2017). Perspectivas de los sistemas de innovación en la amazonia peruana: Un estudio de caso. *Altec*.
- González, M., & Molina, M. (2017). Science and technology assessment: a review of their indicators. *SCOPUS*, 13.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. (2010). *Econometría*. México: McGraw-Hill .
- Hartmann, M., Hammond, D., & Robert Jones, e. a. (2018). Actividad científica - Bibliometria . *SCOPUS*, 5.
- Hernández, A. (22 de Noviembre de 2010). Obtenido de <http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/9731/1/277.pdf>

- Hernandez, E. (1991). *Planificación turística "Un enfoque metodológico"*. México: UNAM.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta ed.). México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Hernández, S., & Pérez, C. D. (2018). Innovación para el desarrollo inclusivo: Una propuesta para su análisis. *ALTEC*, 8.
- Hjalager, A. (2021). 100 Innovations That Transformed Tourism. *SCOPUS*.
- Huertas, C., & Muñoz, Y. (2017). Avances en el "turismo para todos" En Colombia: caso ruta del sur como ejemplo de innovación social liderado por las comunidades afrodescendientes. *ALTEC*.
- Hurtado, A., & Wadson, P. (2019). Economic growth, poverty and human development in Peru. *SCIVAL*.
- Ismodes, E. (2006). *Países sin futuro: ¿Qué puede hacer la universidad?* Lima: PUCP.
- Jansa, S. (2010). Resumen de Manual de Oslo sobre innovación . *Oficina de transferencia de resultados de la investigación OTRI*, 5.
- Jasso, J., Carmen, M. d., & Nuñez, I. (2015). Innovación y desarrollo: una valoración del pensamiento teórico Latinoamericano. *Altec*, 8.
- Jimenez, F. (2006). *Macroeconomía : enfoques y modelos* (Vol. 1). Lima: PUCP. Fondo Editorial.
- Jimenez, F. (agosto de 2010). *trabajo de investigacion*. Obtenido de <http://www.pucp.edu.pe/departamento/economia/images/documentos/DDD288.pdf>
- Kose, A., & Soto, L. (2008). *Sin comparación: segun todos los indicadores: la actual recesión mundial y la mas profunda* . Obtenido de Sin comparación: segun todos los indicadores: la actual recesión mundial y la mas profunda : <https://d1wqtxtslxzle7.cloudfront.net/34876623/basics-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1635525054&Signature=I3bQCadTkG2WebyGl0GJ-MHYn0sEZBknlH5HQbPbJjVeIUa9zanLbxaKv7ITc6ft3NtvWaUdn~4mbIVHLDSpxnb-jebimhb29HvnsPZJ~dLc60TRWPQ9-0RUB8xyPTUdIyaBkdBUmTFDAJRz77S70>

- Liu, L., Tan, R., QPeng, Zhang, J., Zhao, B., & Li, X. (2021). Producto innovación basado en la recombinación de tecnología. *SCOPUS*, 10.
- Luyo, J. (2017). Ciencia, Tecnología e Innovación: determinantes del crecimiento económico sostenible de los países. *Paradigmas* .
- Mankiw, N. G. (2002). *Macroeconomía* (4ed ed.). Barcelona: Antoni Bosch.
- Mendes, L., Liberato, P., & Barreira, P. (2021). Comida turismo, un estudio exploratorio en el contexto portugués][Turismo alimentar, um estudo exploratório no contexto Português]. *SCOPUS*.
- Mendoza, W. (2006). *Macroeconomía : un marco de análisis para una economía pequeña y abierta*. Lima: PUCP. Fondo Editorial.
- MINCETUR. (17 de junio de 2018). Lima. Obtenido de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/208877/GUIA_PERTUR.PDF
- Moheno, M., González, C., & Cruz, C. (2021). Socio técnico innovación en la comunidad turismo organizaciones: una propuesta de desarrollo local. *SCOPUS*.
- Montoya, M. (2011). *Políticas para impulsar la ciencia, tecnología y la innovación tecnológica en el Perú*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Mullin Consulting. (2002). *Un Análisis del Sistema Peruano de Innovación*. Lima: Mullin .
- Ninasaume, S., Cardenas, L., & Marcas, F. (2019). Calidad de servicio y diversidad cultural en parque zonal Chavin de Huantar, Quilmana 2019.
- Nolazco, F., Sandoval, J., & Salvador, C. (2019). Percepción y fomento del turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná Cañete, Lima -Perú. *INNOVA Reshearch journal* .
- OECD. (2014). *Main Science and Technology Indicators*. http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/main-science-and-technology-indicators_2304277x.
- Ojeda, A., Uribe, P., Parejo, D. J., Celedon, A., Castellanos, A., Benitez, F., . . . Mariño, J. (Sabado de Junio de 2021). *Gestion organizacional, sustentabilidad, sustentabilidad, innovación y emprendimiento en America Latina*. Obtenido de Google academic: https://www.researchgate.net/profile/Martin-Leon-Santiesteban/publication/344827443_MODELO_DE_DESARROLLO_TURI

STICO_SOSTENIBLE_EL_CASO_DE_BAHIA_DE_ALTATA_MEXICO/links/5f922e03299bf1b53e3d80d6/MODELO-DE-DESARROLLO-TURISTICO-SOSTENIBLE-EL-CASO-DE-BAHIA-DE-AL

- Olayza, B. (2019). *CXambio de paradigmas de comunicación e innovación*. Lima .
- OMT. (Sabdo de Junio de 2021). *Turismo Internacional*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo, Anuario de estadísticas de turismo:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/ST.INT.RCPT.XP.ZS?view=chart>
- Oppenheimer, A. (2014). *"Crear o Morir" La esperanza de América Latina y las cinco claves de la Innovación*. United States .
- Ortegón, E. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Panfiluk, E. (2021). Gestión de la región turística-identificación de los determinantes de la innovación . *SCOPUS*.
- Parodi, C. (sefe de ss de sss). dxdd. ssss, pág. ssss.
- PCM-PERU. (2002). *Acuerdo Nacional*. Lima: PCM.
- PENTUR. (2018). Síntesis para la puesta en operación " Descripción turística del Perú: Situación actual y potencial. *Web Of Science* , 10.
- Peralta, J. (2020). Análisis de convergencia para el caso peruano en el periodo 2007-2017. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía | ISSN impreso*.
- Perea, H. (2016). Macroeconomía introducción. En N. d. BCRP, *Producto Bruto Interno* (pág. 9). Lima : BCRP.
- Perez, C. (2001). Cambio tecnologico y oportunidades de desarrollo como blanco movil. En CEPAL (Ed.), *Seminario: La Teoría del Desarrollo en los Albores del Siglo XXI*. Santiago de Chile. Obtenido de
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/34861/1/S2001538_es.pdf
- PERU 21. (29 de Marzo de 2013). *Exportación aportó un 14% al PBI*. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de PERU 21: <http://peru21.pe/economia/exportacion-aporto-14-al-pbi-2123967>
- PRODUCE. (2015). *Plan de Diversificación Productiva*. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de PRODUCE:
<http://www.produce.gob.pe/images/stories/Repositorio/publicaciones/plan-nacional-de-diversificacion-productiva.pdf>

- RICYT. (27 de Junio de 2021). *Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología, Iberoamericana e Interamericana*. Obtenido de <http://www.ricyt.org/category/indicadores/>
- Rigol, L. (2009). *Conceptualización de la demanda turística*. Cuba: Ciencias Holguin. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517987002.pdf>
- Rincon E, Leon J & Cortomoto. (2014). *La innovacion y el cambio tecnologico desde la perspectiva de la mesoeconomia*. Investigacion Cientifica, Universidad de Zulia, Venezuela.
- Roca, R. (2010). Introducción a la Macroeconomía. En R. H. Garay, *Nivel de Producción y la Demanda Agregada de una Economía Abierta* (pág. 4). Lima : UNMS.
- Rodriguez, H., & Barr, P. (Miercoles de Julio de 2015). *Relación entre el crecimiento económico y el desarrollo de las telecomunicaciones en el Perú entre los años 2003 - 2012*. Obtenido de PUCP: <https://www-scopus-com.ezproxybib.pucp.edu.pe/results/results.uri?numberOfFields=0&src=s&clickedLink=&edit=&editSaveSearch=&origin=searchbasic&authorTab=&affiliationTab=&advancedTab=&scint=1&menu=search&tablin=&searchterm1=scientific+productivity+by+publi>
- Rojas, A., & Vizcarra, L. (2019). El producto bruto interno y su relación con los ingresos tributarios en el Peru 2008 - 2018. *Quipukamayoc*, 3.
- Romer, D., & Chumpeter, J. (11 de Mayo de 2006). *Macroeconomia Avanzada*. Obtenido de Departamento de economia PUCP: <https://www.pinterest.com/pin/438256607470431015/>
- Rosas, A., & Tostes, M. (2017). El rol de los fondos concursables en la gestión del sistema nacional de innovación: En el caso de Incagro. *ALTEC*, 8.
- Rosas, J. W. (2019). Gestión del producto turístico y su impacto en la satisfacción de los turistas y excursionistas: Lunahuaná, 2018.
- Rozo, E. (2016). Innovation and Product Development in Tourism. *Web Of Science*.
- Rueda, M., & Sanchez, M. (2017). Características para la medición de los facilitadores de gestión como componentes de la capacidad de la innovación. *Altec*, 5,7.
- Sagasti, F. (Martes de Noviembre de 2018). *Perspectivas en la ciencia tecnologia e innovación en el Perú*. Obtenido de Perspectivas en la ciencia tecnologia e

- innovación en el Perú: <https://docplayer.es/5332557-Francisco-sagasti-lista-de-publicaciones-francisco-sagasti-publications-list.html>
- Sala-i-Martin, X. (1999). *Apuntes de crecimiento economico*. Barcelona - España: Antoni Bosch.
- Saldaña, L., & Velásquez, M. (setiembre de 2007). Obtenido de www.bcrp.gob.pe: <http://cies.org.pe/sites/default/files/files/diagnosticoypropuesta/archivos/dyp-35.pdf>
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (1989). *Macroeconomía con aplicaciones en macroeconomía*. Mexico: McGrawHill.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2000). *Macroeconomía*. España.
- Sánchez, J. E., & Romero, G. N. (miercoles de octubre de 2013). Incidencia del PBI, la tasa activa y la liquidez del sistema financiero como factores de la evolución del crédito privado en el Perú 2000-2012. Chiclayo, Chiclayo, Perú.
- Sánchez, M., & Cardona, J. (2016). Gestión de la Innovación Turística basada en los Eventos Musicales: El Caso de Ibiza. *RAITES*.
- Sandoval, J. (2019). Plan de turismo alternativo en el distrito de Lunahuaná provincia de Cañete. 13.
- Sanguinetti Duarte, P. C. (---- de Agosto de 2009). *Economia.puc.cl/docs/tesis_psanguinetti*. Obtenido de http://www.economia.puc.cl/docs/tesis_psanguinetti.pdf
- Sanz, S., Ruiz, C., Pérez, I., & Hernández, B. (2013). Influencia de la cultura en el comportamiento de compra online de productos turísticos El caso de España y Méxic. *innovar*.
- Schumpeter, J. (1968). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Madrid: Aguilar.
- Segarra, L. M., & Peiró, Á. (2011). *How to rate Ecoinnovation? A tourism sector indicator's analysis*. Obtenido de How to rate Ecoinnovation? A tourism sector indicator's analysis: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/60736/Como%20medimos%20ecoinnovacion%20%202011%205%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sotelo, B. (2018). Diversificación e innovación del producto turístico y su relación con la demanda del distrito de Lunahuaná.
- Torres, R., & Grossman, F. (2018). *Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de

- Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721638005.pdf>
- Tostes, M., Nadramija, N., & Sanabria, C. (Octubre de 2017). *Desarrollo de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica*. Obtenido de Desarrollo de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica : <http://www.pucp.edu.pe/profesor/marta-tostes-vieira>
- Tsaih, R., & Hsu, C. (2020). Inteligencia artificial en turismo inteligente: un marco conceptual. *SCOPUS*.
- UNCTAD. (2011). *Examen de las Políticas de Ciencia, Tecnología e Innovación: Perú*. Lima: ONU.
- UNESCO. (2016). *Manual de Oslo* (Tercera ed.). (G. Tragsa, Trad.) OECD / European Communities. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD Oslo Manual05_spa.pdf
- Urrelo, R. (2000). *Capital Conocimiento "Ciencia y Tecnología para el desarrollo"*. Lima: Fondo Editorial del congreso del Perú.
- Valeri, M., & Baggio, R. (2021). Una reflexión crítica sobre la adopción de blockchain en turismo. *SCOPUS*, 9.
- Vara, A. (2012). *7 Pasos para un tesis existosa*. Lima: San Martin de Porres.
- Vargas, R. A., Andrés, M. F., & Agramunt, L. F. (2015). Tecnológica, Gestión del Conocimiento en los Procesos de Internacionalización de Empresas Latinoamericanas de Base. *SCOPUS*, 3,4,7.
- Vega, M. (2003). *El Desarrollo Esquivo "Intentos y logros parciales de transformaciones economicas y tecnologicas en el Peru(1970-2000)*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Catolica del Peru.
- Velásquez, J., & Flores, P. (2017). Gestión de la innovación para sustentabilidad en el turismo: una revisión teórica para el sector hotelero. *Espaces*.
- Velázquez, J., Cruz, E., & Vargas, E. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*.
- Velez, C., Alejo, O., Tafur, G., & Bustamante, M. (2021). Analysis of tourist satisfaction in relation to technological factors and self-management of information][Análisis de la satisfacción del turista con relación a factores tecnológicos y la autogestión de la información. *SCOPUS*, 12.

- Wooldridge, J. M. (2010). *Introducción a la econometría, Un enfoque moderno*. México: Cengage Learning.
- Xiang, X., Fesenmaier, D., & Werthner, H. (2021). Creación de conocimiento en tecnologías de la información y turismo: una reflexión crítica y una perspectiva para el futuro. *SCOPUS* .
- Zuñiga, A. (2015). Nudos en la Ciencia tecnología e Innovación en el IPEN. *Investigación Eficiente, Eficaz*, 4-7.

ANEXOS

8.1 CARTA DE PRESENTACIÓN

Huánuco, 20 de noviembre del 2022.

Mg. Mendoza Urbina, Fernando Javier

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarnos con usted para expresarle mi cordial saludo y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo egresados de la carrera de economía, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación.

El título del Proyecto es: Relación entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno 2007 - 2020, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas relacionados a la línea de investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Matriz de consistencia/categorización
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Instrumento (ficha técnica).

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

8.2 Matriz de consistencia

| MATRIZ DE | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|--|--|--|--|---|------------------------------------|--------------------------|---|--|--|
| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | VARIABLES | | DIMENSIONES | SUB DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN | UNIDAD DE MEDIDA | | | | | | |
| ¿Cuáles son los factores que están presentes en la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020? | Determinar esos factores que están presentes en la relación entre recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020. | VARIABLE DEPENDIENTE | Crecimiento Económico | Producto Bruto Interno (PBI) | Demanda agregada | Valor de la demanda de los agentes nacionales | Es una investigación cuantitativamente por que se medirá Innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. | El Nuevo Sol (S/.) como unidad monetaria de curso legal en el Perú | | | | | | |
| | | | | | | Ingreso per-cápita y pago de factores en S/. | | | | | | | | |
| | | | | | | Gasto en la producción de los factores | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor del PBI industrial por renovación tecnológica | | | | | | | | |
| | | | | | | Gasto per - cápita en PBI con alta tecnología | | | | | | | | |
| | | | | | | Gasto de inversión en proyectos turísticos | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor monetario dedicados a proyectos de innovación. | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor de la inversión en proyectos con innovación | | | | | | | | |
| | | | | | Inversión | Valor de la inversión en del sector turismo | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor de la inversión en capital físico | | | | | | | | |
| | | | | | | Producción con valor agregado | | | Valor de la producción con valor agregado e intensivo en tecnología | | | | | |
| | | | | | | | | | Valor de los productos con alta tecnología en el sector turismo. | | | | | |
| | | | | | Producción turística | Valor de la exportación de productos de capital | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor de la oferta turística de los MYPES | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor del consumo en productos culinarios | | | | | | | | |
| | | | | | | Valor del ingreso de turistas | | | | | | | | |
| ¿Cuál es la relación entre innovación de productos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020? | Determinar la relación entre la innovación de productos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020. | VARIABLE INDEPENDIENTE | Innovación en los recursos turísticos | Innovación de procesos turísticos | Innovación de servicios turísticos | Inversión por innovación en las instituciones en S/. | Es una investigación cuantitativamente por que se medirá Innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. | El Nuevo Sol (S/.) como unidad monetaria de curso legal en el Perú | | | | | | |
| | | | | | | Inversión en investigación y desarrollo turístico | | | | | | | | |
| | | | | | | Porcentaje de la inversión en innovación en el turismo | | | | | | | | |
| | | | | | | Innovación por sectores de financiamiento turístico | | | | | | | | |
| | | | | | | Gasto en el capital humano de los MYPES | | | | | | | | |
| | | | | | | Calidad de servicio en los establecimientos turisticos | | | | | | | | |
| | | | | | | Ingreso per cápita de los habitantes del distrito | | | | | | | | |
| | | | | | | Investigadores de la Universidad de Cañete | | | | | | | | |
| | Desarrollo de productos turísticos | | | | | | | | | | | | | |
| | Productividad turística | | | | Recursos humanos en I+D por genero | | | | | | | | | |
| | | | | | Oferta de servicios turísticos con innovación | | | | | | | | | |
| | | | | | Numero de publicaciones de impacto turístico | | | | | | | | | |
| | | | | | Instituciones por colaboración turística | | | | | | | | | |
| | ¿Cuál es la relación entre la innovación de procesos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020? | | | | Determinar la relación entre la innovación de procesos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco: según el modelo de innovación de Vega Centeno periodo 2007 - 2020. | VARIABLE INDEPENDIENTE | | | Innovación en los recursos turísticos | Innovación de productos turísticos | Competitividad turística | Publicaciones por impacto turístico | Es una investigación cuantitativamente por que se medirá Innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco. | El Nuevo Sol (S/.) como unidad monetaria de curso legal en el Perú |
| | | | | | | | | | | | | Oferta turística en sector agricola | | |
| | | | | | | | | | | | | Numero de publicaciones de turismo SCOPUS | | |
| Cantidad de publicaciones en turismo vivencial | | | | | | | | | | | | | | |
| Numero publicaciones en SCOPUS por xcursión | | | | | | | | | | | | | | |
| Oferta turística por cooperación | | | | | | | | | | | | | | |
| Numero de turistas ingresantes en el establecimiento | | | | | | | | | | | | | | |
| Numero de turistas por mes al canotaje | | | | | | | | | | | | | | |
| Numero de turistas ingresantes al sector agricola | | | | | | | | | | | | | | |
| Numero de personas que guiaron a os turistas | | | | | | | | | | | | | | |
| Innovación de los MYPES en los productos | Publicaciones en el sector agricola | | | | | | | | | | | | | |
| | Innovación en proceso en la oferta turística | | | | | | | | | | | | | |
| | Innovación en productos del establecimiento | | | | | | | | | | | | | |
| | Numero de personas que pernoctan mas de 3 dias | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: MINCETUR (2020), SCOPUS, Scival (2020), INEI (2020); Elaboración Propia

8.3 Matriz de operacionalización de las variables

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Items | Escala de medición | Nivel y Rango |
|---|---|--|---|--------------------|--|
| Variable independiente: Innovación en los recursos turísticos | Innovación de procesos turísticos | Representación turística | ¿Le parece a usted que los lugares turísticos propios de la zona representan el distrito de Huánuco? | Escala ordinal | (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre |
| | | Creatividad turística | ¿Considera usted que se generan nuevas oportunidades a través del turismo? | | |
| | | Calidad de servicio turístico | ¿Cree usted que la calidad del servicio promueve la mejora de los procesos turísticos? | | |
| | | Publicidad turística | ¿Con que frecuencia usted observa publicidad acerca del turismo en Huánuco? | | |
| | | Mercado turístico | ¿Cree usted que se está aprovechando adecuadamente el mercado turístico de la zona? | | |
| | Innovación de productos turísticos | Competitividad de los servicios turísticos | ¿Considera usted adecuada la competitividad de los servicios turísticos brindados en Huánuco? | Escala ordinal | (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre |
| | | Aporte de las empresas | ¿Sabe usted si las empresas del Huánuco aportan al turismo del distrito? | | |
| | | Aprovechamiento de los recursos turísticos | ¿Usted está de acuerdo con el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos? | | |
| | | Instalaciones turística | ¿Ha recibido usted alguna información de parte de las instalaciones turísticas de Huánuco? | | |
| | | Experiencia significativa | ¿En base a su experiencia considera grata está en los lugares turísticos del distrito de Huánuco? | | |
| Variable dependiente: Demanda turística | Ingreso y egresos en la actividad turística | Gasto en la actividad turística | ¿Considera usted adecuado el gasto que se realiza en la actividad turística de Huánuco? | Escala ordinal | (1) Nunca (3) A veces (4) Casi siempre |
| | | Consumo de los productos culinarios | ¿Le parece a usted adecuado el consumo de los productos culinarios como incentivo de la demanda turística? | | |
| | | Paquetes turísticos | ¿Cree usted correcto el precio de los paquetes turísticos de Huánuco? | | |
| | | Productos artesanales | ¿Considera usted adecuado la creación de nuevos productos artesanales para la mejora de la demanda turística? | | |
| | | Frecuencia de visita turística | ¿Con que frecuencia usted visita los lugares turísticos de Huánuco? | | |

8.4 Certificado de validez de contenido de los instrumentos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable innovación en los recursos turísticos.

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | <u>Innovación de procesos turísticos</u> | | | | | | | |
| 1 | ¿Le parece a usted que los lugares turísticos propios de la zona representan el distrito de Huánuco? | | | | | | | |
| 2 | ¿Considera usted que se generan nuevas oportunidades a través del turismo? | | | | | | | |
| 3 | ¿Cree usted que la calidad del servicio promueve la mejora de los procesos turísticos? | | | | | | | |
| 4 | ¿Con que frecuencia usted observa publicidad acerca del turismo en Huánuco? | | | | | | | |
| 5 | ¿Cree usted que se está aprovechando adecuadamente el mercado turístico de la zona? | | | | | | | |
| | <u>Innovación de productos turísticos</u> | | | | | | | |
| 6 | ¿Considera usted adecuada la competitividad de los servicios turísticos brindados en Huánuco? | | | | | | | |
| 7 | ¿Sabe usted si las empresas del Huánuco aportan al turismo del distrito? | | | | | | | |
| 8 | ¿Usted está de acuerdo con el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos? | | | | | | | |
| 9 | ¿Recibió alguna información por parte de las instalaciones turísticas? | | | | | | | |
| 10 | ¿Fue grata la experiencia que vivió en los lugares turísticos? | | | | | | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: DNI:

.....

Especialidad del validador:.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

8.4.1 Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable demanda turística.

| Nº | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | <u>Ingreso y egresos en la actividad turística</u> | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera usted adecuado el gasto que se realiza en la actividad turística de Huánuco? | | | | | | | |
| 2 | ¿Le parece a usted adecuado el consumo de los productos culinarios como incentivo de la demanda turística? | | | | | | | |
| 3 | ¿Considera usted accesible el precio de los paquetes turísticos de Huánuco? | | | | | | | |
| 4 | ¿Considera usted adecuado la creación de nuevos productos artesanales para la mejora de la demanda turística? | | | | | | | |
| 5 | ¿Con que frecuencia usted visita los lugares turísticos de Huánuco? | | | | | | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:

DNI:

.....

Especialidad del validador:.....

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Instrumento (Ficha técnica)

CUESTIONARIO

Marca con una (X) la columna que refleje mejor tu opinión acerca de la “Relación entre la innovación de recursos turísticos y el crecimiento económico del distrito de Huánuco, según el modelo de innovación de Vega Centeno 2007 - 2020”

| Variable | Dimensión | Ítems | Escala | | | | |
|--|---|---|--------|------------|---------|--------------|---------|
| | | | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |
| Variable independiente: Innovación en los recursos turísticos | Innovación de procesos turísticos | ¿Le parece a usted que los lugares turísticos propios de la zona representan el distrito de Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Considera usted que se generan nuevas oportunidades a través del turismo? | | | | | |
| | | ¿Cree usted que la calidad del servicio promueve la mejora de los procesos turísticos? | | | | | |
| | | ¿Con que frecuencia usted observa publicidad acerca del turismo en Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Cree usted que se está aprovechando adecuadamente el mercado turístico de la zona? | | | | | |
| | Innovación de productos turísticos | ¿Considera usted adecuada la competitividad de los servicios turísticos brindados en Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Sabe usted si las empresas del Huánuco aportan al turismo del distrito? | | | | | |
| | | ¿Usted está de acuerdo con el aprovechamiento adecuado de los recursos turísticos? | | | | | |
| | | ¿Sabe usted si las empresas del Huánuco aportan al turismo del distrito? | | | | | |
| | | ¿Fue grata la experiencia que vivió en los lugares turísticos? | | | | | |
| Variable dependiente: Demanda turística | Ingreso y egresos en la actividad turística | ¿Considera usted adecuado el gasto que se realiza en la actividad turística de Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Le parece a usted adecuado el consumo de los productos culinarios como incentivo de la demanda turística? | | | | | |
| | | ¿Considera usted accesible el precio de los paquetes turísticos de Huánuco? | | | | | |
| | | ¿Considera usted adecuado la creación de nuevos productos artesanales para la mejora de la demanda turística? | | | | | |
| | | ¿Con que frecuencia usted visita los lugares turísticos de Huánuco? | | | | | |

BASE DE DATOS

Modelo General

| AÑO | PBI CONSTANTE | INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS | INNOVACIÓN DE PROCESOS TURÍSTICOS |
|------------|--------------------------|---|--|
| 2007 | 319,693,315 | 36 | 37 |
| 2008 | 348,869,894 | 36 | 36 |
| 2009 | 352,693,089 | 37 | 37 |
| 2010 | 382,081,458 | 38 | 35 |
| 2011 | 406,256,316 | 37 | 35 |
| 2012 | 431,198,717 | 38 | 40 |
| 2013 | 456,434,771 | 38 | 43 |
| 2014 | 467,307,969 | 37 | 39 |
| 2015 | 482,506,365 | 38 | 37 |
| 2016 | 501,581,474 | 39 | 38 |
| 2017 | 514,215,094 | 37 | 40 |
| 2018 | 534,624,903 | 38 | 39 |
| 2019 | 546,408,495 | 39 | 39 |
| 2020 | 485,490,477 | 39 | 40 |

Fuente: INEI HUÁNUCO (2023)

Base datos modelo II

| AÑO | PBI CONSTANTE | INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS |
|-------------|----------------------|---|
| 2007 | 319,693,315 | 36 |
| 2008 | 348,869,894 | 36 |
| 2009 | 352,693,089 | 37 |
| 2010 | 382,081,458 | 38 |
| 2011 | 406,256,316 | 37 |
| 2012 | 431,198,717 | 38 |
| 2013 | 456,434,771 | 38 |
| 2014 | 467,307,969 | 37 |
| 2015 | 482,506,365 | 38 |
| 2016 | 501,581,474 | 39 |
| 2017 | 514,215,094 | 37 |
| 2018 | 534,624,903 | 38 |
| 2019 | 546,408,495 | 39 |
| 2020 | 485,490,477 | 39 |

Fuente: INEI HUÁNUCO (2023)

Base datos modelo III

| AÑO | PBI CONSTANTE | INNOVACIÓN DE PROCESOS TURÍSTICOS |
|------------------------------------|----------------------|--|
| 2007 | 319,693,315 | 37 |
| 2008 | 348,869,894 | 36 |
| 2009 | 352,693,089 | 37 |
| 2010 | 382,081,458 | 35 |
| 2011 | 406,256,316 | 35 |
| 2012 | 431,198,717 | 40 |
| 2013 | 456,434,771 | 43 |
| 2014 | 467,307,969 | 39 |
| 2015 | 482,506,365 | 37 |
| 2016 | 501,581,474 | 38 |
| 2017 | 514,215,094 | 40 |
| 2018 | 534,624,903 | 39 |
| 2019 | 546,408,495 | 39 |
| 2020 | 485,490,477 | 40 |
| Fuente: INEI HUÁNUCO (2023) | | |

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

| N° | I T E M S INNOVACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | TOTAL FILA |
|----------------|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 53 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 35 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 49 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 48 |
| 8 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 9 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 52 |
| TOTAL COLUMNAS | 36 | 36 | 37 | 38 | 37 | 38 | 38 | 37 | 38 | 39 | 37 | 38 | 449 |
| PROMEDIO | 3.6 | 3.6 | 3.7 | 3.8 | 3.7 | 3.8 | 3.8 | 3.7 | 3.8 | 3.9 | 3.7 | 3.8 | 45 |
| Varianza | 0.5 | 0.7 | 0.5 | 1.1 | 0.5 | 1.1 | 0.4 | 0.5 | 1.1 | 0.5 | 0.5 | 1.1 | 77.211111 |

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

| | |
|---------------|---------|
| k | 12 |
| $\sum S_i^2$ | 8.2 |
| $V^{\wedge}2$ | 77.2111 |

| | |
|------------------|------------|
| SECCIÓN 1 | 1.091 |
| SECCIÓN 2 | 0.89336595 |
| ABSOUTO | 0.89336595 |

| | |
|----------|-------|
| α | 0.975 |
|----------|-------|

| N° | INNOVACIÓN DE PROCESOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | TOTAL FILA |
|-------------------|-----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 30 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 54 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 46 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 36 |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 48 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 47 |
| 7 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 50 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 47 |
| 9 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 47 |
| 10 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 51 |
| TOTAL COLUMNAS | 37 | 36 | 37 | 35 | 35 | 40 | 43 | 39 | 37 | 38 | 40 | 39 | 456 |
| PROMEDIO | 3.7 | 3.6 | 3.7 | 3.5 | 3.5 | 4.0 | 4.3 | 3.9 | 3.7 | 3.8 | 4.0 | 3.9 | 46 |
| Varianza | 0.9 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 0.9 | 0.5 | 0.5 | 0.5 | 1.1 | 0.9 | 0.3 | 51.822 |

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

| | |
|---------------------------------|--------|
| k | 12 |
| $\sum S_i^2$ | 7.5 |
| $V^{\wedge}2$ | 51.822 |

| | |
|-------------------|-----------|
| SECCIÓN 1 | 1.091 |
| SECCIÓN 2 | 0.8559177 |
| ABSOUTO S2 | 0.8559177 |

| | |
|----------------------------|-------|
| α | 0.934 |
|----------------------------|-------|



“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL”

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN - HUÁNUCO



FACULTAD DE ECONOMÍA

LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 099-2019-SUNEDU/CD

RESOLUCIÓN N° 307-2022-UNHEVAL-FE-D

Cayhuayna, 29 de agosto de 2022

VISTO:

Los documentos que se acompañan en cuatro (04) folios;

CONSIDERANDO:

Que, con Resolución N° 077-2020-UNHEVAL-CEU, de fecha 11.DIC.2020, se resuelve proclamar y acreditar a partir del 14.DIC.2020 hasta el 13.DIC.2024, a los Decanos de las 13 facultades de la UNHEVAL, siendo el Dr. Isidro Teodolfo ENCISO GUTIERREZ, Decano de la Facultad de Economía;

Que, en el Reglamento General de Grados y Títulos 2022 de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco, en el **TÍTULO III TESIS, Art. 35°** señala: *“El interesado que va a obtener el título profesional o el profesional que va a obtener el título de segunda especialidad profesional, por la modalidad de tesis, debe solicitar al Decano de la Facultad, mediante solicitud, en el último año de estudios, la designación de un Asesor de Tesis adjuntando un (1) ejemplar de Proyecto de tesis cuantitativa, cualitativa o mixto, aprobado en el desarrollo de la asignatura de tesis o similar, con visto bueno del docente. Previamente deberá contar con la Constancia de Exclusividad de Tema que será expedida y remitido por la Unidad de investigación de la Facultad”;*

Que, mediante **solicitud, de fecha 23.AGO.2022**, presentado por los Bachilleres: **William RIVERA ROJAS, Luis Enrique VEGA MUCHA y Jihim Dante ROSAS ESTELA** de la Escuela Profesional de Economía, solicitan Constancia de Exclusividad de tema para el proyecto de tesis: **“RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020”;**

Que, mediante **Constancia N° 033-2022-UNHEVAL-FE/UI de fecha 29.AGO.2022**, la Dra. Janeth L. TELLO CORNEJO, Directora de la Unidad de Investigación de la facultad de Economía, emite la Constancia de Exclusividad de Tema;

Estando a las atribuciones otorgadas al Decano por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto Reformado de la UNHEVAL;

SE RESUELVE:

- 1° **APROBAR** la Exclusividad del título del proyecto de tesis titulado: **“RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020”**, presentado por los Bachilleres: **William RIVERA ROJAS, Luis Enrique VEGA MUCHA y Jihim Dante ROSAS ESTELA**, quedando registrado en la Unidad de Investigación de la Facultad de Economía; por lo expuesto en los considerandos de la presente Resolución.
- 2° **NOMBRAR** a la docente **Dra. Janeth Leynig TELLO CORNEJO**, como Asesora de los Bachilleres: **William RIVERA ROJAS, Luis Enrique VEGA MUCHA y Jihim Dante ROSAS ESTELA**.
- 3° **DAR A CONOCER** la presente Resolución al asesor y a los interesados.

Regístrese, comuníquese y archívese.


Dr. Isidro Teodolfo ENCISO GUTIERREZ
DECANO

Distribución:
Asesor/Interesados (03) /Archivo
dov/Sec.



“AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL ”

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN - HUÁNUCO

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE ECONOMÍA

LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 099-2019-SUNEDU/CD



CONSTANCIA N° 033-2022-UNHEVAL-FE/UI

CONSTANCIA DE EXCLUSIVIDAD PARA TÍTULO DE TESIS

LA DIRECCIÓN DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN:

Hace constar que el título de la tesis: **“RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020”**, presentado por los Bachilleres: **William RIVERA ROJAS, Luis Enrique VEGA MUCHA y Jihim Dante ROSAS ESTELA**, en cumplimiento al Art. 35° del Reglamento General de Grados y Títulos 2022 de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, aprobado con Resolución Consejo Universitario N° 0734-2022-UNHEVAL.

Asesor(a) de tesis: Dra. Janeth Leynig TELLO CORNEJO.

Tiene la **EXCLUSIVIDAD DEL TÍTULO**, por lo que, se emite la constancia para los fines correspondientes.

Cayhuayna, 29 de agosto de 2022

**DRA. JANETH L. TELLO CORNEJO
DIRECTORA DE LA UNIDAD
DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD ECONOMÍA**



"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZÁN - HUÁNUCO
FACULTAD DE ECONOMÍA



LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 099-2019-SUNEDU/CD

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OTORGAMIENTO DEL
 TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA**

En la ciudad universitaria de Cayhuayna a los 27 días del mes de noviembre del 2023, siendo las 10 a.m. horas, se reunieron en el auditorio de la Facultad de Economía, Pabellón Nueve de la UNHEVAL, los Miembros Integrantes del Jurado Examinador de la Tesis Titulada: "RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020"; presentado por los Bachilleres: William RIVERA ROJAS, Luis Enrique VEGA MUCHA y Jihim Dante ROSAS ESTELA, aprobada con RESOLUCIÓN N° 106-2023-UNHEVAL-FE-D, de fecha 10.ABR.2023, procediendo a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de Economista, siendo los Miembros del Jurado los siguientes docentes:

| | |
|-------------------------------|-------------|
| Dr. Enrique CASTRO Y CÉSPEDES | PRESIDENTE |
| Dr. Roque VALDIVIA JARA | SECRETARIO |
| Dr. Juan Jua TARAZONA TUCTO | VOCAL |
| Dr. Werner PINCHI RAMIREZ | ACCESITARIO |

Asesora de Tesis: Dra. Janeth Leynig TELLO CORNEJO (Resolución N° 307-2022-UNHEVAL-FE-D, de fecha 29.AGO.2022)

Finalizada la sustentación de la Tesis, el Jurado procedió a deliberar y verificar, habiendo obtenido el siguiente calificativo:

| Apellidos y Nombres del Tesista | 1er. Miembro | 2do. Miembro | 3er. Miembro | Promedio Final |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| RIVERA ROJAS William | 16 | 16 | 16 | 16 |
| VEGA MUCHA Luis Enrique | 16 | 16 | 16 | 16 |
| ROSAS ESTELA Jihim Dante | 16 | 16 | 16 | 16 |

Que de acuerdo al Art. 78° del Reglamento General de Grados y Títulos modificado vigente, tiene el equivalente a BUENO

OBSERVACIONES:

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas 12.05 pm en fe de lo cual firmamos.


 Dr. Enrique CASTRO Y CÉSPEDES
 PRESIDENTE


 Dr. Roque VALDIVIA JARA
 SECRETARIO


 Dr. Juan Jua TARAZONA TUCTO
 VOCAL



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

DECLARACIÓN JURADA

Yo, **RIVERA ROJAS WILLIAM**, identificado con DNI N° 22512740, con domicilio en la Calle Casuarinas N° 135 - Cayhuayna, distrito de: Pillco Marca, provincia de: Huánuco, departamento de: Huánuco; aspirante al: **TITULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA** correspondiente a la Carrera Profesional de Economía.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

La tesis titulada "**RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020**" fue elaborada dentro del marco ético y legal en su redacción. Si en el futuro se detectara evidencias de vulnerabilidad en el sistema de antiplagio mediante actos que lindan con lo ético y legal, me someto a las sanciones a que hubiera lugar.

Cayhuayna, 27 de noviembre del 2023



RIVERA ROJAS WILLIAM
DNI N° 22512740



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

DECLARACIÓN JURADA

Yo, **VEGA MUCHA LUIS ENRIQUE**, identificado con DNI N° 70677306, con domicilio en Mz. B Lt. 5 La Rinconada - Llicua, distrito de: Amarilis, provincia de: Huánuco, departamento de: Huánuco; aspirante al: **TITULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA** correspondiente a la Carrera Profesional de Economía.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

La tesis titulada "**RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020**" fue elaborada dentro del marco ético y legal en su redacción. Si en el futuro se detectara evidencias de vulnerabilidad en el sistema de antiplagio mediante actos que lindan con lo ético y legal, me someto a las sanciones a que hubiera lugar.

Cayhuayna, 27 de noviembre del 2023



VEGA MUCHA LUIS ENRIQUE
DNI N° 70677306



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

.....

DECLARACIÓN JURADA

Yo, **ROSAS ESTELA JIHIM DANTE**, identificado con DNI N° 47554282, con domicilio en Calle Moras Pampa Mz. Q Lt. 02, distrito de: Huánuco, provincia de: Huánuco, departamento de: Huánuco; aspirante al: **TITULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA** correspondiente a la Carrera Profesional de Economía.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

La tesis titulada "**RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020**" fue elaborada dentro del marco ético y legal en su redacción. Si en el futuro se detectara evidencias de vulnerabilidad en el sistema de antiplagio mediante actos que lindan con lo ético y legal, me someto a las sanciones a que hubiera lugar.

Cayhuayna, 27 de noviembre del 2023



ROSAS ESTELA JIHIM DANTE
DNI N° 47554282





UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD N° 024-2023-SOFTWARE
ANTIPLAGIO TURNITIN-FE-UNHEVAL.

La Unidad de Investigación de la Facultad de Economía, emite la presente constancia de Antiplagio, aplicando el Software TURNITIN, la cual reporta un 19 % de originalidad, correspondiente al interesado (a) WILLIAM RIVERA ROJAS de la tesis "RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020", considerado como asesor(a) al Dra. Janeth Leynig TELLO CORNEJO.

DECLARANDO (APTO)

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Pillco Marca, 2 de noviembre 2023



Dra. Janeth Leynig Tello Cornejo
Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Economía
UNHEVAL



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD N° 024-2023-SOFTWARE
ANTIPLAGIO TURNITIN-FE-UNHEVAL.

La Unidad de Investigación de la Facultad de Economía, emite la presente constancia de Antiplagio, aplicando el Software TURNITIN, la cual reporta un 19 % de originalidad, correspondiente al interesado (a) LUIS ENRIQUE VEGA MUCHA de la tesis "RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020", considerado como asesor(a) al Dra. Janeth Leynig TELLO CORNEJO.

DECLARANDO (APTO)

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Pillco Marca, 2 de noviembre 2023

Dra. Janeth Leynig Tello Cornejo
Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Economía
UNHEVAL



UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"

Licenciada con Resolución del Consejo Directivo N° 099-2019-SUNEDU/CD

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD N° 024-2023-SOFTWARE
ANTIPLAGIO TURNITIN-FE-UNHEVAL.

La Unidad de Investigación de la Facultad de Economía, emite la presente constancia de Antiplagio, aplicando el Software TURNITIN, la cual reporta un 19 % de originalidad, correspondiente al interesado (a) JIHIM DANTE ROJAS ESTELA de la tesis "RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020", considerado como asesor(a) al Dra. Janeth Leynig TELLO CORNEJO.

DECLARANDO (APTO)

Se expide la presente, para los trámites pertinentes.

Pillco Marca, 2 de noviembre 2023

Dra. Janeth Leynig Tello Cornejo
Directora de la Unidad de Investigación de la Facultad de Economía
UNHEVAL

NOMBRE DEL TRABAJO

RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE
RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO
ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO,
SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA
CENTENO PERIODO 2007 - 2020

AUTORES

WILLIAM RIVERA ROJAS
LUIS ENRIQUE VEGA MUCHA
JIHIM DANTE ROJAS ESTELA

RECUENTO DE PALABRAS

22596 Words

RECUENTO DE CARACTERES

129340 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

91 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.8MB

FECHA DE ENTREGA

Oct 29, 2023 10:58 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Oct 29, 2023 11:00 PM GMT-5

● **19% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 19% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)
- Material citado

● 19% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 19% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

| | | |
|---|--|-----|
| 1 | repositorio.unheval.edu.pe Internet | 16% |
| 2 | repositorio.ucv.edu.pe Internet | <1% |
| 3 | hdl.handle.net Internet | <1% |
| 4 | docplayer.es Internet | <1% |
| 5 | slideshare.net Internet | <1% |
| 6 | repositorio.espe.edu.ec:8080 Internet | <1% |
| 7 | rid.unrn.edu.ar Internet | <1% |
| 8 | repositorio.ulasamericas.edu.pe Internet | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 9 | pirhua.udep.edu.pe Internet | <1% |
| 10 | dspace.uce.edu.ec Internet | <1% |
| 11 | biblioteca.utb.edu.co Internet | <1% |
| 12 | repositorio.unfv.edu.pe Internet | <1% |
| 13 | bibvirtual.ucla.edu.ve Internet | <1% |
| 14 | fr.slideshare.net Internet | <1% |
| 15 | coursehero.com Internet | <1% |
| 16 | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2012-07-03 Submitted works | <1% |
| 17 | dialnet.unirioja.es Internet | <1% |
| 18 | Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-11 Submitted works | <1% |
| 19 | repositorio.udh.edu.pe Internet | <1% |
| 20 | repositorio.unu.edu.pe Internet | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 21 | repositorio.utelesup.edu.pe Internet | <1% |
| 22 | repositorio.utp.edu.pe Internet | <1% |
| 23 | mdpi.com Internet | <1% |

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DIGITAL Y DECLARACIÓN JURADA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR UN GRADO ACADÉMICO O TÍTULO PROFESIONAL

1. Autorización de Publicación: *(Marque con una "X")*

| | | | | | | | |
|----------|---|----------------------|--|-----------|----------|--|-----------|
| Pregrado | X | Segunda Especialidad | | Posgrado: | Maestría | | Doctorado |
|----------|---|----------------------|--|-----------|----------|--|-----------|

Pregrado *(tal y como está registrado en SUNEDU)*

| | |
|---------------------|------------|
| Facultad | ECONOMÍA |
| Escuela Profesional | ECONOMÍA |
| Carrera Profesional | ECONOMÍA |
| Grado que otorga | ----- |
| Título que otorga | ECONOMISTA |

Segunda especialidad *(tal y como está registrado en SUNEDU)*

| | |
|---------------------|-------|
| Facultad | ----- |
| Nombre del programa | ----- |
| Título que Otorga | ----- |

Posgrado *(tal y como está registrado en SUNEDU)*

| | |
|--------------------------------|-------|
| Nombre del Programa de estudio | ----- |
| Grado que otorga | ----- |

2. Datos del Autor(es): *(Ingrese todos los datos requeridos completos)*

| | | | | | | | |
|----------------------|----------------------|---|-----------|------|---------------------|------------------------------|--|
| Apellidos y Nombres: | RIVERA ROJAS WILLIAM | | | | | | |
| Tipo de Documento: | DNI | X | Pasaporte | C.E. | Nro. de Celular: | 994818435 | |
| Nro. de Documento: | 22512740 | | | | Correo Electrónico: | riverarojaswilliam@gmail.com | |

| | | | | | | | |
|----------------------|-------------------------|---|-----------|------|---------------------|---------------------------|--|
| Apellidos y Nombres: | VEGA MUCHA LUIS ENRIQUE | | | | | | |
| Tipo de Documento: | DNI | X | Pasaporte | C.E. | Nro. de Celular: | 933108441 | |
| Nro. de Documento: | 70677306 | | | | Correo Electrónico: | enrique.08.vega@gmail.com | |

| | | | | | | | |
|----------------------|--------------------------|---|-----------|------|---------------------|------------------------|--|
| Apellidos y Nombres: | ROSAS ESTELA JIHIM DANTE | | | | | | |
| Tipo de Documento: | DNI | X | Pasaporte | C.E. | Nro. de Celular: | 926569575 | |
| Nro. de Documento: | 47554282 | | | | Correo Electrónico: | jimdanteweb7@gmail.com | |

3. Datos del Asesor: *(Ingrese todos los datos requeridos completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Asesor)*

| | | | | | | | | | |
|---|-----------------------------|---|-----------|------|--------------------|--------------------------------------|----|---|----|
| ¿El Trabajo de Investigación cuenta con un Asesor?: <i>(marque con una "X" en el recuadro del costado, según corresponda)</i> | | | | | | | SI | x | NO |
| Apellidos y Nombres: | TELLO CORNEJO JANETH LEYNIG | | | | ORCID ID: | https://orcid.org/ 0000-000309597459 | | | |
| Tipo de Documento: | DNI | X | Pasaporte | C.E. | Nro. de documento: | 22476856 | | | |

4. Datos del Jurado calificador: *(Ingrese solamente los Apellidos y Nombres completos según DNI, no es necesario indicar el Grado Académico del Jurado)*

| | |
|-------------|---------------------------|
| Presidente: | CASTRO Y CESPEDES ENRIQUE |
| Secretario: | VALDIVIA JARA ROQUE |
| Vocal: | TARAZONA TUCTO JUAN JUA |
| Vocal: | |
| Vocal: | |
| Accesitario | PINCHI RAMIREZ WERNER |

5. Declaración Jurada: *(Ingrese todos los datos requeridos completos)*

| |
|--|
| a) Soy Autor (a) (es) del Trabajo de Investigación Titulado: <i>(Ingrese el título tal y como está registrado en el Acta de Sustentación)</i> |
| RELACIÓN ENTRE LA INNOVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DEL DISTRITO DE HUÁNUCO, SEGÚN EL MODELO DE INNOVACIÓN DE VEGA CENTENO PERIODO 2007 - 2020 |
| b) El Trabajo de Investigación fue sustentado para optar el Grado Académico ó Título Profesional de: <i>(tal y como está registrado en SUNEDU)</i> |
| TITULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA |
| c) El Trabajo de investigación no contiene plagio (ninguna frase completa o párrafo del documento corresponde a otro autor sin haber sido citado previamente), ni total ni parcial, para lo cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias. |
| d) El trabajo de investigación presentado no atenta contra derechos de terceros. |
| e) El trabajo de investigación no ha sido publicado, ni presentado anteriormente para obtener algún Grado Académico o Título profesional. |
| f) Los datos presentados en los resultados (tablas, gráficos, textos) no han sido falsificados, ni presentados sin citar la fuente. |
| g) Los archivos digitales que entrego contienen la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado. |
| h) Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a la Universidad Nacional Hermilio Valdizan (en adelante LA UNIVERSIDAD), cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del Trabajo de Investigación, así como por los derechos de la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causas en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación. De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan. |

6. Datos del Documento Digital a Publicar: *(Ingrese todos los datos requeridos completos)*

| | | | |
|--|----------------------------|--|--------------------------------------|
| Ingrese solo el año en el que sustentó su Trabajo de Investigación: <i>(Verifique la Información en el Acta de Sustentación)</i> | | | 2023 |
| Modalidad de obtención del Grado Académico o Título Profesional: <i>(Marque con X según Ley Universitaria con la que inició sus estudios)</i> | Tesis | <input checked="" type="checkbox"/> | Tesis Formato Artículo |
| | Trabajo de Investigación | <input type="checkbox"/> | Trabajo de Suficiencia Profesional |
| | Trabajo Académico | <input type="checkbox"/> | Otros <i>(especifique modalidad)</i> |
| Tesis Formato Patente de Invención | <input type="checkbox"/> | Tesis Formato Libro, revisado por Pares Externos | <input type="checkbox"/> |
| Palabras Clave: <i>(solo se requieren 3 palabras)</i> | INNOVACIÓN | INNOVACIÓN DE RECURSOS | PRODUCTO BRUTO INTERNO |
| Tipo de Acceso: <i>(Marque con X según corresponda)</i> | Acceso Abierto | <input checked="" type="checkbox"/> | Condición Cerrada (*) |
| | Con Periodo de Embargo (*) | <input type="checkbox"/> | Fecha de Fin de Embargo: |
| ¿El Trabajo de Investigación, fue realizado en el marco de una Agencia Patrocinadora? <i>(ya sea por financiamientos de proyectos, esquema financiero, beca, subvención u otras; marcar con una "X" en el recuadro del costado según corresponda):</i> | SI | <input type="checkbox"/> | NO |
| Información de la Agencia Patrocinadora: | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

El trabajo de investigación en digital y físico tienen los mismos registros del presente documento como son: Denominación del programa Académico, Denominación del Grado Académico o Título profesional, Nombres y Apellidos del autor, Asesor y Jurado calificador tal y como figura en el Documento de Identidad, Título completo del Trabajo de Investigación y Modalidad de Obtención del Grado Académico o Título Profesional según la Ley Universitaria con la que se inició los estudios.

7. Autorización de Publicación Digital:

A través de la presente. Autorizo de manera gratuita a la Universidad Nacional Hermilio Valdizán a publicar la versión electrónica de este Trabajo de Investigación en su Biblioteca Virtual, Portal Web, Repositorio Institucional y Base de Datos académica, por plazo indefinido, consintiendo que con dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente. Se autoriza cambiar el contenido de forma, más no de fondo, para propósitos de estandarización de formatos, como también establecer los metadatos correspondientes.

| | | |
|--|--------------------------|---|
| Firma:  | |  |
| Apellidos y Nombres: | RIVERA ROJAS WILLIAM | Huella Digital |
| DNI: | 22512740 | |
| Firma:  | |  |
| Apellidos y Nombres: | VEGA MUCHA LUIS ENRIQUE | Huella Digital |
| DNI: | 70677306 | |
| Firma:  | |  |
| Apellidos y Nombres: | ROSAS ESTELA JIHIM DANTE | Huella Digital |
| DNI: | 47554282 | |
| Fecha: 28 DE NOVIEMBRE DE 2023 | | |

Nota:

- ✓ No modificar los textos preestablecidos, conservar la estructura del documento.
- ✓ Marque con una X en el recuadro que corresponde.
- ✓ Llenar este formato de forma digital, con tipo de letra **calibri**, **tamaño de fuente 09**, manteniendo la alineación del texto que observa en el modelo, sin errores gramaticales (*recuerde las mayúsculas también se tildan si corresponde*).
- ✓ La información que escriba en este formato debe coincidir con la información registrada en los demás archivos y/o formatos que presente, tales como: DNI, Acta de Sustentación, Trabajo de Investigación (PDF) y Declaración Jurada.
- ✓ Cada uno de los datos requeridos en este formato, es de carácter obligatorio según corresponda.