

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN**  
**Enrique Guzmán y Valle**  
*Alma Máter del Magisterio Nacional*  
**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN**  
**DIRECCIÓN DEL INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN**



**Informe final**

**Innovación y Resiliencia Empresarial en el sector turístico del Rímac en  
el contexto de la pandemia COVID 19.**

- **Investigador titular o responsable**

Dra. Bertha Gladys Miranda Guevara

- **Docentes investigadores integrantes** Mgter. Gualberto Guillermo Hurtado Ramos

Dr. Quintter Larry Salas Pittman

- **Docentes investigadores colaboradores**

Mg. Sc. Segovia Aranibar Elizabeth Luz Mtra. Lucia Guadalupe Panta Sifuentes

- **Estudiantes investigadores colaboradores**

Srta. Maldonado Choccllo, Rossy Janira

Srta. Sandra Crispín Escobar

**Facultad** : Ciencias Empresariales

**Escuela profesional** : Turismo, Hotelería y Gastronomía

**Línea de Investigación** : Innovación en gestión, administración pública y  
privada

Cantuta, 2021

## **Identificación del proyecto**

### **Título**

Innovación y Resiliencia Empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19.

### **Ejecutores de la investigación**

- **Investigador titular o responsable**

Dra. Bertha Gladys Miranda Guevara

- **Docentes investigadores integrantes**

Mgter. Gualberto Guillermo Hurtado Ramos

Dr. Quintter Larry Salas Pittman

- **Docentes investigadores colaboradores**

Mg. Sc. Segovia Aranibar Elizabeth Luz

Mtra. Lucia Guadalupe Panta Sifuentes

- **Estudiantes investigadores colaboradores**

Srta. Maldonado Chocclo, Rossy Janira

Srta. Sandra Crispin Escobar

**Facultad:** Facultad de Ciencias Empresariales

**Escuela Profesional:** Turismo, Hotelería y Gastronomía

**Línea de investigación:** Innovación en gestión, administración pública y privada

Cantuta, 2021

### **Dedicatoria**

Dedicamos este trabajo a Dios. A nuestros esposos, esposas y padres por consentir que las reuniones para avanzar con la presente investigación se desarrollen a altas horas de la noche.

## **Agradecimientos**

Agradecemos a la Dra. Francis Ibarguen Cueva nuestra acompañante, quien nos guio en el nuevo camino de la investigación cualitativa.

Así mismo, reconocemos el gran aporte que nos brindaron los empresarios restauranteros del distrito del Rímac, que gentilmente aceptaron participar en las entrevistas

## Índice

Identificación del proyecto .....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Índice .....	v
Índice de tablas .....	viii
Índice de figuras .....	ix
Resumen .....	x
Abstract.....	xi
Introducción.....	xii
Capítulo I: Planteamiento del problema .....	14
1.1. Determinación del problema .....	14
1.2. Formulación del problema: general y específicos .....	16
1.2.1. Problema general .....	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Objetivos.....	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Objetivos específicos .....	17
1.4. Importancia y alcance de la investigación .....	18
Capítulo II: Marco teórico .....	19

2.1.	Antecedentes de la investigación.....	19
2.1.1.	Internacional .....	19
2.1.2.	Nacionales.....	20
2.2.	Bases teóricas .....	21
2.3.	Definición de términos básicos.....	26
3.1.	Supuestos hipotéticos .....	27
3.1.1.	Supuesto hipotético general .....	27
3.1.2.	Supuestos hipotéticos específicos .....	27
3.2.	Sistema de categorías.....	28
3.2.1.	Definición de las categorías .....	28
3.2.2.	Categorización .....	28
	Capítulo IV: Metodología de la investigación.....	29
4.1.	Enfoque de la investigación.....	29
4.2.	Tipo de investigación.....	29
4.3.	Sujeto de estudio.....	29
4.4.	Técnicas de recolección de datos e instrumentos .....	31
4.5.	Aspectos éticos .....	33
4.6.	Procedimiento.....	33
	Capítulo V: Hallazgos .....	35
5.1.	Presentación y análisis de datos.....	35
5.2.	Discusión de resultados .....	47

Conclusiones.....	50
Recomendaciones .....	52
Referencias .....	54
Apéndice 1: Modelo de carta de presentación.....	58
Apéndice 2: Modelo de carta de consentimiento informado .....	59
Apéndice 3: Guía de entrevista.....	60
Apéndice 4: Tabla de evaluación de expertos .....	62
Apéndice 5: Matriz de desgravación de las entrevistas .....	65

## Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de categorización .....	28
Tabla 2: Empresarios gastronómicos.....	30
Tabla 3: Instrumento: Guía de entrevista empresarios turísticos del distrito del Rímac sobre la Innovación y Resiliencia en el contexto de la pandemia COVID 19 .....	31
Tabla 4: Validación de expertos .....	32
Tabla 5: Consolidado de respuestas relevantes referentes al objetivo general.....	35
Tabla 6: Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 1 .....	39
Tabla 7: Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 2.....	40
Tabla 8: Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 3 .....	42
Tabla 9: Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 4.....	43
Tabla 10: Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 5 .....	44
Tabla 11: Consolidado de respuestas relevante referente al objetivo específico 6 .....	46



## Índice de figuras

Figura 1: Nube de palabras de las categorías innovación y resiliencia .....	36
Figura 2: Red hermenéutica con respecto la categoría innovación .....	37
Figura 3: Red hermenéutica con respecto a la categoría resiliencia.....	38
Figura 4: Red hermenéutica con respecto a la subcategoría producto .....	39
Figura 5: Red hermenéutica referida a la subcategoría proceso .....	41
Figura 6: Red hermenéutica con respecto a la subcategoría organizativa.....	42
Figura 7: Red hermenéutica con respecto a la subcategoría gobernanza .....	43
Figura 8: Red hermenéutica de la subcategoría conocimiento .....	45
Figura 9: Red hermenéutica de la subcategoría gestión de riesgo.....	46

## Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19, para alcanzar este objetivo se desarrolló una metodología de enfoque cualitativo, de método inductivo, diseño fenomenológico, cuya población estuvo conformada por 24 empresarios gastronómicos del Rímac y una muestra de 13 empresarios gastronómicos del Rímac, como técnica se utilizó la entrevista y como instrumento una guía de preguntas semiestructurada. La investigación concluye que se puede verificar que existe una relación de asociación entre las subcategorías proceso y organizativa, debido a que las empresas se organizaban para cumplir con todos los protocolos de bioseguridad, así como en la innovación en los servicios dando como resultado un producto final, que mantiene una relación de causalidad con las subcategorías mencionadas. Además, se aprecia una relación causal provocada por la subcategoría conocimiento hacia la gestión de riesgo que produce la pandemia por Covid 19 hacia el sector turístico y se evidencia una relación de contradicción entre la subcategoría gobernanza hacia la gestión de riesgo, esto se debe a que la Municipalidad del Rímac poco o nada intervino hacia el apoyo de estas empresas incrementando el riesgo de que cierren.

**Palabras Claves:** Innovación, resiliencia empresarial, empresas gastronómicas, empresarios.

## **Abstract**

The objective of this research work was to analyze innovation and business resilience in the tourism sector of Rímac in the context of the COVID 19 pandemic, to achieve this objective a qualitative approach methodology, inductive method, phenomenological design was developed. The population was made up of 24 gastronomic entrepreneurs from Rímac and a sample of 13 gastronomic entrepreneurs from Rímac. The interview was used as a technique and a semi-structured question guide as an instrument. The research concludes that it can be verified that there is an association relationship between the process and organizational subcategories, because the companies were organized to comply with all the biosafety protocols, as well as in the innovation in the services resulting in a final product, which maintains a causal relationship with the aforementioned subcategories. In addition, there is a causal relationship caused by the knowledge subcategory towards risk management produced by the Covid 19 pandemic towards the tourism sector and there is evidence of a contradiction relationship between the governance subcategory towards risk management, this is due to the fact that The Municipality of Rímac little or nothing intervened to support these companies, increasing the risk that they would close.

**Key Words:** Innovation, business resilience, gastronomic companies, entrepreneurs

## Introducción

Durante la pandemia fueron los empresarios dedicados a la actividad turística los que más sufrieron, algunos tuvieron que transformar sus empresas, otros intentaron resistir aun con las puertas cerradas y muchos tuvieron que cerrar perdiéndose en el proceso innumerables empleos. Es ahí donde nace la curiosidad de los investigadores de conocer como han logrado sobrevivir al impacto del COVID 19.

Y hemos ubicado nuestro estudio en el distrito del Rímac, un distrito conocido por ser un punto de visita obligado cuando se realiza un *city tour* o un *city by night* en la ciudad capital de Lima en el Perú, en este se realizó en el año 2017 la Feria más importante gastronómica de nuestro país Mistura, donde participaron muchos de los restaurantes que están ubicados en el mismo distrito que presentaron deliciosos platos que han hecho del Rímac un lugar emblemático como son los deliciosos anticuchos, los tamales, chicharrones, dulces entre otro han hecho también que este distrito punto obligado para degustar.

Por tanto, con la aparición del COVID 19 en el 2020 que obligó al cierre de todos los negocios el Rímac también se vio afectado, reactivándose poco a poco a finales del mismo año, por lo que conocer que acciones o innovaciones realizaron para ser resilientes y sobrevivir como empresas. Por tanto, siguiendo el protocolo aprobado por la Dirección del Instituto de Investigación de la UNE la investigación está constituida de V capítulos: el Capítulo I detalla el planteamiento del problema, se fijaron las preguntas y objetivos de la investigación- En el capítulo II referido al Marco teórico, se revisaron artículos científicos que se constituyeron en los antecedentes, así mismo, se recopiló información para fundamentar las bases teóricas la cual fue actualizada paulatinamente al ser una investigación de carácter cualitativo. El capítulo III, se incluyen por requerimiento propio

de la estructura dada en los lineamientos para la presentación del informe por lo que se plantearon los supuestos hipotéticos. Mientras que en el capítulo IV, se fijó la metodología de la investigación destacando que los sujetos de estudio serán los empresarios de los restaurantes y que se mantendrá su confidencialidad en los datos que nos proporcionen manteniendo nuestra postura ética. Finalmente, el capítulo V, permite evidenciar los hallazgos que llevaron a plantear las conclusiones y recomendaciones.

## **Capítulo I: Planteamiento del problema**

### **1.1.Determinación del problema**

Hasta antes del 11 de marzo del 2020 el COVID 19 era visto como una neumonía contagiosa entre los seres humanos, pero por los múltiples casos presentados en diferentes países y no solo en China donde se inició el brote, Organización Mundial de la Salud (OMS) la declara como pandemia, hasta ese momento no se sabía cómo actuar sobre el mismo, tanto que hasta el tratamiento y los cuidados de prevención han ido evolucionando de acuerdo al tipo de virus o a las mutaciones del virus SARS-CoV-2 (OMS, 2021). Es el momento en que el mundo se estremece, las familias ven como se transforman sus estilos de vidas, se dicta el distanciamiento social, se habla de seguridad sanitaria, se cierran fronteras y llega la cuarentena o confinamiento afectándolos desde todos los ángulos económico porque ven mermados sus ingresos o pérdidas de trabajo, sino también su vida social o familiar alejándolos de sus familias lo que impacta en su estado anímico, la llamada normalidad termina y se habla de nueva normalidad.

Es en esta nueva realidad en que los empresarios, grandes o pequeños sienten las consecuencias de las medidas que toman los gobiernos para poder controlar la propagación del virus, afectando con mayor fuerza al mundo turístico, tanto así, que la OMT considera que ha habido un retroceso de casi 30 años, de acuerdo a su publicación del 17 de

diciembre del 2020 por las restricciones y la falta de confianza del cliente ha contribuido a que se le declare como el peor año de la historia del turismo, porque se considera que ha existido una pérdida de \$935,000 millones de dólares en referencia al turismo internacional (OMT, 2020). Donde, España e Italia han sido países muy afectados porque el turismo aportaba más del 10% al producto bruto interno y es el gran generador de empleos. (Paris, 2020). Pero, ¿ya acabo, ya paso todo?, no es así iniciamos el 2021 con nuevas cepas o variantes del virus, y las restricciones de viajes continúan, así, como la desconfianza del turista en especial del internacional que es quien deja mayores divisas y permite el crecimiento de empleo.

Mientras tanto en el Perú, el 16 de marzo se anuncia el cierre de fronteras, y cuarentena absoluta, los negocios se cierran y los empresarios sienten que esto va a pasar rápido, los colaboradores algunos van a casa a realizar trabajo remoto, otros a una suspensión de actividades. Pero el tiempo paso y paso es así que la preocupación llega y se inician las conferencias virtuales como la que organizo la Universidad San Ignacio de Loyola bajo la denominación “Reinventando el turismo en tiempo de COVID-19” (Turismo, 2020) que tuvo como expositores a algunos profesionales y empresarios entre ellos al Señor Butler Director ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT), propone que lo primero es evitar el quiebre de las empresas de turismo porque son las que proporciona empleo e insistió que la nueva normalidad pasa obligatoriamente por una innovación y sostenibilidad. Así mismo Juan Stossel de Casa Andina reconoció que esta pandemia ha dado a lugar a poner a todos en un mismo escenario y Luis Torres llamo a la reflexión de que es el momento que el Perú demuestre que es una cultura fuerte y milenaria.

Es un escenario incierto, las empresas alrededor de 50,000 cerraron por la pandemia y estas en su mayoría fueron las micro y pequeñas empresas, lo expreso Carlos Canales Presidente de la Cámara Nacional de Turismo (AHORA-PERÚ, 2020), si esto lo afirmo en agosto del 2020 que pasara durante el 2021, es en este momento que surgen preguntas diversas ¿Por qué cerraron estas empresas turísticas? Pero igual podemos preguntar ¿Qué de diferente hicieron las empresas turísticas que aún subsisten?, ¿En qué situación se encuentran las empresas turísticas de zonas históricas?, ¿Cómo están anímicamente los empresarios turísticos?, ¿Qué están realizando para subsistir?, ante esta última pregunta llega la reflexión ¿Cuál es la situación de las empresas turísticas ubicadas en el Rímac?, distrito emblemático donde la música, la gastronomía y la historia discurre por sus calles, adornadas de hermosa arquitectura civil-religiosa, un análisis de las mismas urge, y si revisamos la Ley 30220 (2014) en el artículo 6 referido a los fines de las Universidades como “Promover el desarrollo humano y sostenible en el ámbito local, regional, nacional y mundial [...] de servir a la comunidad y al desarrollo integral” (p.2), esta investigación permitirá entonces crear esa sinergia entre universidad-empresa o academia-empresa.

## **1.2. Formulación del problema: general y específicos**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?

### **1.2.2. Problemas específicos**

¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?

¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?



¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?

¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?

¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?

¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?

### **1.3.Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

Describir la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

Describir gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

Describir conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

Describir gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

#### **1.4.Importancia y alcance de la investigación**

La presente investigación tiene como propósito contribuir con la generación de conocimiento nuevo respecto a las variables estudiadas, la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico, para conocer como este fenómeno influye en el contexto de la pandemia COVID 19, desde el punto de vista de los empresarios restauranteros del Rímac.

Mientras que socialmente la presente investigación permitirá que la académica o universidad y las empresas desarrollen sinergias para generar conocimiento e información de valor, puesto que durante el desarrollo del mismo se involucra a los empresarios dedicados a la actividad turística en el distrito del Rímac.

## Capítulo II: Marco teórico

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Internacional

Según González (2020), en su artículo *Resiliencia en entornos dinámicos e inciertos en el sector hotelero*, a nivel mundial los hoteles están desarrollando estrategias que promuevan un crecimiento competitivo para el sector hotelero. Entre las principales se encuentran el uso de tecnologías digitales, la diversidad de los mercados turísticos y el crecimiento competitivo del sector. Frente a un mundo cambiante y dinámico la resiliencia dentro de la organización permite que la empresa haga frente a estos cambios de forma más sólida en el mercado hotelero enfocando sus metas con herramientas tecnológicas relacionado a los clientes, negocios, empleados y crecimiento estratégico.

La tendencia del crecimiento turístico está marcada por la innovación y el cambio permanente del mercado, en la actualidad la pandemia ocasionada por el COVID-19 ha puesto al sector frente a una situación de resiliencia en la cual se busca hacer cambios para la reinención del sector. Como se indica en el artículo de Silva, Rojas, & Rincón (2020) *Turismo 5.0: Un aporte a la identificación de nichos especializados desde la conciencia de contexto*, la pandemia covid 19 ha obligado al sector turístico a repensar en estrategias para la reactivación económica, el temor por la pandemia y los contagios en contextos de

masificación social, ha orientado el nicho de mercado hacia lugares menos congestionados, sobre todo para mantener el empleo y la mano de obra de las personas.

En el artículo *Digital Global travel strategist cities case studies of innovation during pandemic to enthuse Indian tourism stakeholders* [Estudios de casos de innovación de ciudades de estrategia de viajes digitales globales durante una pandemia para entusiasmar a las partes interesadas del turismo en la India] desarrollado por *TravelBiz Monitor* en asociación con *MyTravel Research.com* (MTR) and Big Blue Road (BBR) (2020), mencionaron que la pandemia bajo el contexto actual ha generado diversas ventanas de innovación y cambios para seguir generando ingresos en las empresas turísticas de diferentes países, se menciona que la digitalización es una herramienta estratégica de difusión y promoción, varios países han creado ideas y actividades innovadoras para mantener y cautivar a una nueva demanda que se adapta a este contexto en donde la seguridad, la comunidad, la naturaleza, la flexibilidad, la tranquilidad, etc., siempre estuvieron asociadas al turismo .

### **2.1.2. Nacionales**

Huaynatis (2018), menciona en su investigación que la innovación es una rama del desarrollo económico capaz de transformar o mejorar un servicio o producto adaptándolo a la demanda que siempre está en busca de cosas nuevas. Por tanto, una empresa que necesita hacer crecer sus ventas necesita utilizar esta herramienta sabiamente que el permita obtener una rentabilidad sostenible. Así mismo, López et. at (2007) en su investigación consideraron que la innovación puede y debe ser adaptado en relación a las necesidades de los clientes permitiendo a las empresas generar ventajas competitivas que los diferencien de su competencia, por lo tanto, es una labor que se debe realizar constantemente.

## **2.2.Bases teóricas**

### **2.2.1. Innovación**

La innovación es una particularidad de la sociedad moderna, donde el conocimiento, la creación y comercialización de ideas innovadoras conducen al éxito nacional e internacional de las empresas.

Hoy en día, la innovación y el turismo son términos que se relacionan y por consiguiente han tenido una gran acogida por todos aquellos que se encuentran vinculado a la actividad turística. La innovación se ha constituido como un pilar importante para el desarrollo y la competitividad para todos los sectores económicos y el mundo en general. Un estudio desarrollado por *The Economist Intelligence Unit* afirmó que una de las principales preocupaciones de la parte ejecutiva de las empresas es el proceso de desarrollo y creación de innovadores productos y servicios innovadores (Ahmed, Shepherd, Ramos, & Ramos, 2012). Los crecientes niveles de competencia originado por la globalización y la necesidad de cubrir los requerimientos más exigentes de los clientes requieren de una innovación más acelerada.

Drucker hace más de 20 años señalaba que la innovación se constituye como una herramienta estratégica para los empresarios y, un medio por el cual son aprovechados los cambios como una oportunidad de mejorar (Fernández, 2005), así mismo, Tushman y Nadler (1996) afirman que la fase innovadora de una empresa implica la creación de un bien, servicio o proceso novedoso para el negocio, convirtiéndola en todo un proceso. En ese sentido, el proceso innovador sienta sus bases en un progreso decidido de conocimientos y la composición creativa que se dé entre los ya existentes (Camelo, Martín, Romero, & Valle, 2000).

Por otro lado, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), quienes definen a la innovación como el proceso de introducir diferentes productos (bienes o servicios) e inclusive un proceso, auténtico o mejorado, o la propuesta de un método nuevo para comercializar y organizar las actividades propias del negocio.

Esta es la definición más aceptada en el mundo y que considera que la innovación puede desarrollarse ya sea tanto en el producto, proceso, marketing y organizativa,

Reafirmando la posición de la OCDE, Seclén (2016) considera que innovación se da como un proceso por el cual una organización crea o mejora novedosos productos, procesos, métodos de comercialización entre otros, que le permitirá adaptarse a un entorno cambiante, mostrando responsabilidad ambiental y social, a fin de generar ventajas competitivas sostenibles.

La innovación incluye dos partes: la propuesta de nuevas ideas y el proceso de comercialización productiva de dicha invención (Jordán, 2011). Además, sabemos que la sistematización del proceso innovador se constituye como el punto de partida, pero no las empresas se encuentran rodeadas de situaciones vulnerables que pueden favorecer o dificultar la capacidad de innovar, siendo necesario gestionarla de forma eficiente (Sánchez, Cervantes, & Peralta, 2016).

Todo aquel proceso de innovación, debe gestionarse con una visión enfocada al cliente y a las necesidades de su entorno, y es el gerente de la empresa quien deberá verse en la necesidad de innovar buscando nuevas ideas, mejorando su producto o servicio, en pocas palabras hacer desarrollar su espíritu emprendedor.

Es innegable que la innovación se considere como un factor determinante del crecimiento económico de un espacio geográfico, constituyéndose como un medio para lograr la

mejora en la competitividad” (Cardona, Castiblanco, & Díaz, 2013). El sector enfrenta una alta competitividad, por tanto, requiere de constantes innovaciones, desarrollo científico y tecnológico que conduzca al sector a una mejor posición en el mercado, con oportunidades de negocios altamente rentables, además de los beneficios para sus involucrados.

Para Berastain (2009), determina dos clases de innovación: 1) innovación tecnológica, aquella que usa con intensidad la tecnología; 2) innovación no tecnológica, aquella que no basa sus actividades en la tecnología. Para el turismo, la innovación constituye un instrumento práctico para el demandante y ofertante, por tanto, requiere de planificación y capacitación del personal, que asegure el uso de la tecnología en la comunicación, transacción y operación turística, de tal forma que cualquier negocio en turismo se apoye en la innovación tecnológica y no tecnológica (Yumisaca, Mendoza, & Benavides, 2019).

### **2.2.2. Resiliencia**

La actividad turística hasta el año 2019 presentaba cifras importantes de crecimiento y el Perú no era ajeno a esos buenos resultados que, aunado a los reconocimientos internacionales como mejor destino cultural y mejor destino culinario, nos ponía en vitrina ante los ojos de miles de turistas que se mostraban interesados en conocer nuestro país. Sin embargo, en el primer trimestre del 2020, las fronteras de algunos países empezaron a cerrarse por el brote de un nuevo coronavirus, cerrándose las fronteras de nuestro país el 16 de marzo del 2020 y restringiéndonos el tránsito para actividades que no estén consideradas como esenciales. Eso significaba que aquellos porcentajes positivos en turismo previsto para el año 2021 se esfumarán, dejando a ciudades enteras en el Perú y el Mundo que viven del turismo sin ingresos económicos y próximos a la debacle, tornándose

un escenario bastante difícil para el sector turismo por el cierre de destinos turísticos, cierre de fronteras y estrepitosa caída del flujo turístico internacional.

El turismo, dado a sus características es un sector muy sensible a crisis política, social, económica, sanitaria, desastres humanos y naturales, sin embargo, el turismo también ha demostrado resiliencia en anteriores situaciones críticas. Estas situaciones difíciles han dado lugar a generar investigación sobre el riesgo y la capacidad de sobreponerse. Rodríguez, Fraiz y Álvarez (2014) indican que las amenazas en un contexto dado afectan de manera hostil la capacidad organizativa para cumplir con éxito los objetivos empresariales.

El concepto de resiliencia fue esbozado por primera vez en el ámbito de la ingeniería, definiéndola como una particularidad relacionada a la velocidad y capacidad de recuperarse tras la eliminación de un factor de estrés, se enfoca en la reacción de los sistemas frente al cambio, la preparación de las localidades para afrontar los impactos de manera sostenible (Proaño, Ramírez, & Pérez, 2018). Asimismo, algunos investigadores lo relacionan con las ciencias humanas. Desde la percepción de la psicología positiva desarrollada por Martin Seligman, la resiliencia es aquello que posee el ser humano para resistir y rehacerse frente a los embates de la vida (Vera, 2006).

Carretero (2010) concibe la resiliencia como aquel funcionamiento que tiene la capacidad de adaptarse a las funciones físicas y psicológicas en un contexto crítico, siendo resultado de un proceso dinámico que evoluciona dadas las circunstancias o naturaleza del contexto en el que nos encontremos que se pueden expresar de formas diferentes según aspectos culturales o sociales.



La aplicación del concepto de resiliencia en el sector turismo implica la evaluación de la resistencia que tiene un determinado espacio geográfico sobre situaciones de adversidad, riesgo, amenaza y vulnerabilidad. El sector turístico dada a sus características experiencial es el resultado del trabajo participativo con distintos proveedores que afrontan diferentes problemas de desintegración y control” (Henderson, 2007, p.8). Esta característica hace que este sea un sector que cualquier acontecimiento lo afecte, en consecuencia, la cadena de suministro turístico se afecte.

La UNESCO considera que, ante un hecho adverso, la resistencia y la resiliencia constituyen factores que favorecen a la mitigación de los impactos negativos que se generan por la presión en los destinos turísticos (Pedersen, 2005). En ese sentido, el turismo exige desarrollar y poner en práctica instrumentos como herramienta de planificación que ayuden a prevenir los riesgos, control y gestión urbana, a fin de promover destinos turísticos resilientes y sostenibles, disminuyendo los factores que reducen drásticamente la capacidad de resiliencia de un destino turístico como la inseguridad ciudadana, conflictos sociales, desarticulación de políticas públicas, entre otros (Hiriart, 2018, p.35). La resiliencia es por tanto el fruto de la interacción entre el individuo y su entorno (Herrera & Rodríguez, 2016), desarrollaron una compilación de los elementos que son necesarios para lograr una evaluación de la resiliencia, obteniéndose una matriz con elementos cualitativos y cuantitativos, como: dimensión económica, dimensión social, dimensión institucional y dimensión infraestructura (Herrera & Rodríguez, 2016).

Orientarse a la resiliencia consiste en dar importancia a lo que las poblaciones pueden hacer por ellos mismos y en lograr el fortalecimiento de sus capacidades de enfrentarse ante una situación de emergencia (Twigg, 2007, p. 6). La Organización Humanitaria Internacional (2015) desarrolló un instrumento tomando como base al trabajo de Twigg (2007), para evaluar los elementos de la resiliencia comunitaria ante situaciones difíciles. En

este instrumento se agrupan los factores en cinco áreas temáticas (Huitraleo, Calisto, Mansilla, & Gutierrez, 2019): gobernanza, evaluación de riesgos, conocimiento y educación, gestión de riesgo y reducción de vulnerabilidad, finalmente preparación y respuesta a desastres.

Los destinos turísticos resilientes son promotores a largo plazo de la prevención, adaptación y recuperación de un determinado espacio geográfico, que busca minimizar la vulnerabilidad al riesgo de desastres a través del desarrollo de planes estratégicos participativos e inclusivo que establezcan labores para prevenir, adaptar y recuperar la situación de la comunidad anfitriona y visitantes ante situaciones de crisis y adversidades. La resiliencia en los productos turísticos se puede evidenciar en la medida que se puedan establecer sistemas que prevengan y promuevan acciones capaces de adaptarse y recuperarse adecuadamente (Huitraleo, et al. 2019).

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

**Actividad turística:** consiste en la prestación de servicios turísticos necesarios para una estadía placentera, son prestadas por empresas hoteleras, de restaurantes, agencias de viajes, empresas de transportes u otras relacionadas directamente al turismo. (MINCETUR, 2019).

**Desarrollo sostenible del turismo:** satisface las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas en el presente, sin poner en riesgo la satisfacción de necesidades económicas, sociales y ambientales de las futuras generaciones. (MINCETUR, 2019).

**Innovación turística.** comprende la capacidad de introducir un producto novedoso que genere ventajas competitivas a las organizaciones vinculadas a la actividad turística y a las comunidades locales que forman parte de ella, promoviendo la competitividad y sostenibilidad del destino turístico (MINCETUR, 2019).

### **Capítulo III: Hipótesis y sistemas de categorías**

#### **3.1. Supuestos hipotéticos**

##### **3.1.1. Supuesto hipotético general**

La innovación y la resiliencia empresarial se da en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19.

##### **3.1.2. Supuestos hipotéticos específicos**

La innovación del producto se da en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

La innovación del proceso se da en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

La innovación en la organización se da en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

La gobernanza para la resiliencia se da en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

El conocimiento para la resiliencia se da en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

La gestión de riesgo para la resiliencia se da en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19.

### 3.2.Sistema de categorías

#### 3.2.1. Definición de las categorías

**Categoría 1: Innovación:** medio a través del cual las organizaciones mejoran o crean novedosos productos, procesos, formas de comercialización y realización de cambios organizativos, para lograr la adaptación al entorno, de forma sostenible, capaces de generar ventajas competitivas asegurando su supervivencia” (OCDE, Seclén, 2014).

**Categoría 2: Resiliencia.** Es la interacción entre el individuo y su entorno (Herrera y Rodríguez, 2016)

#### 3.2.2. Categorización

Para realizar la categorización se ha hecho uso de la matriz de categorización

Tabla 1:

*Matriz de categorización*

Categoría	Sub categoría	Unidad de análisis	Técnica	Instrumento
Innovación	Producto	Empresarios del ámbito Turístico del Rímac Restaurantes y Emprendedores de la feria gastronómica dominical San Basilio del Jr. Trujillo.	Entrevista	Guía de entrevista
	Proceso			
Resiliencia	Organizativa	(Selección por conveniencia)	Entrevista	Guía de entrevista
	Gobernanza			
	Conocimiento			
	Gestión de riesgo			

Fuente: elaboración propia

## **Capítulo IV: Metodología de la investigación**

### **4.1. Enfoque de la investigación**

El enfoque de investigación que se aplicó en la presente investigación es cualitativo, porque tiene como propósito indagar sobre el fenómeno de estudio para “entender, describir y explicar fenómenos sociales, analizando las experiencias de las personas” (Flick, 2007, p.12). De este modo se buscó la profundización de las experiencias en innovación y de las emociones que ayudaron a ser resilientes a los empresarios turísticos del Rímac desde que se paralizó la actividad turística por motivos de la propagación del virus COVID 19.

### **4.2. Tipo de investigación**

Básica tal como el CONCYTEC (2019) se refiere a la generación de conocimientos más complejos con la comprensión de aspectos fundamentales de los hechos observables o las relaciones que estos generen” (p.1), y con un diseño de investigación fenomenológico, al buscar la experiencia de cada uno de los participantes durante un hecho como la suspensión de actividades de más de un año en el ámbito turístico, que permitió conocer cuáles son los elementos en común o diferentes entre los empresarios que incentivaron la innovación y resiliencia en ámbito turístico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

### 4.3. Sujeto de estudio

Tomando en cuenta que el Rímac es un distrito histórico donde el sabor y tradición se mezclan, y permite degustar: chicharrones, tamales, anticuchos, ceviches entre otros, tanto que permitió que la Asociación Peruana de Gastronomía (APEGA) realizara la Feria Mistura en el año 2017 en las instalaciones del Club Revolver.

Determinando como sujetos de estudio a los empresarios del ámbito gastronómico que están legalmente constituidos, con un tiempo de permanencia no menor de 3 años y que de una u otra forma brindan servicios a los turistas o los visitantes, aplicando la técnica de selección por conveniencia y la técnica bola de nieve con el fin de que los informantes nos digan si hay otros a quienes acudir para agregarlos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

Tabla 2:

*Empresarios gastronómicos.*

N°	Denominación del restaurante	Dirección
1	La norteña	Av. Samuel Alcázar 1071 Rímac
2	Chicharrones el Manzano	Av. Samuel Alcázar 754
3	Tradiciones del Rímac	Av. Samuel Alcázar 985
4	Lococino	Avenida Samuel Alcázar 664-A Rímac
5	Restaurante la Fortaleza	Av. Samuel Alcázar 941-943, Rímac
6	Restaurante Turístico Don Ricardo El Rey de Las Hueveras	Jirón 7 de junio, Villacampa 491, Rímac
7	El Rincón de Manolo	Av. Tarapacá 485, Rímac
8	Cilindro El Maxi	Av. Amancaes 826, Rímac
9	La Cocina del Virrey	Jirón Atahualpa 145, Rímac
10	Restaurant las Tapadas	Cl La Hoyada Nro. 119 Urb. El Manzano. Rímac
11	Anticuchos la Muñeca	Pj. Raul Toledo Mz C Lt 13 Co Covirimac. Rímac
12	Lima Foods Chicken	Jr. Trujillo Nro 399
13	Restaurante Nuevo Rinconcito Cajamarquino	Jr. Madera 188. Rímac
14	Champions Restaurantes	Avenida Samuel Alcázar 418 Urb. El Manzano. Rímac
15	Restaurant Turístico Guval'S	Jr. Atahualpa Nro. 10. Rímac
16	La Olla Arequipeña	Av. Jorge Bravo Rueda N° 216 3er. piso Urb. El Bosque Rímac

17	La Ollita Arequipeña	Avenida el sol con Av. Amancaes 15096
18	D´Cocheras Restobar	Cal. Francisco Aramburu Nro. 235 Urb. La Huerta. Rímac
19	La Olla de Doña Silvia	Cl La Hoyada Nro. 155. Rímac
20	Salón de Té Pilo	Jr. Trujillo Nro. 368. Rímac
21	Salón de Té Kioshi	Av. Samuel Alcázar Nro. 724 Int. B Rímac
22	Sabor y Sazón de Elenita	Cal. S/N Mza. Ñ Lote. 1 Leoncio Prado Rímac
23	La Pasta de Guille	Av. Alcázar Nro. 864 Urb. La Florida Rímac
24	Picantería Arequipeña El Misti de Oro	Calle Loreto 524, Rímac

---

Fuente: elaboración Propia

Mientras el acceso al campo fue presencial en tres etapas en una primera se verifico que aún estos restaurantes estuvieran atendiendo, la segunda fue la de presentarse con los empresarios y solicitar un horario adecuado para aplicar la entrevista y la última etapa fue la aplicación de la entrevista.

#### 4.4. Técnicas de recolección de datos e instrumentos

Se usó la técnica de la entrevista y como instrumento la guía de preguntas semi-estructurada, lo que permitió recoger información sobre las variables Innovación y Resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19.

Tabla 3:

*Instrumento: Guía de entrevista empresarios turísticos del distrito del Rímac sobre la Innovación y Resiliencia en el contexto de la pandemia COVID 19*

---

#### **ENTREVISTA A EMPRESARIOS TURISTICOS DEL DISTRITO DEL RIMAC SOBRE LA INNOVACION Y RESILIENCIA EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID 19**

1. ¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?
  2. ¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?
  3. ¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Qué mecanismos ha implementado para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?
-

---

¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?

4. ¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?
5. ¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?
6. ¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?
7. ¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?  
¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?  
¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?

---

Fuente: elaboración propia

Así mismo, el instrumento fue validado por 3 expertos que tienen conocimientos sobre el tema tratado por esta investigación y sus promedios de valoración se pueden apreciar en la Tabla que se presenta a continuación:

Tabla 4:

*Validación de expertos*

	<b>DNI</b>	<b>Especialidad</b>	<b>Grado</b>	<b>Institución</b>	<b>% de validez</b>
Irma Milagros Carhuancho Mendoza	40460914	Administración	Doctora en Administración Investigador RENACYT Carlos Monge IV	Universidad Norbert Wiener	92.5%
Claribel Rosario Salvador García	40910480	Turismo y Hotelería	Doctora en Administración Docente	Universidad Cesar Vallejo	97.5%
Mercedes Elena Zapata Mendoza	40117791	Turismo y Hotelería	Doctora en Ciencias del Desarrollo social	Universidad Nacional de Trujillo	87.5%
	<b>Total</b>				<b>92.55</b>

Fuente: elaboración propia.



De esta manera se le da credibilidad al instrumento por lo cual en el Apéndice 4, se puede verificar con la tabla de evaluación. Así mismo, se grabó cada entrevista siempre con la autorización de los participantes de tal forma que se transcribió la información textualmente.

#### **4.5.Aspectos éticos**

Los principios éticos que se aplicaron en esta investigación es el respeto al uso de las Normas APA, al reconocimiento de los derechos de los autores al no realizarse ningún plagio o copia en el desarrollo de la misma y a la confidencialidad de los datos e información proporcionada por los sujetos de estudio, por lo que firmaran el formato de consentimiento informado, además de respetar sus opiniones al copiar en forma fidedigna sus respuestas que han sido utilizados solo para esta investigación.

#### **4.6.Procedimiento**

Al trabajarse cualitativamente se elaboró una guía de preguntas semiestructurada con el fin de obtener la información necesaria para conocer como la innovación y la resiliencia empresarial influyen en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19. Esta guía de entrevista fue elaborada en base a los cuestionarios elaborados de las categorías Innovación y Resiliencia.

Mientras que el levantamiento de la información estuvo supeditada al tiempo disponible y determinado por el empresario entrevistado, realizándose en algunos casos presencialmente, en otros a través de la virtualidad. Durante su aplicación se logró una comunicación fluida con los sujetos de estudio permitiendo conocer las decisiones que tomaron durante este periodo para mantenerse durante el periodo de mayor recesión de la actividad turística debida al confinamiento

Por otro lado, durante la investigación se realizó una triangulación de análisis de las respuestas dadas utilizándose un método de codificación que permitió acercarse a las unidades temáticas a investigación.

## Capítulo V: Hallazgos

### 5.1. Presentación y análisis de datos

Para el análisis de los resultados se ordenó la información recogida durante las entrevistas o labor de campo, identificando los aportes de 13 empresarios que laboran en el rubro del sector turístico en el Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19 agrupándolos en categorías, aplicando la triangulación de los datos, con el fin de lograr una aproximación más cercana a los objetivos propuestos, con las teorías y antecedentes (Carhuancho, Nolazco, Sichei, Guerrero, & Casana, 2019). A continuación, se realiza la descripción de la Técnica de la Entrevista de datos cualitativos:

Tabla 5:

*Consolidado de respuestas relevantes referentes al objetivo general*

Objetivo	Pregunta	Interpretación de respuestas
O.G: Analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia	<b>Innovación:</b> La innovación se desarrolla según las subcategorías y estas son: el producto ofrecido, el proceso llevado durante la pandemia por COVID 19 y la organizativa, dentro de la innovación de productos la mayoría coincide en ampliar la carta de menú para lograr un mayor alcance de clientes, con respecto al proceso destaca que se haya implementado el servicio de <i>delivery</i> en la mayoría de empresas del sector turístico y finalmente si se habla de la subcategoría organizativa hablamos de un conjunto de protocolos
	empresarial en el sector	impuestos por el estado de bioseguridad para evitar la propagación de la COVID 19 en el distrito del Rímac.

turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?	<b>Resiliencia:</b> La resiliencia se desarrolla según las subcategorías gobernanza, conocimiento y gestión de riesgo, dentro de la gobernanza hubo poco apoyo por parte de la Municipalidad del Rímac para afrontar la pandemia por COVID 19 así como poca información sobre la enfermedad y los riesgos que está implica al llevarse a cabo en empresas en donde se solía atender con mucha gente.
--	---	---

**Análisis del total de las respuestas:** En este contexto, las entrevistadas resaltan

Fuente: elaboración propia

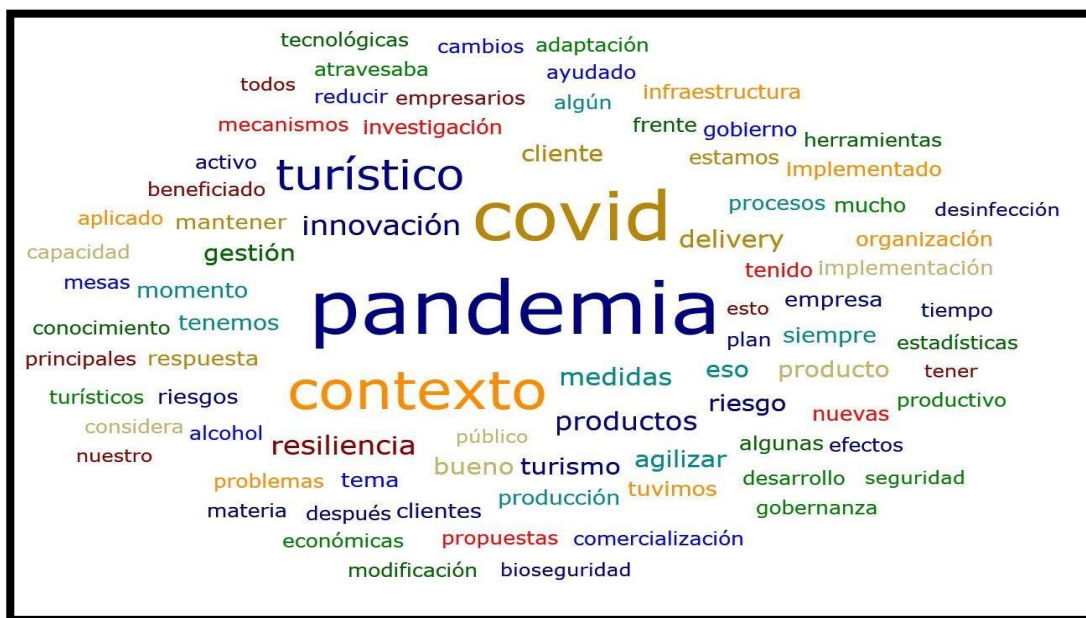


Figura 1: Nube de palabras de las categorías innovación y resiliencia

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:**

Podemos observar en la figura 1 que la palabra con mayor empleo en las entrevistas realizadas es pandemia sumada de covid, contexto, turístico, innovación y resiliencia que coincide con el tema tratado en la presente investigación ya que se analiza bajo los criterios de los entrevistados el contexto del sector turístico durante la pandemia por covid en las categorías innovación y resiliencia.

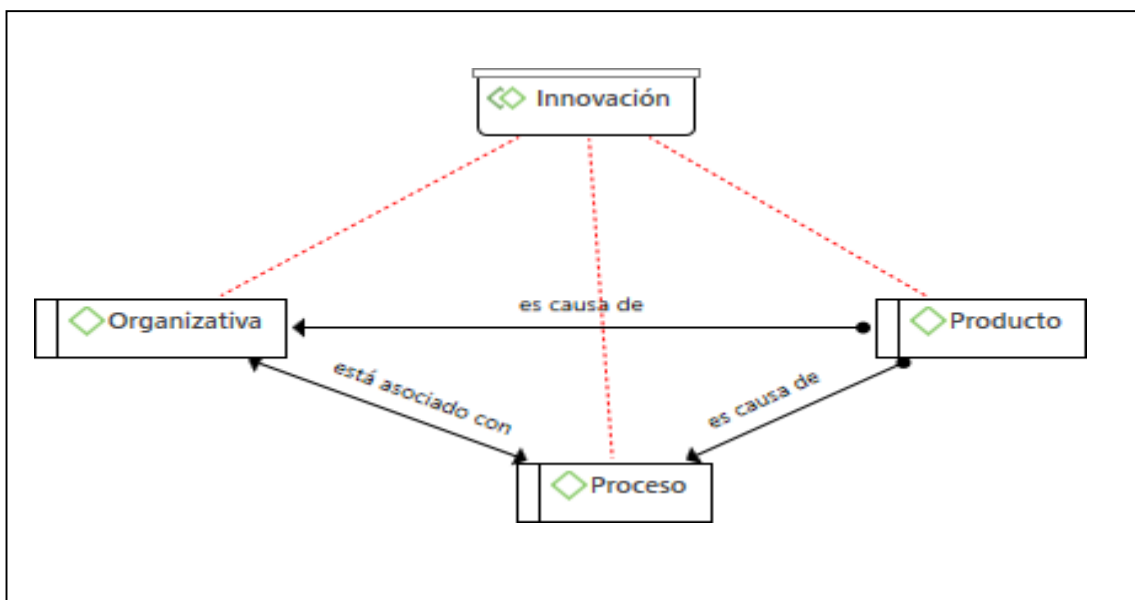


Figura 2: Red hermenéutica con respecto a la categoría innovación

Fuente: elaboración propia

Con respecto a las figuras 2 y 3, son el resultado de la utilización del software para investigaciones cualitativas Atlas. Ti en dónde se relacionan las categorías con la siguiente relación:

### **Relación Producto-Proceso-Organizativa**

Se puede verificar que existe una relación de asociación entre las subcategorías proceso y organizativa, esto es debido a que bajo criterio de los encuestados coinciden en que mientras las empresas se organizaban para cumplir con todos los protocolos de bioseguridad así como la innovación en los servicios que no solían estar acostumbrados son prácticamente procesos que se llevan a cabo y que ambos dan como resultado un producto final ya sea servicio o algo tangible que mantiene una relación de causalidad con ambas subcategorías mencionadas.

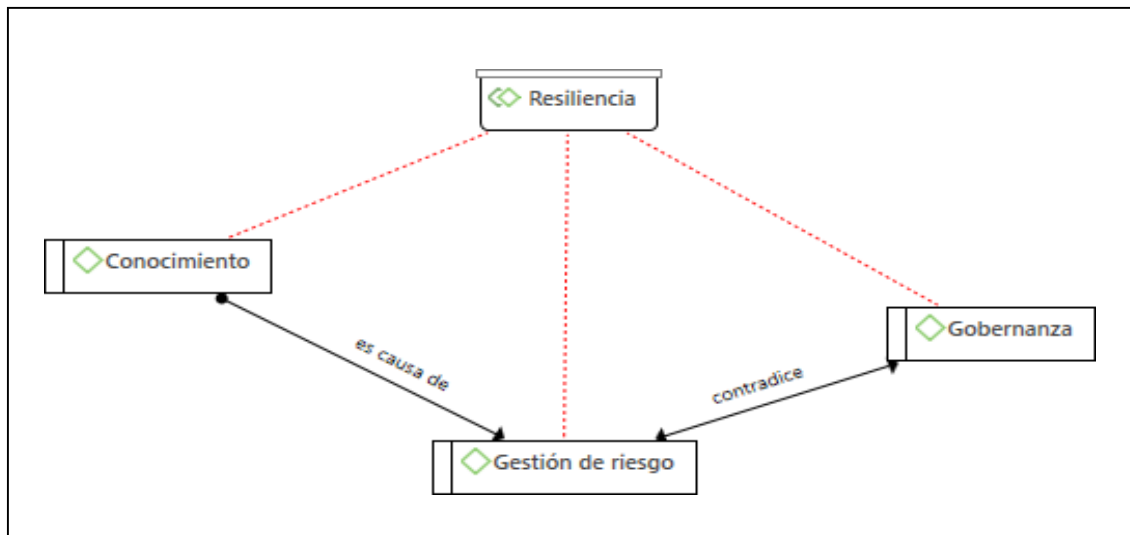


Figura 3: Red hermenéutica con respecto a la categoría resiliencia

Fuente: elaboración propia

### **Relación Conocimiento-Gestión de riesgo-Gobernanza**

Mediante los resultados obtenidos, en la figura 3 apreciamos la relación causal provocada por la subcategoría conocimiento hacia la gestión de riesgo, esto es debido a que los entrevistados tienen conocimiento de los riesgos que produce la pandemia por Covid 19 hacía el sector turístico que puede provocar el cierre total de su local, a pesar de las adversidades es gracias al conocimiento que pudieron subsistir. Por otro lado, encontramos una relación de contradicción o carencia por parte de la subcategoría gobernanza hacía la gestión de riesgo, esto se debe a que la Municipalidad del Rímac poco o nada intervino hacía el apoyo de estas empresas incrementando el riesgo de que cierren.

Tabla 6:

Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 1

Objetivo	Pregunta	Respuestas
O.E 1: Describir la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	P1: ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	<p><b>E13:</b> Durante la pandemia hemos tratado de implementar, aumentar mucho más lo que son ahora que todos manejan las redes sociales, poder generar páginas, para poder estar en vigencia, ya que por la pandemia hubo muchos problemas con los locales, para las comidas presenciales, nos implementamos con lo que es la página para poder tener opciones de vía delivery, contactos con el cliente, una línea WhatsApp en el cual nos puedan escribir para que nos puedan implementar sus pedidos y nos puedan escribir, llamar, video llamadas o mensajes para poder brindarle el delivery de los pedidos que podamos tener, más que nada ello, ya que la pandemia nos quitó un poco el beneficio de las visitas presencial, ya no es la misma cantidad de la gente que nos podía visitar, tratamos de implementar las redes sociales y los delivery para no perder nuestra vigencia.</p>

Fuente: elaboración propia

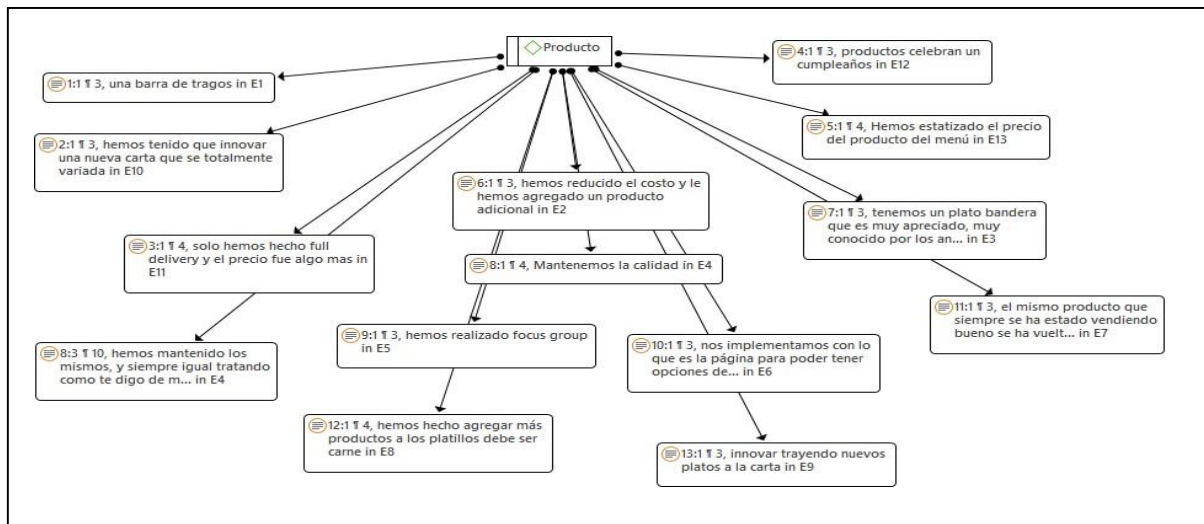


Figura 4: Red hermenéutica con respecto a la subcategoría producto

Fuente: elaboración propia

## Interpretación:

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados en relación a la innovación en el producto, los empresarios durante la pandemia han tratado de implementar, aumentar el uso de las herramientas digitales como redes sociales, página web, entre otros para mantenerse vigente.

Tabla 7:

*Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 2*

Objetivo	Pregunta	Respuestas
<b>O.E 2:</b> Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	P2: ¿Qué mecanismos ha implementado para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?  ¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?	<b>E4:</b> a. Bueno, todo el tema de la bioseguridad para empezar, desde la cocina siempre, siempre hay estándares de bioseguridad en cocina, en comedor también, pero ahora con más, con más vamos a decir, con más detalle por el tema este del COVID. Nosotros somos un restaurante que hasta la fecha no atendemos en comedor, todavía estamos atendiendo para llevar, solo para llevar y por el servicio de delivery. Después todo lo que es envasados plásticos, ¿no?, táper, todo lo que este tema hemos usado guantes, mascarilla. Siempre hemos sacado el tema de los gorros para el cabello, las mallas de todo nuestro cabello. La limpieza es más continua, hacemos limpieza con más frecuencia, desinfección, todo, o sea, todo el tema de la seguridad la hemos implementado, la estamos haciendo más, más y más frecuentes. Nosotros no teníamos servicio antes de delivery y ahora ya lo tenemos. No, porque ya el sistema, el COVID ya a cambiado el mundo y no nos obliga a poder cambiar, también nosotros, adaptamos.

Fuente: elaboración propia



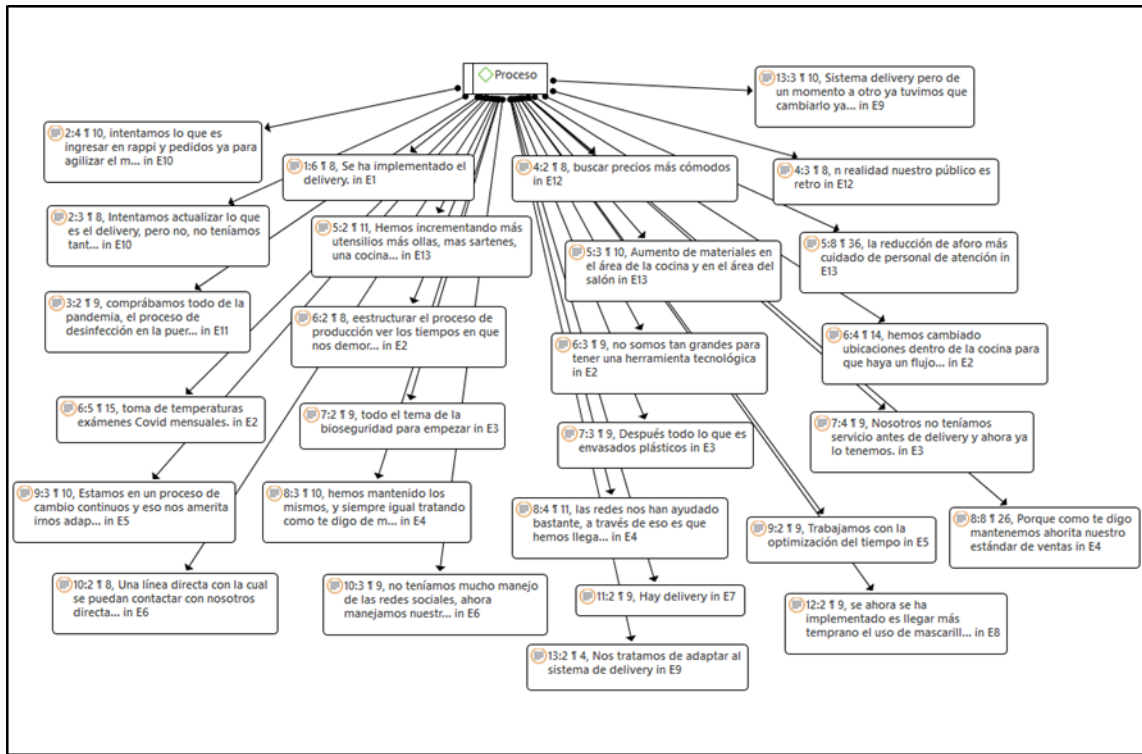


Figura 5: Red hermenéutica referida a la subcategoría proceso

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:**

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados en relación a la innovación en el proceso, los empresarios durante la pandemia han implementado medidas extremas de bioseguridad para la comercialización exigidos por la autoridad competente de salud, donde los empresarios se vieron en la necesidad de proveer los equipos de protección personal y de bioseguridad a cada uno de sus trabajadores.

Tabla 8:

Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 3

Objetivo	Pregunta	Respuestas
<b>O.E 3:</b> Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	<b>P3:</b> ¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?	<b>E10:</b> a) Tuvimos que bajar, nosotros teníamos más de 30 mesas, pero ahora cómo puedes observar quedan solamente 15 mesas y tenemos que bajar el aforo para que haya más comodidad y más seguridad del cliente al ingresar al local.  b) En el contexto de la pandemia nosotros ahora, este los cocineros más que nada tenemos que utilizar doble mascarilla y guantes al momento de la preparación y elaboración de los alimentos, en lo que es nuestro personal que se puede decir azafatas o mozos ellos utilizan el mecanismo del alcohol y la desinfección, claro en este momento no tenemos el termómetro, por motivos de reparar el termómetro digital, pero también se mide la temperatura al ingreso a local para poder estar más seguros por la pandemia

Fuente: elaboración propia

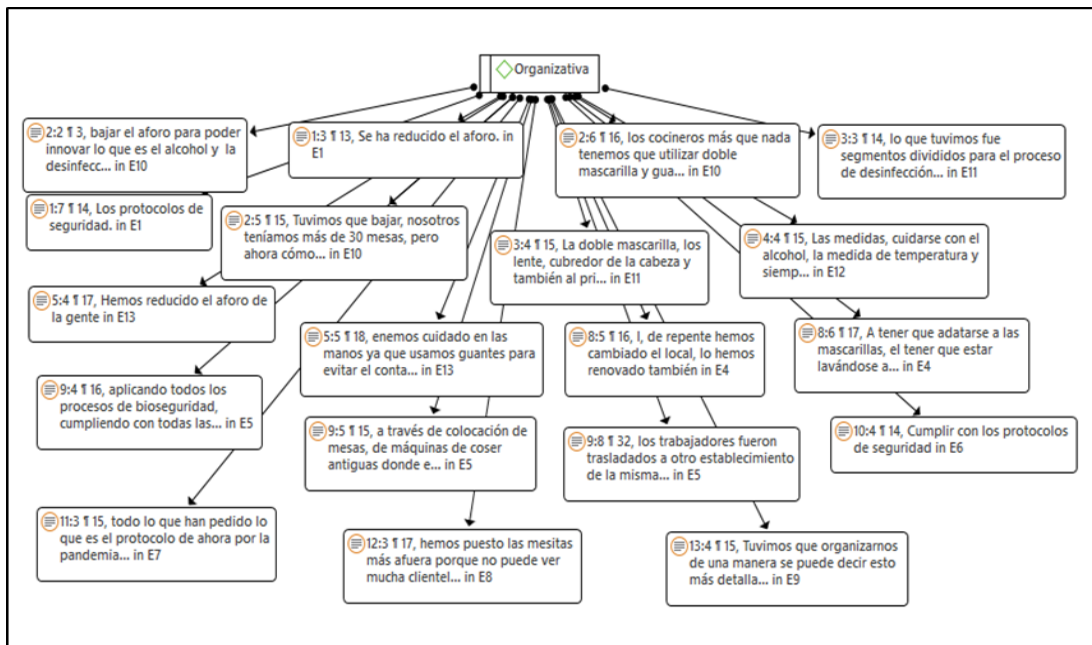


Figura 6: Red hermenéutica con respecto a la subcategoría organizativa

Fuente: elaboración propia

La capacidad organizativa, los empresarios durante la pandemia, mejoraron su capacidad organizativa que se ha generado dentro de las empresas, las ha llevado a reorganizarse en el aforo, dando cumplimiento de la normativa legal vigente a fin de generar comodidad y seguridad en el cliente al momento de dirigirse al local.

Tabla 9:

Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 4

Objetivo	Pregunta	Respuestas
<b>O.E 4:</b> Describir gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	P4: 1. ¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? a. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?	<b>E2:</b> a) Yo creo que no, algunas medidas afectaron a nosotros los empresarios ya que por esos motivos tuvimos que cerrar un montón de tiempo y nuestro personal incluso se quedó sin trabajo, pero aun así estuvimos intentando por... se puede decir medidas bajas y rompiendo las reglas del mercado para poder seguir vendiendo ya que este es nuestro negocio y con esto nosotros, este nos mantenemos en vigencia.

Fuente: elaboración propia

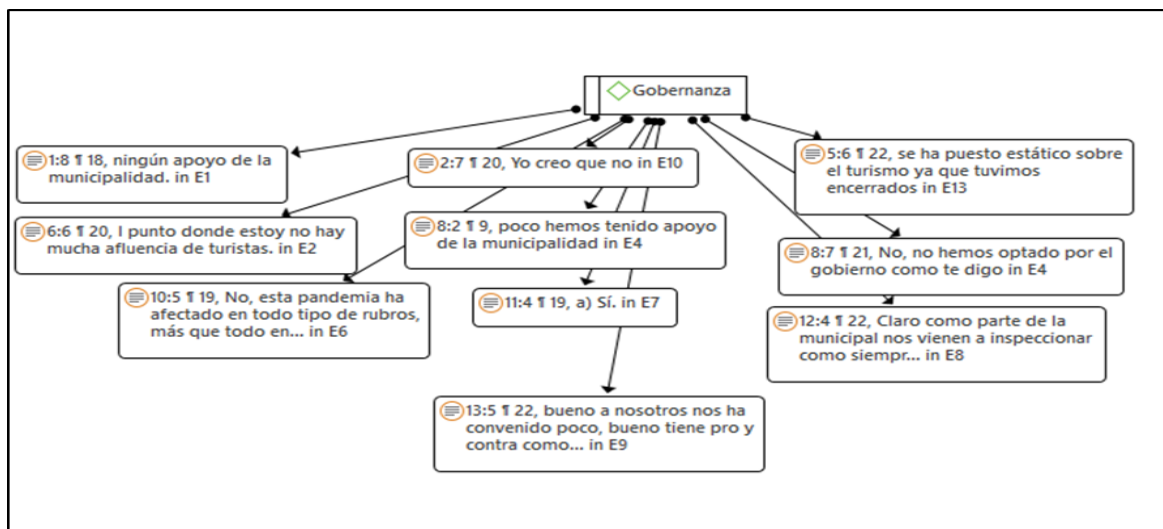


Figura 7: Red hermenéutica con respecto a la subcategoría gobernanza

Fuente: elaboración propia

## Interpretación:

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados en relación a la Gobernanza manifiestan que recibieron poco apoyo por parte de la Municipalidad distrital del Rímac durante la pandemia de la COVID 19 que afectó sus negocios de establecimientos de restaurantes, lo que generó que sus establecimientos estuvieran cerrados por mucho tiempo y el personal se quedara sin trabajo.

Tabla 10:

*Consolidado de respuestas relevantes referente al objetivo específico 5*

Objetivo	Pregunta	Respuestas
<b>O.E 5:</b> Describir conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	<p>P5: ¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?</p>	<p><b>E5:</b></p> <p>a. Estamos preparando igualmente a través de delivery, que es la comodidad del cliente, que es que el producto llegue a su casa, estamos pensando en trabajar con cadenas de WhatsApp, para que el cliente a través de la cadena del grupo de WhatsApp pueda solicitar su pedido, y con gusto llegar a tiempo, optimización y seguridad en el momento de despacharle al cliente su pedido correspondiente.</p> <p>b. Seguir innovando y buscando siempre las mejoras continuas, garantizando la rentabilidad del negocio, y que el cliente no se vea tan afectado al momento de cancelar su servicio.</p>

Fuente: elaboración propia

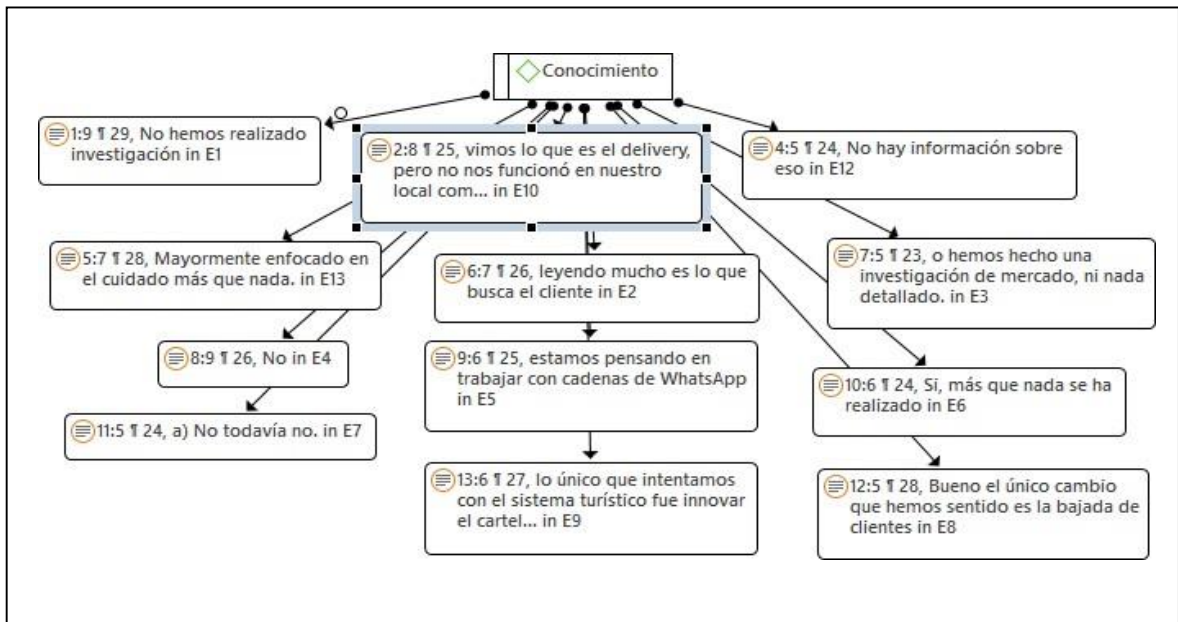


Figura 8: Red hermenéutica de la subcategoría conocimiento

Fuente: elaboración propia

### Interpretación:

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados en relación al Conocimiento manifestaron que mediante un proceso de investigación de mercado e información de fuentes primarias a través de internet aprendieron a adaptar sus procesos de ventas de alimentos a través de redes y canales de distribución online, con la finalidad de asegurar el cumplimiento de los protocolos de seguridad durante la pandemia del COVID 19. De esta manera establecieron el servicio de *delivery* para que los consumidores hagan sus pedidos mediante el servicio de *WhatsApp* desde sus hogares y con la tranquilidad del servicio adecuado bajo protocolos de entrega del producto, con la finalidad que este sistema de adaptación de venta online y entrega por *delivery* permitiera mantener el funcionamiento del negocio.

Tabla 11:

Consolidado de respuestas relevante referente al objetivo específico 6

Objetivo	Pregunta	Respuestas
<b>O.E 6:</b> Describir gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	<p>P6: ¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>a. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?</p> <p>b. ¿Desarrolló algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?</p>	<p><b>E9:</b> Nosotros tomamos lo que sería los 2 metros de distancia, no nos acercamos mucho al cliente hasta atenderlos hasta al acérnanos al otro tenemos que desinfectar y bueno lo que son cubiertos, platos toda esa desinfección para que no haya ningún riesgo de cliente a cliente.</p> <p>Digamos que para hacerle frente al problema a esto de la pandemia como a todo el mundo le cayó de sorpresa y base a eso tuvimos que solamente a esperar porque llego un momento donde no se vendía nada y estábamos al borde de cerrar e ir a la quiebra, fuimos paciente esperamos y llego, así llegamos a lo que estamos. Claro, la desinfección de pies y manos también los clientes al momento que ingresa, de mozo al cliente no hay mucho contacto solamente escucha el pedido además se le entrega ya que al momento de hablar uno los famosos residuos vitales.</p>

Fuente: elaboración propia

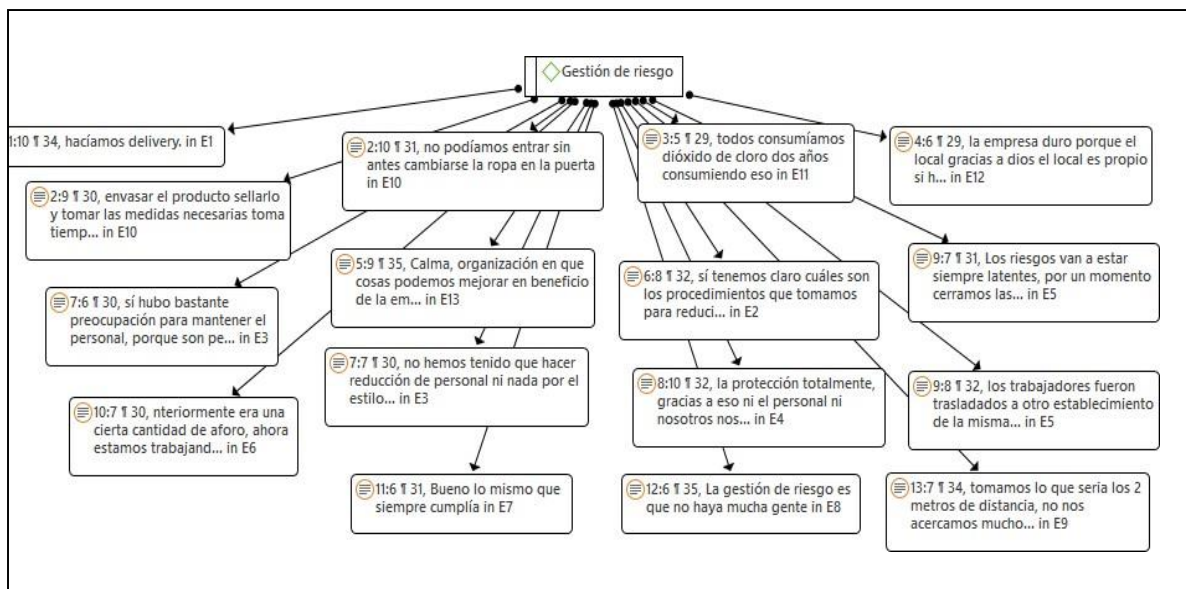


Figura 9: Red hermenéutica de la subcategoría gestión de riesgo.

Fuente: elaboración propia

### **Interpretación:**

De acuerdo a las respuestas de los entrevistados en relación al Gestión de Riesgo manifestaron que establecieron protocolos y medidas de bio seguridad dentro y fuera de la organización, los protocolos establecidos era el cambio de ropa de los empleados antes de ingresar al centro de trabajo, mantuvieron los 2 metros de distancia, utilizaron elementos de protección facial, guantes, mascarillas y mandiles para protegerse totalmente y no correr algún riesgo de contagio. Por otro lado, para el servicio de delivery, utilizaron todo descartable y envasado para sellar el producto que se entregaba a los clientes. De esta manera la empresa tenía claro los protocolos a seguir durante su proceso de producción y venta de sus productos.

## **5.2.Discusión de resultados**

### ***Sobre Innovación***

La innovación representa la capacidad de desarrollar productos que se adapten a un entorno cambiante, según los datos obtenidos, se evidenció que la pandemia fue una oportunidad para la innovación de los productos. Los empresarios implementaron herramientas digitales como redes sociales, página web que ofrecían opciones de *delivery*, uso de WhatsApp business, que facilitaron la comercialización de sus productos, transformando su negocio presencial en un negocio virtual a fin de no perder participación en el mercado. *TravelBiz Monitor (2020)*, quienes manifiestan que la pandemia ha generado diversas ventanas de innovación y cambios para seguir generando ingresos en las empresas turísticas de diferentes países, haciendo hincapié en la digitalización como una herramienta estratégica de difusión y promoción en los negocios.

Asimismo, las medidas extremas de bioseguridad fueron la innovación en el proceso de comercialización exigidos por la autoridad competente de salud, donde los

empresarios se vieron en la necesidad de proveer los equipos de protección personal y de bioseguridad a cada uno de sus trabajadores, así como la implementación de los descartables que mantengan hermético la comida del exterior, como lo indica Silva, Rojas, & Rincón (2020), el contexto de pandemia en el que vivimos ha obligado al sector turístico a repensar en estrategias para la reactivación económica, a fin de reducir los contagios en contextos de masificación social, orientando el nicho de mercado hacia lugares menos congestionados, sobre todo para mantener el empleo y la mano de obra de las personas. Finalmente, la capacidad organizativa que se ha generado dentro de las empresas, las ha llevado a reorganizarse en el aforo, dando cumplimiento de la normativa legal vigente a fin de generar comodidad y seguridad en el cliente al momento de dirigirse al local y también la organización en las medidas de bioseguridad. Ante ello, López et. al (2007) mencionan que la innovación busca adaptarse a las necesidades de las personas, generando ventajas competitivas en la comercialización de sus bienes, mediante mejoras sostenidas en el producto, así mismo se convierte en objetivo buscar la mejora continua.

### ***Sobre Resiliencia***

De acuerdo a los resultados obtenidos el contexto de la pandemia COVID 19 significo un gran reto para todas las empresas de servicios turísticos, que en la mayoría de los casos tuvieron que cerrar temporalmente sus establecimientos y reaprender nuevas formas de ventas para lograr que sus productos lleguen a los consumidores. Como lo menciona Rodríguez, Fraiz, & Álvarez (2014), la amenaza de determinado evento puede afectar de manera adversa la habilidad que una organización tiene para lograr con éxito sus objetivos. En ese sentido, toda organización debe realizar una adecuada planificación frente a los riesgos y establecer acciones de prevención para minimizar los cambios y estar mejor adaptados para dar una respuesta eficiente.



Por lo tanto, la resiliencia dentro de la organización es un factor determinante para hacerle frente a un mundo cambiante y dinámico. Lo que exige a las empresas hacerles frente a los cambios de forma eficiente (Gómez, 2020). De acuerdo a *Global travel strategist cities case studies of innovation during pandemic to enthuse Indian tourism stakeholders*. (2020) la digitalización es una herramienta estratégica de difusión y promoción para una empresa. Durante la pandemia COVID 19 todas las empresas han adoptado el uso de herramientas digitales para las ventas de sus productos, así como para la promoción y establecer un medio de comunicación digital con sus clientes.

La resiliencia propia de los destinos estará presente mientras se establezcan medidas de prevención con estrategias adaptativas al cambio para una capacidad de respuesta rápida que contribuya a la recuperación del sistema. (Huitraleo, et al. 2019, p.72). Por lo tanto, desarrollar una adecuada planificación de las acciones permitirá estar mejor preparados para adaptarse a los cambios y toda la dinámica del mercado turístico.

## **Conclusiones**

### **Primera**

La innovación y la resiliencia desarrollada por los empresarios gastronómicos o restauranteros del distrito del Rímac se constituyeron en los motores principales para lograr la supervivencia o sobrevivencia dentro del ámbito turístico, llevando a que transformen sus negocios para adaptarse a la nueva forma de vida que busca respetar la salud de los comensales aplicando los protocolos de bioseguridad y el cambio de su chip mental de que un restaurante no necesita del uso de las redes sociales para promocionarse, o que no es necesario el delivery porque el que le gusta mi comida retorna sin necesidad que se lo busque. Lo cual finalmente los convirtió en resilientes frente a la Pandemia del COVID 19

### **Segunda**

Referente, a la innovación de productos se observó que los empresarios con el objetivo de no perder participación en el mercado, optaron por transformar la forma de comercialización y promoción convencional de su negocio a uno donde se utilicen eficientemente las herramientas digitales.

### **Tercera**

Con respecto, a la innovación de los procesos, las empresas han comprendido la necesidad de adaptar sus procesos de producción y comercialización al cumplimiento de las normas legales de condiciones de bioseguridad, a fin de generar seguridad y salud, tanto para sus colaboradores como para sus clientes.

#### **Cuarta**

En relación a la innovación en la organización, las empresas han adoptado por cumplir con las normativas de bioseguridad, que obliga a mantener un ambiente apropiado para recibir a los comensales con una adecuada distribución de mobiliario y ventilación. Así como, la entrega de equipos de protección personal y de bioseguridad para sus trabajadores, todo ello, con el objetivo de generar un ambiente seguro para los trabajadores y clientes.

#### **Quinta**

En relación a la gobernanza los empresarios expresaron, que existe poco apoyo por parte de las autoridades municipales hacia los empresarios de servicios de restaurantes para adecuar de forma planificada sus procesos de protocolo y bioseguridad y brindar una atención eficiente a los clientes que les permitiera conocer todos los procesos de venta dentro de este contexto de la pandemia COVID 19.

#### **Sexta**

En conocimiento de los empresarios sobre la salud para sus comensales, se fortalecieron con los protocolos de bioseguridad gracias a las investigaciones realizadas personalmente para obtener fuentes confiables que les brinde información para adaptar sus procesos de ventas de alimentos a través de redes y canales de distribución online, con la finalidad de mantener en funcionamiento su negocio y cumplir con las normas y protocolos de bioseguridad dictados por el Gobierno Peruano durante la pandemia del COVID 19.

#### **Séptima**

En relación a la gestión de riesgo se concluye que los empresarios aplicaron los respectivos protocolos de seguridad durante sus procesos de producción y venta para asegurar que las medidas de prevención resulten positivas tanto para los empleados y los consumidores para evitar algún contagio por el COVID 19 y sean conocidos como restaurantes saludables y seguros.

## **Recomendaciones**

### **Primera**

Promover una gestión compartida entre la municipalidad del Rímac, los empresarios turísticos en el ámbito restauranero y la universidad con el fin de realizar diferentes actividades que permitan a estos mantener sus negocios en estándares competitivos, propiciando así una actitud de planificación a futuro tomando en cuenta imprevistos de tipo económico, social o de salud como fue en esta oportunidad la pandemia COVID 19

### **Segunda**

Permitir que los trabajadores del restaurante participen activamente con propuestas innovadoras, capacitarse en la aplicación de nuevas metodologías que sirvan como medios para el desarrollo de productos o platos innovadores, que se ajusten a las necesidades de los clientes, a fin de generar un buen clima laboral y sinergia empleado – empresario.

### **Tercera**

Desarrollar un flujograma para cada uno de sus procesos, desde la producción hasta el servicio de post venta, esto permitirá identificar cuáles son los puntos débiles o cuello de botellas a fin de establecer las medidas preventivas o correctivas que coadyuven a hacer

más efectivos los procesos. Logrando de esta forma que el empresario ahorre tiempo, la merma de los productos y en consecuencia economice.

#### **Cuarta**

Crear equipos de trabajo de calidad y mejora continua, entre los trabajadores con el impulso de los empresarios, delegando en ellos la responsabilidad de organizar las tareas y recursos de la empresa, alcanzando un uso eficiente de los recursos de la organización y lograr que se identifiquen con su centro laboral.

#### **Quinta**

Desarrollar programas de capacitación y convenios de reapertura de los establecimientos turísticos por parte de la municipalidad con el fin de que se asegure un servicio de manera eficiente y adecuada a los clientes visitantes o turistas a los restaurantes del distrito y los empresarios mantengan en funcionamiento sus negocios.

#### **Sexta**

Diseñar programas de capacitación para el desarrollo de capacidades con apoyo de la universidad que les permita a los empresarios adaptarse a los cambios del mercado a través del fortalecimiento de estrategias y herramientas para hacerlos resilientes frente a cambios imprevisto de cualquier naturaleza que los pueda afectar en el futuro.

#### **Séptima**

Articular esfuerzos para establecer acciones de prevención al brindar el servicio de venta de productos a los clientes y que estas estrategias sean sinérgicas para su replicabilidad y adaptación frente a contextos imprevistos como la pandemia COVID 19.

## Referencias

- Ahmed, P., Shepherd, C., Ramos, L., & Ramos, C. (2012). *Administración de la innovación* (Primera ed.). Estado de México: Pearson Educación de México.
- AHORA-PERÚ. (06 de agosto de 2020). *Asociación Peruana de Hoteles Restaurantes y Afines*. Recuperado el 30 de enero de 2021, de <http://ahora-peru.com/?p=3310>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (3era. ed.). México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <http://ebookcentral.proquest.com>
- Berastain, L. (2009). *Aprender a innovar en una pyme*. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- Camelo, C., Martín, F., Romero, P., & Valle, R. (2000). Relación entre el tipo y el grado de innovación y el rendimiento de la empresa. *Economía industrial* (333), 149-160.
- Cardona, M., Castiblanco, S., & Díaz, H. (2013). Innovación empresarial: Una mirada desde la competitividad, el desarrollo local y la transformación productiva para la internacionalización en Colombia. *Semestre Económico*, 16(34), 149-168.
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M., & Casana, M. (2019). *Metodología para la investigación holística*. Guayaquil, Ecuador: UIDE
- Carretero, R. (2010). Resiliencia. Una visión positiva para la prevención e intervención desde los servicios sociales. *Nómdas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 27(3). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18113757004.pdf>
- Fernández, A. (2005). *Creatividad e innovación en empresas y organizaciones*. Madrid: Díaz

de Santos, S.A.

Flick, U. (2007). *El diseño de investigación cualitativa*. (T. Del Amo, & C. Blanco, Trads.) Madrid; España: Ediciones Morata S.L.

Global travel strategist cities case studies of innovation during pandemic to enthuse Indian tourism stakeholders. (2020). [Estudios de casos de innovación de ciudades de estrategia de viajes digitales globales durante una pandemia para entusiasmar a las partes interesadas del turismo en la India]. *TravelBiz Monitor*.  
<https://link.gale.com/apps/doc/A638247994/PPTH?u=univcv&sid=PPTH&xid=19bf93bd>

González, R. (2020). Resiliencia en entornos dinámicos e inciertos: El sector hotelero.

*Boletín de Estudios Económicos*, 75(231), 593-618.  
<https://search.proquest.com/scholarly-journals/resiliencia-en-entornos-dinamicos-e-inciertos-el/docview/2475139117/se-2?accountid=37408>

Henderson, J. (2007). *Tourism Crises: Causes, Consequences and Managemet*. USA: Butterworth-Heinemam is an imprint of Elsevier.

Hernández, R., Fernández, R., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.

Herramienta para medir la resiliencia comunitaria ante desastres. Guía Metodológica. (2015) GOAL. Obtenido de <http://dipecholac.net/docs/herramientas-proyecto-dipecho/honduras/Guia-Medicion-de-Resiliencia.pdf>

Herrera, G., & Rodríguez, G. (2016). Resiliencia y Turismo: El caso de la ciudad de Baños de Agua Santa - Ecuador. *HOLOS*, 3, 229-250.

Hiriart, C. (2018). Estrategias de resiliencia y escenarios adversos para la recuperación turística y gestión del patrimonio del Centro Histórico de Morelia, Michoacán,

México (2001-2017). *Intervención* (17), 32-47. Obtenido de

<http://www.scielo.org.mx/pdf/inter/v9n17/2007-249X-inter-9-17-32.pdf>

Hurtado, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas, Venezuela:

Fundación Sypal

Huaynatis, S. (2018). *Innovación de servicios y crecimiento empresarial de las MyPes de la asociación hijos de Apurímac, distrito Ate - 2018*. Lima, Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24911/Huaynatis\\_IS\\_S.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24911/Huaynatis_IS_S.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Huitraleo, O., Calisto, L., Mansilla, M., & Gutiérrez, C. (2019). Factores de resiliencia ante vulnerabilidad en destino y empresas turísticas: adaptación del Método Delphi como instrumento de validación. *Revista de Estudios Latinoamericanos sobre Reducción del Riesgo de Desastres (REDER)*, 3(3), 69-84.

Jordán, J. (2011). La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing.

*Perspectivas* (27), 47-71. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941231004.pdf>

Katayama, R. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa: Fundamentos, métodos, estrategias y técnicas*. Lima; Perú: Fondo Editorial de la Universidad Garcilaso de la Vega. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/559>

MINCETUR. (2019). *Glosario de Términos*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

OMS. (10 de febrero de 2021). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de

<https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>

OMT. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*.



Naciones Unidas.

OMT. (17 de diciembre de 2020). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 3 de Febrero de 2021, de <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-retrocede-a-niveles-de-1990-con-una-caida-en-llegadas-del-mas-del-70>

Pedersen, A. (2005). *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial*. Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO.

Proaño, W., Ramírez, J., & Pérez, I. (2018). Resiliencia del turismo ante fenómenos naturales. Comparación de casos de Cuba y Ecuador. *COODES*, 6(2), 225-240. Obtenido de <http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/195>

Rodríguez, D., Fraiz, J., & Álvarez, J. (2014). Experiencias de crisis por desastres en los negocios turísticos: ni se aprende, ni se prepara. *Tourism & Management Studies*, 10(2), 50-56. Obtenido de <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tms/v10n2/v10n2a07.pdf>

Sánchez, M., Cervantes, V., & Peralta, P. (abril-junio de 2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medias empresas de Barranquilla-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, XXII (2), 78-91.

Seclén, J. (2016). Gestión de la innovación empresarial: un enfoque multinivel.360. *Revista de Ciencias de la Gestión*, 1(1), 16-36. Obtenido de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/360gestion/article/view/14869>

## Apéndice 1: Modelo de carta de presentación

Rímac, xx de xxxxx, 2021

Señor(a)

Presente

Asunto: Solicito entrevista

Es grato para mí dirigirme a Ud., en nombre del equipo de investigación de Docentes de la Universidad Nacional de Educación "Enrique Guzmán y Valle" de la Facultad de Ciencias Empresariales, Del Departamento Académico de Turismo, Hotelería y Gastronomía ubicada en la Urb. La Huerta en el Rímac, para expresarle nuestros saludos, he informarle que actualmente estamos realizando la investigación que lleva por Título: "Innovación y Resiliencia Empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID19".

Por tal motivo, le solicitamos nos ayude respondiendo a cada una de las preguntas que serán formuladas durante nuestra conversación, con el objetivo de conocer su experiencia, toma de decisiones que contribuyeron a que su empresa se mantenga activa durante estos dos años de afectación por el COVID 19, el cual con su autorización será grabada con el fin de conservar los datos lo fidedignos a portados por usted como empresario.

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

Atentamente;

Dra. Bertha Gladys Miranda Guevara  
DNI 09081950

### Se adjunta:

- Carta de consentimiento informado
- Guía de entrevista

## Apéndice 2: Modelo de carta de consentimiento informado

### CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo, ....., indico que se me ha explicado que formare parte del trabajo de investigación “Innovación y Resiliencia Empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID19”, dirigida por los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle con sede en el Rímac.

Entonces, habiendo recibido información suficiente sobre el estudio con la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio, las cuales fueron atendidas por el investigador. Así mismo, comunicado que mis resultados se acopiaran con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelara mi identidad, respetándose mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por tanto, Acepto formar parte de la investigación, bajo el entendido de que se será entregada y que puedo pedir información sobre el resultado del estudio, cuando este haya concluido.

Lima ..... de .....del 2021

Firma del participante

DNI:

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico de los investigadores [lmiranda@une.edu.pe](mailto:lmiranda@une.edu.pe) [qsalas@une.edu.pe](mailto:qsalas@une.edu.pe) [ghurtado@une.edu.pe](mailto:ghurtado@une.edu.pe) o [esegovia@une.edu.pe](mailto:esegovia@une.edu.pe)

### Apéndice 3: Guía de entrevista

#### ENTREVISTA A OPERADORES TURISTICOS DEL DISTRITO DEL RIMAC SOBRE LA INNOVACION Y RESILIENCIA EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID 19

8. ¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
  - a. ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?
  
9. ¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
  - b. ¿Qué mecanismos ha implementado para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?
  - c. ¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?
  
10. ¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
  - d. ¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19?
  - e. ¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?
  
11. ¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
  - f. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?
  
12. ¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?

- g. ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19?
  - h. ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?
13. ¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
- i. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?
  - j. ¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?

## Apéndice 4: Tabla de evaluación de expertos

Apellidos y nombres del experto: Carhuacho Mendoza, Irma Milagros

DNI: 40460914

Teléfono: 983 938 868

Título/grados: Lic. en Administración/ Dra. de Administración

Cargo e institución en que labora: Universidad Norbert Wiener

Investigador RENACYT: Carlos Monge IV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										x		Revisar la redacción
2											x	
3											x	
4											x	
5						x						No hay necesidad de crear preguntas con los antecedentes
6											x	
7											x	
8											x	

Promedio de valoración: 92.5%

FIRMA DEL EXPERTO

## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 12 de agosto de 2021

Apellidos y nombres del experto: Salvador García, Claribel Rosario

DNI: 40910480 Teléfono: 993808689

Título/grados: Lic. en Turismo y Hotelería/ Dra. en Administración

Cargo e institución en que labora: Universidad César Vallejo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.



	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											x	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											x	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?											x	
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											x	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?											x	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											x	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											x	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											x	

Promedio de valoración: 97.5%

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 12 de agosto de 2021

Apellidos y nombres del experto: Mercedes Elena Zapata Mendoza

DNI: 40117791 Teléfono: 984078616

Título/grados: Lic. en Turismo/ ~~Doc.~~ en Ciencias del Desarrollo Social

Cargo e institución en que labora: Universidad Nacional de Trujillo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										x	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										x	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										x	
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sustentan en un marco teórico?										x	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sustentan en antecedentes relacionados con el tema?	x										No creo que sea necesario hacer una pregunta sobre los antecedentes de estudio (Las investigaciones de otros)
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										x	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										x	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										x	

Promedio de valoración: 87.5%



FIRMA DEL EXPERTO



## Apéndice 5: Matriz de desggravación de las entrevistas

Entrevistado 1 (Entv.1): Empresario del sector turismo del Rímac- Restaurante Alameda		
OBJETIVO GENERAL		PREGUNTA GENERAL
1	Analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
OBJETIVOS ESPECIFICOS		
2	Describir la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
3	Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
4	Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	Describir gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	Describir conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	Describir gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
Entrevistado 1 (Entv.1): Empresario del sector turismo del Rímac		
INNOVACIÓN		
PRODUCTO		
1	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	La implementación de una barra de tragos.
PROCESO		

6	<p>1. ¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>a. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?</p> <p>b. ¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?</p>	<p>Durante la cuarentena hacíamos delivery. Sí, mantenemos vigentes haciendo delivery</p>
---	---	---

**Entrevistado 2 (Entv.2): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante Bajoportinos**

OBJETIVO GENERAL		PREGUNTA GENERAL
1	Analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
OBJETIVOS ESPECIFICOS		
2	Describir la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
3	Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
4	Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	Describir gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	Describir conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	Describir gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
INNOVACIÓN		
PRODUCTO		
1	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? a. ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	Productos necesarios, producción de precios, por ejemplo, si antes ofrecíamos un producto de 20 soles hemos reducido el costo y le hemos agregado un producto adicional. Es una reducción de precios y se agrega un producto adicional o complementario.
PROCESO		
2	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?	a. Procesos, bueno reestructurar el proceso de producción ver los tiempos en que nos demoramos porque nos demoramos cambiar el empaquetado cambiar el proceso de producción de preparación de proveedor se tiene que canalizar el proceso de producción para poder agilizar el sacado de algún tipo de producto.

	<p>a. ¿Qué mecanismos ha implementación para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?</p> <p>b. ¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?</p>	<p>b. No necesito eso porque es muy manual no somos tan grandes para tener una herramienta tecnológica excepto el tema de la toma de pedidos, pero no, no lo necesitamos por ahora</p>
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	<p>¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>	<p>a. La infraestructura, como te digo analizamos el proceso de producción, hemos cambiado ubicaciones dentro de la cocina para que haya un flujo de adentro hacia afuera y no de afuera hacia adentro, colocando, por ejemplo, lavaderos, refrigeradores, mesas de preparación, planchas de empaquetado en ese orden para que haya un flujo de salida.</p> <p>b. Mascarillas limpieza de manos toma de temperaturas exámenes Covid mensuales.</p>
<b>RESILIENCIA</b>		
<b>GOBERNANZA</b>		
4	<p>14. ¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>a. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?</p>	<p>No, que yo sepa no, lo que pasa es que en el punto donde estoy no hay mucha afluencia de turistas.</p> <p>a. He visto que han hecho algunas ferias gastronómicas, pero no he asistido y beneficiarnos no por el tema del toque de queda al contrario nos perjudicó más</p>
<b>CONOCIMIENTO</b>		
5	<p>2. ¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>a. ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>b. ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?</p>	<p>a. Sí más que todo leyendo mucho es lo que busca el cliente y cómo lo busca tratando de entender las necesidades.</p>
<b>GESTIÓN DEL RIESGO</b>		

6	<p>2. ¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>a. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?</p> <p>b. ¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?</p>	<p>a. Bueno, en el negocio no somos tan antiguos como relativamente nuevos, tenemos casi dos años, los riesgos se van conociendo y tratando de mitigarlos o que no ocurra, en el caso de riesgos no conocidos tratamos de que con los riesgos conocidos no ocurra y tratar que con la experiencia no tengamos inconvenientes con ellos y con los no conocidos nos preparamos ante todo con lo básico por el tema de quemaduras, el tema.</p> <p>b. En plan de riesgos, como se llama en blanco y negro en una hoja no, pero sí tenemos claro cuáles son los procedimientos que tomamos para reducir riesgos de tipos de contagios, de tipos de limpieza, de tipos de seguridad, sí lo tenemos claro porque los conocemos.</p>
---	---	---

Entrevistado3 (Entv.3): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante Chifa Unión		
OBJETIVO GENERAL		PREGUNTA GENERAL
1	Analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
OBJETIVOS ESPECIFICOS		
2	Describir la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
3	Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
4	Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	Describir gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	Describir conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	Describir gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
INNOVACIÓN		
PRODUCTO		
1	<p>¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>b. ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?</p>	<p>Bueno, aquí nosotros nos dedicamos al área de A&amp;B, somos un restaurante con más de 85 años. Podemos decir que es uno de los más antiguos de acá, el centro histórico del distrito del Rímac, y tenemos un plato bandera que es muy apreciado, muy conocido por los antiguos rimenses y por los nuevos también, porque siempre los familiares traen a los suyos. Entonces nosotros tenemos ese producto tallarín, pollo en trozos o los tallarines en toda su extensión, porque nosotros, nosotros mismos lo procesamos, lo fabricamos, lo hacemos. Tiene una textura, un tamaño distinto al resto de tallarines podemos decir que es un producto único. Entonces nosotros contribuimos en lo que es este el producto turístico en el área de la restauración.</p> <p>Bueno, como restauración, la carta sí ha seguido siendo la misma. Le hemos reducido sí, un poco, el tema de la carta porque hay productos que demandan mucho tiempo, entonces hemos reducido la carta un poco, de un 100 por ciento habremos sacado un 3 - 5 por ciento de platos. No ha sido, no ha sido</p>

		considerable. Hemos tenido que regular los precios por un tema, no solamente por pandemia, sino por un tema político. Como tú bien sabrás los precios en los últimos meses, después de la política, antes de, se han disparado. Eso sí, todos los locales tenemos que hacerlo después, tras otros cambios, adaptar el restaurante, el comedor, para poder tener una zona de empaque, una zona de embalaje, una zona de delivery, una zona de los muchachos que contestan el teléfono. La caja la hemos tenido que trasladar del counter a donde tú ves, acá casi a la puerta para que no haya mucho ingreso, controlar de manera más, más ordenada a los comensales. Después otro cambio significativo. No, no... En su comienzo sí hubo más con el tema de los trajes de esto, pero ya poco a poco, ahorita, como ya estamos casi todos vacunados, tenemos ya, digamos, un poquito menos. Hemos bajado un poquito el tema este de los implementos de seguridad.
<b>PROCESO</b>		
2	<p>¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>c. ¿Qué mecanismos ha implementación para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?</p> <p>d. ¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?</p>	<p>a. Bueno, todo el tema de la bioseguridad para empezar, desde la cocina siempre, siempre hay estándares de bioseguridad en cocina, en comedor también, pero ahora con más, con más vamos a decir, con más detalle por el tema este del COVID. Nosotros somos un restaurante que hasta la fecha no atendemos en comedor, todavía estamos atendiendo para llevar, solo para llevar y por el servicio de delivery. Después todo lo que es envasados plásticos, ¿no?, táper, todo lo que este tema hemos usado guantes, mascarilla. Siempre hemos sacado el tema de los gorros para el cabello, las mallas de todo nuestro cabello. La limpieza es más continua, hacemos limpieza con más frecuencia, desinfección, todo, o sea, todo el tema de la seguridad la hemos implementado, la estamos haciendo más, más y más frecuentes. Nosotros no teníamos servicio antes de delivery y ahora ya lo tenemos. No, porque ya el sistema, el COVID ya <u>a</u> cambiado el mundo y no nos obliga a poder cambiar, también nosotros, adaptamos</p>
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	<p>¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>	VACIO
<b>RESILIENCIA</b>		
<b>GOBERNANZA</b>		

4	15. ¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? a. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?	VACIO
<b>CONOCIMIENTO</b>		
5	3. ¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? a. ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19? b. ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?	a. En realidad, no, no lo hemos hecho tanto así, no hemos hecho una investigación de mercado, ni nada detallado. Pero sí, obviamente nos guiamos de acuerdo a las disposiciones que manda el gobierno y también el municipio con relación a lo que es este todo el cuidado de la bioseguridad, los detalles, el aforo, no, todo ese tema nosotros obviamente lo tenemos presente para no, primero incurrir en falta, no infectar, no infectarnos, contribuir a que la pandemia no se extienda de manera más despreocupada.
<b>GESTIÓN DEL RIESGO</b>		
6	3. ¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? a. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19? b. ¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?	b. Bueno, cuando mandaron la cuarentena total que fue el cierre de los locales por 90 días más o menos si, y obviamente que si, ¿no?, lo bueno por un lado es que nosotros el local es propio, ¿no?, es propio, entonces eso quizás no afecta como a otros negocios si los afectados, que han tenido que cerrar han tenido también, están endeudados, en fin. Nosotros por ese lado no, pero sí obviamente el cierre del negocio, tanto los dueños como los trabajadores obviamente nos afectamos, este, pero ya después que hemos podido abrir al 50 % con las regulaciones que han que hemos tenido todos los negocios de restauración, puedo decir que no nos ha afectado mucho porque tenemos una clientela fiel. Tenemos muchos años como te decía 85 años nos respalda, un producto único que tenemos y no nos ha afectado mucho en ese sentido, no tanto así que hasta la fecha todavía no abrimos, no aperturamos el servicio comedor, pero, nuestro público siempre ha estado, menos mal.
<b>Entrevistado 4 (Entv.4): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante Dulcería de la Flor Canela</b>		
<b>OBJETIVO GENERAL</b>		<b>PREGUNTA GENERAL</b>
1	<b>Analizar</b> la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>		
2	<b>Describir</b> la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?



3	Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19
4	Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	Describir gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	Describir conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	Describir gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
<b>INNOVACIÓN</b>		
<b>PRODUCTO</b>		
1	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	. Al principio afecto mucho, como a todos, pero el ánimo de seguir adelante creo que ha sido el enfoque principal para poder sobresalir y sobrellevar esto de la pandemia, obviamente hemos tenido que utilizar más, más implementos y gastos en táperes, en bioseguridad, pero lo hemos podido sobrellevar también, ¿no? a. Mantenemos la calidad, eso es lo más importante de acá, sería mantener la calidad de los productos, en base a cosas naturales, eso es lo que ha llevado a nuestra clientela mantenga también, y nuevamente, y vengan más, otros turistas, antes los turistas eran más extranjeros, en este caso hemos optado abrir más por, a través de redes también, así podemos conocer más, a los turistas nacionales
<b>PROCESO</b>		
2	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué mecanismos ha implementación para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19? ¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?	En cuanto al Rímac, poco hemos tenido apoyo de la municipalidad, en este caso hemos tenido más el apoyo de la municipalidad de Lima, bastante. a. Lo mismo creo, hemos mantenido los mismos, y siempre igual tratando como te digo de mantener los precios, los productos, pese a la pandemia, pese al alza también de productos que tenemos, el costo igual. De repente la ganancia no es igual, pero mantenemos. b. Las redes, las redes nos han ayudado bastante, a través de eso es que hemos llegado también a la municipalidad de lima y hemos llegado también a otros sectores que <u>a</u> sido un proceso, porque hemos participado en ferias, hemos ganado concursos y bien, nos ha ido bien.

Entrevistado 5 (Entv.5): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante La Barrita		
OBJETIVO GENERAL		PREGUNTA GENERAL
1	Analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
OBJETIVOS ESPECIFICOS		
2	Describir la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
3	Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
4	Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	Describir gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	Describir conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	Describir gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
INNOVACIÓN		
PRODUCTO		
1	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	En realidad, hemos realizado focus group con los vecinos, en la cual hemos escuchado sus propuestas y planteamiento, en base a eso nosotros nos hemos ido adaptando, en cuestión de que el negocio se mantenga siempre operativo e innovando según las necesidades de los clientes que nos visitan día a día.
PROCESO		
2	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué mecanismos ha implementación para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?	a. Trabajamos con la optimización del tiempo, es un factor importante para que nuestros clientes nos sigan prefiriendo, también abocado al servicio, carta o menú que salgan en el menor tiempo posible y cubran las expectativas de nuestros clientes.

	¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?	b. Estamos en un proceso de cambio continuos y eso nos amerita irnos adaptando a los nuevos tiempos y a las necesidades que nos obligan a mejorar día a día, en este momento no usamos una herramienta, sin embargo, nos estamos adaptando con tecnología, optimización del tiempo en cuanto a operatividad en la cocina.
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?	a. Este es un cambio completamente auténtico, hemos trabajado en base a salir de lo cotidiano, de que el cliente vea siempre lo mismo, y donde el cliente se sienta a gusto, a través de colocación de mesas, de máquinas de coser antiguas donde el cliente puede desestresarse tranquilamente operando las máquinas. b. En este momento, aplicando todos los procesos de bioseguridad, cumpliendo con todas las normas y procedimientos, también con una buena práctica de manipulación de alimentos, los equipos de protección y por supuesto garantizando también que nuestros clientes, que nos visitan a diario cumplan con los requisitos establecidos en el decreto de abril del 2021, adaptando para que todo fluya como debe ser, con los procesos establecidos.
<b>RESILIENCIA</b>		
<b>GOBERNANZA</b>		
4	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? c. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?	NO RESPONDE
<b>CONOCIMIENTO</b>		
5	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? e. ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19? f. ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?	Estamos preparando igualmente a través de delivery, que es la comodidad del cliente, que es que el producto llegue a su casa, estamos pensando en trabajar con cadenas de WhatsApp, para que el cliente a través de la cadena del grupo de WhatsApp pueda solicitar su pedido, y con gusto llegar a tiempo, optimización y seguridad en el momento de despacharle al cliente su pedido correspondiente.  Seguir innovando y buscando siempre las mejoras continuas, garantizando la rentabilidad del negocio, y que el cliente no se vea tan afectado al momento de cancelar su servicio.

## GESTIÓN DEL RIESGO

6	<p>¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>e. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?</p> <p>f. ¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?</p>	<p>a. Los riesgos van a estar siempre latentes, por un momento cerramos las puertas, apegados a lo establecido y nuestros colaboradores tampoco se vieron afectados por el cierre, buscamos otra alternativa, porque hay otra fuente de ingreso, asociado al negocio, que permitan garantizar la estabilidad laboral de nuestros colaboradores y en el momento que fuera el momento oportuno para nuevamente apertura, nuestros colaboradores continuaron garantizando su puesto de trabajo.</p> <p>b. Al momento de ejecutar el cierre, los trabajadores fueron trasladados a otro establecimiento de la misma empresa, para garantizar su continuidad, su estabilidad laboral y en la medida que se fueron ampliando los horarios y las posibilidades de abrir negocios, volvimos nuevamente a retomar la actividad en el local</p>
---	--	---

Entrevistado 6 (Entv.6): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante La cocina del Virrey	
OBJETIVO GENERAL	PREGUNTA GENERAL
1	<p><b>Analizar</b> la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19</p> <p>¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	
2	<p><b>Describir</b> la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19</p> <p>¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>
3	<p><b>Describir</b> la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19</p> <p>¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>
4	<p><b>Describir</b> la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19</p> <p>¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>
5	<p><b>Describir</b> gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19</p> <p>¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>
6	<p><b>Describir</b> conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19</p> <p>¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>
7	<p><b>Describir</b> gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19</p> <p>¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>
<b>INNOVACIÓN</b>	
<b>PRODUCTO</b>	
1	<p>¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?</p> <p>Durante la pandemia hemos tratado de implementar, aumentar mucho más lo que son ahora que todos manejan las redes sociales, poder generar páginas, para poder estar en vigencia, ya que por la pandemia hubo muchos problemas con los locales, para las comidas presenciales, nos implementamos con lo que es la página para poder tener opciones de vía delivery, contactos con el cliente, una línea WhatsApp en el cual nos puedan escribir para que nos puedan implementar sus pedidos y nos puedan escribir, llamar, video llamadas o mensajes para poder brindarle el delivery de los pedidos que podamos tener, más que nada ello, ya que la pandemia nos quitó un poco el beneficio de las visitas presencial, ya no es la misma cantidad de la gente que nos podía visitar, tratamos de implementar las redes sociales y los delivery para no perder nuestra vigencia.</p>

**Entrevistado 7 (Entv.7): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante Lococino**

OBJETIVO GENERAL		PREGUNTA GENERAL
1	<b>Analizar</b> la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se <b>manifiesta</b> la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>		
2	<b>Describir</b> la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se <b>presenta</b> la innovación del <b>producto</b> en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
3	<b>Describir</b> la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se <b>presenta</b> la innovación del <b>proceso</b> en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
4	<b>Describir</b> la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se <b>presenta</b> la innovación en la <b>organización</b> en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	<b>Describir</b> gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la <b>gobernanza</b> para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	<b>Describir</b> conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el <b>conocimiento</b> para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	<b>Describir</b> gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la <b>gestión de riesgo</b> para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
<b>INNOVACIÓN</b>		
<b>PRODUCTO</b>		
1	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	No, el mismo producto que siempre se ha estado vendiendo bueno se ha vuelto a salir después de la pandemia. a) Bueno, este mismo producto, pero se ha tratado de ver en los precios para economía después del covid.
2	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué mecanismos ha implementación para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?	a) Hay delivery y al principio bueno todo ha sido por delivery ahora bueno después del permiso se ha salido ahora a la calle. b) Por el momento no.

	¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?	
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	<p>¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>	a) Todo lo que es protocolo, todo lo que... todo lo que han pedido lo que es el protocolo de ahora por la pandemia.
<b>RESILIENCIA</b>		
<b>GOBERNANZA</b>		
4	<p>¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>e. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?</p>	Si
<b>CONOCIMIENTO</b>		
5	<p>¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>i. ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>j. ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?</p>	<p>a) No todavía no.</p> <p>a) Bueno recién se está activando lo que es el turismo y poco a poco se está levantando.</p>
<b>GESTIÓN DEL RIESGO</b>		
6	<p>¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>i. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?</p> <p>j. ¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?</p>	<p>a) Se cerró, se ha cerrado durante casi año y medio y luego cuando ha salido el permiso recién se ha salido a trabajar.</p> <p>a) Bueno lo mismo que siempre cumplía, el mismo protocolo, el alcohol, el lavado de manos y la mascarilla.</p>

**Entrevistado 8 (Entv.8): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante Lolos**

OBJETIVO GENERAL		PREGUNTA GENERAL
1	<b>Analizar</b> la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>		
2	<b>Describir</b> la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
3	<b>Describir</b> la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
4	<b>Describir</b> la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	<b>Describir</b> gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	<b>Describir</b> conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	<b>Describir</b> gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
<b>INNOVACIÓN</b>		
<b>PRODUCTO</b>		
1	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	Bueno si se refiere a productos de las ventas eh mayormente los únicos días fuertes son sábados y domingos porque de ahí los días de la semana no estamos como podría ver no hay clientes. a. Bueno hemos hecho agregar más productos a los platillos debe ser carne, el arroz como un anticucho más.



2	<p>¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué mecanismos ha implementación para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?</p>	<p>. Bueno lo que se ha implementado es llegar más temprano el uso de mascarilla, careta facialy cada cliente con su alcohol en mano.</p> <p>a. Las especias, el producto mismo, los anticuchos, carnes un día o dos días de antelación sobre todo los domingos.</p> <p>b. No, por el momento gracias a dios no, todo es tradición a mano, lo único son losguantes y las caretas al momento de implementar las especias el condimento.</p>
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	<p>¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>	<p>La organización podría ser cada persona tiene su momento de estar aquí no podemos estar aquí todos al mismo tiempo a veces somos 2 o 3.</p> <p>a. Como puedes ver afuera, hemos puesto las mesitas más afuera porque no puede ver mucha clientela por las aglomeraciones.</p> <p>b. El uso de mascarillas, caretas, guantes y alcohol en mano.</p>
<b>RESILIENCIA</b>		
<b>GOBERNANZA</b>		
4	<p>¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>f. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia deturismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?</p>	<p>Claro como parte de la municipal nos vienen a inspeccionar como siempre han hecho pero esta vez agregando la bioseguridad.</p> <p>a. Bueno como es sector cocina nos ha perjudicado bastante porque el virus está más cerca por acá no hemos sido lo más afectado porque lo que han sido los músicos y no nos han dado un progreso aún.</p>
<b>CONOCIMIENTO</b>		

Entrevistado 9 (Entv.9): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante Mi gustito del Rímac		
OBJETIVO GENERAL		PREGUNTA GENERAL
1	Analizar la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
OBJETIVOS ESPECIFICOS		
2	Describir la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
3	Describir la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
4	Describir la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	Describir gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	Describir conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	Describir gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
INNOVACIÓN		
PRODUCTO		
1	<p>¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?</p>	<p>En el contexto de la pandemia nosotros tuvimos que innovar trayendo nuevos platos a la carta, haciendo que el público vea que nuestra carta para el sistema presencial sea un poco más abastecido con nuevos platos diferentes ya que la mayoría solo vendía 2 platos al día y nosotros tuvimos que sacar incluso hasta un quinto o sexto plato diario, en esa fue nuestra innovación y claro acoplar el lugar para que pueda entrar cierta cantidad de personas la distanciamiento de mesas, el alcohol en puerta, el termómetro digital y el personal de seguridad que se encarga de eso.</p> <p>a. Nos tratamos de adaptar al sistema de delivery, estábamos intentando con el delivery lo que pasa es que acá mayormente es que las personas residen cerca al local son la que más vienen al servicio y como están cerca no querían pagar el sistema delivery por eso</p>

		abandonamos el sistema delivery para nuestro local de ahí esto con respecto a seguir innovando tratamos de seguir innovando con lo que son aplicaciones para poder así seguimos vigentes, pero conforme fuimos intentando no nos convenía mucho como le dije todos los clientes preferían venir al local y esto pidiendo a una app pidiendo y cobrando algo más
2	<p>¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué mecanismos ha implementación para agilizar sus procesos de producción y comercialización durante la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?</p>	<p>A claro, ah bueno en los procesos este tuvimos pues claro tuvimos que preparar la comida en cero ambientes que no tenga contacto con el público, los sellados de seguridad y hacer entrega de los productos al cliente claro que cada cliente que compra era distinta su forma de ser las cosas y conforme a esos íbamos innovando.</p> <p>A. Sistema delivery, pero de un momento a otro ya tuvimos que cambiarlo ya que no nos convenía mucho ya que todas las personas que vivían cerca querían venir presencial preferían comer acá a que llevar su táper a su cuarto y generar basura en su cuarto.</p> <p>B. Claro innovamos con yape y pedidos ya pero como le dije mayormente el Rímac es de venir más al local y poco más presencial que por delivery.</p>
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	<p>¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p>	<p>Tuvimos que organizarnos de una manera se puede decir esto más detallado para que nuestros compañeros sepan atender, guardar la distancia y tener más posibilidades de llegar al público de una manera distinta y se sientan seguros de acudir y sientan que nosotros estamos cuidando a ellos como a nosotros mismos.</p> <p>a. Bajamos el aforo comenzando con eso porque teníamos más mesas como fue presencial ahora son pocas y la gente se sienta más cómoda y cálida, puedan venir disfrutar ver televisión como compartan sus alimentos con sus familiares.</p> <p>b. Hemos implementado las mascarillas, guantes, desinfección de manos, el proceso de cambiarse antes y después, el proceso de desinfección antes y después de salir del local, bueno el alcohol, el termómetro digital y esto los sellos de seguridad en las comidas para llevar.</p>
<b>RESILIENCIA</b>		

GOBERNANZA		
4	<p>¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>g. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?</p>	<p>No, no tanto eso. Lo único que implementamos fue la medida de seguridad y tratar de adaptar la carta.</p> <p>a. Claro, bueno a nosotros nos ha convenido poco, bueno tiene pro y contra como por ejemplo eso de encerrarnos 15 días más no nos benefició porque fueron grandes pérdidas para nosotros, pero conforme va pasando el tiempo nos tuvimos que adaptar a esas medidas para así seguir siendo vigentes</p>
CONOCIMIENTO		
5	<p>¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>m. ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>n. ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?</p>	<p>Bueno lo único que intentamos con el sistema turístico fue innovar el cartel para que las personas se acercaran más al local y hacer la entrada más bonita pero después del contexto de pandemia no como te sigo recalcando la mesa, la desinfección y todo eso.</p> <p>A. Claro, mira nosotros claro tiene que ver como al vecino como se puede decir y como veíamos que desinfectaba algunos compañeros nosotros comenzamos a investigar a fondo y vimos que un buen vaporizador de alcohol era efectivo y como comenzamos investigar y dimos muchas cosas nuevas para el local.</p> <p>B. Claro, a raíz que se realizó la reactivación nosotros también comenzamos a innovar con el sector turismo cosa que así seguimos vigentes.</p>
GESTIÓN DEL RIESGO		
6	<p>¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>m. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?</p> <p>n. ¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?</p>	<p>Nosotros tomamos lo que sería los 2 metros de distancia, no nos acercamos mucho al cliente hasta atenderlos hasta al acércanos al otro tenemos que desinfectar y bueno lo que son cubiertos, platos toda esa desinfección para que no haya ningún riesgo de cliente a cliente.</p> <p>A. Digamos que para hacerle frente al problema a esto de la pandemia como a todo el mundo le cayó de sorpresa y base a eso tuvimos que solamente a esperar porque llego un momento donde no se vendía nada y estábamos al borde de cerrar e ir a la quiebra, fuimos paciente esperamos y llego, así llegamos a lo que estamos.</p> <p>B. Claro, la desinfección de pies y manos también los clientes al momento que ingresa, de mozo al cliente no hay mucho contacto solamente escucha el pedido además se le entregaba que al momento de hablar uno los famosos residuos vitales</p>

	¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?	b) Intentamos, si intentamos lo que es ingresar en <b>rappi</b> y <b>pedidos ya</b> para agilizar el menú y también en las noches la cena, pero como te digo la audiencia es más presencial que por mecanismos aplicativos.
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?	a) Tuvimos que bajar, nosotros teníamos más de 30 mesas, pero ahora cómo puedes observar quedan solamente 15 mesas y tenemos que bajar el aforo para que haya más comodidad y más seguridad del cliente al ingresar al local. b) En el contexto de la pandemia nosotros ahora, este los cocineros más que nada tenemos que utilizar doble mascarilla y guantes al momento de la preparación y elaboración de los alimentos, en lo que es nuestro personal que se puede decir azafatas o mozos ellos utilizan el mecanismo del alcohol y la desinfección, claro en este momento no tenemos el termómetro, por motivos de reparar el termómetro digital, pero también se mide la temperatura al ingreso a local para poder estar más seguros por la pandemia
<b>RESILIENCIA</b>		
<b>GOBERNANZA</b>		
4	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? h. ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?	. a) Yo creo que no, algunas medidas afectaron a nosotros los empresarios ya que por esos motivos tuvimos que cerrar un montón de tiempo y nuestro personal incluso se quedó sin trabajo, pero aun así estuvimos intentando por... se puede decir medidas bajas y rompiendo las reglas del mercado para poder seguir vendiendo ya que este es nuestro negocio y con esto nosotros, este nos mantenemos en vigencia
<b>CONOCIMIENTO</b>		
5	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? o. ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19? p. ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?	a) Sí traté de averiguar, como le dije implementar nuevas formas de hacer mercado en mi negocio y lo que son los restaurantes la comida, vimos lo que es el delivery, pero no nos funcionó en nuestro local como le dije ya reiterando esto seguimos en lo que es presencial.

GESTIÓN DEL RIESGO		
6	<p>¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?</p> <p>o. ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?</p> <p>p. ¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?</p>	<p>a) Al principio como pasamos esto de la cuarentena nosotros tuvimos que atender a puertas cerradas solamente todo era para llevar y le tuvimos que hacer frente con eso, vendíamos menos porque usted sabe que envasar el producto sellarlo y tomar las medidas necesarias toma tiempo y esas medidas hacía que demoren más y los clientes acudan a otros locales perdimos un poco de clientela, pero seguimos en pie como usted podrá ver.</p> <p>b) Claro, la desinfección al local nosotros no podíamos entrar sin antes cambiarse la ropa en la puerta teníamos una parte acá, la parte de atrás esto... dónde nos cambiábamos la ropa con la que ingresábamos y nos colocábamos otra ropa para poder estar en el local siempre y cuando ya estés desinfectado los pies y manos de todo el personal.</p>

**Entrevistado 11 (Entv.11): Empresario del sector turismo del Rímac – Restaurante Porkytos**

OBJETIVO GENERAL		PREGUNTA GENERAL
1	<b>Analizar</b> la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se manifiesta la innovación y la resiliencia empresarial en el sector turístico del Rímac en el contexto de la pandemia COVID 19?
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>		
2	<b>Describir</b> la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
3	<b>Describir</b> la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación del proceso en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
4	<b>Describir</b> la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
5	<b>Describir</b> gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
6	<b>Describir</b> conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
7	<b>Describir</b> gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?
<b>INNOVACIÓN</b>		
<b>PRODUCTO</b>		
1	¿Cómo se presenta la innovación del producto en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué nuevos productos o modificación de productos han realizado para adaptarse y no perder vigencia en el mercado turístico?	En el contexto de la pandemia lo primero que innovamos éticamente la presencia del personal y los pedidos que son puros delivery. a) Los productos son los mismos, lo que adaptamos es el precio que es un sol por delivery si es cercano y como en el tiempo de la pandemia no había ingreso del personal(público) solo hemos hecho full delivery y el precio fue algo mas

	¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?	
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué cambios han realizado en la Infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?	Una técnica que nunca falla es ser complaciente con el público, ser carismático. a. Si, hemos tenido que remodelar algunas cosas para captar al público, es importante actualizarse. b. Las medidas, cuidarse con el alcohol, la medida de temperatura y siempre echar alcohol en las mesas.
<b>RESILIENCIA</b>		
<b>GOBERNANZA</b>		
4	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?	NO RESPONDE
<b>CONOCIMIENTO</b>		
5	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?	No hay información sobre eso, solo nos cuidamos con alcohol y lo más principal y lavarse bien las manos con el jabón de los baños y eso.
<b>GESTIÓN DEL RIESGO</b>		
6	¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?	a) Fue un golpe muy fuerte, todos sentimos no solo yo, los dueños, también los empleados, hasta el personal de limpieza todos se sintieron muy triste por la pandemia, pero la empresa duro porque el local gracias a dios el local es propio si hubiera sido alquilados ya hubiéramos muerto definitivamente, si hubiéramos salido del local, gracias a dios todo salió bien hemos
	¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?	puesto punche y todo, hemos tratado también y es muy importante también los ahorros porque sin los ahorros no, se han empezado a gastar en el tiempo de la pandemia, pero hemos sabido subsistir y volver a salir con fuerza. b) Implementamos delivery, Facebook y paginas para poder tener entrada en la empresa



	¿Ha implementado algunas herramientas tecnológicas para agilizar el proceso productivo de su empresa? ¿Cuáles son?	A. Aumento de materiales en el área de la cocina y en el área del salón, más ayudada en el mise and place en la cocina también el personal y una organización para llevar a cabo en el trabajo. B. Hemos incrementado más utensilios, más ollas, y sartenes, una cocina con más de 6 hornillas.
<b>ORGANIZATIVA</b>		
3	¿Cómo se presenta la innovación en la organización en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Qué cambios han realizado en la infraestructura para adaptarse en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Cuáles han sido las principales medidas de adaptación que el personal ha aplicado en el contexto de la pandemia COVID 19?	Eso si no te puedo explicar. A. Hemos reducido el aforo de la gente y hemos citados los sitios de las mesas, hemos aumentado el tema que es el cuidado. B. Claro por ejemplo tenemos cuidado en las manos ya que usamos guantes para evitar el contacto, doble mascarilla como nos piden y un distanciamiento prudente con el comensal y trabajador.
<b>RESILIENCIA</b>		
<b>GOBERNANZA</b>		
4	¿Cómo es la gobernanza para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Las medidas propuestas por el gobierno en materia de turismo durante la pandemia COVID 19 en el distrito han beneficiado a los empresarios turísticos?	No ha modificado mucho. a. En sí como un momento se ha puesto estático sobre el turismo ya que tuvimos encerrados y el tema del delivery no nos salió en beneficio de la empresa.
<b>CONOCIMIENTO</b>		
5	¿Cómo es el conocimiento para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Ha realizado investigación sobre las nuevas tendencias del mercado en el contexto de la pandemia COVID 19? ¿Considera que las estadísticas económicas del sector turismo le han ayudado a mantener su negocio activo en el contexto de pandemia COVID 19?	Tranquila, normal a. Mayormente enfocado en el cuidado más que nada. b. En los últimos tiempos si desde que ya se reabrió hemos visto el incremento de la clientela. -

## GESTIÓN DEL RIESGO

6

¿Cómo es la gestión de riesgo para la resiliencia en el sector turístico del Rímac, en el contexto de la pandemia COVID 19?

¿Cómo evaluó los riesgos y cuál fue su capacidad de respuesta para hacer frente a los problemas que atravesaba su negocio durante la pandemia COVID 19?

¿Desarrollo algún plan de gestión de riesgo para reducir los efectos de la pandemia COVID 19?

Es un poco alta debido a la... es un poco alta.

a. Calma, organización en que cosas podemos mejorar en beneficio de la empresa y clientes.

b. Si, como le dije la reducción de aforo más cuidado de personal de atención, un orden estrictamente en la cocina.