

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS
MYPES DEL SECTOR TURISMO DE CHACHAPOYAS,
2021**

Autora: Bach. Aurorita Rojas Trigoso

Asesor: Mg. Franklin Omar Zavaleta Chávez Arroyo

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2022

DATOS DEL ASESOR

Nombres y apellidos:

Franklin Omar Zavaleta Chávez Arroyo

Número de DNI:

43614734

URL ORCID:

<https://orcid.org/0000-0001-9670-7761>

**Campo de Investigación y Desarrollo, según la Organización para la Cooperación
y el Desarrollo económico (OCDE):**

5.00.00 -- Ciencias Sociales

5.02.00 -- Economía, Negocios

5.02.04 -- Negocios, Administración

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por guiarme en todo el proceso hasta concluir con mis estudios universitarios, así mismo agradezco a mi familia, a mi mamá María, a mis hermanas Roxana y Asunta, por apoyarme en todo momento para no desistir en el camino y luchar por alcanzar mis sueños.

Un agradecimiento especial a mi asesor Mg. Franklin Omar Zavaleta Chávez Arroyo, por haberme apoyado en el desarrollo de esta investigación, siempre con una actitud colaboradora, entusiasta y empática, así mismo recalco la labor de todos los docentes que me inculcaron aprendizajes y valores.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

Dr. Policarpio Chauca Valqui

Rector

Dr. Miguel Ángel Barrena Gurbillón

Vicerrector Académico

Dra. Flor Teresa García Huamán

Vicerrectora de Investigación

Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL

PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-K

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Innovación para la competitividad de las MYPES del sector turismo de Chachapoyas, 2021. del egresado Aurorita Rojas Trigos de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Escuela Profesional de Administración de Empresas de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 28 de marzo del 2022

Firma y nombre completo del Asesor

Mg. Franklin Omar Zavaleta
Chávez Arroyo

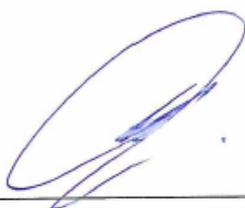
JURADO EVALUADOR



Dra. Maritza Revilla Bueloth
Presidente



Mg. Luis Gerardo Merino Cava
Secretario



Mg. Juan Alberto Avalos Hubeck
Vocal

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-O

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES
DEL SECTOR TURISMO DE CHACHAPOYAS, 2021.

presentada por el estudiante ()/egresado (X) AURORITA ROJAS TRIGOSO
de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

con correo electrónico institucional 7162110571@UNTRM.EDU.PE

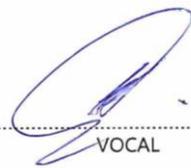
después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- a) La citada Tesis tiene 19 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- b) La citada Tesis tiene % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 24 de MAYO del 2022


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL

PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-Q

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 21 de JUNIO del año 2022, siendo las 11:40 horas, el aspirante: AURORITA ROSAS TRIGOSO, defiende en sesión pública presencial (X) / a distancia () la Tesis titulada: INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR TURISMO DE CHACHAPOYAS, 2021. teniendo como asesor a ME. FRANKLIN OMAR PAVALCSTA CHÁVEZ AROYO, para obtener el Título Profesional de LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: DR. MARITZA REVILLA BUCLOTH

Secretario: ME. LUIS PERINO CAVA

Vocal: ME. JUAN ALBERTO ÁVALOS HÜBECK

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (X) Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:35 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

ÍNDICE DE CONTENIDO GENERAL

DATOS DEL ASESOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS.....	v
JURADO EVALUADOR.....	vi
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	vii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xiv
ABSTRACT.....	xv
I. INTRODUCCIÓN	16
II. MATERIAL Y MÉTODOS	20
2.1. Métodos.....	20
2.2. Población, muestra y muestreo	22
2.3. Variables de estudio	23
Variable independiente: Innovación	23
Variable dependiente: Competitividad de las mypes.....	23
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	23
III. RESULTADOS	25
3.1. Confiabilidad de los instrumentos aplicados.....	25
3.2. Presentación y análisis de resultados	25
3.2.1. Datos generales	25
3.2.2. Resultados del primer objetivo específico	28
3.2.3. Resultados de segundo objetivo específico	40
3.2.4. Resultados de tercer objetivo específico.....	56
3.2.5. Resultado del objetivo general y contrastación de la hipótesis	57
IV. DISCUSIÓN	60
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	63
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	65
ANEXOS.....	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población del estudio	22
Tabla 2 Muestra del estudio	22
Tabla 3 Nivel de confiabilidad de los cuestionarios aplicados	25
Tabla 4 Factores que influyen en la innovación de las mypes.....	39
Tabla 5 Factores influyentes en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.	55
Tabla 6 Estrategias de innovación para la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.	56
Tabla 7 Prueba de normalidad	58
Tabla 8 Niveles de correlación de Spearman.....	59
Tabla 9 Correlación entre las variables.....	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sexo del gerente de cada empresa.....	26
Figura 2 Nacionalidad del gerente de cada empresa	26
Figura 3 Instrucción del gerente de cada empresa.....	27
Figura 4 Edad del gerente de cada empresa.....	27
Figura 5 Antigüedad de la empresa	28
Figura 6 Importancia de implementar la innovación en su empresa.	29
Figura 7 Conoce y analiza las necesidades y expectativas de sus clientes actuales y potenciales	30
Figura 8 Conoce las tendencias actuales del mercado.....	31
Figura 9 Existen procesos que promuevan la generación de ideas creativas	31
Figura 10 Se ha diseñado e innovado en productos nuevos o se busca la mejora de los actuales.....	32
Figura 11 Se realiza una evaluación de los productos que se ofrecen a los clientes para saber su aceptación.	32
Figura 12 Se investiga y se busca incorporar nuevas tecnologías, técnicas, procedimientos o equipos para otorgar valor y facilidad a sus procesos.....	33
Figura 13 Analiza y evalúa el desempeño productivo de los procesos que se realiza en la empresa.	33
Figura 14 Se capacita al personal respecto a las nuevas tecnologías, técnicas, procedimientos o equipos incorporados	34
Figura 15 Realiza una gestión de calidad, es decir, evalúa la mejora continua de los procesos.	34
Figura 16 Procura adquirir nuevas tecnologías en consonancia y cuidado del medio ambiente.....	35
Figura 17 La empresa logra satisfacer y conectar con los clientes.....	35
Figura 18 La empresa implementa e innova en estrategias para relacionarse con los clientes.	36
Figura 19 La empresa tiene implementadas mejoras en cuanto a la gestión de mercadotecnia	36
Figura 20 La empresa desarrolla su modelo de negocio basándose en procesos de creación, desarrollo y captación de valor e innovación	37
Figura 21 Se fomenta la innovación en los colaboradores	37

Figura 22 La empresa tiene estructurada la organización con el fin de desarrollar, generar y tomar decisiones para el valor e innovación de la empresa.	38
Figura 23 La empresa busca continuamente nuevos métodos innovadores de organización.....	38
Figura 24 La empresa tiene un fuerte conocimiento del rubro en el que se desarrolla.	40
Figura 25 Conoce las nuevas tendencias, cambios y exigencias del mercado en cuanto a su rubro.	41
Figura 26 La empresa entiende lo que los clientes buscan en sus servicios y logran satisfacer tales necesidades y expectativas.	41
Figura 27 Estudia a sus competidores y conoce lo que vienen implementando y lo que ofrecen a los clientes.....	42
Figura 28 La empresa busca continuamente desarrollarse, ofrecer nuevos servicios, disponer de nuevas tecnologías.....	42
Figura 29 Las ventas e ingresos de la empresa le permiten mantenerse en el mercado y poder cubrir sus responsabilidades.	43
Figura 30 Las ganancias e ingresos que obtienen son mayores que sus gastos y desembolsos.....	43
Figura 31 La empresa puede mantenerse operando con sus recursos propios.	44
Figura 32 La empresa suele adquirir créditos y préstamos para el desarrollo de sus actividades	44
Figura 33 La empresa obtiene suficientes ganancias que le permiten ser rentable en el mercado.....	45
Figura 34 La empresa desarrolla estrategias con la finalidad de posicionarse en la mente de los consumidores.....	45
Figura 35 Lo que ofrece la empresa le permiten destacarse y diferenciarse del resto de empresas ofreciendo experiencias de valor a los clientes.....	46
Figura 36 La empresa muestra credibilidad ante los clientes.	46
Figura 37 La empresa trabaja en ofrecer servicios que le permitan tener una ventaja competitiva y de diferenciación.	47
Figura 38 La empresa tiene relaciones duraderas con los clientes buscando fidelizarlos.	47
Figura 39 Considera importante mantener alianzas estratégicas con otras organizaciones, sean públicas o privadas para ser competitivos en el mercado.....	48

Figura 40 La empresa ha realizado alianzas estratégicas con empresas relacionadas al sector turismo.....	48
Figura 41 La empresa considera trabajar en alianza estratégica con otras empresas, grupos de interés u organizaciones para aprovechamiento y beneficio mutuo.....	49
Figura 42 Ha recibido apoyo de organizaciones (públicas, privadas u ONG) para el desarrollo de sus servicios y/o fortalecimiento.....	49
Figura 43 Conoce de programas y apoyo que ofrece el Estado a las empresas del sector turismo.	50
Figura 44 Satisfacción con la participación de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM) con su empresa.....	50
Figura 45 Satisfacción con la participación de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas (DIRCETUR) con su empresa.....	51
Figura 46 Satisfacción con la participación de la Municipalidad de Chachapoyas.....	51
Figura 47 Satisfacción con la participación del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) con su empresa.	52
Figura 48 Satisfacción con el programa Turismo emprende.	52
Figura 49 Satisfacción con el programa Innóvate Perú.	53
Figura 50 Satisfacción con el programa del Fondo de Apoyo Empresarial a las Mype del sector Turismo (FAE turismo).	53
Figura 51 Satisfacción con la plataforma “Y TÚ QUE PLANES”	54
Figura 52 Satisfacción con el desarrollo de ferias locales.....	54

RESUMEN

El presente estudio se efectuó con el propósito de evaluar la influencia de la innovación en la competitividad de las mypes del sector turismo de la ciudad de Chachapoyas, 2021. Para ello se siguió una metodología cuantitativa, de tipo descriptiva y propositiva, con un nivel correlacional y diseño no experimental de corte transversal; la población participante comprendió a 47 establecimientos de hospedaje clasificados y categorizados y a 48 agencias de viaje y turismo, dando un total de 95 participantes del estudio, en donde se encuestó a los gerentes de los negocios y de esta manera se pudo conocer los factores que influyen en la innovación y competitividad de las mypes, así también, se plantearon estrategias de innovación para alcanzar competitividad y se encontró que sí existe relación positiva, significativa y alta entre las variables, con una significancia de 0.000 y un coeficiente de correlación de Spearman del 70 %. De manera que se concluye evaluando y determinando que la innovación sí repercute positivamente en la competitividad; de manera que, a medida que las mypes del sector turismo implementen estrategias de innovación y se comprometan a introducir nuevas ideas en sus negocios, mejorará su capacidad competitiva y les permitirá destacarse de su competencia.

Palabras clave: innovación, competitividad, mypes, sector turismo

ABSTRACT

The present study was carried out with the purpose of evaluating the influence of innovation on the competitiveness of small and medium enterprises in the tourism sector in the city of Chachapoyas, 2021. For this purpose, a quantitative, descriptive methodology was used, with a correlational and non-experimental cross-sectional design; The participating population comprised 47 classified and categorized lodging establishments and 48 travel and tourism agencies, giving a total of 95 participants in the study, where the managers of the businesses were surveyed and the result was that the factors that influence innovation and competitiveness of the MSMEs were found to exist, as well as innovation strategies to achieve competitiveness, and it was found that there is a positive, significant and high relationship between the variables, with a significance of 0.000 and a Spearman correlation coefficient of 70 %. Thus, it is concluded by evaluating and determining that innovation does have a positive impact on competitiveness; so that, as the mypes of the tourism sector implement innovation strategies and commit themselves to introduce new ideas in their businesses, their competitive capacity will improve and will allow them to stand out from their competition.

Keywords: innovation, competitiveness, mypes, tourism sector.

I. INTRODUCCIÓN

La innovación es la fuente de ventaja competitiva asociada al desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos; incluso en modelos que crean propiedades valiosas y distintas. Cada proceso de innovación debe agregar el valor correcto al cliente o consumidor que verá una ventaja sobre la competencia (García et al., 2021).

Como antecedentes de estudio se consideraron investigaciones realizadas tanto en el contexto internacional y nacional. En el contexto internacional se encontraron las siguientes investigaciones:

Vera (2020) desarrolló un estudio para identificar los factores determinantes que influyen en la implementación de la innovación en las mypes turísticas de la provincia de Imbabura, usando la metodología de enfoque cuantitativo con alcance descriptivo-explicativo y un diseño no experimental, evidenciando que la escases de financiamiento externo y la falta de colaboradores calificados en las empresas estudiadas son factores que influyen negativamente en el desarrollo de la innovación de las organizaciones, así mismo determinó que los clientes como fuente de información y el aprovechamiento de ideas inciden positivamente en la innovación de los servicios turísticos.

Martins y Amorin (2018) realizaron una investigación con el fin de observar cómo la literatura académica se ha posicionado relacionado a la medición de la innovación del sector turismo, el estudio se basó en el análisis de artículos teóricos y empíricos, la investigación se desarrolló a través de la base de datos de SCOPUS, donde resaltaron la predominación del sentido convergente, basándose en la validación de modelos, teorías y formas de medición de la innovación provenientes de sectores tradicionales que intentan adecuarse al sector turismo, finalmente determinaron que es necesario elaborar instrumentos que permitan definir las especificaciones de todos las ramas del sector turismo, la validación y aplicación de estos instrumentos para ser aplicados en diversos escenarios.

Peñarda (2018) realizó un estudio para identificar la gestión de la innovación en las microempresas del sector turístico, para el desarrollo de esta investigación se basaron en un análisis no experimental y transversal con la revisión de revistas científicas, base de datos y textos, mediante el cual determinaron que el sector turístico debe estar en continua

innovación en su gestión para mejorar o mantener su competitividad, así mismo se hizo énfasis que la innovación y su gestión permiten a las organizaciones la creación de nuevos servicios y productos para mejorar su competitividad en el mercado.

Cortés (2018) en su investigación buscó establecer estrategias mediante la innovación en la gestión empresarial para incrementar la competitividad de una empresa mediana con limitados recursos, la metodología aplicada se basó en el estudio del caso (Yin, 1989) con un alcance descriptivo y un enfoque mixto, donde el investigador logró identificar que la innovación en el proceso de gestión, el desarrollo de procesos formales y la capacitación a los directivos son una forma de generar ventaja competitiva, concluyendo que la competitividad empresarial es un elemento que depende básicamente de la innovación en los procesos de gestión y que está asociada a la convivencia con otras empresas y el entorno en el que desenvuelve.

En el contexto nacional se encontraron las siguientes investigaciones:

García et al. (2021), realizaron un estudio para determinar la influencia de la innovación organizacional en la competitividad empresarial en tiempos de Covid-19 en las mypes del sector comercio, en este estudio se aplicó una metodología básica con un alcance descriptivo correlacional, con un diseño no experimental y de corte transversal, aplicando el instrumento a 200 gerentes de diversas mypes, donde evidenciaron que sí existe una relación significativa entre la innovación empresarial y la competitividad, donde se pudo apreciar que el 81% de empresas que innovó fue más competitivo en el mercado, mientras que 19% no lo hicieron, así mismo concluyeron que aquellas mypes que innovan en su servicio o producto podrán mantenerse en el mercado a pesar de las problemáticas que se pueden suscitar.

Burga y Guevara (2019) realizaron una investigación con el fin de determinar el impacto de la innovación en el rendimiento organizacional de las Mypes del sector comercio de Lambayeque, la metodología tuvo un enfoque cuantitativo con un alcance correlacional y un diseño no experimental, donde obtuvieron como resultado que la innovación genera un impacto positivo en el crecimiento organizacional de las Mypes de Lambayeque, finalmente concluyeron que las Mypes deben considerar a la innovación como una actividad principal para que puedan asegurar su crecimiento y permanencia en el mercado.

Condori (2018) desarrolló un estudio para comprender la percepción de los empresarios acerca de las innovaciones y su influencia en la competitividad de las agencias de viaje y turismo de la ciudad de Puno. Para el desarrollo de esta investigación se empleó el método analítico descriptivo transversal, para llevarla a cabo se aplicaron cuestionarios, conociendo la percepción de los empresarios, lo cuales respondieron favorablemente y consideraron rentable invertir en la innovación de sus organizaciones para mantener su ventaja competitiva. Concluyendo que las agencias de viajes que se encuentran inscritas en el DIRCETUR Puno reflejaron la existencia de innovaciones basadas en el volumen de ventas y el tamaño de la empresa, guardando una estrecha relación.

Humpiri y Aquino (2017) realizaron una investigación con el fin de realizar el diagnóstico en 48 firmas en el ámbito regional y determinar su potencial de crecimiento o no. La información recopilada se obtuvo mediante encuestas, entrevistas y consultas en revistas, investigaciones y libros acerca de la innovación en el Perú, Latinoamérica y la OCDE, esta metodología aplicada determinó que el 67% de las 48 empresas que formaron parte de la muestra realizan por lo menos una innovación, que el 56% del total realiza innovaciones de marketing como el cambio de empaque, diseño, mejora en las técnicas de promoción de producto, etc., ante aquello concluyeron que el total de las organizaciones que formaron parte del estudio están muy interesadas en invertir por lo menos en una actividad innovadora, ya que son conscientes que esto les va permitir aumentar su producción y competitividad para alcanzar el éxito y competitividad que esperan.

Con el fin de aportar nuevos conocimientos se desarrolló esta investigación donde se planteó como problema general: ¿De qué manera influye la innovación en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, 2021?, mediante el cual se pretendió evaluar la influencia de la innovación en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, 2021. Cuyos objetivos específicos fueron: (i) Conocer los factores que influyen en la innovación de las mypes del sector turismo de Chachapoyas; (ii) Determinar los factores que contribuyen en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas y finalmente se determinó (iii) Plantear estrategias de innovación para enriquecer la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas. De tal forma, se contó como hipótesis general que la influencia

de la innovación cumple un rol fundamental en el mejoramiento de la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.

El presente estudio está organizado de la siguiente manera: en el primer capítulo se relata la introducción del tema. En el segundo capítulo hace referencia a la metodología que se utilizó, la población, las variables de estudio, la técnica e instrumento junto con el procesamiento y análisis de la información. En el tercer capítulo se presenta tablas y los gráficos de los datos encontrados y su respectivo análisis. En el cuarto capítulo se discuten los resultados comparándolos con los de otros autores que se encontraron en los últimos cinco años. Para finalizar se presentan las conclusiones a las que se llegó con el desarrollo de este estudio y se proporcionó algunas recomendaciones que servirán para futuras investigaciones, así mismo estas pueden beneficiar a las empresas del sector turismo si las aplican, mejorando su ventaja competitiva y creciendo en el mercado Amazonense.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

En este apartado se detalla los métodos, población, muestra, variables de estudio, técnicas e instrumentos que se utilizaron en el desarrollo de la presente investigación.

Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, centrándose en la recolección de datos para comprobar hipótesis, basado en la medición numérica y el análisis a través de la estadística, para que así se puedan plasmar patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández et al., 2010, p.4).

Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo porque se siguió una serie de procesos, los cuales son secuenciales, partiendo de una idea, la cual derivó al planteamiento del problema y objetivos, también se elaboró un marco lógico, así mismo se planteó la hipótesis que determinó las variables de estudio, luego se planteó un diseño de investigación, métodos y técnicas que van ayudar a comprobar la hipótesis para finalmente expresar los resultados obtenidos y se pueda llegar a las conclusiones del estudio.

2.1. Métodos

Tipo de investigación

Para el desarrollo de esta investigación se aplicaron dos tipos de investigación, descriptiva y propositiva:

- **Descriptiva** porque se buscó describir características, propiedades y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se desea estudiar. Describe tendencias de un grupo determinado o población (Hernández et al., 2010, p. 80).

En el desarrollo del estudio se aplicó una investigación descriptiva porque se describió las características de las variables analizando su comportamiento e interpretando como se presentan en la realidad actual.

- **Diagnóstica o propositiva** que es un proceso dialéctico que utiliza un conjunto de técnicas y procedimientos con la finalidad de diagnosticar y resolver

problemas, encontrar respuestas a preguntas, estudiar la relación entre factores y acontecimientos o generar conocimientos nuevos (Zambrano, 2012, p. 49).

Este trabajo de investigación es de tipo propositiva, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos se plantearon estrategias de innovación para enriquecer la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, dando respuesta al objetivo específico iii.

Nivel de investigación

Esta investigación es descriptiva – correlacional, puesto que de acuerdo a la investigación descriptiva tiene como fin describir características y propiedades de conceptos, variables, fenómenos o hechos basados en un contexto determinado y es correlacional por que la investigación busca asociar fenómenos, hechos, conceptos o variables midiendo la relación que tienen a través de la estadística (Hernández y Mendoza, 2018, pp. 108-109).

Este proyecto fue descriptiva correlacional porque en el desarrollo de esta investigación se fue describiendo factores que determinan las variables de innovación y competitividad en el sector turismo y de acuerdo al análisis de la información se fue relacionando estadísticamente, comprobando la hipótesis y alcanzando el objetivo general y los específicos planteados.

Diseño de la investigación

El presente estudio estuvo basado en un diseño no experimental con un corte transversal, el que se basa en la recolección de datos en un momento y tiempo único, con el fin de describir las variables y evaluar su incidencia y relación (Hernández et al., 2010, p. 151).

Para este proyecto de tesis se aplicó un diseño no experimental, por el hecho de que no existió manipulación de las variables de innovación y competitividad de las mypes, además fue de corte transversal porque la recopilación de datos se hizo en un solo momento.

2.2.Población, muestra y muestreo

Población

La población es un conjunto que se agrupan de acuerdo a determinadas especificaciones (Hernández et al., 2010, p. 174).

Para identificar la población de este estudio se consideró a los establecimientos que se encuentran en la ciudad de Chachapoyas, tanto a hospedajes clasificados y categorizados y las agencias de viajes y turismo registrados formalmente en el directorio del DIRCETUR Amazonas en el año 2020, de acuerdo con la información brindada se obtuvo una población total de 95 establecimientos, el cual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 1

Población del estudio

Descripción	Cantidad
Establecimientos de hospedajes clasificados y categorizados	47
Agencias de viaje y turismo	48
Total	95

Fuente: DIRCETUR Amazonas, 2020.

Muestra y muestreo

La muestra viene a ser un subgrupo de la población de la que se pretende recolectar o conocer alguna información y debe representarla (Hernández et al., 2010, p.173).

Para llevar a cabo esta investigación se aplicó el muestreo probabilístico aleatorio simple, por lo tanto, se tomó el 100 % de la población, quedando la muestra definida según el siguiente detalle:

Tabla 2

Muestra del estudio

Descripción	Cantidad
Establecimientos de hospedajes clasificados y categorizados	47
Agencias de viaje y turismo	48
Total	95

Fuente: DIRCETUR Amazonas, 2020

La muestra equivalió a 95 mypes, por lo tanto, los cuestionarios fueron aplicados a los gerentes de los establecimientos, de los cuales 47 fueron tomados a los establecimientos de hospedajes clasificados y categorizados y 48 a las agencias de viaje y turismo.

2.3. Variables de estudio

Variable independiente: Innovación

La innovación es la incorporación de un nuevo, o relativamente mejorado producto, proceso, método organizativo, de comercialización, mejora en las prácticas internas de la empresa o las relaciones externas del mercado en el que se desenvuelve (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y Oficina de Estadística de las comunidades europeas, 2006, p. 49).

Variable dependiente: Competitividad de las mypes

La competitividad se basa en la necesidad continua que tienen las empresas de sostenerse y consolidarse dentro del mercado en el que se desarrollan, de acuerdo al porcentaje de participación que tiene sus productos y/o servicios, partiendo desde una percepción sistemática que relaciona diversos elementos como: políticos, empresariales, sociocultural y económicos para un destacado desenvolvimiento empresarial (Cabrera et al., 2011, p.23).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para recolectar información se empleó la siguiente técnica e instrumento:

- Técnica

La técnica que se empleó fue la encuesta, que es el proceso mediante el cual los usuarios facilitan información al investigador, permitiendo la obtención de un conocimiento claro de la población que forman parte de instituciones o fenómenos identificados (Yuni y Urbano, 2014, p. 63).

Mediante la encuesta se pretende recolectar información para conocer la opinión de los involucrados, para conocer los factores que influyen en las variables planteadas.

- **Instrumento**

El instrumento que se empleó fue el cuestionario, el cual recolecta información de forma ordenada y sistemática, con respecto al comportamiento y opinión de las personas a las cuales se les aplica una serie de preguntas para conocer los factores que influyen en la aprobación o desaprobación el tema que se está investigando (Yuni y Urbano, 2014, p.64).

La aplicación del cuestionario propuesto (ver en el anexo de este estudio) facilitó obtener información de una forma ordenada y clara, el cual fue aplicado a los gerentes de las empresas plasmadas en el directorio del DIRCETUR, cabe mencionar que el cuestionario fue elaborado con la escala de Likert, con el fin de facilitar el procesamiento de los datos, validando la influencia que tiene la innovación en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.

2.5.Análisis de datos

El análisis de los datos obtenidos fue de acuerdo al cuestionario aplicado a la muestra seleccionada, se empleó la estadística descriptiva, realizando la tabulación de resultados, a través de las herramientas de Microsoft Excel 2019 y SPSS (Statistical Packager for the Social Scienses). Los resultados finales fueron presentados en tablas estadísticas, descritos con su respectiva interpretación, lo cual permitió conocer la influencia de la innovación en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, 2021.

III. RESULTADOS

En este capítulo se presenta los resultados obtenidos de acuerdo con el cuestionario aplicado, está detallado de acuerdo a las preguntas que responden tanto a los objetivos específicos, como al objetivo general, así mismo presenta la contrastación de la hipótesis.

3.1. Confiabilidad de los instrumentos aplicados

Inicialmente se presenta la confiabilidad de los instrumentos aplicados:

Tabla 3

Nivel de confiabilidad de los cuestionarios aplicados

Instrumento	Alfa de Cronbach	N.º de elementos
Innovación	,953	17
Competitividad	,887	20

Nota. Datos extraídos del programa estadístico SPSS v.25

De acuerdo con los datos mostrados en la Tabla 1, el cuestionario empleado para la variable innovación con 17 preguntas obtuvo una fiabilidad del 95 %, dando a entender que fue muy confiable y seguro en poder recabar los datos de interés para la investigación; así también, el cuestionario empleado para la variable competitividad de 20 interrogantes obtuvo una confiabilidad del 89 %, denotando alta fiabilidad en recoger y medir los datos de interés.

3.2. Presentación y análisis de resultados

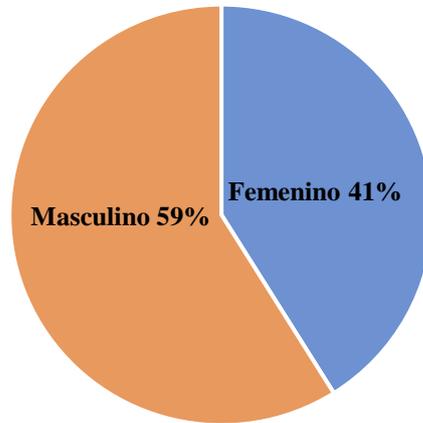
En este apartado, se analizará e interpretará la información recabada con los instrumentos aplicados:

3.2.1. Datos generales

En esta parte se detalla los datos generales del cuestionario aplicado, como sexo, nacionalidad, grado de instrucción y edad de los gerentes de los establecimientos tomados como muestra del presente estudio.

Figura 1

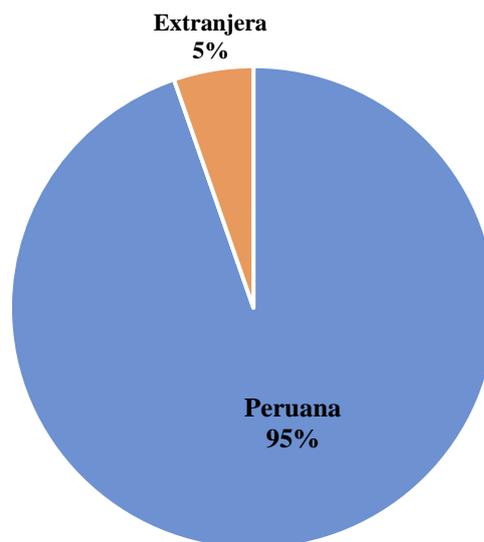
Sexo del gerente de cada empresa



Interpretación: En la Figura 1, se detalla que el 41% es representado por el sexo femenino y el 59% representa al sexo masculino.

Figura 2

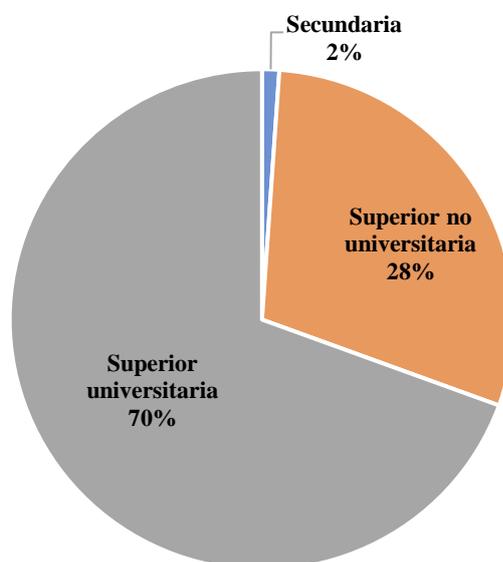
Nacionalidad del gerente de cada empresa



Interpretación: En la Figura 2, se detalla que del 100% de encuestados el 5% son de nacionalidad extranjera y el 95% son de nacionalidad peruana.

Figura 3

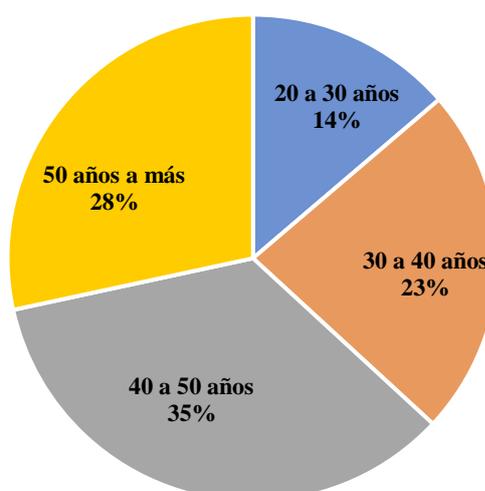
Instrucción del gerente de cada empresa



Interpretación: En la Figura 3, se detalla que del 100% de encuestados, un 2% tiene estudios secundarios, el 28% cuentan con estudios de superior no universitaria y el 70% son de superior universitaria.

Figura 4

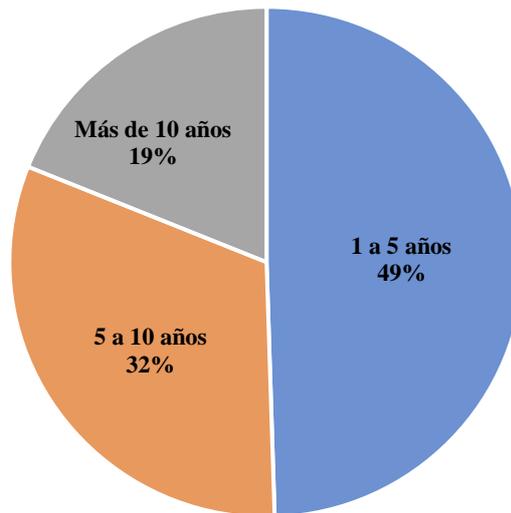
Edad del gerente de cada empresa



Interpretación: En la Figura 4, se detalla que del 100% de encuestados el 14% tiene la edad entre 20 a 30 años, el 23% tienen la edad de 30 a 40 años, el 35% cuentan con la edad de 40 a 50 años y el 28% son de la edad de 50 años.

Figura 5

Antigüedad de la empresa



Interpretación: En la Figura 5, se detalla que del 100% de encuestados el 49% tiene un tiempo laborando de 1 a 5 años, el 32% de 5 a 10 años laborando y el 19% cuenta con más de 10 años laborando.

Con respecto a los datos demográficos de los gerentes de las mypes del sector turismo encuestados, se pudo evidenciar que del 100% de encuestados más de la mitad (58%) es de género masculino, lo que indica que la mayor cantidad de este género se dedica a gerenciar empresas de hospedajes y agencias de viajes, mientras que las mujeres que representan el 42% se les ve más dedicadas al sector de artesanía (textilería, cerámica, manualidades, etc.), con respecto a la nacionalidad de los gerentes hay un bajo porcentaje del 5% que tienen nacionalidad extranjera, estos empresarios han visto una oportunidad de negocio en nuestra ciudad y se han instalado acá, trayendo algunas ideas plasmadas en sus países, mientras que el 95% de los gerentes son peruanos, los cuales ofrecen sus servicios haciendo énfasis en nuestra cultura, así mismo solo el 2% de los gerentes cuenta con estudios secundarios completos, como se pudo apreciar en

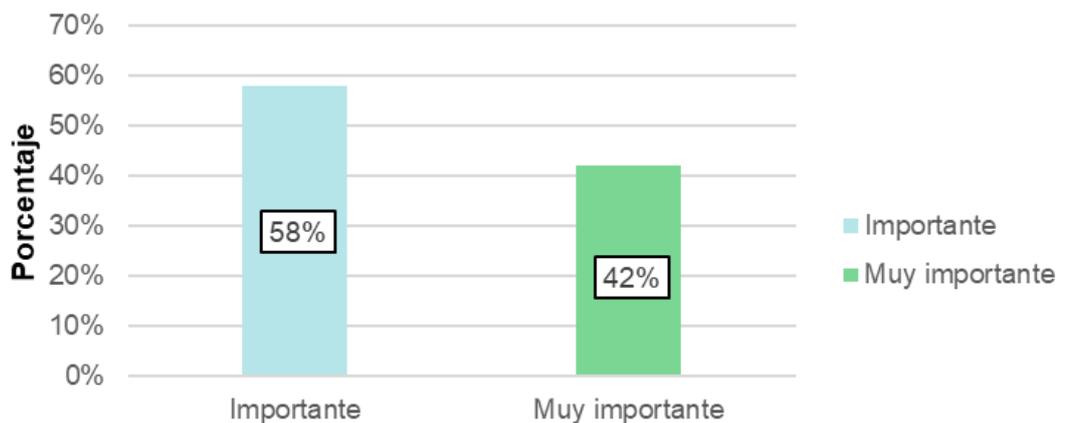
la figura 3 la mayoría de estos gerentes cuentan con estudios superiores, el 70 % con estudios universitarios y el 28% con estudios superiores no universitarios, el sector mismo exige a los gerentes que cuenten con estudios superiores, ya que la mayoría de ellos tienen que hablar más de un idioma para una mejor comunicación con los turistas extranjeros, así mismo es necesario que conozcan el rubro al que se dedican y puedan insertar las tendencias del mercado, este porcentaje se relaciona con la figura 4, ya que algunos gerentes mayores de 50 años (28%) son los que cuentan solo con estudios secundarios, así mismo el gráfico nos muestra que la gran mayoría está entre la edad de 20 a 50 años de edad, evidenciando que hay muchos jóvenes emprendedores que están incursionando en este rubro, todo ello se relaciona también con la antigüedad de las empresas, ya que el 50% llevan funcionando entre 1 a 5 años, son empresas relativamente nuevas en el mercado, que están tratando de posicionarse con ideas innovadoras, haciendo mayor uso del marketing digital, mientras que el 31% ya cuenta con un mayor tiempo en el mercado que va de 5 a 10 años y finalmente, el 19% ya lleva en el mercado más de 10 años, son empresas antiguas, bien consolidadas y que la mayoría de ellas goza de buena reputación, casi todas se ubican por lugares céntricos de nuestra ciudad de Chachapoyas.

Resultados del primer objetivo específico

En este apartado se presenta los resultados de las preguntas que responden al primer objetivo específico, el cual busca conocer los factores que influyen en la innovación de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.

Figura 6

Importancia de implementar la innovación en su empresa.



Interpretación: En la Figura 6, se detalla que el 58% de los gerentes de los establecimientos encuestados considera importante implementar la innovación en sus empresas, mientras que el 42% lo considera muy importante.

Cabe mencionar que el cuestionario fue planteado en la escala de Likert como se mencionó en el apartado de técnicas e instrumentos, teniendo como alternativas las siguientes respuestas:

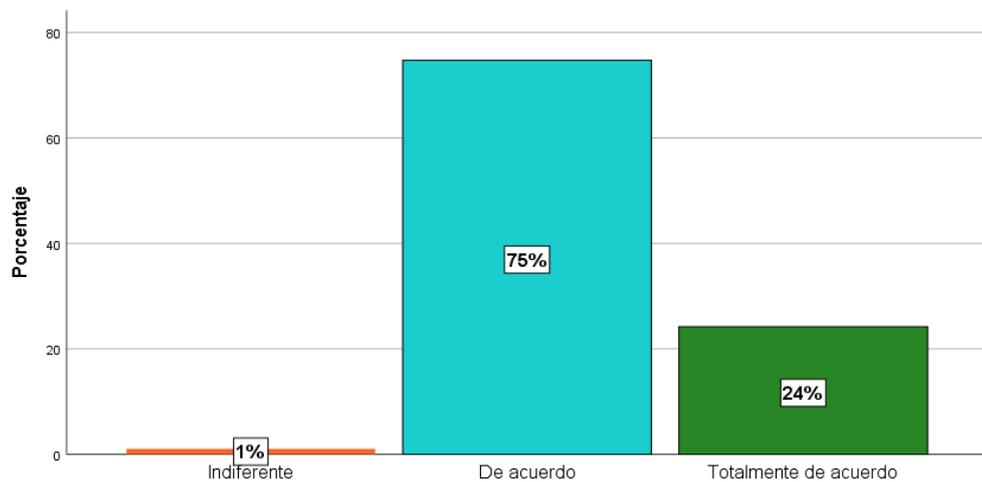
5	4	3	2	1
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo

En base a estas respuestas planteadas se presenta los siguientes resultados hasta la figura 43.

a) 1era dimensión: Innovación en el producto

Figura 7

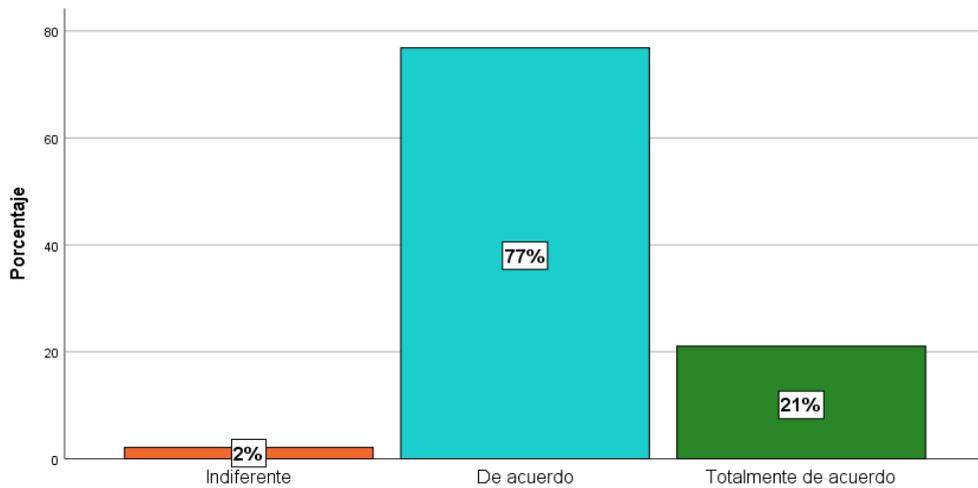
Conoce y analiza las necesidades y expectativas de sus clientes actuales y potenciales



Interpretación: Como se muestra en la Figura 7, el 75% de los establecimientos y agencias encuestadas consideran estar de acuerdo en conocer y analizar las necesidades y expectativas de sus clientes actuales y potenciales, mientras que el 24% están totalmente de acuerdo y al 1% le es indiferente.

Figura 8

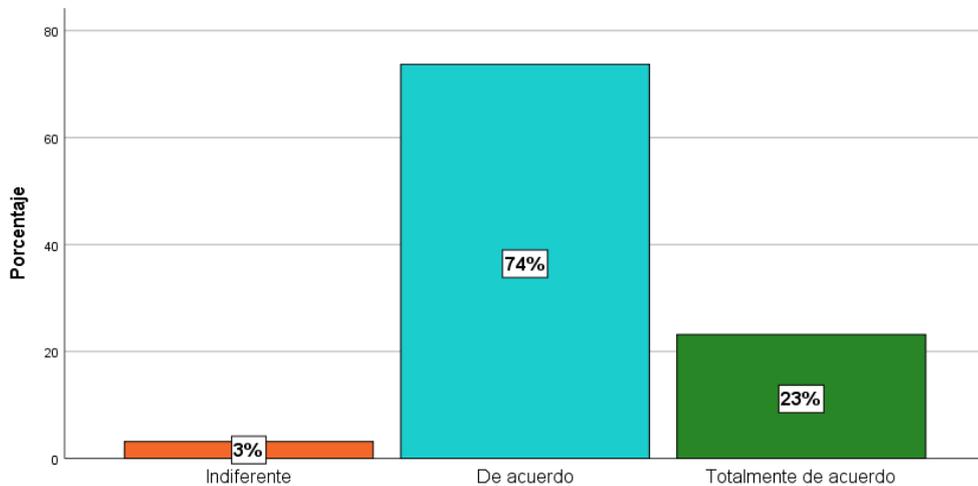
Conoce las tendencias actuales del mercado.



Interpretación: de acuerdo con los resultados mostrados en la Figura 8, el 77% de los encuestados están de acuerdo en conocer las actuales tendencias del mercado donde desempeñan sus actividades, mientras que el 21% están totalmente de acuerdo y para el 2% le es indiferente.

Figura 9

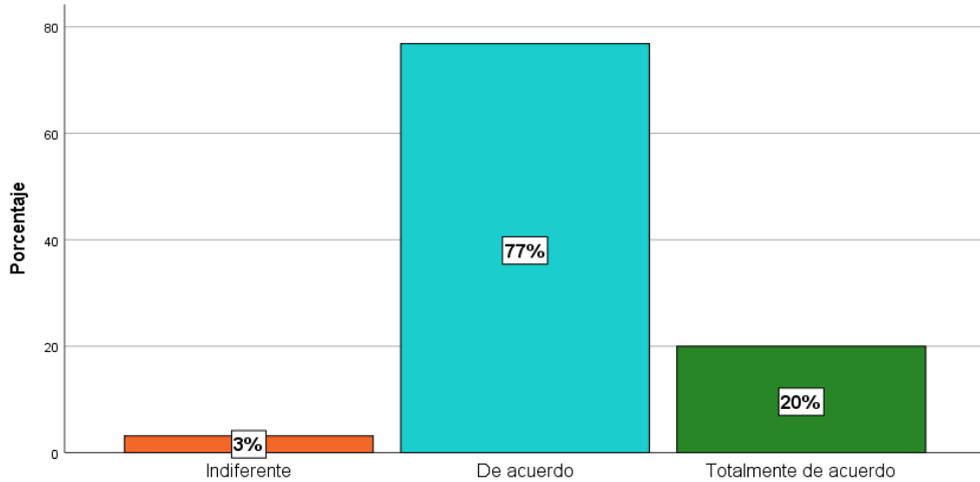
Existen procesos que promuevan la generación de ideas creativas



Interpretación: de acuerdo a las respuestas de los encuestados mostradas en la Figura 9, el 74% están de acuerdo en que existen procesos que promueven la generación de ideas creativas. El 23% están totalmente de acuerdo y para el 3% le es indiferente el que existan procesos que fomenten la generación de ideas creativas.

Figura 10

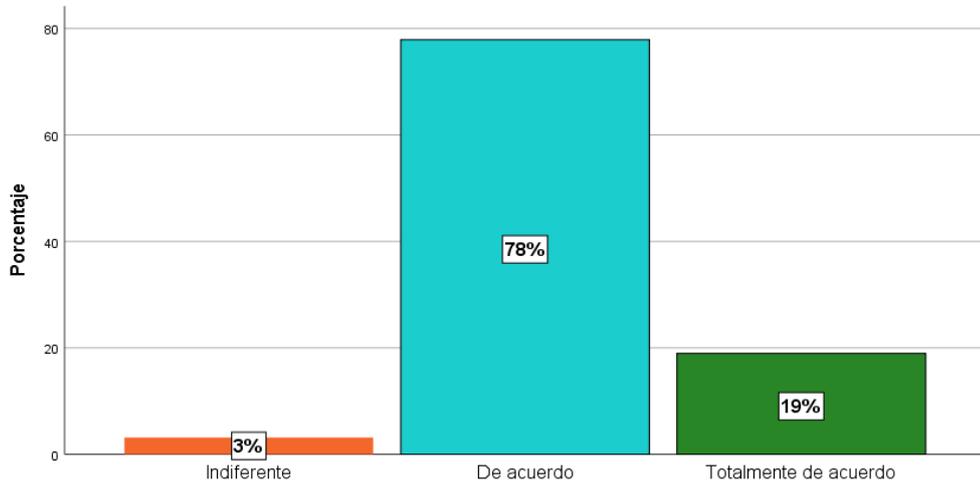
Se ha diseñado e innovado en productos nuevos o se busca la mejora de los actuales



Interpretación: según se muestra en la Figura 10, el 77% de gerentes encuestados están de acuerdo en que se ha innovado en nuevos productos y su mejora, el 20% está totalmente de acuerdo y el 3% es indiferente.

Figura 11

Se realiza una evaluación de los productos que se ofrecen a los clientes para saber su aceptación.

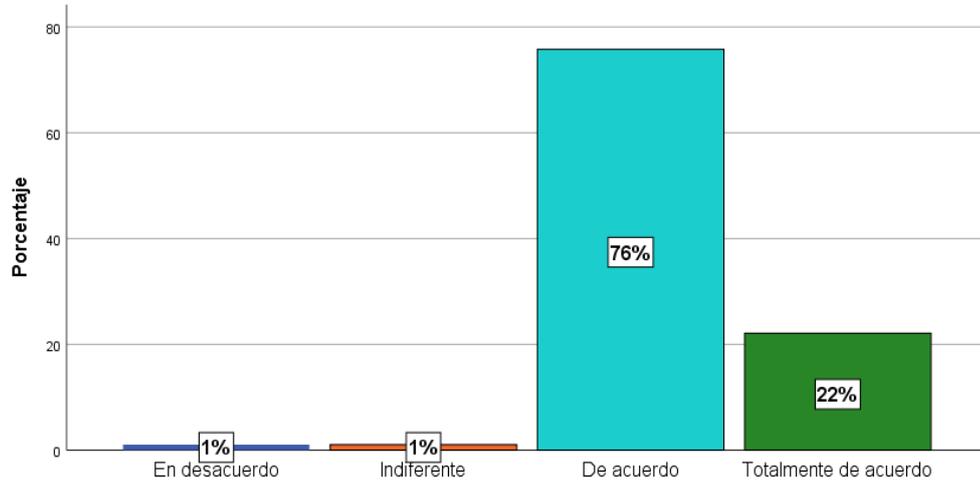


Interpretación: en la Figura 11 se evidencia que el 78% de establecimientos y agencias encuestadas están de acuerdo con que se realiza evaluación de los productos para estudiar su aceptación, el 19% están totalmente de acuerdo y para el 3% es indiferente.

b) 2da dimensión: Innovación en los procesos

Figura 12

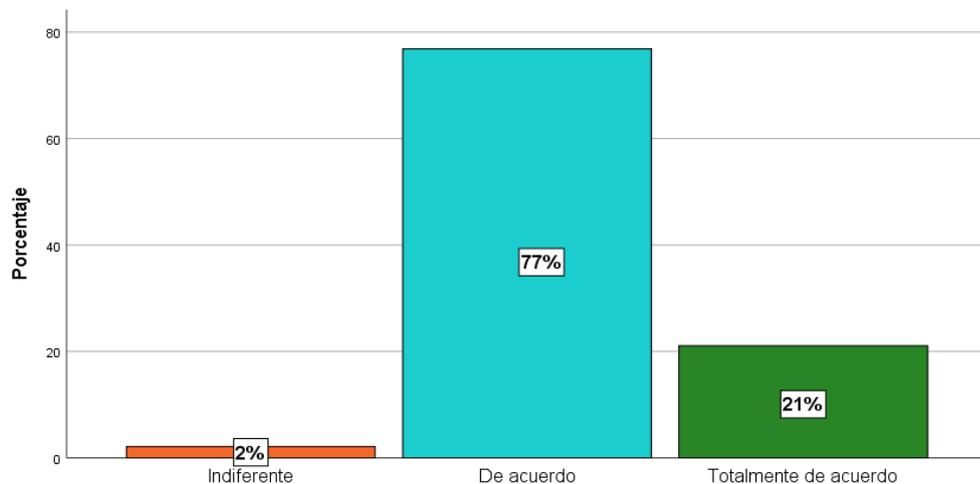
Se investiga y se busca incorporar nuevas tecnologías, técnicas, procedimientos o equipos para otorgar valor y facilidad a sus procesos.



Interpretación: como se muestra en la Figura 12, el 76% de encuestados consideran estar de acuerdo en que investigan y se busca añadir nuevas tecnologías y procedimientos para dar valor y facilitar los procesos, el 22% están de acuerdo con realizarlo y el 1% le es indiferente y están en desacuerdo.

Figura 13

Analiza y evalúa el desempeño productivo de los procesos que se realiza en la empresa.

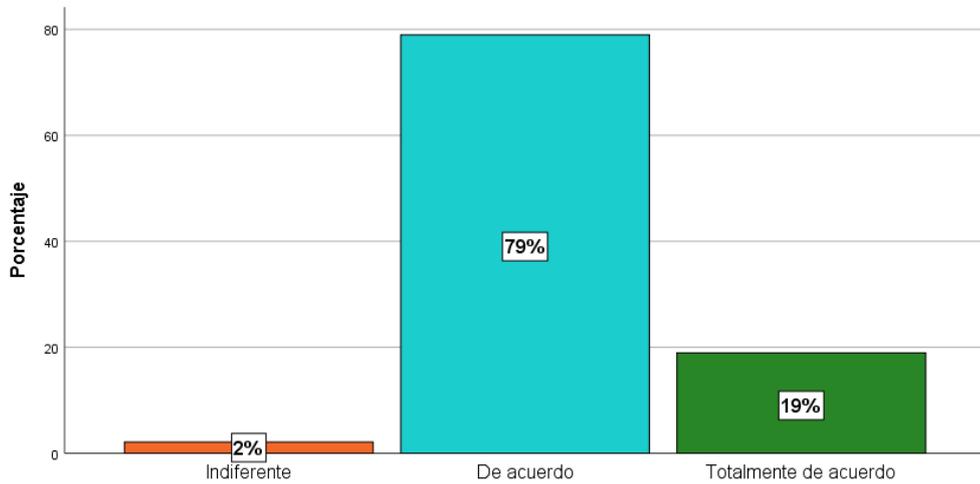


Interpretación: en la Figura 13 se demuestra que el 77% de gerentes encuestados están de acuerdo en analizar y evaluar el desempeño de los procesos de la empresa,

mientras que el 21% están totalmente de acuerdo en realizarlo y el 2% le es indiferente.

Figura 14

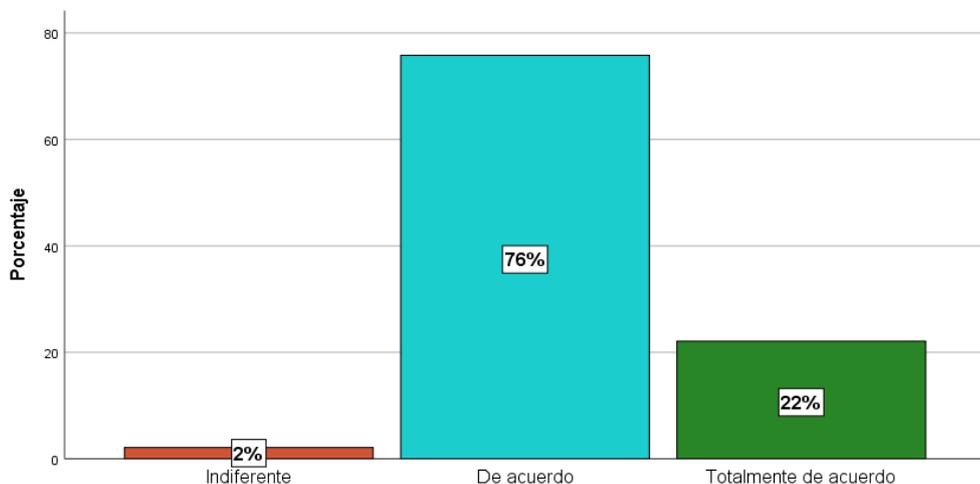
Se capacita al personal respecto a las nuevas tecnologías, técnicas, procedimientos o equipos incorporados



Interpretación: De acuerdo a lo mostrado en la Figura 14, el 79% de encuestados consideran estar de acuerdo con el capacitar al personal sobre nuevas tecnologías y técnicas que son incorporadas a la empresa, por su parte, el 19% están totalmente de acuerdo en efectuar dichas capacitaciones; por otro lado, el 2% es indiferente a la realización de tales acciones.

Figura 15

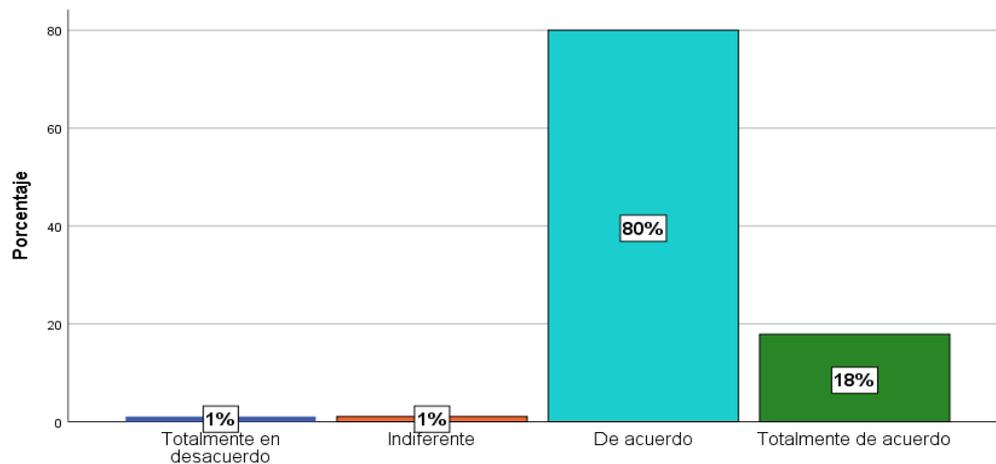
Realiza una gestión de calidad, es decir, evalúa la mejora continua de los procesos.



Interpretación: como se evidencia en la Figura 15, el 76% de gerentes de los establecimientos y agencias realizan gestión de calidad, evaluando la mejora continua de los procesos; por su parte, el 22% de gerentes están totalmente de acuerdo y el 2% es indiferente a estas acciones de gestión.

Figura 16

Procura adquirir nuevas tecnologías en consonancia y cuidado del medio ambiente.

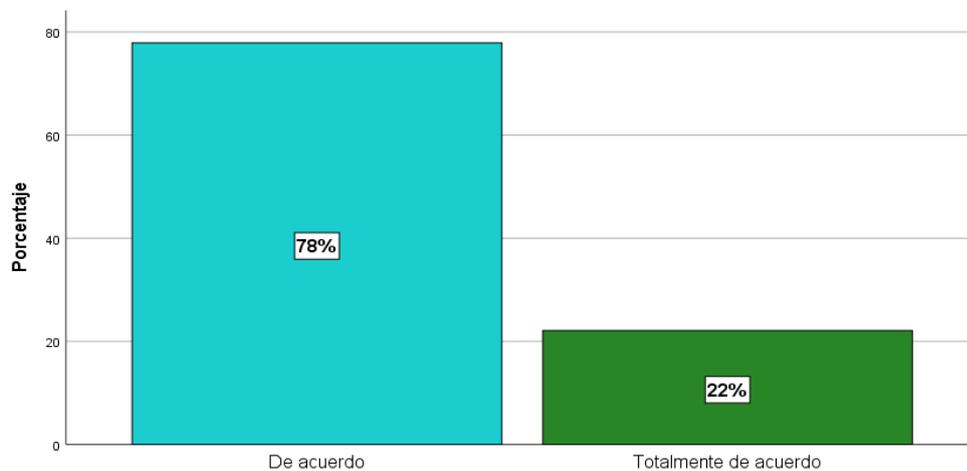


Interpretación: en la Figura 16 se demuestra que el 80 % está de acuerdo y el 18% está totalmente de acuerdo en que procuran adquirir nuevas tecnologías interesándose en su impacto en el ambiente, mientras que el 1% es indiferente y están totalmente en desacuerdo.

c) 3era dimensión: Innovación de mercadotecnia

Figura 17

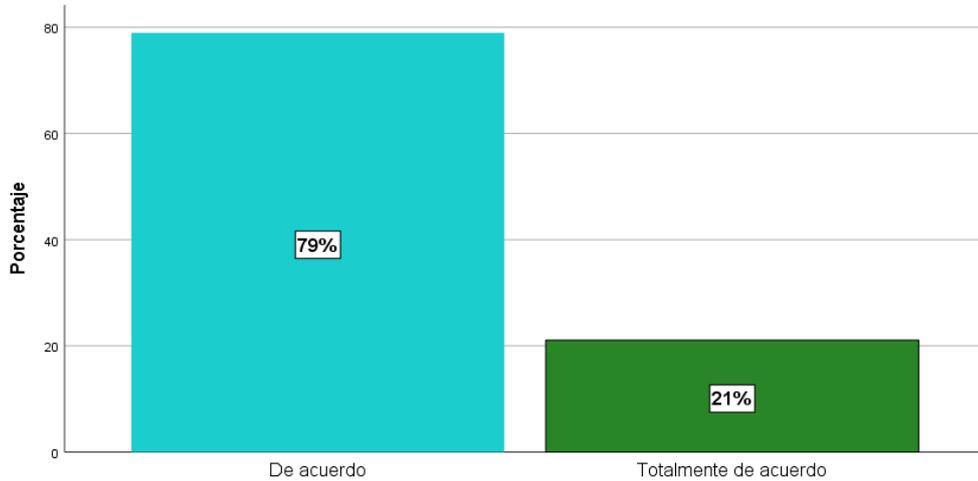
La empresa logra satisfacer y conectar con los clientes



Interpretación: de acuerdo con la Figura 17, se observa que el 78% de gerentes de los establecimientos encuestados está de acuerdo en que satisfacen y conectan con los clientes, mientras que el 22% está totalmente de acuerdo en cumplirlas.

Figura 18

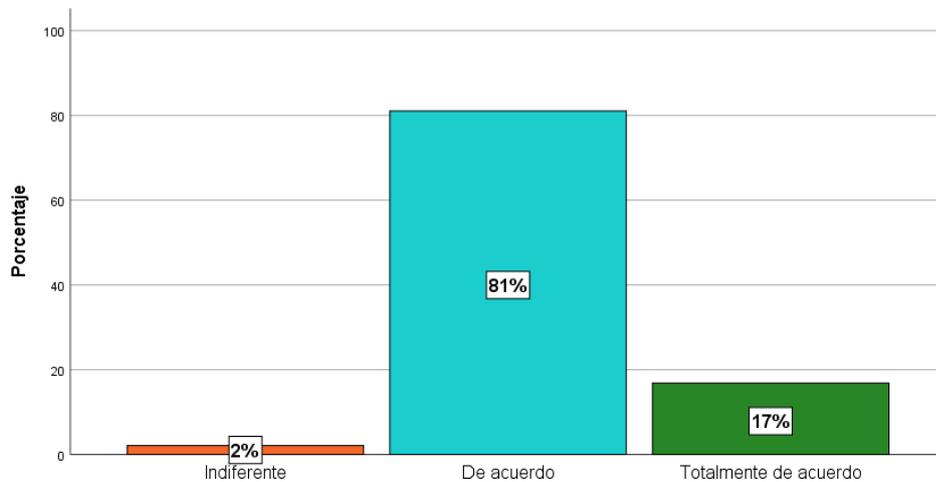
La empresa implementa e innova en estrategias para relacionarse con los clientes.



Interpretación: como se demuestra en los resultados de la Figura 18, el 79% de encuestados están de acuerdo en que implementan e innovan estrategias para relacionarse con sus clientes, mientras que el 21% está totalmente de acuerdo en realizarlas.

Figura 19

La empresa tiene implementadas mejoras en cuanto a la gestión de mercadotecnia

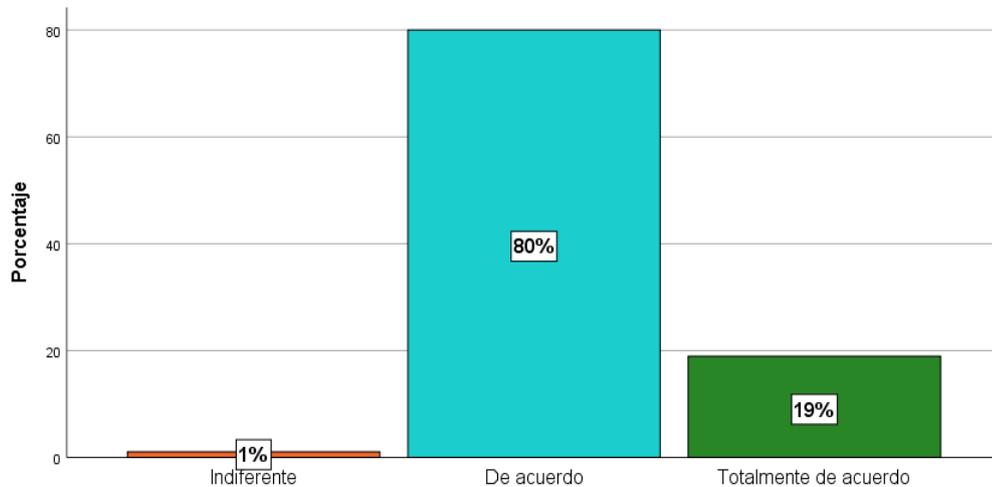


Interpretación: según la Figura 19, el 81% de establecimientos encuestados señalan estar de acuerdo en tener implementadas mejoras respecto a la gestión de mercadotecnia, por su parte, el 17% está totalmente de acuerdo en tenerlas implementadas y el 2% indiferente con la premisa.

d) 4ta dimensión: Innovación de organización

Figura 20

La empresa desarrolla su modelo de negocio basándose en procesos de creación, desarrollo y captación de valor e innovación



Interpretación: en la Figura 20 se evidencia que el 80% están de acuerdo en que desarrollan su modelo de negocio con base en procesos de creación y captación de valor e innovación, el 19 % está totalmente de acuerdo en realizarlo, mientras que, el 1% es indiferente a dichas acciones de desarrollo.

Figura 21

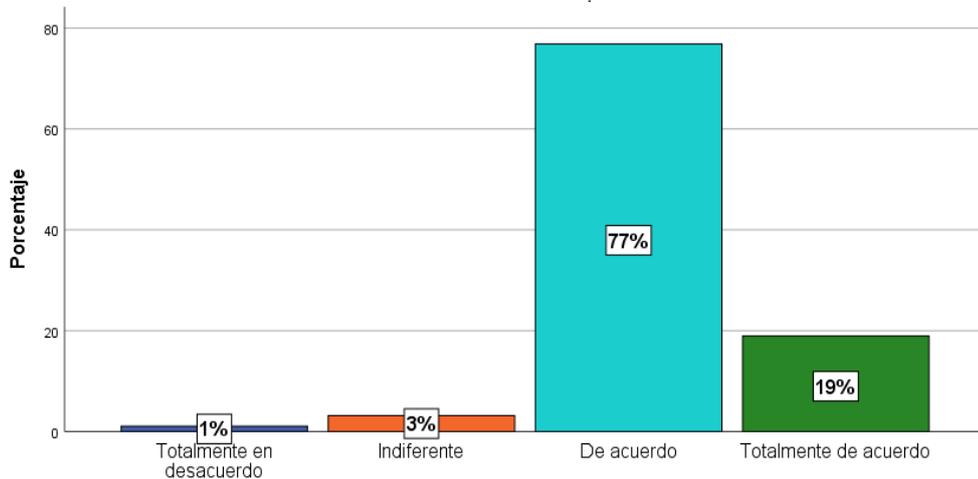
Se fomenta la innovación en los colaboradores



Interpretación: de acuerdo con lo mostrado en la Figura 21, el 82% de gerentes encuestados están de acuerdo en que fomentan la innovación en sus trabajadores y el 18% está totalmente de acuerdo en fomentarlo.

Figura 22

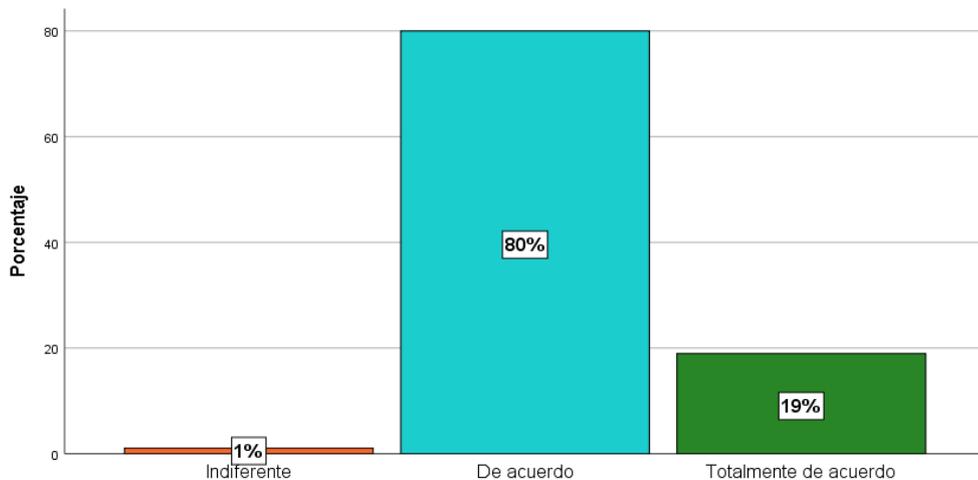
La empresa tiene estructurada la organización con el fin de desarrollar, generar y tomar decisiones para el valor e innovación de la empresa.



Interpretación: en cuanto a su estructura organizacional para el desarrollo y toma de decisiones para el valor e innovación de la empresa, el 77 % está de acuerdo en realizarlo, el 19 % está totalmente de acuerdo en cumplirlo y para el 4 % le es indiferente o están totalmente en desacuerdo de cumplirlo.

Figura 23

La empresa busca continuamente nuevos métodos innovadores de organización.



Interpretación: según la Figura 23, el 80% está de acuerdo en que buscan innovadores métodos de organización en búsqueda de la mejora de la organización, el 19 % está totalmente de acuerdo en la búsqueda continua de métodos innovadores, mientras que el 1 % es indiferente.

Por lo tanto, de acuerdo con los resultados detallados anteriormente, se pudo identificar los factores más destacados y predominantes en la innovación de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, los cuales son:

Tabla 4

Factores que influyen en la innovación de las mypes

Factores que influyen en la innovación en productos	Factores que influyen en la innovación en procesos
<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento y análisis de las necesidades y expectativas de clientes actuales y potenciales. - Conocimiento de las tendencias actuales del mercado. - Promover la generación de ideas creativas. - La creación, diseño y mejoramiento de productos. - Evaluación de los productos ofertados para analizar su aceptación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incorporación de nueva tecnología, técnicas, procedimientos y equipos. - Estudio de la productividad de los procesos. - Capacitación continua al personal sobre nuevas tecnologías, procedimientos y/o uso de nuevos equipos incorporados. - Evaluación y supervisión de la mejora continua para una gestión de calidad. - Adquisición de tecnologías en consonancia con el medio ambiente.
Factores que influyen en la innovación de mercadotecnia	Factores que influyen en la innovación de organización
<ul style="list-style-type: none"> - Conectar con los clientes buscando su satisfacción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos de creación, desarrollo y captación de valor e innovación.

-
- Implementación de estrategias de relacionamiento con los clientes.
 - Innovación e implementación de mejoras en la gestión de mercadotecnia.
 - Promover la participación de los colaboradores en la innovación.
 - Desarrollo y toma de decisiones para el valor e innovación de la organización.
 - Búsqueda continua de métodos de innovación para la organización.
-

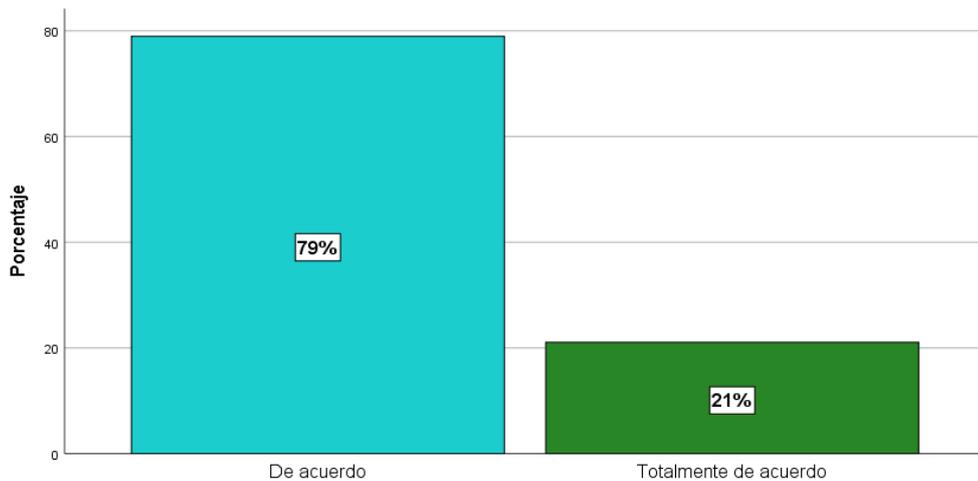
3.2.2. Resultados de segundo objetivo específico

En esta parte se detalla las preguntas que responden al segundo objetivo específico que pretendió determinar los factores que contribuyen en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.

a) 1era dimensión: Conocimiento del mercado

Figura 24

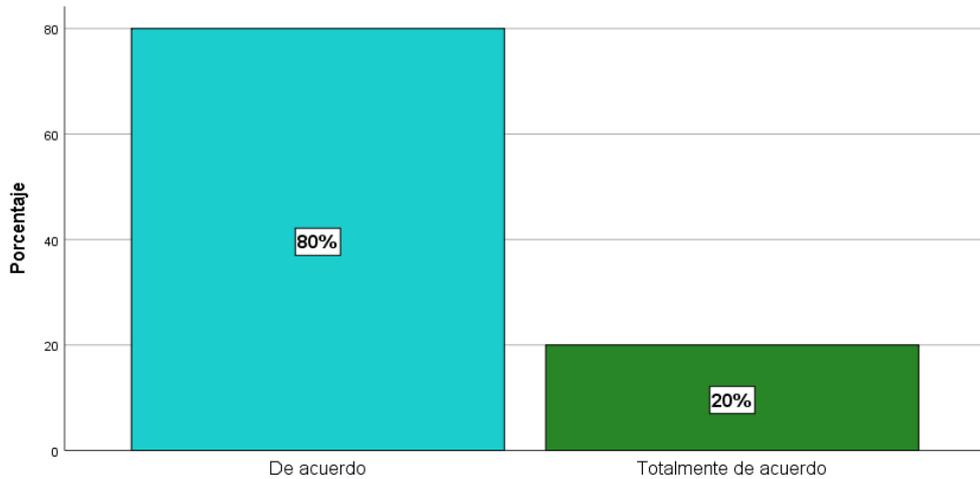
La empresa tiene un fuerte conocimiento del rubro en el que se desarrolla.



Interpretación: En la figura 24, se detalla que el 79% está de acuerdo y el 21% está totalmente de acuerdo con que la empresa tiene un fuerte conocimiento del rubro en el que se desarrolla.

Figura 25

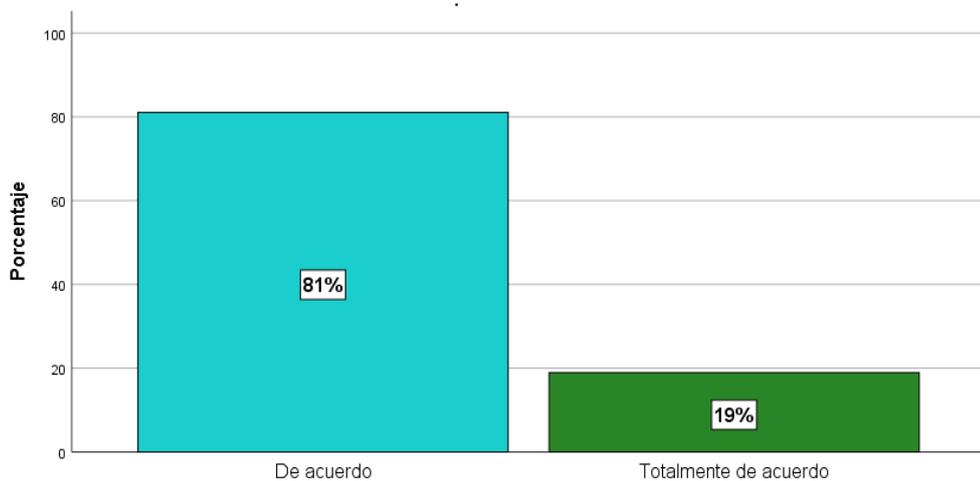
Conoce las nuevas tendencias, cambios y exigencias del mercado en cuanto a su rubro.



Interpretación: En la figura 25, se detalla que el 80% está de acuerdo y el 20% está totalmente de acuerdo con que la empresa conoce las nuevas tendencias, cambios y exigencias del mercado en cuanto a su rubro.

Figura 26

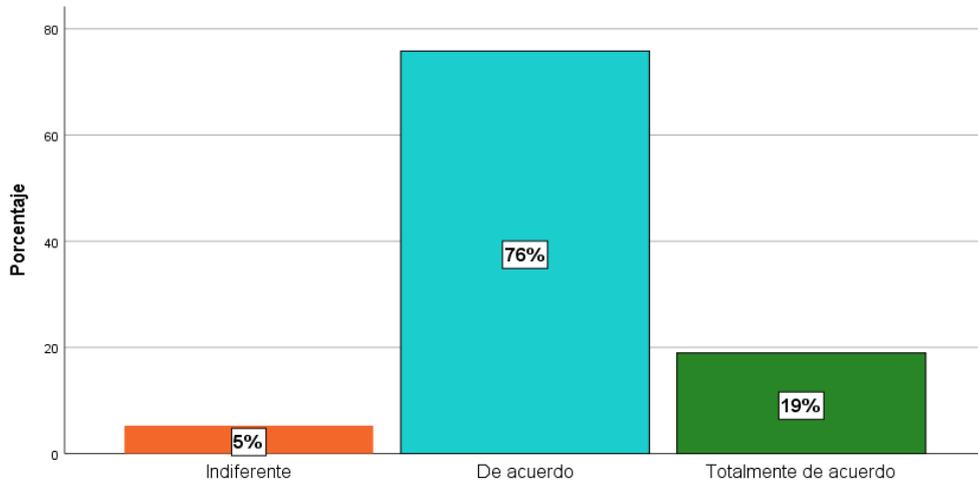
La empresa entiende lo que los clientes buscan en sus servicios y logran satisfacer tales necesidades y expectativas.



Interpretación: En la figura 26, se detalla que el 81% está de acuerdo y el 19% está totalmente de acuerdo con que la empresa entiende lo que los clientes buscan en sus servicios y logran satisfacer tales necesidades y expectativas.

Figura 27

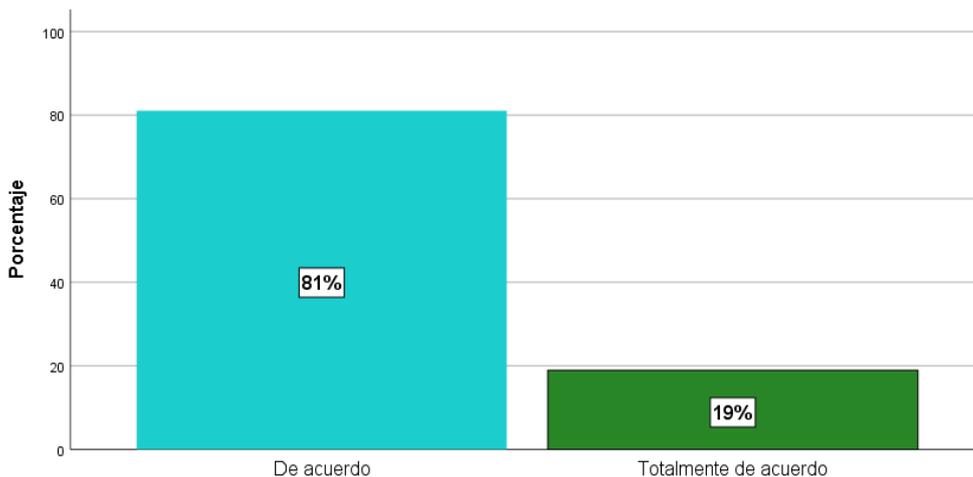
Estudia a sus competidores y conoce lo que vienen implementando y lo que ofrecen a los clientes.



Interpretación: En la figura 27, se detalla que el 5% es indiferente, mientras que el 76% está de acuerdo y el 19% está totalmente de acuerdo con que la empresa estudia a sus competidores y conoce lo que vienen implementando y lo que ofrecen a los clientes.

Figura 28

La empresa busca continuamente desarrollarse, ofrecer nuevos servicios, disponer de nuevas tecnologías.

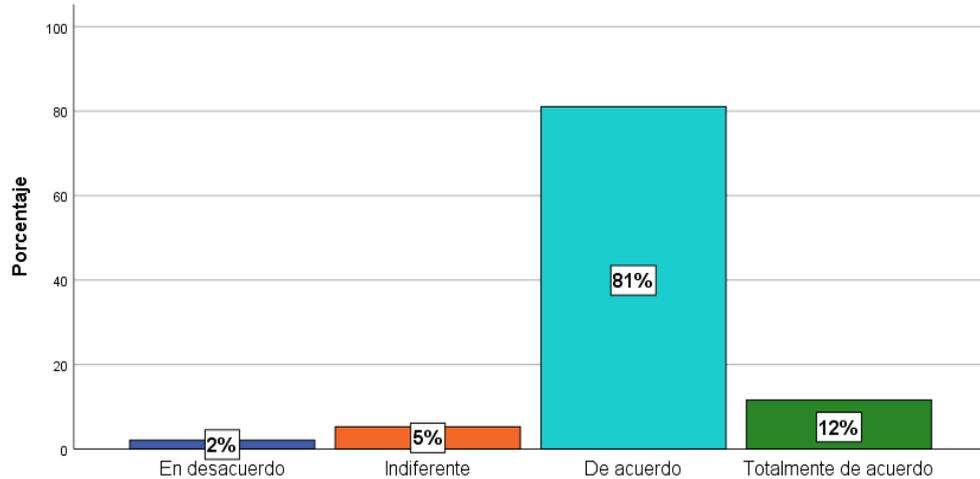


Interpretación: En la figura 28, se detalla que el 81% está de acuerdo y el 19% está totalmente de acuerdo con que la empresa busca continuamente desarrollarse, ofrecer nuevos servicios, disponer de nuevas tecnologías, etc.

b) 2da dimensión: Rentabilidad

Figura 29

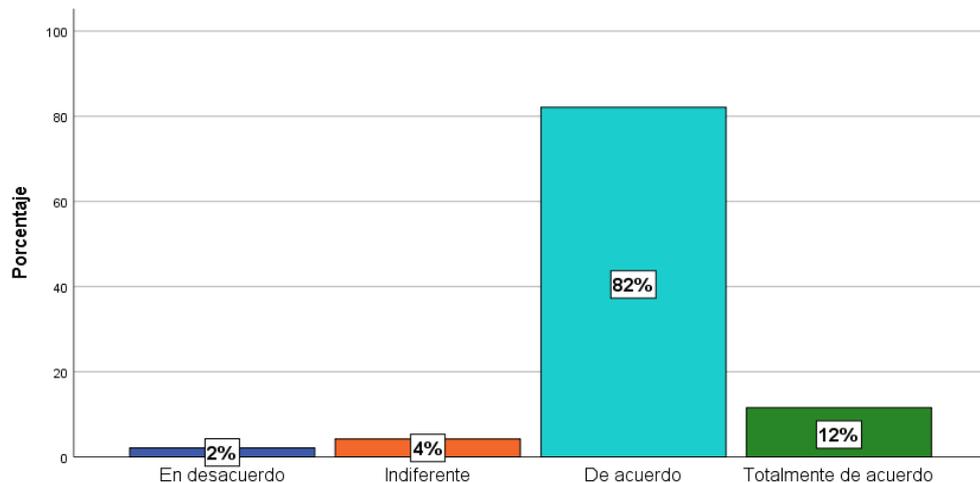
Las ventas e ingresos de la empresa le permiten mantenerse en el mercado y poder cubrir sus responsabilidades.



Interpretación: En la figura 29, se detalla que el 2% está en desacuerdo, el 5% es indiferente, el 81% está de acuerdo y el 12% está totalmente de acuerdo en que las ventas e ingresos de la empresa le permiten mantenerse en el mercado y poder cubrir sus responsabilidades.

Figura 30

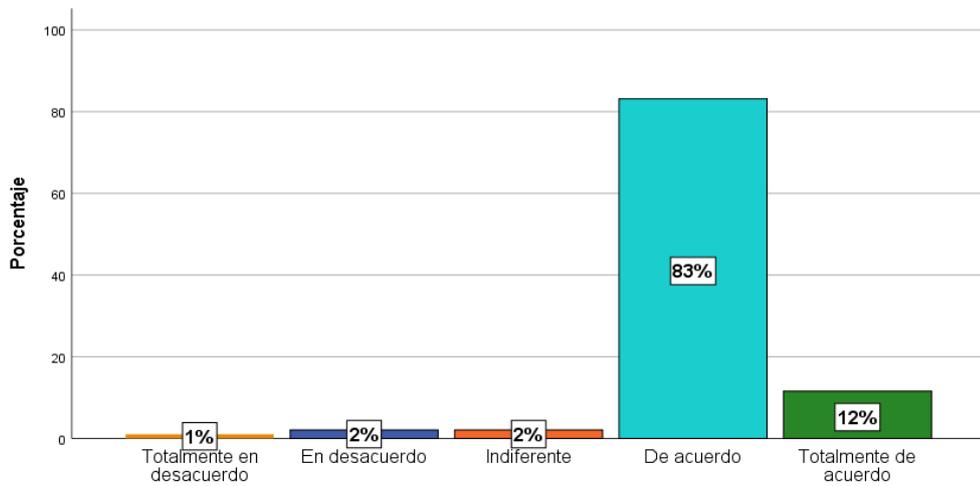
Las ganancias e ingresos que obtienen son mayores que sus gastos y desembolsos



Interpretación: En la figura 30, se detalla que el 2% está en desacuerdo, el 4% es indiferente, el 82% está de acuerdo y el 12% está totalmente de acuerdo en que las ganancias e ingresos que obtienen son mayores que sus gastos y desembolsos.

Figura 31

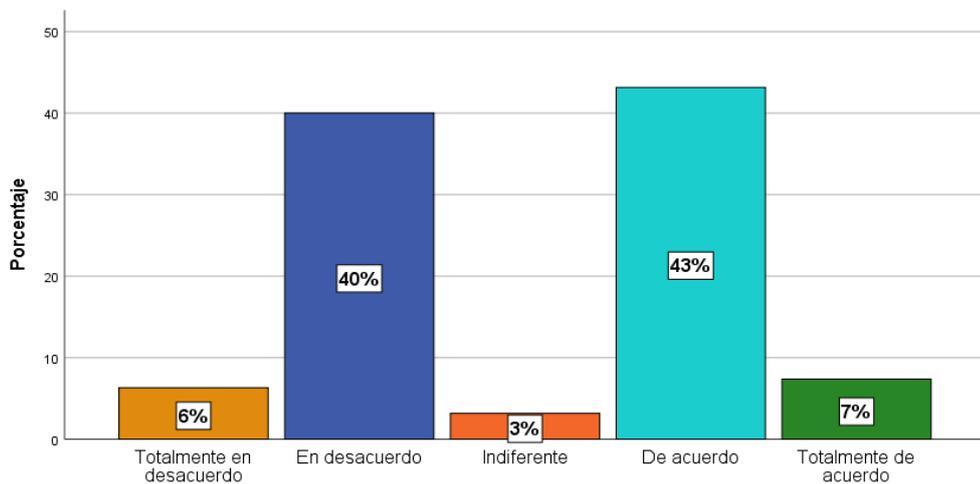
La empresa puede mantenerse operando con sus recursos propios.



Interpretación: En la figura 31, se detalla que el 1% está totalmente en desacuerdo, el 2% en desacuerdo, al 2% le es indiferente, al 83% está de acuerdo y el 12% está totalmente de acuerdo en que la empresa puede mantenerse operando con sus recursos propios.

Figura 32

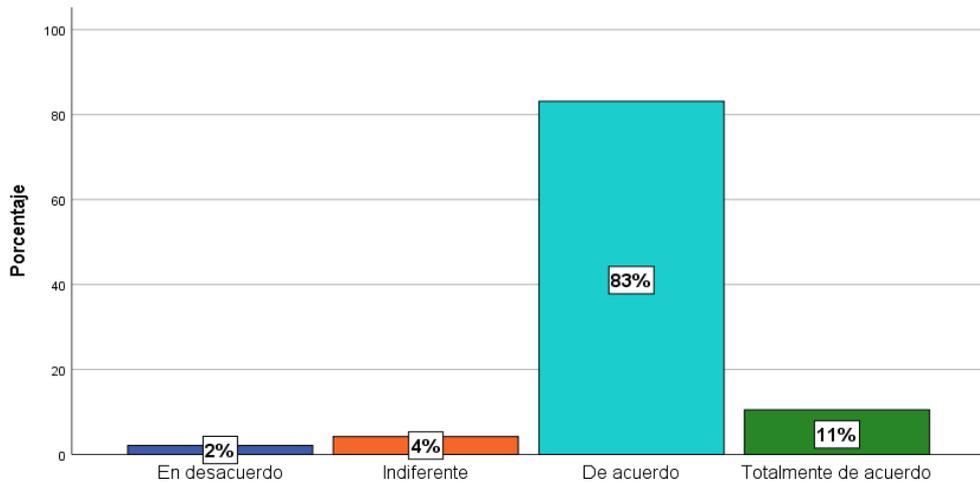
La empresa suele adquirir créditos y préstamos para el desarrollo de sus actividades



Interpretación: En la figura 32, se detalla que el 6% está totalmente en desacuerdo, el 40% en desacuerdo, el 3% es indiferente, el 43% está de acuerdo y el 7% está totalmente de acuerdo en que la empresa suele adquirir créditos y préstamos para el desarrollo de sus actividades.

Figura 33

La empresa obtiene suficientes ganancias que le permiten ser rentable en el mercado.

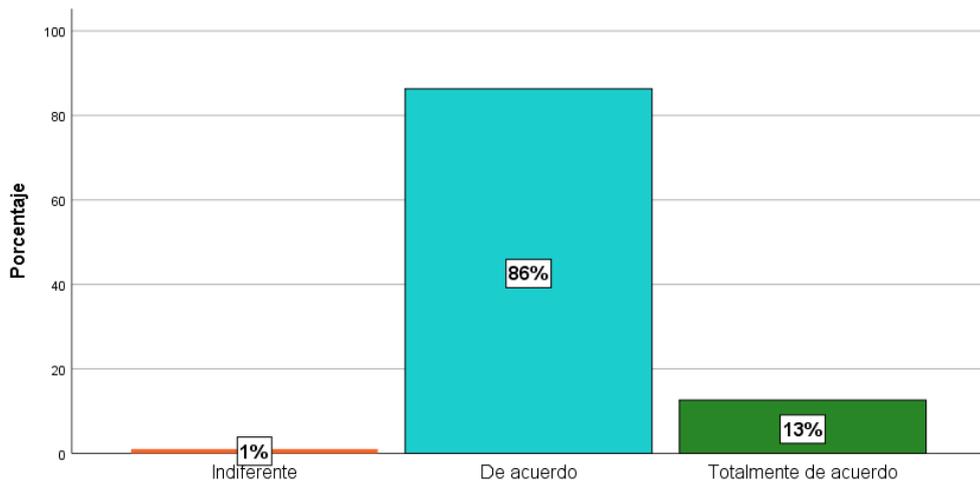


Interpretación: En la figura 33, se detalla que el 2% está en desacuerdo, el 4% es indiferente, el 83% está de acuerdo y el 11% está totalmente de acuerdo en que la empresa obtiene suficientes ganancias que le permiten ser rentable en el mercado.

c) 3era dimensión: Posicionamiento

Figura 34

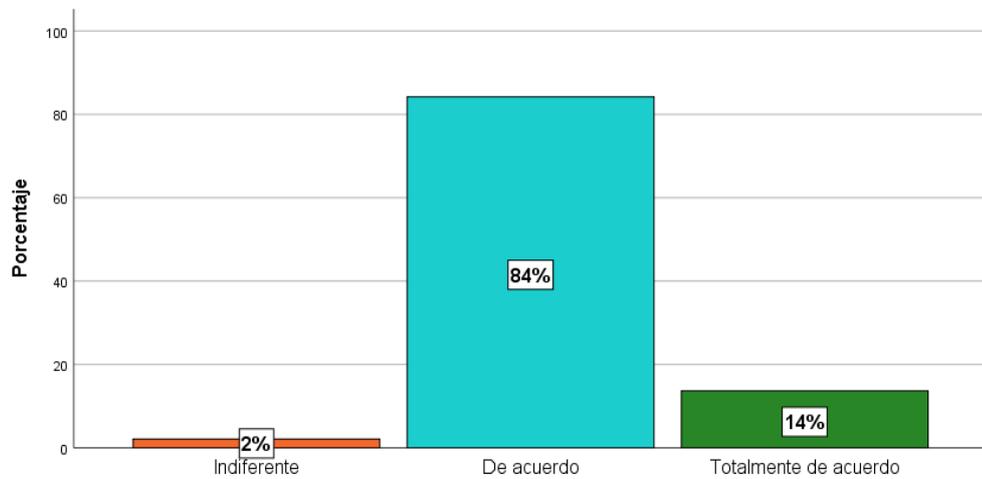
La empresa desarrolla estrategias con la finalidad de posicionarse en la mente de los consumidores.



Interpretación: En la figura 34, se detalla que el 1% es indiferente, el 86% está de acuerdo y el 13% está totalmente de acuerdo en que la empresa desarrolla estrategias con la finalidad de posicionarse en la mente de los consumidores.

Figura 35

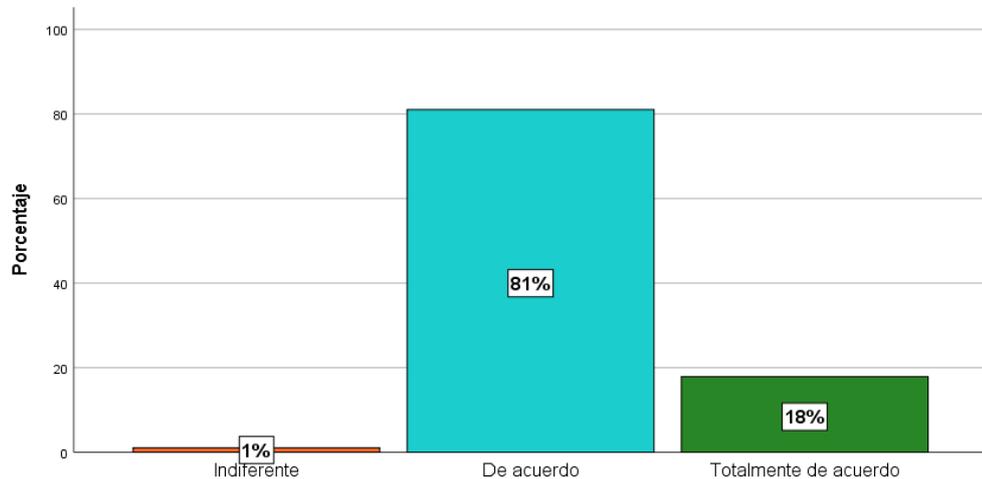
Lo que ofrece la empresa le permiten destacarse y diferenciarse del resto de empresas ofreciendo experiencias de valor a los clientes.



Interpretación: En la figura 35, se detalla que el 2% es indiferente, el 84% está de acuerdo y el 14% está totalmente de acuerdo en que lo que ofrece la empresa le permiten destacarse y diferenciarse del resto de empresas. Ofreciendo experiencias de valor a los clientes.

Figura 36

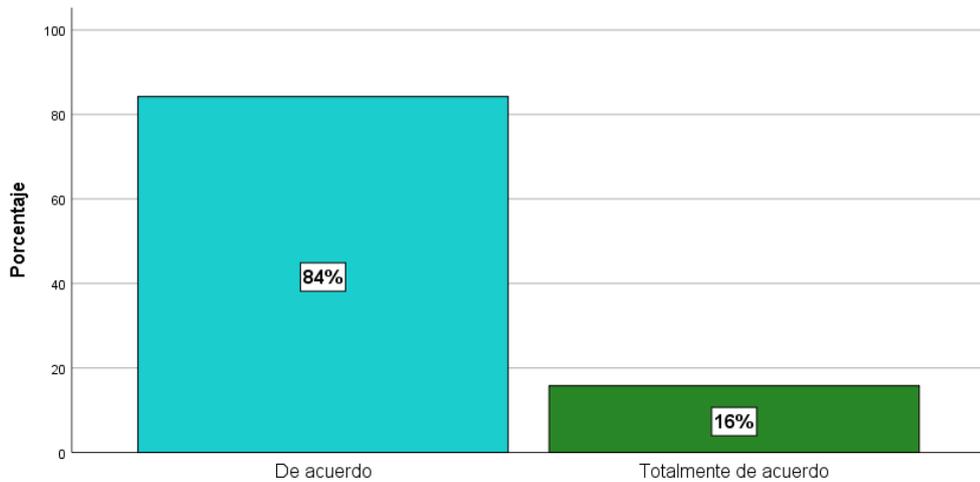
La empresa muestra credibilidad ante los clientes.



Interpretación: En la figura 36, se detalla que el 1% es indiferente, el 81% está de acuerdo y el 18% está totalmente de acuerdo en que la empresa muestra credibilidad ante los clientes.

Figura 37

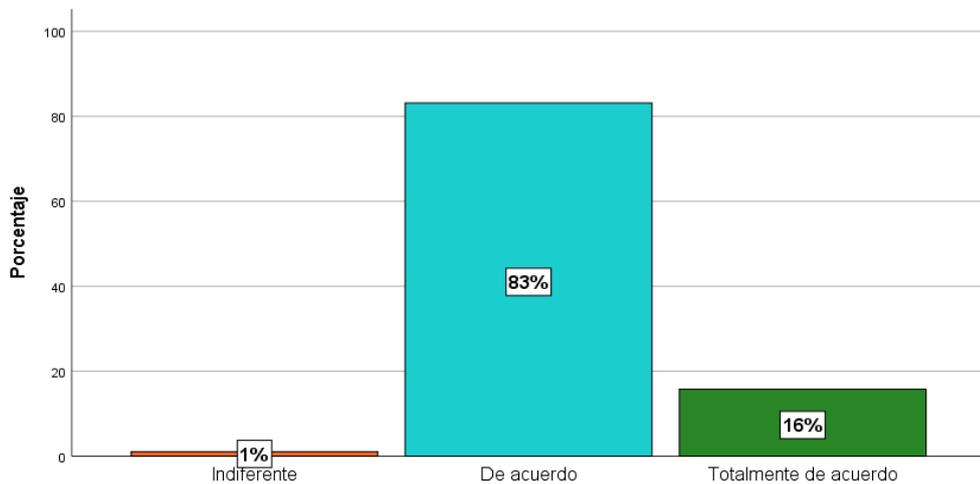
La empresa trabaja en ofrecer servicios que le permitan tener una ventaja competitiva y de diferenciación.



Interpretación: En la figura 37, se detalla que el 84% está de acuerdo y el 16% está totalmente de acuerdo en que la empresa trabaja en ofrecer servicios que le permitan tener una ventaja competitiva y de diferenciación.

Figura 38

La empresa tiene relaciones duraderas con los clientes buscando fidelizarlos.

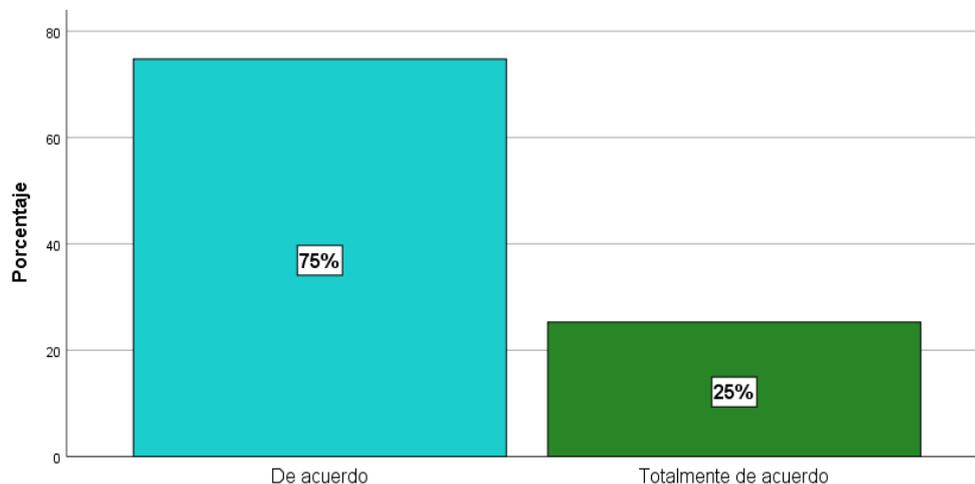


Interpretación: En la figura 38, se detalla que el 1% es indiferente, el 83% está de acuerdo y el 16% está totalmente de acuerdo en que la empresa tiene relaciones duraderas con los clientes buscando fidelizarlos.

d) 4ta dimensión: Integración con empresas relacionadas

Figura 39

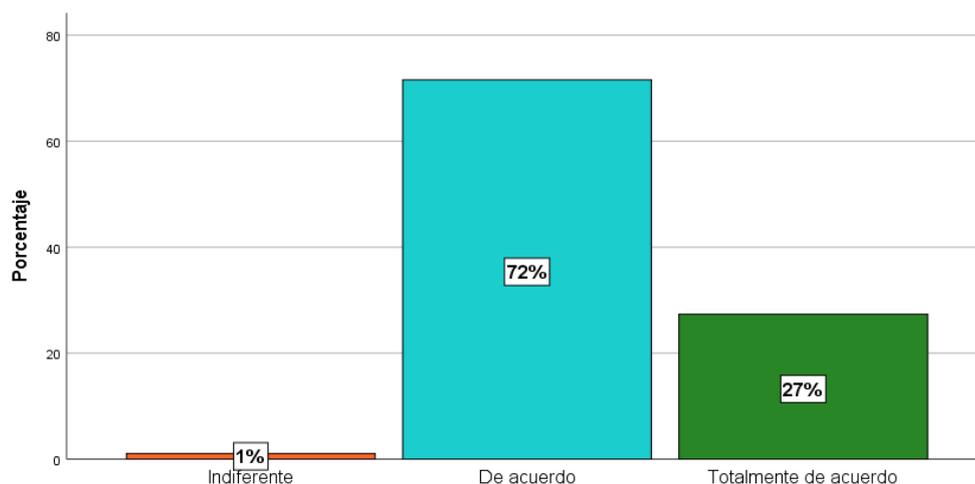
Considera importante mantener alianzas estratégicas con otras organizaciones, sean públicas o privadas para ser competitivos en el mercado.



Interpretación: En la figura 39, se detalla que el 75% está de acuerdo y el 25% está totalmente de acuerdo en considerar importante mantener alianzas estratégicas con otras organizaciones, sean públicas o privadas para ser competitivos en el mercado.

Figura 40

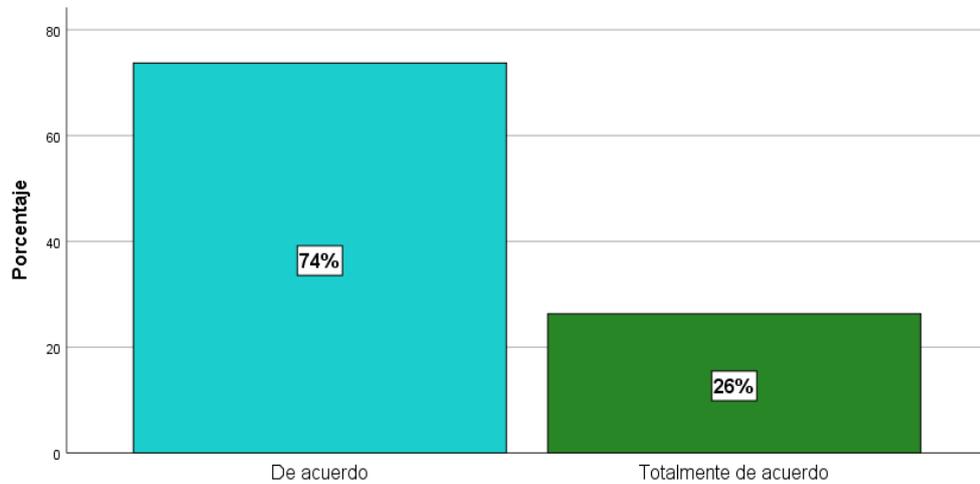
La empresa ha realizado alianzas estratégicas con empresas relacionadas al sector turismo.



Interpretación: En la figura 40, se detalla que el 1% es indiferente, el 72% está de acuerdo y el 27% está totalmente de acuerdo en que la empresa ha realizado alianzas estratégicas con empresas relacionadas al sector turismo.

Figura 41

La empresa considera trabajar en alianza estratégica con otras empresas, grupos de interés u organizaciones para aprovechamiento y beneficio mutuo.

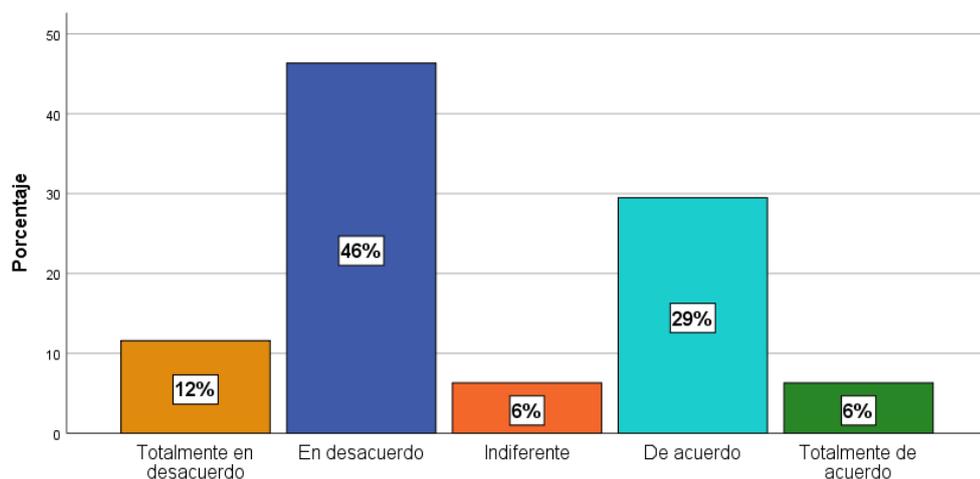


Interpretación: En la figura 41, se detalla que el 74% está de acuerdo y el 26% está totalmente de acuerdo en que la empresa considera trabajar en alianza estratégica con otras empresas, grupos de interés u organizaciones para aprovechamiento y beneficio mutuo.

e) 5ta dimensión: Apoyos institucionales y/o públicos

Figura 42

Ha recibido apoyo de organizaciones (públicas, privadas u ONG) para el desarrollo de sus servicios y/o fortalecimiento.

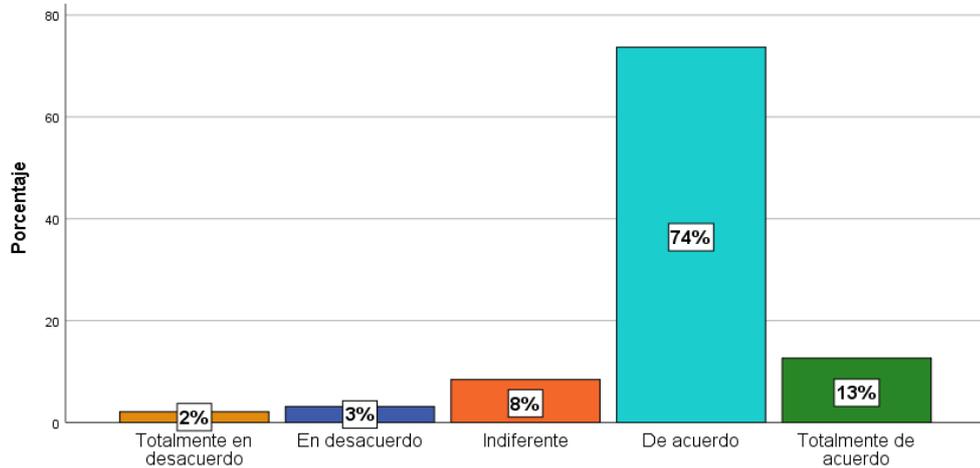


Interpretación: En la figura 42, se detalla que el 12% está totalmente en desacuerdo, el 46% en desacuerdo, el 6% es indiferente, el 29% está de acuerdo y el 6% está totalmente de acuerdo en que la empresa Ha recibido apoyo de

organizaciones (públicas, privadas u ONG) para el desarrollo de sus servicios y/o fortalecimiento.

Figura 43

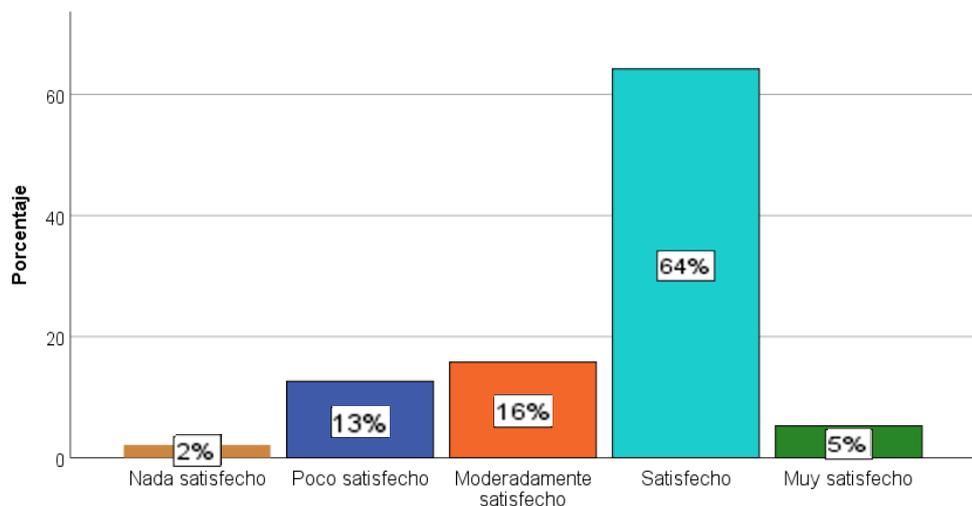
Conoce de programas y apoyo que ofrece el Estado a las empresas del sector turismo.



Interpretación: En la figura 43, se detalla que el 2% está totalmente en desacuerdo, el 3% en desacuerdo, el 8% es indiferente, el 74% está de acuerdo y el 13% está totalmente de acuerdo en que conoce de programas y apoyo que ofrece el Estado a las empresas del sector turismo.

Figura 44

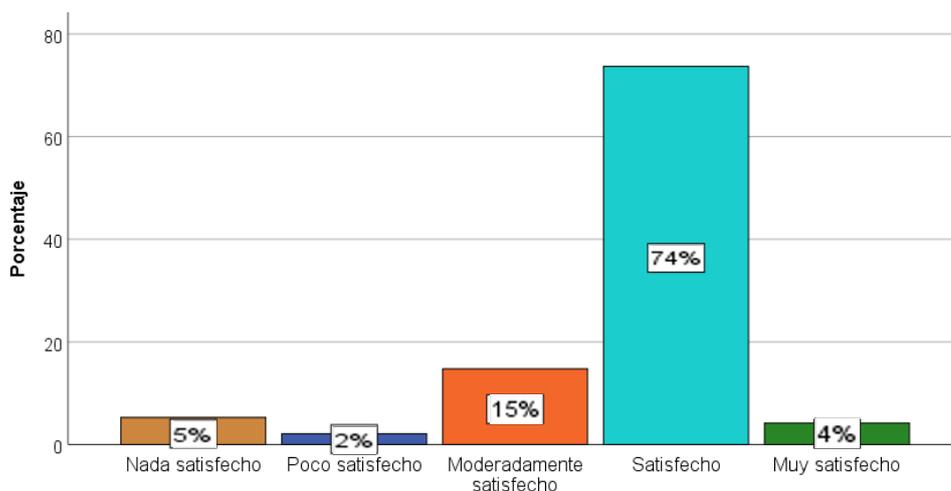
Satisfacción con la participación de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM) con su empresa.



Interpretación: En la Figura 44, se detalla que el 2% está nada satisfecho, el 13% está poco satisfechos, el 16% se encuentran moderadamente satisfechos, el 64% están satisfechos y tan solo del 5% se encuentran muy satisfechos con su participación en la organización.

Figura 45

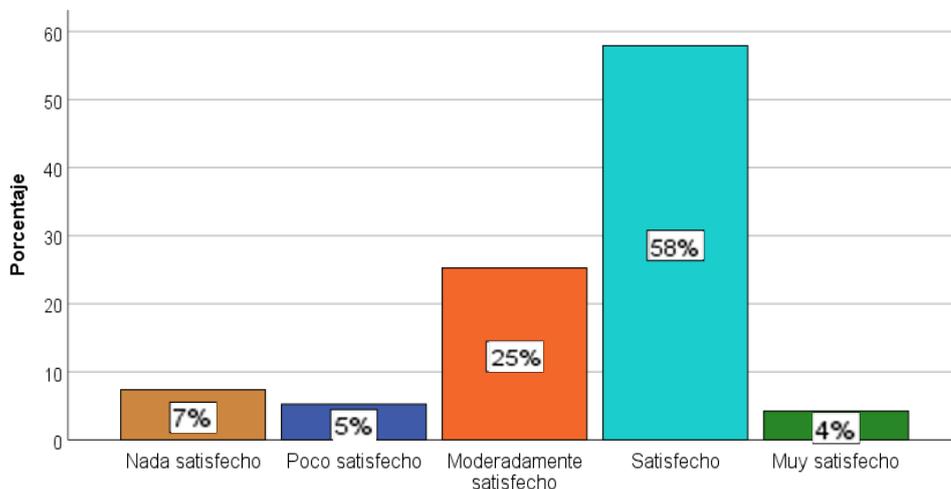
Satisfacción con la participación de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas (DIRCETUR) con su empresa.



Interpretación: En la Figura 45, se detalla que el 5% está nada satisfecho, el 2% está poco satisfechos, el 15% se encuentran moderadamente satisfechos, el 74% están satisfechos y tan solo del 4% se encuentran muy satisfechos con su participación en la organización.

Figura 46

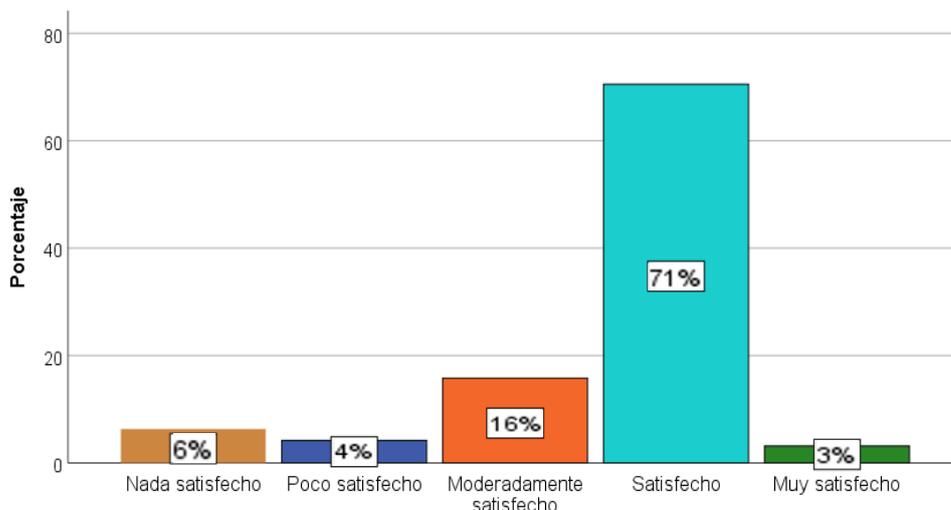
Satisfacción con la participación de la Municipalidad de Chachapoyas.



Interpretación: En la Figura 46, se detalla que el 7% está nada satisfecho, el 5% está poco satisfechos, el 25% se encuentran moderadamente satisfechos, el 58% están satisfechos y tan solo del 4% se encuentran muy satisfechos con su participación en la organización.

Figura 47

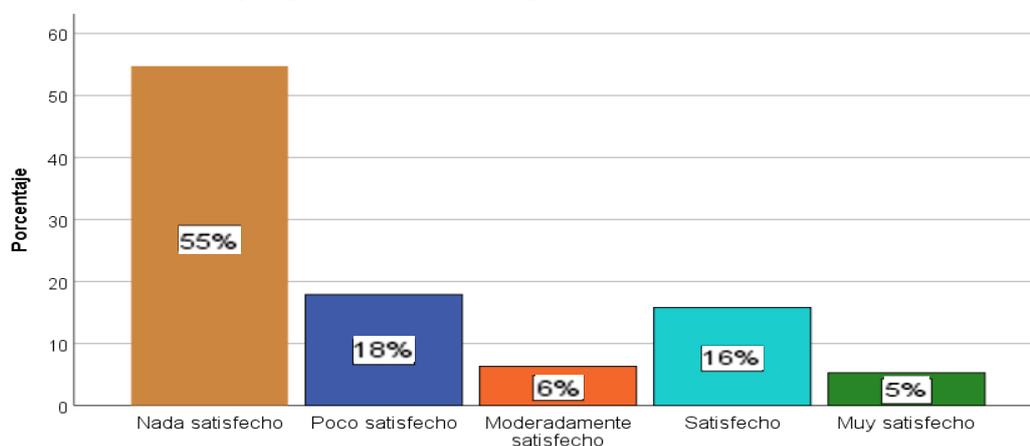
Satisfacción con la participación del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) con su empresa.



Interpretación: En la Figura 47, se detalla que el 6% está nada satisfecho, el 4% está poco satisfechos, el 16% se encuentran moderadamente satisfechos, el 71% están satisfechos y tan solo del 3% se encuentran muy satisfechos con su participación en la organización.

Figura 48

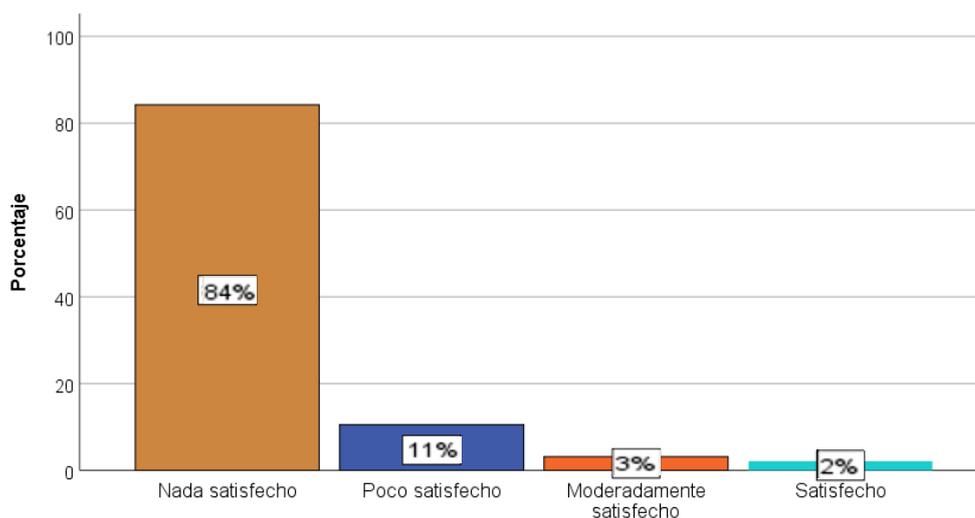
Satisfacción con el programa Turismo emprende.



Interpretación: En la Figura 48, se detalla que el 55% está nada satisfecho, el 18% está poco satisfechos, el 6% se encuentran moderadamente satisfechos, el 15.8% están satisfechos y tan solo del 5% se encuentran muy satisfechos con su participación en la organización.

Figura 49

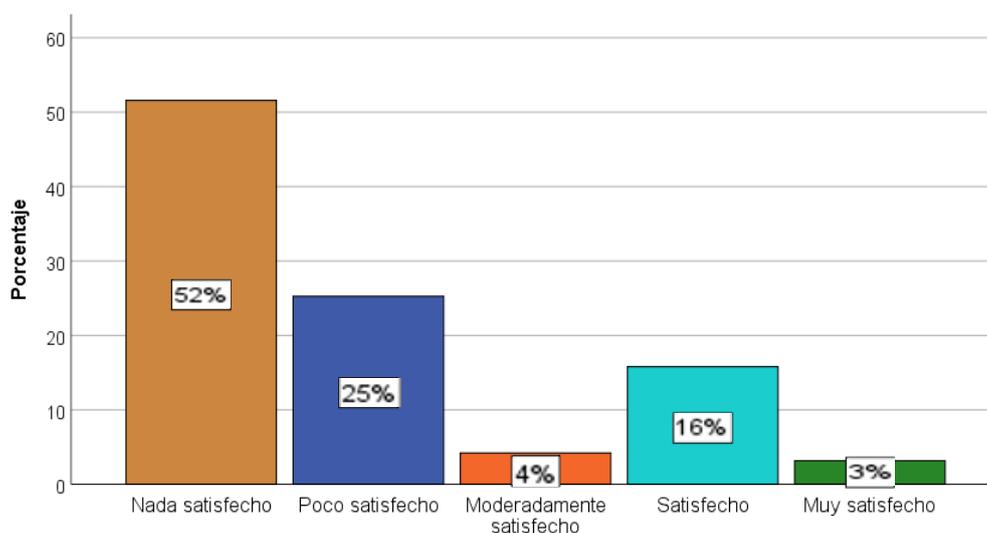
Satisfacción con el programa Innóvate Perú.



Interpretación: En la Figura 49, se detalla que el 84% está nada satisfecho, el 10.5% está poco satisfechos, el 3% se encuentran moderadamente satisfechos y tan solo el 2% están satisfechos con su participación en la organización.

Figura 50

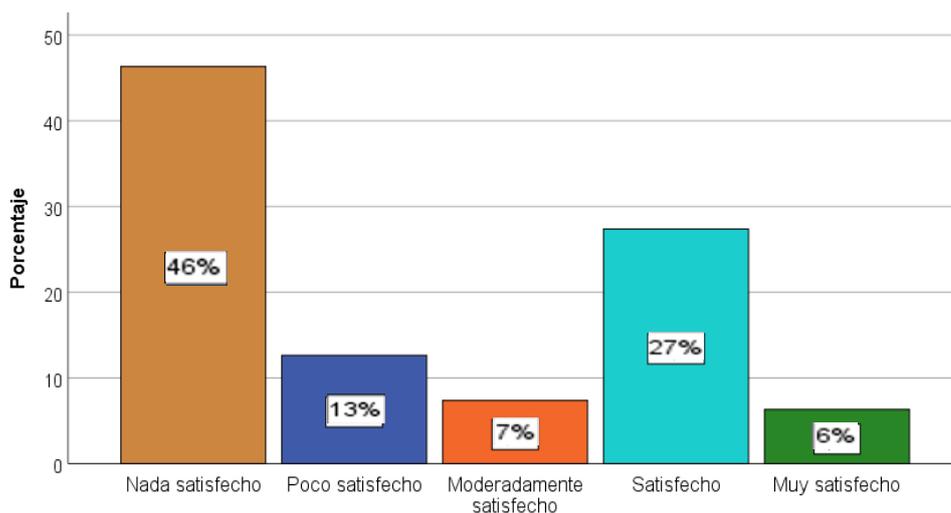
Satisfacción con el programa del Fondo de Apoyo Empresarial a las Mype del sector Turismo (FAE turismo).



Interpretación: En la Figura 50, se detalla que el 52% está nada satisfecho, el 26% está poco satisfechos, el 4% se encuentran moderadamente satisfechos, el 16% están satisfechos y tan solo del 3% se encuentran muy satisfechos con su participación en la organización.

Figura 51

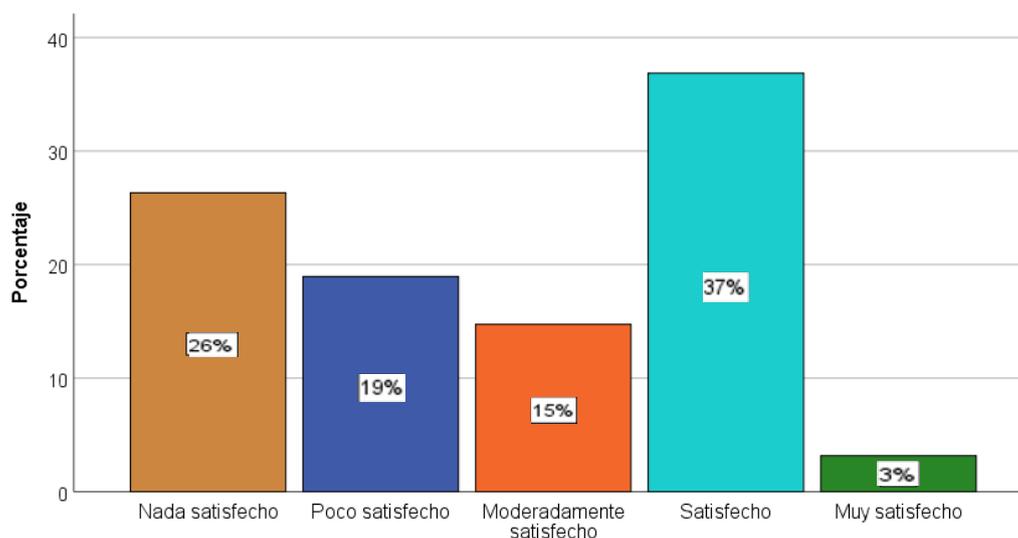
Satisfacción con la plataforma “Y TÚ QUE PLANES”



Interpretación: En la Figura 51, se detalla que el 46% está nada satisfecho, el 13% está poco satisfechos, el 7% se encuentran moderadamente satisfechos, el 27% están satisfechos y tan solo del 6% se encuentran muy satisfechos con su participación en la organización.

Figura 52

Satisfacción con el desarrollo de ferias locales.



Interpretación: En la Figura 52, se detalla que el 26% está nada satisfecho, el 19% está poco satisfechos, el 15% se encuentran moderadamente satisfechos, el 37% están satisfechos y tan solo del 3% se encuentran muy satisfechos con su participación en la organización.

Con el análisis e interpretación de los resultados de la encuesta aplicada, se logró obtener los factores más influyentes para la competitividad de las mypes, lo cual se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 5

Factores influyentes en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.

Factores que influyen para la competitividad en conocimiento del mercado	Factores que influyen para la competitividad en rentabilidad
<ul style="list-style-type: none"> - Conocer profundamente el rubro y sector económico en el que se desarrollan. - Conocer los cambios, tendencias y exigencias del mercado. - Entender lo que el cliente desea y satisfacer sus expectativas. - Conocer y analizar a la competencia. - Capacitarse continuamente y buscar información para ofrecer nuevos o mejores servicios y nueva tecnología. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener ingresos superiores que permitan mantenerse en competencia en el mercado. - Disponer de recursos propios y liquidez. - Poder tener acceso a financiamiento y créditos. - Tener rentabilidad económica y financiera.
Factores que influyen para la competitividad en posicionamiento	Factores que influyen para la competitividad en integración con empresas

-
- Desarrollo de estrategias para destacar y diferenciarse.
 - Ofrecer experiencias de valor al cliente.
 - Tener credibilidad ante el cliente.
 - Tener una ventaja competitiva sostenible.
 - Contar con relaciones duraderas con los clientes.
- Alianzas estrategias con otras organizaciones del sector público y privado.
 - Alianzas estrategias con empresas relacionadas al turismo.
-

3.2.3. Resultados de tercer objetivo específico

De acuerdo al resultado obtenido se pudo responder al tercer objetivo, el cual consiste en plantear estrategias de innovación para enriquecer la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.

Al evidenciar las deficiencias que existe en sus estrategias de innovación, se consideró plantear nuevas estrategias, para que la empresa pueda aplicarlas a futuro, evidenciándose en la tabla 6:

Tabla 6

Estrategias de innovación para la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.

Estrategias de innovación para enriquecer la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas

Innovación en productos

- Contar con una base de datos de clientes frecuentes y potenciales.
 - Mejorando la calidad de los productos y servicios que se ofertan, destacando su valor diferencial.
 - Motivar e incentivar a los colaboradores por el aporte de ideas interesantes e innovadoras en beneficio de la organización.
-

-
- Efectuar encuestas a las personas que solicitan los servicios para determinar su nivel de satisfacción con lo ofrecido, así como sus recomendaciones o sugerencias.
-

Innovación en proceso

- Incluir nueva y moderna tecnología para el desarrollo de los procedimientos dentro de la empresa.
 - Analizar y evaluar periódicamente el desempeño y cómo se realizan los procesos en la empresa con el propósito de desarrollar estrategias con base en las deficiencias que se encuentren.
 - Capacitar permanentemente a los colaboradores sobre nuevos procedimientos o equipos que sean introducidos en la organización.
 - Evaluar la mejora continua de los procesos de la empresa.
-

Innovación de mercadotecnia

- Desarrollar estrategias de mercadotecnia orientadas a satisfacer y conectar con los clientes.
 - Introducir nuevas formas de comunicar el valor de la empresa al público usuario, fomentar una comunicación frecuente con los clientes mediante nuevas formas de relacionamiento, por ejemplo, aprovechar al máximo las redes sociales.
-

Innovación de organización

- Fomentar y desarrollar una cultura de innovación [mediante cambios en la cultura de la empresa hacia una mentalidad de innovación].
 - Adaptar la estructura organizacional de la empresa con el propósito de desarrollar, generar y tomar decisiones para el valor e innovación de la empresa.
-

3.2.4. Resultado del objetivo general y contrastación de la hipótesis

Finalmente, en esta parte explico el resultado del objetivo general que buscaba evaluar la influencia de la innovación en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, 2021.

Para dar respuesta al objetivo planteado, se inició calculando la prueba normalidad, la cual permite saber si los datos tienen distribución normal o libre y; con base en ello saber el tipo de prueba paramétrica a aplicar para contrastar las hipótesis. Como la muestra del estudio fue de 95 (mayor a 50), se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov.

Tabla 7

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig. (p)
Innovación	,308	95	,000
Competitividad	,240	95	,000

Nota. a. Corrección de significación de Lilliefors

Criterio a considerar:

- **H₀:** Los datos siguen una distribución normal. Se aplica la prueba paramétrica de Pearson.
- **H₁:** Los datos no siguen una distribución normal. Se aplica la prueba no paramétrica de Spearman.

Interpretación: si el nivel de significancia (p) es mayor al valor de 0.05, se acepta la hipótesis nula (H₀) que existe distribución normal de los datos; caso contrario, si $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alterna (H₁).

Como se observa, se obtuvo un nivel de significancia en ambas variables de $0.000 < 0.05$; lo cual quiere decir que los datos siguen una distribución libre; por lo tanto, se aplicó la prueba no paramétrica de Spearman para comprobar las hipótesis del estudio.

Regla de decisión: si el nivel de significancia (p) es menor a 0.05 [$p < 0.05$], se acepta la hipótesis alterna (H₁) y se rechaza la hipótesis nula (H₀).

Tabla 8*Niveles de correlación de Spearman*

Valor	Criterio
r = 1.00	Relación perfecta positiva y grande
0.9 a 0.99	Relación positiva muy alta
0.7 a 0.89	Relación positiva alta
0.4 a 0.69	Relación positiva moderada
0.2 a 0.39	Relación positiva baja
0.01 a 0.19	Relación positiva muy baja
0	Relación nula
r = -1.00	Correlación negativa perfecta y grande

Los niveles de relación del coeficiente de Spearman muestran el grado o fuerza de la relación que existe entre ambas variables.

Tabla 9*Correlación entre las variables*

		Innovación	Competitividad
Rho de Spearman	Innovación	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,702**
		N	95
	Competitividad	Coeficiente de correlación	,702**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	95

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

De acuerdo con lo obtenido en la Tabla 9, se evidencia una significancia de $0.000 < 0.05$; por consiguiente, se acepta que existe relación positiva alta entre las variables, con un coeficiente de correlación de Spearman del 70 %. De manera que se confirma que la innovación cumple un rol fundamental en mejorar la competitividad en las mypes del sector turismo de la ciudad de Chachapoyas.

IV. DISCUSIÓN

En cuanto al primer objetivo específico, conocer los factores que influyen en la innovación de las mypes del sector turismo de Chachapoyas. De acuerdo al análisis e interpretación de las respuestas de los encuestados, se pudo evidenciar en la Tabla 4 que los principales factores que influyen en la innovación de las mypes, son la generación de estrategias de innovación de productos, procesos, de mercadotecnia y de organización; es decir, si una empresa está pendiente de estos factores, en trabajar por mejorar continuamente sus procesos y la organización en general, podrán ir renovando y transformando con el propósito de ofrecer un servicio turístico innovador. Resultados contrastados con los de Peñarda (2018) quien encontró que el sector turismo debe estar en constante innovación de productos, procesos, servicios y su gestión que le permita la creación de nuevos productos y servicios para mejorar y ser competitivos en el mercado. Así también, señaló que las mypes deben contemplar a la innovación como una actividad principal para su crecimiento y permanencia en el mercado. Con estos resultados coincidentes al presente estudio, se infiere que la innovación permite a las empresas turísticas desarrollarse enfocándose en su permanencia en el mercado.

Respecto al segundo objetivo específico, determinar los factores que contribuyen en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas; de acuerdo a los resultados mostrados en la Tabla 5, se evidenció que los principales factores que influyen en la competitividad son el conocimiento del mercado, estrategias y disposición de buena rentabilidad, el contar con estrategias de posicionamiento que le permitan alcanzar ventajas competitivas y finalmente, trabajar en integración con otras empresas estratégicamente para el desarrollo de la organización y el sector turismo. Estos resultados fueron contrastados con los de Condori (2018) quien determinó que las organizaciones pueden mantener su ventaja competitiva invirtiendo en la innovación de la empresa. Con estos resultados se destaca la importancia de contribuir a la competitividad de las organizaciones con el fin de destacarse y diferenciarse de las demás.

En cuanto al tercer objetivo específico, plantear estrategias de innovación para enriquecer la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas. De acuerdo a los resultados de los cuestionarios aplicados se pudo detallar en la Tabla 6 estrategias de innovación orientadas a lograr el desarrollo de la competitividad en las mypes del sector turismo de la ciudad de Chachapoyas. Estrategias que, si las organizaciones las aplican con compromiso, les ayudará a lograr sus objetivos de crecimiento y obtener ventajas competitivas sostenibles en el tiempo y diferenciarse de su competencia. Resultados comparados con los de Burga y Guevara (2019) quienes señalan que la innovación impacta positivamente en el crecimiento organizacional de las mypes; por lo que debe ser su actividad fundamental para garantizar su competitividad y permanencia en el mercado. Con estos resultados se acepta lo encontrado en el presente estudio, resaltando la importancia de una innovación continua para un desarrollo y competencia competitiva en el mercado globalizado.

Respecto al objetivo general, evaluar la influencia de la innovación en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, 2021. De acuerdo a los resultados en la Tabla 9, se determinó que existe relación positiva y alta entre las variables con una correlación del 70 % y una significancia de $0.000 < 0.05$, entendiéndose que la innovación repercute considerablemente en el desarrollo de la competitividad de las mypes del sector turismo en el mercado, de manera que es un factor importante para el desarrollo y progreso de sus servicios que ofrecen. Estos resultados fueron comparados con los de Cortés (2018) quien determinó que la innovación es una manera de obtener ventaja competitiva; por lo que la competitividad es un elemento que depende de la innovación en los procesos de gestión, desarrollo de procesos y capacitación de los directivos y la armonía con su entorno. Igualmente, García et al. (2021) encontraron que las mypes que innovan en sus productos y servicios pueden mantenerse en el mercado y enfrentar los problemas que puedan ocurrir. Resultados coincidentes con lo encontrado en el presente estudio, por lo que puede deducirse que una organización que innova continuamente puede ser competitiva y mantenerse en el mercado.

V. CONCLUSIONES

- En cuanto al primer objetivo específico, de acuerdo con los resultados obtenidos se determinó los factores que influyen en la innovación de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, tales como la creación de estrategias de innovación de productos, de procesos, de mercadotecnia y de organización. Reconociendo la importancia de estos factores en la organización y poniéndolos en práctica se podrá desarrollar una cultura de innovación dentro de cada Mype que se dedica a actividades relacionadas al turismo y contribuir a la economía nacional.
- Concerniente al segundo objetivo específico, se concluyó que los factores que contribuyen en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas son: contar con conocimiento del mercado, poseer estrategias y contar con buena rentabilidad, con estrategias de posicionamiento, así como trabajar en integración con otras organizaciones para lograr destacarse en el mercado siendo competitivos.
- Respecto al tercer objetivo específico, se planteó estrategias de innovación que permitan enriquecer la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, con el fin de que puedan aplicarlas buscando satisfacer las expectativas de sus clientes y sobresaliendo por su capacidad innovadora y competitiva.
- En cuanto al objetivo general, después de haber evaluado la influencia existente entre las variables, donde se pudo determinar y constatar que sí existe relación positiva alta entre la innovación y la competitividad con una correlación de Spearman de 70 %. De manera que, a medida que una empresa se esfuerce en innovar permanentemente en sus productos, servicios, procesos, etc., irá mejorando su competitividad e irá extendiendo su diferenciación frente a su competencia.

VI. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las mypes del sector turismo de Chachapoyas que pongan en práctica las estrategias formuladas en el presente estudio, mediante la planificación de sus objetivos a alcanzar y estrategias a aplicar con el fin de cumplir su visión de ser competitivas en un mercado cada vez más globalizado. Asimismo, se recomienda que cada Mype del sector turístico pueda aplicar encuestas a sus clientes con el objetivo de conocer su percepción de lo que ofrecen, las mejoras implementadas y cuánto se diferencian de otras empresas similares, de manera que puedan trabajar orientados en mejorar sus productos y servicios en beneficio de sus clientes.
- Incluso se sugiere a las mypes del sector turismo de Chachapoyas que desarrollen una cultura de innovación dentro de sus organizaciones, fomentando una participación favorable entre sus colaboradores y agentes externos que fortalezcan las relaciones y el desarrollo de sus actividades económicas, además se les sugiere que de forma continua evalúen en qué medida la innovación va mejorando su competitividad, llevando un seguimiento a sus procesos y actividades, de manera que puedan saber sus puntos de mejora y aprovechar los vacíos que su competencia va dejando.
- También se recomienda a los diversos programas del estado como Turismo Emprende, FAE Turismo, entre otros a realizar capacitaciones constantes a las Mypes del sector turismo, con el fin de que estas empresas conozcan como pueden participar obteniendo beneficios favorables, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos muchas firmas están descontentas con los programas del estado, debido a que no saben cómo participar o si lo hacen muchas veces no obtienen los resultados que esperan.
- Así mismo, se incita al DIRCETUR a realizar capacitaciones y acompañamientos a las mypes del sector turismo de Chachapoyas con respecto a los diversos programas que facilita el estado, puesto que es la entidad que dirige, ejecuta, coordina y supervisa las políticas del sector turismo, facilitando

el desarrollo económico y social de las diferentes empresas que se encuentran en nuestra región Amazonas.

- Finalmente, con respecto a futuras investigaciones, se recomienda desarrollar capacitaciones prácticas a las mypes del sector turismo con respecto a diversos temas desarrollados en las universidades, para posteriormente evaluar el progreso y así también se pueda generar mayor involucramiento de los estudiantes especialmente de la carrera de Turismo.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Burga, J., y Guevara, L. (2019). *Impacto de la innovación sobre el rendimiento organizacional en las Mypes del sector comercio de la región Lambayeque, 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Santo Toribio de Mogrovejo]. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2562>
- Cabrera, A., López, P., y Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Ediciones Universidad Central. https://www.ucentral.edu.co/sites/default/files/inlinefiles/2015_competitividad_empresarial_001.pdf
- Condori, J. (2018). *Percepciones que tienen los empresarios de las agencias de viajes sobre innovaciones como factor de competitividad en la ciudad de Puno 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano de Puno]. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/13917>
- García, J. (2016). *Metodología de la investigación para administradores*. Ediciones de la U. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-para-adm-Joaquin-Garcia-Dihigo.pdf>
- García, J., Tumbajulca, I., y Cruz, J. (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *SCIELO Perú*, 12(2), 1-12. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000200099&script=sci_arttext
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacohea, B., Quimis, A., y Moreno, L. (2018). *Metodología de la investigación*. Área de innovación y desarrollo, S.L. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cientifica-Arturo-Andres-Hernandez-Escobar.pdf>
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2018). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). McGrawHill Educación. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Humpiri, S., y Aquino, K. (2017). *Diagnóstico de innovación empresarial en la región Arequipa: 2016 - 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/6655>
- Martins, J., y Amorin, C. (2018). La investigación sobre la medición de la innovación en las empresas de turismo. *SCIELO*, 27(1). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322018000100006&lang=es
- Peñarda, G. (2018). *Gestión de la innovación en las microempresas del sector turístico* [Tesis de licenciatura, Universidad Cooperativa de Colombia]. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/7488/1/2018_gestion_innovacion_microempresas%20pdf.pdf
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas. (2006). *Manual de Oslo* (3a ed.). Grupo Tragsa. <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM001708.pdf>
- Vera, E. (2020). *La gestión de la innovación en las empresas turísticas* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica del Norte] <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/10456/2/02%20IEF%20244%20TRABAJO%20GRADO.pdf>
- Yuni, J., y Urbano, C. (2014). *Técnicas para investigar 2: Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación* (Segunda ed.). Editorial Brujas. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%c3%a9cnicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>
- Zambrano, J. (2012). *Investigación Diagnóstica*. Obtenido de Blog de Contenido: http://blog.utm.edu.ec/jimmyzams/p_graduacion/investigaciondiagnostica/.

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de Variables

INNOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR TURISMO DE CHACHAPOYAS, 2021							
Objetivo general	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Escala
Evaluar la influencia de la innovación en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.	VI: Innovación	La innovación es la incorporación de un nuevo, o relativamente mejorado producto, proceso, método organizativo, de comercialización, mejora en las prácticas internas de la empresa o las relaciones externas del mercado en el que se desenvuelve (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y Oficina de Estadística de las comunidades europeas, 2006, p. 49).	Innovación en el producto	Productos nuevos desarrollados	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce y analiza las necesidades y expectativas de sus clientes actuales y potenciales • Conoce las tendencias actuales del mercado • Existen procesos que promuevan la generación de ideas creativas • Se ha diseñado e innovado en productos nuevos o se busca la mejora de los actuales • Se realiza una evaluación de los productos que se ofrecen a los clientes, para saber su aceptación 	Cuestionario	Ordinal Escala de Likert
			Innovación en los procesos	Aprovechamiento de recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Se investiga y se busca incorporar nuevas tecnologías, técnicas, procedimientos o equipos para otorgar valor y facilidad a sus procesos. • Analiza y evalúa el desempeño productivo de los procesos que se realiza en la empresa. • Se capacita al personal respecto a las nuevas tecnologías, técnicas, procedimientos o equipos incorporados • Realiza una gestión de calidad, es decir, evalúa la mejora continua de los procesos. • Procura adquirir nuevas tecnologías en consonancia y cuidado del medio ambiente. 		
			Innovación de mercadotecnia	Desarrollo métodos de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa logra satisfacer y conectar con los clientes • La empresa implementa e innova en estrategias para relacionarse con los clientes. • La empresa tiene implementadas mejoras en cuanto a la gestión de mercadotecnia 		
			Innovación de organización	Satisfacción de los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa desarrolla su modelo de negocio basándose en procesos de creación, desarrollo y captación de valor e innovación • Se fomenta la innovación en los colaboradores • La empresa tiene estructurada la organización con el fin de desarrollar, generar y tomar decisiones para el valor e innovación de la empresa. • La empresa busca continuamente nuevos métodos innovadores de organización. 		

Objetivos específicos							
<p>- Conocer los factores que influyen en la innovación de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.</p> <p>- Determinar los factores que contribuyen en la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.</p> <p>- Plantear estrategias de innovación para enriquecer la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas.</p>	<p>VD: Competitividad de las mypes</p>	<p>La competitividad se basa en la necesidad continua que tienen las empresas de sostenerse y consolidarse dentro del mercado en el que se desarrollan, de acuerdo al porcentaje de participación que tiene sus productos y/o servicios, partiendo desde una percepción sistemática que relaciona diversos elementos como: políticos, empresariales, sociocultural y económicos para un destacado desenvolvimiento empresarial (Cabrera et al., 2011, p.23).</p>	<p>Conocimiento del mercado</p>	<p>Satisfacción de los clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa tiene un fuerte conocimiento del rubro en el que se desarrolla. • Conoce las nuevas tendencias, cambios y exigencias del mercado en cuanto a su rubro. • La empresa entiende lo que los clientes buscan en sus servicios y logran satisfacer tales necesidades y expectativas. • Estudia a sus competidores y conoce lo que vienen implementando y lo que ofrecen a los clientes. • La empresa busca continuamente desarrollarse, ofrecer nuevos servicios, disponer de nuevas tecnologías, etc. 	<p>Cuestionario</p>	<p>Ordinal Escala de Likert</p>
<p>Rentabilidad</p>			<p>Ventas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las ventas e ingresos de la empresa le permiten mantenerse en el mercado y poder cubrir sus responsabilidades. • Las ganancias e ingresos que obtienen son mayores que sus gastos y desembolsos • La empresa puede mantenerse operando con sus recursos propios. • La empresa suele adquirir créditos y préstamos para el desarrollo de sus actividades • La empresa obtiene suficientes ganancias que le permiten ser rentable en el mercado. 			
<p>Posicionamiento</p>			<p>Diferenciación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa desarrolla estrategias con la finalidad de posicionarse en la mente de los consumidores. • Lo que ofrece la empresa le permiten destacarse y diferenciarse del resto de empresas. Ofreciendo experiencias de valor a los clientes • La empresa muestra credibilidad ante los clientes • La empresa trabaja en ofrecer servicios que le permitan tener una ventaja competitiva y de diferenciación. • La empresa tiene relaciones duraderas con los clientes buscando fidelizarlos. 			
<p>Integración con empresas relacionadas</p>			<p>Alianzas estratégicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Considera importante mantener alianzas estratégicas con otras organizaciones, sean públicas o privadas para ser competitivos en el mercado. • La empresa ha realizado alianzas estratégicas con empresas relacionadas al sector turismo. • La empresa considera trabajar en alianza estratégica con otras empresas, grupos de interés u organizaciones para aprovechamiento y beneficio mutuo. 			
<p>Apoyos institucionales y/o públicos</p>			<p>Participación en programas del estado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ha recibido apoyo de organizaciones (públicas, privadas u ONG) para el desarrollo de sus servicios y/o fortalecimiento. • Conoce de programas y apoyo que ofrece el Estado a las empresas del sector turismo 			

Anexo 2. Instrumentos empleados

ENCUESTA PARA CONOCER LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR TURISMO DE CHACHAPOYAS, 2021

El presente cuestionario fue elaborado con el fin de recolectar información para desarrollar la tesis “Innovación para la competitividad de las mypes del sector turismo de Chachapoyas, 2021”

A continuación, indique la respuesta que mejor refleje su opinión. Esta encuesta tiene un enfoque confidencial, por lo cual se le solicita responda con total sinceridad. Agradecer anticipadamente el apoyo en el desarrollo de este estudio.

DATOS:

Sexo: F () M () **Nacionalidad:** Peruano () Extranjero ()

Edad: **Antigüedad de su empresa (años):** 1-5 (), 5-10 (), 10 años a más ()

1. CUESTIONARIOS SOBRE INNOVACIÓN

¿Qué tan importante considera implementar la innovación en su empresa?

5	4	3	2	1
Muy importante	Importante	Neutral	Poco importante	Nada importante

Marque de acuerdo a su nivel de desacuerdo o acuerdo con las siguientes descripciones:

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

N.º	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
INNOVACIÓN						
Innovación en el producto						
1.	Conoce y analiza las necesidades y expectativas de sus clientes actuales y potenciales					
2.	Conoce las tendencias actuales del mercado					
3.	Existen procesos que promuevan la generación de ideas creativas					
4.	Se ha diseñado e innovado en productos nuevos o se busca la mejora de los actuales					
5.	Se realiza una evaluación de los productos que se ofrecen a los clientes, para saber su aceptación					
Innovación en los procesos						
6.	Se investiga y se busca incorporar nuevas tecnologías, técnicas, procedimientos o equipos para otorgar valor y facilidad a sus procesos.					
7.	Analiza y evalúa el desempeño productivo de los procesos que se realiza en la empresa.					
8.	Se capacita al personal respecto a las nuevas tecnologías, técnicas, procedimientos o equipos incorporados					
9.	Realiza una gestión de calidad, es decir, evalúa la mejora continua de los procesos.					
10.	Procura adquirir nuevas tecnologías en consonancia y cuidado del medio ambiente.					
Innovación de mercadotecnia						
11.	La empresa logra satisfacer y conectar con los clientes					
12.	La empresa implementa e innova en estrategias para relacionarse con los clientes.					
13.	La empresa tiene implementadas mejoras en cuanto a la gestión de mercadotecnia					
Innovación de organización						
14.	La empresa desarrolla su modelo de negocio basándose en procesos de creación, desarrollo y captación de valor e innovación					
15.	Se fomenta la innovación en los colaboradores					
16.	La empresa tiene estructurada la organización con el fin de desarrollar, generar y tomar decisiones para el valor e innovación de la empresa.					
17.	La empresa busca continuamente nuevos métodos innovadores de organización.					

2. CUESTIONARIO SOBRE COMPETITIVIDAD

Marque de acuerdo a su nivel de desacuerdo o acuerdo con las siguientes descripciones:

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

N.º	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
COMPETITIVIDAD						
Conocimiento del mercado						
1.	La empresa tiene un fuerte conocimiento del rubro en el que se desarrolla.					
2.	Conoce las nuevas tendencias, cambios y exigencias del mercado en cuanto a su rubro.					
3.	La empresa entiende lo que los clientes buscan en sus servicios y logran satisfacer tales necesidades y expectativas.					
4.	Estudia a sus competidores y conoce lo que vienen implementando y lo que ofrecen a los clientes.					
5.	La empresa busca continuamente desarrollarse, ofrecer nuevos servicios, disponer de nuevas tecnologías, etc.					
Rentabilidad						
6.	Las ventas e ingresos de la empresa le permiten mantenerse en el mercado y poder cubrir sus responsabilidades.					
7.	Las ganancias e ingresos que obtienen son mayores que sus gastos y desembolsos					
8.	La empresa puede mantenerse operando con sus recursos propios.					
9.	La empresa suele adquirir créditos y préstamos para el desarrollo de sus actividades					
10.	La empresa obtiene suficientes ganancias que le permiten ser rentable en el mercado.					
Posicionamiento						
11.	La empresa desarrolla estrategias con la finalidad de posicionarse en la mente de los consumidores.					
12.	Lo que ofrece la empresa le permiten destacarse y diferenciarse del resto de empresas. Ofreciendo experiencias de valor a los clientes					
13.	La empresa muestra credibilidad ante los clientes					
14.	La empresa trabaja en ofrecer servicios que le permitan tener una ventaja competitiva y de diferenciación.					
15.	La empresa tiene relaciones duraderas con los clientes buscando fidelizarlos.					

Integración con empresas relacionadas					
16.	Considera importante mantener alianzas estratégicas con otras organizaciones, sean públicas o privadas para ser competitivos en el mercado.				
17.	La empresa ha realizado alianzas estratégicas con empresas relacionadas al sector turismo.				
18.	La empresa considera trabajar en alianza estratégica con otras empresas, grupos de interés u organizaciones para aprovechamiento y beneficio mutuo.				
Apoyos institucionales y/o públicos					
19.	Ha recibido apoyo de organizaciones (públicas, privadas u ONG) para el desarrollo de sus servicios y/o fortalecimiento.				
20.	Conoce de programas y apoyo que ofrece el Estado a las empresas del sector turismo				

Indique su nivel de Satisfacción:

5	4	3	2	1
Muy satisfecho	Satisfecho	Moderadamente satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	5	4	3	2	1
¿Qué tan satisfecho se siente con la participación de estas organizaciones con su empresa?						
1	UNTRM					
2	DIRCETUR					
3	Municipalidad de Chachapoyas					
5	INDECOPI					
¿Qué tan satisfecho se siente con estos programas del estado?						
6	Turismo emprende					
7	Innovate Perú					
8	FAE turismo					
9	Plataforma “Y TÚ QUE PLANES”					
10	Ferias locales					

Anexo 3: Establecimientos considerados en la muestra y muestreo

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CLASIFICADOS Y CATEGORIZADOS - CHACHAPOYAS -AMAZONAS 2020										
N°	RUC	N.° DE CERT.	CLASE	CATEGORIA	RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DOMICILIO	DISTRITO	CEL.
1	20602131808	EN PROCESO	HOTEL	3 ESTRELLAS	INVERSIONES CASAVI S.A.C	HOTEL BOUTIQUE CASA MONSANTE	IRMA CORINA CÁCERES VILCHES	Jr. AMAZONAS N.º 746	CHACHAPOYAS	
2	20480300255	O12-2014	HOTEL	2 ESTRELLAS	TURISMO Y SERVICIOS LEO CESAR S.A.C	HOTEL PUMA URCO	MANUEL GIMENEZ REINA	Jr. AMAZONAS N.º 833	CHACHAPOYAS	
3	20105106514	OO5	HOTEL	2 ESTRELLAS	HOTEL KUELAP S.A.C	HOTEL KUELAP	LEILY ROSIO MENDOZA SAUCEDO	Jr. AMAZONAS N.º 1057	CHACHAPOYAS	
4	20479888290	OO2	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL Y RESTAURANT PLAZA E.I.R.L.	HOSTAL PLAZA	YOLANDA MORI GUTIERREZ	JR. GRAU N.º 534	CHACHAPOYAS	957229224
5	10334039850	O12	HOTEL	3 ESTRELLAS	PAULA ELENA CHAVEZ DE SILVA	HOSTAL LA POSADA DEL ARRIERO	PAULA ELENA CHAVEZ DE SILVA	JR. GRAU N.º 636	CHACHAPOYAS	
6	20561296422	...	HOTEL	3 ESTRELLAS	MAHORMO29 E.I.R. L	HOTEL LA XALCA	MANUEL ORDOÑEZ MORI	JR. GRAU N°940	CHACHAPOYAS	
7	20479599425	...	HOSTAL	3 ESTRELLAS	EMPRESA DE SERVICIOS REVASH E.I.R.L	HOSTAL REVASH	ROSARIO DEL PILAR MUÑOZ GARCÍA	JR. GRAU 517	CHACHAPOYAS	
8	10334326816	13	HOSTAL	2 ESTRELLAS	HOSTAL Y TURISMO BELEN SAC	HOSTAL BELEN	IGNACIO SALAZAR OLIVERA	Jr. ORTIZ ARRIETA N.º 540	CHACHAPOYAS	
9	20487743004		HOSTAL	2 ESTRELLAS	CHACHAPOYAS TRAVEL TOUR OPERADORA E.I.R. L	HOSTAL CASA LINDA	GOLDY JANET TEJADA CHUQUIPIONDO	JR. ORTIZ ARRIETA N.º 724	CHACHAPOYAS	953838101
10	20539251971	02-2012	HOTEL	2 ESTRELLAS	ÑUÑURCO TRAVELLERS SERVICIOS TURISTICOS E.I.R.L.	HOTEL ÑUÑURCO	EUSEBIO MANUEL COTRINA VILCA	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 186	CHACHAPOYAS	972609932
11	10334043041	002-2014	HOSTAL	2 ESTRELLAS	MARIA EUFELINDA VILLA DE RAMIREZ	HOSTAL CONTINENTAL	MARIA EUFELINDA VILLA DE RAMIREZ	Jr. ORTIZ ARRIETA N.º 431	CHACHAPOYAS	
12	20561320749	01-2019	HOTEL	2 ESTRELLAS	INVERSIONES Y SERVICIOS EL PREFERIDO E.I.R. L	EL TAMBO	JIMMY WERNER CACHAY LLAJA	ORTIZ ARRIETA ° 448	CHACHAPOYAS	
13	20506579067	02-2014	HOTEL	3 ESTRELLAS	MEFLO S.A.C	MEFLO HOTEL	JOSE IGNACIO MESONES VALENCIA	AV. SALAMANCA N° 1176	CHACHAPOYAS	

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CLASIFICADOS Y CATEGORIZADOS - CHACHAPOYAS -AMAZONAS 2020

14	10339602455	Abr-17	HOSTAL	2 ESTRELLAS	JHOJAN HERRERA FERNANDES	HOSTAL HUAYAS	JHOJAN HERRERA FERNANDES	AV. SALAMANCA N°663	CHACHAPOYAS	970350629
15	10339481623	13-2014	HOSTAL	2 ESTRELLAS	FERNANDEZ MELENDEZ BELMIRA	HOSTAL BALTA	FERNANDEZ MELENDEZ BELMIRA	AV. SALAMANCA N° 526	CHACHAPOYAS	970975802
16	20480527977	10-2019	HOTEL	3 ESTRELLAS	LAS ORQUIDEAS CONSORCIO TURISTICO EIRL.	LAS ORQUIDEAS	JORGE ENRIQUE GUARDIA VALDERRAMA	Jr. AYACUCHO N° 1231	CHACHAPOYAS	944620178
17	10334315776	16-2019	HOSTAL	2 ESTRELLAS	ALICIA MARIN AGUILAR	JOHUMAJI	ALICIA MARIN AGUILAR	Jr. AYACUCHO N° 711	CHACHAPOYAS	980051861 949485248
18	10102821926	OO3	HOSTAL	2 ESTRELLAS	FLOR DE MARIA HIDALGO DE TORRES	HOSTAL EL DORADO	FLOR DE MARIA HIDALGO DE TORRES	Jr. AYACUCHO N° 1062	CHACHAPOYAS	
19	20604714941	09-2019	HOTEL	2 ESTRELLAS	EXPLORER DELUXE HOTEL S.R.L.	EXPLORER DELUXE HOTEL	JOSE MERCEDES LLAJA SOPLIN	JR. AYACUCHO N° 734	CHACHAPOYAS	975819867
20	10334226536	003-2014	HOSTAL	2 ESTRELLAS	NURI JESUS CALAMPA DURANGO	HOSTAL CASA BLANCA	NURI JESUS CALAMPA DURANGO	Jr. SANTA LUCIA N° 180	CHACHAPOYAS	
21	10334190183	09-2014	HOTEL	2 ESTRELLAS	ROSA ALEIDA DIAZ DE CHAPPA	HOTEL KARAJIA	ROSA ALEIDA DIAZ DE CHAPPA	Jr. DOS DE MAYO N° 546	CHACHAPOYAS	
22	20601499780	005-2013	HOSTAL	3 ESTRELLAS	HOSTAL LA CASONA DE CHACHAPOYAS S.R.L	LA CASONA DE CHACHAPOYAS	JOSE MERCEDES LLAJA SOPLIN	Jr. CHINCHA ALTA N° 569	CHACHAPOYAS	975819867
23	10446571864	4/08/2014	HOSTAL	2 ESTRELLAS	BETTSY CHAPPA DÍAZ	HOSTAL CHACHAPOYAS	BETTSY CHAPPA DÍAZ	JR. LIBERTAD N° 1058	CHACHAPOYAS	
24	10334068710	Ene-15	HOSTAL	2 ESTRELLAS	CLARA MARLENY GUTIERRES MORI	HOSTAL VISTA HERMOSA	CLARA MARLENY GUTIERRES MORI	JR. PUNO N° 285	CHACHAPOYAS	
25	10334300787	012-2014	HOSTAL	1 ESTRELLA	ASUNCION SALOMON ORBEGOSO	HOSTAL LOS ANGELES	ASUNCION SALOMON ORBEGOSO	JR. RECREO N° 380	CHACHAPOYAS	943787702 / 952201866
26	10431862358	007-2019	HOSTAL	1 ESTRELLA	JHOHANY JANERDITH CHAPPA DIAS	HOSTAL DESCANSO DEL GUERRERO	JHOHANY JANERDITH CHAPPA DIAS	PSJE. SAN JORGE N° 230	CHACHAPOYAS	956874144
27	10417635756		HOTEL	2 ESTRELLAS	MANUEL GUEVARA TAFUR	HOTEL FORTALEZA	MANUEL GUEVARA TAFUER	JR. DOS DE MAYO N° 561	CHACHAPOYAS	980500222
28	20602302416	03-2017	HOSTAL	1 ESTRELLA	EL ROBLE TURISMO Y SERVICOS E.I.R.L	EL ROBLE	ROSA ELENA COLLANTES COLLAMPE	JR. CHINCHA ALTA N° 390	CHACHAPOYAS	935274587

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CLASIFICADOS Y CATEGORIZADOS - CHACHAPOYAS -AMAZONAS 2020

29	10104940949	001-2012	HOTEL	3 ESTRELLAS	NANCY JANET CASTAÑEDA DE MOROCHO	HOTEL VILLA DE PARIS	NANCY JANET CASTAÑEDA DE MOROCHO	SALIDA A CHICLAYO (el alfalfar) S/N	CHACHAPOYAS	98452665
30	10334087056	002-2018	HOSTAL	2 ESTRELLAS	OTTO MORI TUESTA	HOSTAL CASA KUELAP	OTTO MORI TUESTA	JR. SANTA ANA N°1162	CHACHAPOYAS	
31	10190964324	001-2014	HOSTAL	2 ESTRELLAS	MARIA LEONILA PALACIOS VIUDA DE CHUQUIMBALQUI	HOSTAL YANAYACU	MARIA LEONILA PALACIOS VIUDA DE CHUQUIMBALQUI	Jr. TRES ESQUINAS CDRA 8	CHACHAPOYAS	973893876
32	20495706941	003-2018	HOTEL	3 ESTRELLAS	ANGELES INVERSIONES Y SERVICIOS TURISTICOS SAC	LA ENSENADA HOTEL	JOSÉ HENRY COLLANTES ANGELES	FUNDO SANTA ISABLE	CHACHAPOYAS	984284373
33	10472661782	02 - 019	HOSTAL	1 ESTRELLA	DIANA KATERINE MORI CASTILLO	GUSTITOS NILFA	DIANA KATERINE MORI CASTILLO	JR. LIBERTAD N° 994	CHACHAPOYAS	945508441
34	10334300141	03-2019	HOSTAL	1 ESTRELLA	CARLOS JESUS REINA MORI	JOCARMADAY	CARLOS JESUS REINA MORI	JR. DANIEL A. CARRIÓN N° 105	CHACHAPOYAS	982861479
35	20603468911	11-2019	HOSTAL	2 ESTRELLAS	SHILA E.I.R.L.	HOSTAL NARANJOS II	CLARA VIRGINIA GOMEZ MIRANO	JR. RECREO N° 436	CHACHAPOYAS	975537411
36	10066548363	13-2019	HOSTAL	3 ESTRELLAS	ANITA MARIA ALIAGA PORTOCARRERO	ANITA	ANITA MARIA ALIAGA PORTOCARRERO	JR. LIBERTAD N° 590	CHACHAPOYAS	977535237
37	10334087633	04-2019	HOSTAL	2 ESTRELLAS	FLOR DE MARIA DÍAZ VALLE	RUMI HUASI	FLOR DE MARIA DÍAZ VALLE	JR. ORTIZ ARRIETA N° 365	CHACHAPOYAS	998571865 963888928
38	10334016248	12-2019	HOTEL	3 ESTRELLAS	MARINA ARTEAGA DE GUEVARA	CASONA EL TRIUNFO	MARINA ARTEAGA DE GUEVARA	JR. TRIUNFO N° 1089	CHACHAPOYAS	941855347
39	10483355705	15-2019	HOSTAL	1 ESTRELLA	FRANCISCA ORFELIA HERRERA MAS	TINTAYA	FRANCISCA ORFELIA HERRERA MAS	JR. TRES ESQUINAS N° 165	CHACHAPOYAS	945347305
40	10335861723	17-2019	HOSTAL	1 ESTRELLA	ANGEL HILARIO RODAS SOLANO	EL ANGEL	ANGEL HILARIO RODAS SOLANO	JR. ORTIZ ARRIETA N° 225	CHACHAPOYAS	993751222
41	10413483251	01-2020	HOSTAL	3 ESTRELLAS	LITMAN GUEY RUIZ RODRIGUEZ	ATLANTIC	LITMAN GUEY RUIZ RODRIGUEZ	JR. LIBERTAD N° 255	CHACHAPOYAS	967996275
42	10338124045	02-2020	HOTEL	3 ESTRELLAS	SADITH DE JESUS SALAZAR PUERTA	SHALE	SADITH DE JESUS SALAZAR PUERTA	JR. AYACUCHO N° 369	CHACHAPOYAS	999367286- 941999894
43	17105129645	03-2020	HOTEL	3 ESTRELLAS	LA TORRE Y JIMENEZ JORGE ARTURO	KAMPIÑA CHACHAPOYAS	LA TORRE Y JIMENEZ JORGE ARTURO	JR. DOS DE MAYO CDRA. 16 – FUNDO EL ALFALFAR S/N	CHACHAPOYAS	969429705 / 990030718
44	10098419999	04-2020	HOSTAL	2 ESTRELLAS	SANTILLÁN MELENDEZ GLORIA PATRICIA	J & J HERMANOS	SANTILLÁN MELENDEZ GLORIA PATRICIA	JR. TRIUNFO N° 198	CHACHAPOYAS	997905689

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CLASIFICADOS Y CATEGORIZADOS - CHACHAPOYAS -AMAZONAS 2020

45	20480568061	05-2020	HOSTAL	2 ESTRELLAS	INTEGRAL COMPANY EIRL	LIBERTAD	EDISON DIAZ SANCHAZ	JR. LIBERTAD N° 621	CHACHAPOYAS	998162987
46	20487682617	06-2020	HOTEL	2 ESTRELLAS	CHACHAPOYAS BACKPACKERS E.I.R. L	CHACHAPOYAS BACKPACKERS	JOSE MERCEDES LLAJA SOPLIN	JR. SANTO DOMINGO N° 404	CHACHAPOYAS	975819867
47	10339602455	07-2020	HOSTAL	1 ESTRELLA	JHOJAN HERRERA FERNANDES	HUAYAS	JHOJAN HERRERA FERNANDES	JR. GRAU N° 307	CHACHAPOYAS	969193984

DIRECTORIO DE AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO – CHACHAPOYAS - AMAZONAS 2020

N.º	RUC	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	FECHA DE INICIO DE OPERACIONES	DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	Nº	DISTRITO	CELULAR
001	20479354589	CLOUDFOREST EXPEDITIONS S.R.L.	CLOUDFOREST EXPEDITIONS TOUR OPERADOR NORDBPERU	OSCAR RAFAEL VON BISCHOFFSHAUSEN PORTOCARRERO	1-Mar-01	Plazuela Santa Ana	141	Chachapoyas	941998805
002	20392419277	CHACHAPOYAS TOURS S.A.C.	CHACHAPOYAS TOURS	VALENTINA CHUMBIAUCA MORALES	1-Ago-99	Jr. Santo Domingo	428	Chachapoyas	941963327
003	10700533005	ROGER MENDOZA MAS	AMAZON WALKING	ROGER MENDOZA MAS	29-Oct-19	Jr. Amazonas	1416	Chachapoyas	999545625 / 941740639
004	20480443790	EMPRESA DE VAJES Y TURISMO KUELPA & ADVENTURE E.I.R. L	KUELPA & ADVENTURE	EDILBERTO YOPLAC CHAPPA	20-Ago-08	Pasaje Santa Lucia	177	Chachapoyas	941441442
005	20480372086	PERU NATIVO E.I.R. L	PERU NATIVO	OLIVIER FABRE	21-Abr-08	Jr. Triunfo	828	Chachapoyas	947056672
006	20487351858	PERU TRAVEL EXPLORER S.R.L.	PERU TRAVEL ENJOY	MIULLER RAUL MUÑOZ ZUMAETA	1-Abr-10	Jr. Amazonas	223	Chachapoyas	950469280
007	20479363812	VILAYA TOURS S.R.L.	VILAYA TOURS	ROBERT J. FREDERICK DOVER	1-Abr-01	Jr. La Merced	1096	Chachapoyas	941708798
008	20539251971	ÑUÑURCO TRAVELLERS SERVICIOS TURISTICOS E.I.R.L.	ÑUÑURCO TRAVELLERS TOUR OPERADOR	EUSEBIO MANUEL COTRINA VILCA	1-Set-13	Jr. Ortiz Arrieta	186	Chachapoyas	972609932
009	20479526037	AGENCIA DE VIAJES TURISMO EXPLORER S.A.C.	TURISMO EXPLORER	LLAJA SOPLIN JOSE MERCEDES	10-Abr-06	Jr. Ayacucho	734	Chachapoyas	975819867

DIRECTORIO DE AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO – CHACHAPOYAS - AMAZONAS 2020									
010	20561299952	JMM AMAZONAS E.I.R.L.	SUMAJ HUASI TOURS & SERVICES	MUÑOZ MARIN JESSICA	1-Ago-17	Calle karajia - AA.HH. Santo Toribio de Mogrovejo	110	Chachapoyas	995417539
011	20487866009	EMPRESA DE TRANSPORTE Y AGENCIA DE VIAJES AMAZONAS TRAVEL S.R.L.	AMAZONAS TRAVEL	DEMOSTENES TAFUR TRUJILLO	1-Ene-12	Av. Perú Cdra. 2	AA. HH San Carlos de Murcia	Chachapoyas	975461327
012	20601501334	YALAPE ADVENTURE S.R.L.	YALAPE ADVENTURE	WILMAN SANTILLAN CHAVEZ	14-Set-16	Jr. La Merced	295	Chachapoyas	973752436 / 986064292
013	20602958729	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO AMAZON NATIVE TRAVEL S.R.L.	AMAZON NATIVE TRAVEL	WALTER GOMEZ MOSQUEDA	1-Mar-18	Jr. Chinchá Alta	355	Chachapoyas	957232735
014	20604258180	KUELAP SUMAQ S.R.L.	KUELAP SUMAQ	ARNOLD YSRAEL CRUZ VILCHEZ	21-Feb-19	Jr. Libertad	590	Chachapoyas	986176348
015	20603754736	ANDEAN HORSES OF PERU E.I.R.L.	ANDEAN HORSES OF PERU	HENRY WILLIAM DIAZ GUIBERT	15-Nov-18	Jr. Arequipa	281 - A	Chachapoyas	996343464
016	20480527977	LAS ORQUIDEAS CONSORCIO TURISTICO E.I.R.L.	CHACHAPOYAS PURA AVENTURA	JORGE ENRIQUE GUARDIA VALDERRAMA	1-Ene-09	Jr. Ayacucho	1231	Chachapoyas	944620178 / 979001482
017	20602287077	SPECIAL CLOUD PERU E.I.R. L	SPECIAL CLOUD TRAVEL	JOSE ROGER VIGO VARGAS	13-Jul-17	Jr. Dos de Mayo	926	Chachapoyas	941715193 / 924891617
018	20480044071	EAGLE TOURS S.R.L.	EAGLE TOURS	JIMENEZ MENDOZA NANCY	25-Ago-06	Jr. Ortiz Arrieta	520	Chachapoyas	930625232
019	20601751543	CHACHAPOYAS TRIP ADVENTURES E.I.R.L.	CHACHAPOYAS TRIP ADVENTURES	ROLANDO TELLO CHAVEZ	23-Dic-16	Jr. Amazonas	770	Chachapoyas	958641621
020	20603139314	3PBIENES & SERVICIOS S.R.L.	QALLARIX VIAJES	CHRISTOPHER D. PUICÓN CUADRA	1-Abr-18	Ca. TNT. Nicolas Arriola CD. 01 - Señor de los Milagros	S/N	Chachapoyas	976684811 / 980731395
021	20606021594	MULTISERVICIOS PERU ANDINA TREK E.I.R. L	ANDINA TREK	ROGELIO YALTA ANGELES	9-Mar-20	Jr. Grau	310	Chachapoyas	950860404
022	20600790201	NUEVOS CAMINOS TRAVEL E.I.R. L	NUEVOS CAMINOS TRAVEL	JESUS MARILYN VELASQUEZ ALVARADO	1-Nov-15	Jr. Ayacucho	952	Chachapoyas	950321577
023	10339626168	JOSE LUIS ESPINOZA ORTECHO	EL SANTUARIO DE KIOCTA	JOSE LUIS ESPINOZA ORTECHO	29-Nov-01	Jr. Miguel Grau	515	Lamud	
024	20601317991	CHACHAPOYAS EXPEDITION E.I.R.L.	CHACHAPOYAS EXPEDITION	GERMAN CARRANZA ROLANDO AQUILES	22-Jun-16	Jr. Ortiz Arrieta	530	Chachapoyas	941978382
025	20602810055	CORPORACION MERCANTIL TOUR ANDINA S.A.C.	TOUR ANDINA	ROGELIO YALTA ANGELES	18-Ene-18	Jr. Grau	337	Chachapoyas	950860404

DIRECTORIO DE AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO – CHACHAPOYAS - AMAZONAS 2020

026	20600245946	CONSULTORES Y SERVICIOS PHIMA E.I.R.L.	PHIMA VOYAGES	EMELINE DELPUECH	1-Abr-15	Jr. Unión	688	Chachapoyas	991869596
027	20487743004	CHACHAPOYAS TRAVEL TOUR OPERADOR E.I.R.L.	CHACHAPOYAS TRAVEL	GOLDY JANET TEJADA CHUQUIPIONDO	1-Ago-11	Jr. Grau	561	Chachapoyas	941715623 / 941997126
028	20605540971	AGENCIA DE VIAJES PUMA URCO S.A.C.	PUMA URCO TOURS	MANUEL RICARDO JIMENEZ REYNA	1-Ene-20	Jr. Amazonas	833	Chachapoyas	941998687
029	20603701489	CORPORACIÓN TURISTICA TREKKINGKUELAP S.R.L	SANTA MARIA TRAVEL TOURS	KELY PAOLA PELAEZ MELENDEZ	16-Oct-18	Jr. Ayacucho	924	Chachapoyas	982180371 / 943162707
030	20487889807	CENTRO DE FORMACION E INFORMACION DEL TURISMO Y MEDIO AMBIENTE	WORLD AMAZON PERU - AGENCIA DE VIAJES Y TOUR OPERADOR	ANTONIO SERVAN PICON	11-May-16	Jr. Los rosales	121	Chachapoyas	944613821
031	20602506411	CHACHAPOYAS EXPLORER E.I.R.L.	CHACHAPOYAS EXPLORER	MIGUEL ANGEL ARELLANO ROJAS	1-Oct-17	Jr. Ayacucho	912	Chachapoyas	982558462
032	20603204728	CORPORACION IN SYSTEM S.R.L.	ECO PLAN TRAVEL	SANCHEZ CACERES JOSE MILTON	1-May-18	Jr. Amazonas	935	Chachapoyas	913151837
033	20603514204	VIVE CHACHAPOYAS E.I.R.L.	VIVE CHACHAPOYAS	SILVA CHAVEZ ROHICER FERNANDO	21-Ago-18	Jr. Grau	640 - 2do piso	Chachapoyas	941701000
034	10334295546	SECUNDINO VILCHEZ MINAYA	ALKYTOURS	SECUNDINO VILCHEZ MINAYA	23-May-96	Jr. Amazonas	1351	Chachapoyas	953135899
035	20604705844	INVERSIONES MONTEVERDE PECR E.I.R.L.	MONTEVERDE	CAMAN LLATANCE JANETH	16-May-19	Jr. Grau	260	Chachapoyas	920619447
036	20541527525	INVERSIONES TURISTICAS AMERICA LATINA S.A.C.	VIAJES CHACHAPOYAS	TITO ILIZARBE SEGURA	2-Mar-11	Jr. Amazonas	1111	Chachapoyas	997337705 / 973979771
037	20602295835	ECORUMBOS PEÚ SAC	ECORUMBOS PERÚ	KISSY HOYOS RAMOS	1-Jul-17	Jr. Santa Ana	1041	Chachapoyas	975207668
038	20539100336	AWQAPHUYA S.R. L.	ALLKAMARY	VANIA LIZBETETH ZUÑIGA SUAREZ	1-Jul-13	Jr. Los Ángeles	797	Chachapoyas	920703358
039	10452398996	MESTER SANNE CHIGUALA RENGIFO	NORTE EXPEDICIONES	MESTER SANNE CHIGUALA RENGIFO	7-Ene-19	Jr. Grau	644	Chachapoyas	986466629
040	20538929736	CORPORACION QUINTI SAC	KUELAP BIKE TOUR	JEFF ROCKY CONTRERAS SOTO	1-Oct-12	Jr. Grau	629	Chachapoyas	944222888
041	20601918103	VIA KUELAP S.A.C.	VIA KUELAP	TAPIA VILLAFRANCIA ERICK H.	1-Mar-17	Jr. Amazonas	730	Chachapoyas	957818970
042	20603282397	LA LEYENDA TERRA FIRME SRL.	CANOPY LA LEYENDA	ROMAÍN HERRERA TORRES	11-Jun-18	Jr. Triunfo	358	Chachapoyas	971868840

DIRECTORIO DE AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO – CHACHAPOYAS - AMAZONAS 2020									
043	10702541137	KELY JANETH COTRINA HOYOS	BONGARA EXPLORER	KELY JANETH COTRINA HOYOS	24-Dic-15	Jr. Amazonas	196	Chachapoyas	979214612
044	20605675426	WAYQUICHA EXPERIENCE E.I.R. L	WAYQUICHA EXPERIENCE	JOSE ROYSERR ROJAS SANTILLAN	6-Ene-20	Jr. Ortiz Arrieta	448 - piso 2	Chachapoyas	915109471 / 975487614
045	20605600434	EMPRESA DE SERVICIOS VIVENTIAL LIFE E.I.R.L.	GO KUELAP	HENRY F. BURGA MUÑOZ	4-Dic-19	Jr. Grau	517	Chachapoyas	971243871
046	20605976361	AMAZON EXPEDITION E.I.R.L.	AMAZON EXPEDITION	CELINA CRUZ LASERNA	28-Feb-20	Jr. Amazonas	790	Chachapoyas	928429916
047	20603811977	AGENCIA DE TURISMO CALANDRIA'S E.I.R.L.	AGENCIA DE TURISMO CALANDRIA'S	ELVIA HUAMAN GORMAS	15-Nov-18	Jr. Arequipa	294	Chachapoyas	987414241 / 940417270
048	20603709102	SERVICIOS GENERALES PINEDO & SOPLA E.I.R.L.	LATIN GOCTA TOURS	ORLANDO PINEDO SOPLA	17-Oct-18	Jr. La Merced	840	Chachapoyas	974777133