



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Gestión empresarial y emprendimiento de las agencias de turismo
del distrito del Cusco en el contexto de la pandemia Covid-19,
2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Quecho Cruz, Dima Madisa (orcid.org/0000-0002-0000-2124)

ASESOR:

Mg. Zuñiga Castillo, Arturo Jaime (orcid.org/0000-0003-1241-2785)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios, a la mamita del Carmen y mi taytacha de los temblores, quienes supieron guiarme por el buen camino, por cuidarme he iluminarme y darme fuerzas para seguir adelante.

A mis padres Cristina Cruz Cosio y Pelayo Quecho Murillo ellos son mi inspiración y gran apoyo, a mi hermana y mejor amiga Madi, a mis hermanos Willhermer, Edison, Alayo W, A. Sammy por estar ahí presentes acompañándome para poderme realizar, a mis sobrinos Koral, Dabor, Dalia, Sebastian, Enmanuel y Mateo.

Dima.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a las personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. A mis maestros en la universidad, en especial a mi asesora de tesis Dr. Arturo Jaime Zúñiga Castillo que estuvo de mi guía desde el primer día que empezó esta brillante tesis, gracias por su tiempo, por su apoyo, así como por la sabiduría que me transmitió en el desarrollo de mi formación profesional. A todos mis profesores que me acompañaron el día a día.

Para mis amigos y amigas que estuvieron en las buenas y en las malas, Jacqueline, Kate, Mónica y amigos de la GRTPE, son muchas las personas a los que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en diferentes etapas de mi vida, sin importar donde se encuentren, si alguna vez llegan a leer estas palabras quiero darles las gracias por formar parte de mí y por todo lo que me brindaron.

“Hoy descubrí que el cielo no es el límite para los emprendedores, el límite es mucho más allá”

Dima

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	16
3.1 Tipo y diseño de investigación	16
3.2. Variables y operacionalización.....	17
3.3. Población, muestra y muestreo.....	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimientos.....	20
3.6. Métodos de análisis de datos.....	21
3.7. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS.....	22
V. DISCUSION.....	56
VI. CONCLUSIONES	59
VII. RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS.....	62
ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Confiabilidad.....	20
Tabla 2	Edad de los dueños de las agencias de turismo	22
Tabla 3	Genero de los dueños de las agencias de turismo.....	23
Tabla 4	Tu empresa cuenta con un plan estratégico actualizado.....	24
Tabla 5	Todos participan en los planes estratégicos.....	25
Tabla 6	Tu empresa cuenta planes operativos.....	26
Tabla 7	Tus colaboradores participan en los planes operativos	27
Tabla 8	Cuentan con una estructura organizacional definida.....	28
Tabla 9	Cuentan con una estructura organizacional horizontal.....	29
Tabla 10	Todos participan en la toma de decisiones importantes.....	30
Tabla 11	Con las decisiones que tomas logras tus objetivos	31
Tabla 12	Asume el papel de liderazgo en la organización	32
Tabla 13	Asumen la dirección con liderazgo	33
Tabla 14	Se maneja como una función habitual el trabajo en equipo. ..	34
Tabla 15	Los colaboradores trabajan en equipo	35
Tabla 16	control de operaciones	36
Tabla 17	Aplican sistemas de información gerencial actualizada.....	37
Tabla 18	Tienen un control efectivo de las políticas de ingresos	38
Tabla 19	Control en monitorear la asignación de actividades	39
Tabla 20	Iniciativa ante diferentes situaciones que se presentan	40
Tabla 21	Iniciativa para realizar cambios dentro de tu agencia.....	41
Tabla 22	Afrontas los problemas con optimismo.....	42
Tabla 23	Optimista para el logro de los objetivos.....	43
Tabla 24	Realizan sus actividades con ahínco.....	44
Tabla 25	El trabajo con ahínco es importante para lograr objetivos	45
Tabla 26	Tienes suficiente energía para trabajar.	46
Tabla 27	La creatividad es importante aplicar en las actividades.....	47
Tabla 28	Eres creativo en las actividades que realizas	48
Tabla 29	Eres flexible ante diferentes situaciones complejas	49
Tabla 30	Flexibilidad a los cambios políticos, económicos y sociales...	50
Tabla 31	Constantemente la comunicación en tu agencia de turismo ...	51
Tabla 32	Eres comunicativo con todos sus compañeros.....	52

Tabla 33 Eres eficiente en el trabajo que realizas	53
Tabla 34 Obtienes resultados eficientes.....	54
Tabla 35 Prueba de hipótesis.....	55

RESUMEN

La investigación Gestión Empresarial y Emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021, tuvo como objeto de estudio explicar de qué manera la gestión empresarial se relaciona al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021, tuvo una metodología de tipo de aplicada de enfoque cuantitativo, nivel correlacional, descriptivo y diseño no experimental, para obtener la información se tuvo que seleccionar una muestra, utilizándose el método probabilístico obteniendo un muestreo a 60 emprendedores y/o dueños de las agencias de turismo del distrito de Cusco para lo cual se les aplico el instrumento del cuestionario elaborado y ordenado acorde a las dimensiones e indicadores de las variables estudiadas. Por tanto, en la investigación al poder procesar y a posteriori analizar la información, se llegó a la conclusión que; si existe una correlación o influencia entre la gestión empresarial y el emprendimiento de las agencias de turismo del distrito del Cusco, teniendo como valor de $p = .001$ menor a $.05$ una muestra de coeficiente Tau b de Kendall = $.297^{**}$ por lo que tiene una correlación significativa, moderada.

Palabras clave: Gestión empresarial, emprendimiento, empresa.

ABSTRACT

The research Business Management and Entrepreneurship of the Tourism Agencies of the District of Cusco in the Context of the Covid-19 Pandemic, 2021, had as its object of study to explain how business management is related to the entrepreneurship of the Tourism Agencies of the District of Cusco in the Context of the Covid-19 Pandemic, 2021, had an applied type methodology with a quantitative approach, correlational, descriptive level and non-experimental design, to obtain the information a sample had to be selected, using the probabilistic method obtaining a sampling of 60 entrepreneurs and/or owners of tourism agencies in the district of Cusco, for which the questionnaire instrument prepared and ordered according to the dimensions and indicators of the variables studied was applied. Therefore, in the investigation, by being able to process and subsequently analyze the information, it was concluded that; If there is a correlation or influence between business management and entrepreneurship of the tourism agencies of the district of Cusco, having a p value = .001 less than .05, a sample of Kendall's Tau b coefficient = .297**, therefore which has a significant, moderate correlation.

Keywords: Business management, entrepreneurship, company.

I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se ha encontrado a través de la historia de la humanidad desde nuestros antepasados hasta la actualidad, hoy en día el emprendimiento es inherente en estos últimos años esta palabra es de suma importancia por la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos que estamos atravesando.

Los emprendedores son los que pueden hacer grandes cambios y contribuciones, son aquellas las que organizan la unidad de negocio, incrementan su capacidad y aportan con el desarrollo de las empresas, sin embargo, en estos últimos años a causa de la pandemia Covid-19 el emprendimiento sufrió limitaciones que conlleva a una incertidumbre de los emprendedores por las nuevas acciones que se puede tomar y la aversión al riesgo que conlleva al miedo de fracasar por las decisiones o normas que puedan establecer cada país a causa de querer frenar la pandemia Covid-19.

La pandemia del año 2020 afecto a la gran mayoría de los países afectando y generando millones de pérdidas humanas por lo que no solo fueron estas el efecto de la pandemia, sino que también tuvo un impacto a los diversos factores que engloba un país, economía, educación, pero sobre todo la industria del turismo, por otro lado las empresas tuvieron que tomar decisiones hasta el punto de despedir a sus colaboradores y cerrar su empresa, estos se vieron obligados a emprender nuevos negocios para poder sobrevivir en el día a día. En este sentido el Covid-19 está afectando duramente al emprendimiento manera negativa para muchos emprendedores, algunos sugieren que este cambio podría tener un impacto positivo que pueden convertirse en una fuente de avance y crear nuevas oportunidades.

El impacto de la pandemia Covid-19 a la industria del turismo en el mundo es uno de los sectores más afectados por lo que las primeras medidas para mitigar el covid-19 fue las prohibiciones de viajes desde ciertas partes del mundo, prohibir los vuelos nacionales e internacionales este hecho afecto duramente a la industria del turismo y por ende a los emprendedores de las agencias de turismo internacional, nacional y local.

Moran(2020) mencionó que las restricciones de viaje afectaron un 90% a los turistas de marzo del 2020, las agencias de turismo y viajes fueron duramente afectadas de manera negativa. Debido a la falta de tráfico las aerolíneas se dieron obligadas a reducir las tarifas y números de vuelos, los datos de la asociación internacional de transporte aéreo (IATA) informa que la industria perdió 113 millones de dólares, para finales del año 2020 se estimó una pérdida total de 11% a 19% de los ingresos globales de pasajeros y la disminución desmedida de la industria del turismo.

Mendoza et al. (2020) En la región del Cusco el turismo aporta el 14% del PBI regional, sin embargo, dentro de ello se encuentran las empresas de turismo los cuales el 54% de ellas son informales generando empleo a una gran parte de la población regional y nacional, el 10% son agencias de turismo.

Esta crisis sanitaria a propiciado la paralización casi en cero de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco, especialmente del distrito de Cusco por lo que a causa de esta situación muchas de ellas entraron en quiebra, cerraron y también llegaron a endeudarse.

Con todo lo expuesto, se estudió y planteó el siguiente problema general; ¿De qué manera la gestión empresarial se relaciona al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021? Y nuestros problemas específicos son: ¿Cómo el proceso administrativo se relaciona al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en un contexto de la pandemia Covid-19, 2021? ¿Cómo es el perfil emprendedor de los colaboradores de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco, 2021?

La Justificación del estudio de la investigación fueron los siguientes: Justificación práctica, el presente estudio de investigación permitirá conocer la realidad en la que se encuentra el emprendimiento de las agencias de turismo del distrito del Cusco en los tiempos de pandemia Covid-19, todo ello para mejorar y desarrollar todas las destrezas y conocimientos que los emprendedores poseen y se constituyan en los gestores principales de sus agencias de turismo y puedan enfrentar de mejor manera épocas de crisis, nuestra justificación metodológica la descripción del emprendimiento de las agencias de turismo puede constituir un instrumento de información útil que contribuya al conocimiento más amplio de la actividad emprendedora de las

mypes todo ello que conlleve en beneficio de los emprendedores y su posterior aplicación a la mejora de las empresas de las agencias de turismo de la región del Cusco.

En la investigación los objetivos son los siguientes, Objetivo general, explicar de qué manera la gestión empresarial se relaciona al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021, analizar Cómo el proceso administrativo influye al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en un contexto de la pandemia Covid-19, 2021. Describir Cómo es el perfil emprendedor de los colaboradores de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco, 2021.

La hipótesis de la investigación es la siguiente: la gestión empresarial tiene una relación de manera positiva al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021, haciendo que algunas agencias puedan ser perdurables en el tiempo y estas tengan rentabilidad y las hipótesis específica, se enfoca al aplicar el proceso administrativo se relaciona de manera positivo al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en un contexto de la pandemia Covid-19, 2021, el perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo es bueno, porque poseen características particulares que les diferencia de los demás.

II. MARCO TEÓRICO

Sigueñas (2019) realizó el estudio de investigación; gestión empresarial y la competitividad de las empresas comerciales en la asociación de propietarios ACOMERCED, Huacho, 2019, esta investigación se aplicó en la ciudad de Huacho, provincia de Huaura, Región Lima, se planteó como objetivo principal establecer de qué manera la Gestión Empresarial influye en la competitividad en la competitividad de las empresas comerciales en la asociación de propietarios ACOMERCED, Huacho, 2019, esta investigación se justificó en buscar o conocer si hay una efectiva gestión empresarial por parte de las empresas Se tuvo como población 96 propietarios de las empresas y utilizó como muestra a 77 propietarios de las empresas, tuvieron como instrumento de medición el cuestionario, el tipo de investigación es básico con un diseño no experimental cual llegaron a la conclusión que el proceso gerencia, la toma de decisiones y el desarrollo organizacional influye significativamente en la competitividad de las empresas.

Mundaca (2018) realizó la investigación sobre el modelo conceptual del desarrollo empresarial para la mypes de la región Lambayeque: caso: centro de desarrollo empresarial, ciudad de Chiclayo, región de Lambayeque, tuvo como objetivo diseñar un modelo empresarial para las mypes de la región Lambayeque, tuvo como muestra a 9 empresas del centro de desarrollo empresarial, su instrumento de recolección fue la guía de entrevista. Se llegó a la conclusión que; en la etapa de formación del empresario debe basarse en un modelo de negocio como herramienta de generación de valor del emprendedor, modelos de integración empresarial son la respuesta para incrementar y el CANVAS es una herramienta importante para diseñar e innovar los modelos de negocios, lo cual es importante innovar en un entorno tan cambiante.

Alca y Arriaga (2019) investigó sobre la incidencia del emprendimiento social de la empresa Llama Pack para la sostenibilidad empresarial de los gremios de criadores de llamas de la provincia de Urubamba- región Cusco, periodo 2018, tuvo como objetivo determinar la incidencia del emprendimiento social de la empresa Llama Pack, tomo como muestra a 28 agremiados, utilizó el instrumento el cuestionario y llegó a la conclusión que el impacto del emprendimiento social de la empresa Llama Pack en la sostenibilidad

empresarial de los gremios de los criadores de llamas es determinante para la familias llameras que pertenecen a la agremiación puesto que con el proyecto adaptaron un nuevo estilo de vida a través de una nueva actividad turística.

Campos y Méndez (2015) realizaron el estudio de investigación titulado: estudio del gestión empresarial y su efecto en el desarrollo de las pymes de Cantón San Jacinto de y Yaguachi, 2013-2014 del país del Ecuador, el objetivo fue definir la incidencia que tiene la gestión en el desarrollo de las pymes en el Cantón San Jacinto, su justificación se remonta en encontrar alternativas que mejoren la actividad del Cantón, la población no se trabajó con la muestra, el tipo y diseño de investigación es documental en las conclusiones de esta investigación se llegó a que las mypes de Cantón presentan un nivel de desarrollo deficiente y una débil gestión empresarial, débil manejo de técnicas y tecnología así como también no tienen una infraestructura adecuada porque no financiaron para su mejora de su establecimiento.

Hoz (2019) estudió sobre emprendimiento y desarrollo humano: un análisis internacional desde el enfoque de capacidades humanas, tuvo como objetivo analizar la relación entre el emprendimiento y el desarrollo humano, desde un enfoque de capacidades humanas, tomó como muestra de las edades desde 15 a 64 años, en la investigación llegó a las siguientes conclusiones: Que no existen una definición universalmente aceptada sobre el concepto de emprendimiento, la segunda conclusión a la que se llegó es que el concepto de desarrollo también no tiene una definición universalmente aceptada, sin embargo la mayoría de estos conceptos coinciden en una idea relacionada con el bienestar de las personas.

Villacres (2017) investigó sobre la gestión de emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador, tuvo el objetivo explicar cómo la gestión del emprendimiento influye favorablemente en la competitividad de las mipymes, su muestra fue de 55 empresas, llegó a la conclusión; que las mipymes a nivel mundial representa a un sector importantísimo de la estructura del Ecuador y son generadores de producción, empleo en inversiones; estas mipymes realizan una planificación estrategia que les ha permitido obtener una rentabilidad aceptable a pesar de ello estas mipymes solo se dedican a atender el mercado

local, muy poca variedad de productos y muchos de ellos no han logrado patentar.

Para poder empezar a desarrollar la base teórica y el soporte de la investigación se recurrió a identificar el estudio más profundo sobre las organizaciones para lo cual se planteó el siguiente sustento teórico.

Fayol (2019) planteó la teoría de organizaciones en el cual explico sobre los principios y experiencia para promover la eficiencia en las organizaciones a través de roles y actividades, Fayol expone cinco funciones que son de gestión y acción; estos son la planeación que comprende la creación de un programa, organización que define las funciones, responsabilidades y estructuras, dirección que asegura el buen funcionamiento y gestión de la organización y control que verifica el programa de la gestión y/o acción. La gestión funciona conforme a las personas por lo que se trabaja a través de un equipo para poder lograr los objetivo y obtener buenos resultados, la palabra gestión proviene directamente de gesto-onis es la acción de llevar a cabo algo, para definir esta palabra podemos hacer dos observaciones el primero se refiere a un carácter activo y el segundo retoma necesariamente un carácter cultural.

Barbelivien (2018) en la revista *Revue Internationale*, mencionó que es importante el control en la gestión de las Pymes en el cual ha seguido varias fases bien diferenciadas históricamente el primero es el uso de herramientas para conllevar una mejor gestión empresarial, estos son como los métodos de cálculos de costos, presupuestos, tablas de sistemas estratégicos o incluso reducción de costo.

Pro (2019) definió sobre la gestión empresarial como una habilidad que las personas tienen como característica para organizar, controlar, dirigir controlar un grupo un equipo de personas y así poder lograr sus objetivos por medio de estrategias, por tanto, diversos autores sostienen o definen sobre el tema investigado que viene dando mucho de qué hablar en estos últimos años, estos definen que la gestión se enfoca en buscar estrategias que le permitan a la empresa un correcto desarrollo, crecimiento y buen posicionamiento en el mercado económicamente activo y para lograr ello se debe plantear estrategia, hacer seguimiento de ellas por cada actividad o función que se realice.

Orellana (2019) afirmó que la gestión empresarial es una habilidad por el cual se adquiere con el tiempo conforme a una experiencia y la dedicación

constante para aprender sobre la industria en la que la empresa se dedica, por lo que para que exista una buena gestión empresarial se debe sustentar en excelentes relaciones con todos los stakeholders, mantener relaciones de cordialidad, beneficios de exclusividad, con los socios, inversionistas y los colaboradores

Mending (2018) mencionó en su artículo *How Do Machine Learning, Robotic Process Automation, and Blockchains Affect The Human Factor in Business Process Management* enfocado en los procesos de un negocio investiga métodos, técnicas, para organizar los procesos de un negocio de manera eficaz y eficiente.

Kumar (2019) en el artículo *Management of Environmental Quality: An International Journal* sustentó que la gestión empresarial hoy en día es una gestión sostenible con una ventaja competitiva clave del siglo XXI sostenibles de personas, procesos y productos por lo que los gerentes están comprometidos con desarrollar capacidades organizacionales, sin embargo, que las empresas ubicadas en países con economías emergentes son particulares en dar iniciativas ambientales, en procesos, productos y servicios.

López (2020) afirmó que la gestión es la primordial dimensión empresarial por lo que se debe identificar la necesidad de comprender e interpretar el entorno empresarial para luego proyectar los cambios en el, también sostiene que la gerencia es importante para evaluar de manera previa y posterior enfocándose y con viabilidad de planificar para luego lograr las metas y objetivos de las organizaciones.

Palma (2018) sustentó que la gestión de calidad es una herramienta importante para poder optimizar el proceso de planeación, planificación, control, aseguramiento y mejoramiento de la calidad de una organización empresarial, este autor también menciona que Deming en el cual sostuvo sobre la gestión que se debe transformar la diversas necesidades y expectativas futuras del cliente por lo que debe ser cuantificable y medible.

Juárez (2021) sustentó que la gestión empresarial se sustenta en diversas teorías como la teoría científica de Frederick Taylor y la teoría clásica de Henry Fayol por lo que estas teorías están enfocadas en la gestión empresarial de la Mipymes, se manifiesta en la relación de enfoques de gestión, su aplicación para el manejo y funcionamiento de cualquier empresa u organización.

Las bases teóricas de esta investigación se enfocaron en la teoría de las organizaciones. El origen y la evolución de las organizaciones se dan a múltiples factores como son técnicos, legales, estructurales e individuales, en una organización hay división de tareas, tienen objetivos en común, así mismo contribuyen al desarrollo y crecimiento de un país.

Esta teoría sirvió para describir (conocer el fenómeno), comprender (entender cómo funciona la organización), predecir (advertir el comportamiento futuro de la organización, y las reacciones a seguir) y controlar (regular los procesos que se den en la organización)

La teoría de la organización se enfoca estudia es estructura de las organizaciones y su diseño, esta teoría comprende la comparación entre la teoría clásica, la estructuralista, un enfoque de sistemas y de contingencias. En otras palabras, estudia todas las corrientes que se relacionan con la administración; la descripción la explicación de la naturaleza, tipología, estructura, procesos y las funciones de las entradas.

Picado (2021) mencionó que implementar una adecuada gestión empresarial se llegan a lograr los objetivos para ello es necesario que los empresarios o dueños sean conscientes de la importancia que tiene una buena gestión administrativa por lo que se debe entender sobre las necesidades internas y externas de la organización por tanto se debe planear, organizar, dirigir y controlar con un fin de garantizar el éxito organizacional

La base de la Gestión Empresarial se remontó desde la teoría de clásica de las organizacionales clasificando a la gestión desde el proceso administrativo

Stoner (1996) El concepto de gestión empresarial está evolucionando y cambiando a través de la historia a consecuencia de los cambios y las nuevas tecnologías para el mejoramiento y darle un valor agregado a los nuevos productos y servicios todo enfocado a la satisfacción de un mercado que cada día se torna más exigente y complejo. Los antecedentes de la gestión empresarial tienen surgimiento en el oriente y occidente el cual está apoyando al desarrollo de las personas y su crecimiento intelectual y práctico cuatro importantes funciones claves de desarrollo de mando en las organizaciones como son: la planificación, organización, dirigir y controlar, por consiguiente, una gestión y persona dinámica en el mundo empresarial en el desenvolvimiento de un entorno, mercado más competitivo y productivo. La gestión empresarial se

enfoca desde el proceso administrativo de la siguiente manera: Planificación posee indicadores (misión, planes operacionales y estratégicos) organización (jerarquía, ascensos, despidos y retos) dirección (liderazgo, motivación, trabajo en equipo y comunicación) control (desempeño, operaciones, sistemas de información).

Juárez (2021) mencionó que la gestión empresarial como un sistema está conformado por una serie de partes enfocadas a un todo, las organizaciones están estructurados por áreas o departamentos donde cada lugar tiene una serie de objetivos, pero un fin en común que es lograr cumplir sus metas

Gutama (2019) las teorías del emprendimiento fueron estudiadas por muchos autores por lo que; para empezar con los planteamientos definió el origen de la palabra emprendimiento, este nace del origen francés entrepreneur que significa pionero su definición se describe por primera vez en el diccionario de las autoridades de la Real Academia Española en el año 1732 como aquella persona que emprende o realiza y lleva a cabo una operación importante

Gutama (2019) mencionó que Joseph Schumpeter en el siglo XX definía al emprendedor como una persona extraordinaria como un líder nato, dinámico, distinto a lo común, que promueve cambios, nuevas combinaciones y nuevas innovaciones, delinea la figura del emprendedor como un agente motor de los constantes cambios y transformaciones dentro de las organizaciones, reconoce también que el emprendedor no está innovando diariamente, sino que también desarrolla ciertas actividades rutinarias

Sutter (2017) en su artículo Entrepreneurship as a solution to Extreme poverty: A review and future reseach directions mencionó que el emprendimiento nace de una necesidad y de la pobreza para mejorar su bienestar económico y no económico de los individuos y las comunidades conllevando al espíritu empresarial, este se define como situaciones en nuevos bienes, servicios, materias primas, mercados y métodos de las organizaciones que recientemente este se ha considerado como un cambio transformacional que se extiende a ámbitos sociales e institucionales.

Hayes (2021) definió al emprendedor como un individuo que crea un nuevo negocio con una característica de soportar riesgos y disfrutar las ganancias, esta persona es conocido como innovador que posee nuevas ideas, en cambio de bienes, servicios. Procedimientos y negocios, también estos

desempeñan un papel clave para mejorar las economías de un país utilizando con ello sus habilidades, iniciativas para adelantarse a las necesidades y disponer de nuevas ideas al mercado competitivo.

Sánchez (2017) afirmó en su revista *Entrepreneurial Education: State Of the Art* que el emprendimiento se desarrolla en tres grandes enfoques o perspectivas teóricas, la económica, la psicológica y sociológica, el emprendimiento se sitúa en estas tres perspectivas, también sostiene que el emprendimiento es importante para la sociedad con lo que respecta al desarrollo de nuevas empresas, considera elemental para el crecimiento de un país por lo que las instituciones educativas deben impulsar y promocionar el autoempleo y la creación de su propia empresa.

Proaño (2014) definió que el emprendedor es simplemente aquella persona que empieza una nueva actitud, una nueva actividad ya sea económica, social, política y cultural, también el emprendedor es aquella persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los diversos recursos necesarios para poner en marcha el negocio.

Valencia (2014) definió al emprendedor es la persona que pone en marcha una iniciativa económica o empresarial, es aquel que crea una empresa puede ser de manera individual o asociados con otros emprendedores o promotores, estos asumen riesgos financieros por lo que esto supone aportar con su trabajo y la dirección, planificación empresarial.

En esta investigación según la revisión bibliográfica acerca del emprendimiento y los emprendedores desde una perspectiva empresarial, se definió tres enfoques: desde el punto de vista económico define el emprendimiento como un proceso para obtener novedades, innovación y creatividad en las empresas, el representante principal de este enfoque es Schumpeter. El otro desde el punto de vista socio psicológico, que enfatiza las características personales de los emprendedores el teórico más importante de este enfoque Rafael Alcaraz y McClellan y desde el enfoque comportamental se centra en el análisis del comportamiento del emprendedor en las empresas como sus representantes Covín y Slevin.

Alean et al. (2017) en las investigaciones sobre el emprendimiento son vistas desde tres grandes enfoques; el enfoque económico, donde plantea que el emprendimiento es visto como aquel generador de crecimiento económico

principalmente, el enfoque psicológico que plantea que es el capital humano el que propicia el emprendimiento y por último el enfoque institucional establece que es las condiciones institucionales, estas son las que condicionan en fenómeno del emprendimiento.

Como se mencionó en el anterior párrafo, Schumpeter sustentó el enfoque del emprendimiento desde una mirada económica busca incentivar desde la innovación el desequilibrio de las empresas para poder generar un equilibrio cuando se estabilicen los mercados con esto Planeamiento financiero, este autor definió al emprendimiento como las innovaciones y el hallazgo de nuevas combinaciones dentro de las organizaciones, existe cinco tipos de combinaciones: crear nuevos productos o nuevas variantes a productos existentes, el desarrollo de nuevos métodos de producción, el ingreso a nuevos mercados, la obtención de nuevas fuentes y materias primas y la modificación de las estructuras de mercados.

Stoner (1996) mencionó a David McClelland el autor definió que los emprendedores son individuos que hacen grandes contribuciones para el provecho de la sociedad, son generadores de innovación y cambio, los investigadores han tratado de analizar sus personalidades, habilidades y actitudes, así como las condiciones que fomentan su desarrollo, la primera teoría y quizás la más importante fue presentada a principios de los años setenta por McClelland. McClelland que definió al emprendedor como un ser que es un emprendedor nato está impulsado por el logro es la persona que organiza la unidad de negocio, incrementa su capacidad por lo que los emprendedores se sumergen a que puedan obtener satisfacción de logro, de la misma manera hizo aportes importantes a las características del emprendedor estudiando los comportamientos de los mismos que están relacionadas con el desempeño de la persona: estas características son las siguientes: orientación al logro, pensamiento analítico, pensamiento conceptual, flexibilidad, impacto e influencia, búsqueda de información, iniciativa, entendimiento interpersonal, autoconfianza, liderazgo, conocimiento de la organización.

Arzubiaga (2012) mencionó a Covin y Slevin estos definieron que una empresa con orientación emprendedora demuestra el grado de alta dirección y está dispuesta a asumir los riesgos relacionado con la empresa (dimensión de asunción de riesgos) para favorecer el cambio y la innovación con el fin de

obtener una ventaja competitiva para su empresa (dimensión de innovación) y competir agresivamente con otras firmas (dimensión de proactividad) estas tres posturas se desarrollan en unidades de negocio nuevas e independientes.

Formichella (2004) mencionó a Drucker que realizó diversos aportes al emprendedor el cual considera que este busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades, la innovación es una herramienta específica e importante para el emprendedor por ende un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso. Peter plantea el caso de McDonald Hamburguer como un ejemplo capacitando al personal, mejorando en la atención y comercialización del producto lo cual sostiene que no es necesario crear un nuevo producto para emprender sino que es importante innovar, ser emprendedor no es un rasgo de carácter sino de conducta, expresa también que crear una empresa no es suficiente para ser considerado emprendedor sino que a pesar de crear empresa el emprendedor busca continuamente crear oportunidades y riquezas.

Alcaraz (2011) en su libro mencionó a Sánchez Almagro el cual el autor hace la revisión que muchos autores y estudiosos coinciden que las características del emprendedor poseen cualidades que los distinguen de las demás personas, este autor clasifica las características de los emprendedores de la siguiente manera: 1.- características personales (capacidad de decisión, aceptación a riesgos moderados, orientación, tolerancia, estabilidad, honestidad, integridad, confianza, perseverancia, responsabilidad y optimismo) 2.- características físicas (energía, trabajo con ahínco) 3.- características intelectuales (versatilidad, creatividad, búsqueda de la verdad, planificación, capacidad de análisis, visión, capacidad de solución) 4.- características generales (liderazgo, orientación al cliente, capacidad para conseguir recursos, eficiencia, eficacia, calidad de gestión, red de contacto, comunicación)

Moran (2020) definió al emprendimiento global: una visión en tiempo de Covid-19 sostienen que el emprendimiento ha sido afectado por el covid-19, números microempresa Starups y emprendedores son los más golpeados y muy afectados en momentos de crisis como esta, hay una recesión de la economía mundial un reducción del emprendimiento y la actividad empresarial, los autores sostienen que el covid-19 impacto y trajo consecuencias al emprendimiento de algunos sectores con en la industria electrónica, automotriz, alimentaria, educación, deporte y entretenimiento, tecnologías e información, empleo, fitness,

operaciones y gestión, ecosistema de starups a nivel mundial pero sobre todo a la industria de turismo y viajes el cual se afirma que las primeras medidas para mitigar el covid-19 fue prohibir los vuelos en ciertas partes del mundo esta decisión afecto negativamente a la industria del turismo, las restricciones afectaron en un 90% de los turistas desde el mes de marzo del 2020 que a su vez también afecto a los empresarios o emprendedores autónomos.

Yépez (2020) realizó revisiones de diversos teóricos que estudiaron el emprendimiento por el cual Yépez llega a definir que el emprendedor nace o se deriva de una necesidad el cual debe ajustarse a los diversos cambios que se dan constantemente a pesar que la oferta del emprendimiento es escasa por la limitada capacidad, cualidades y características personales de los emprendedores, por lo que; para convertirse en un emprendedor exitoso las personas deben poseer ciertas cualidades innatas un ejemplo seria la imaginación y creatividad, Yépez menciona a Papanek y Harris en el cual sostuvieron que hay el emprendimiento cuando existen ciertas condiciones económicas favorables en el mercado, el desarrollo del emprendedor es una función de incentivos económicos es decir un vínculo de ganancias económicas.

Conforme se plantearon teorías de la gestión empresarial y el emprendimiento, se hizo necesario entonces también revisar modelos que pueda ayudarnos al planteamiento de nuestra propuesta.

Madariaga (2014) mencionó que la empresa y el emprendimiento es importante para el equipo por lo que; es necesario que se integren o se junten los equipos interdisciplinarios, interculturales e intergeneracionales estos deben desarrollar la habilidad de escucharse mutuamente valorándose distintos puntos de vista, también reconociéndose que cada uno tiene una visión única y en equipo que conlleva a enriquecer y complementar a llevar al éxito la organización

Álvarez (2015) sustentó que el modelo de gestión empresarial de Henry Mintzberg nació en Canadá en 1939 ingeniero mecánico después de tener experiencia personal de trabajo y observar lo que sucedía en ellas llego a la conclusión de que muchos autores escribían sobre la dirección, pero no nadie hablaba de lo que realmente sucedía, entonces el autor decidió estudiar y analizar a los directores de las organizaciones, este autor hizo buenas aportaciones importantes sobre la descripción del trabajo, este autor plante 5

niveles de jerarquía dentro de una empresa, estas son núcleo de operaciones , ápice estratégico, lineamientos, tecno estructura, personal de apoyo.

Osterwalder (2018) planteó el modelo de emprendimiento Canvas, Alex Osterwalder propuso modelo en su tesis doctoral dirigida por Yves Pigneur, hoy en día es uno de los más importantes métodos de modelos de negocio aplicado a empresas. Este Método Canvas o como se le conoce como Business Model Generation – Canvas este método consta de 9 pasos, enfocados al desarrollo de crecimiento del emprendimiento empresarial.

Borja (2020) planteó el modelo de emprendimiento de Timons de Jeffry Timmons que consiste o se fundamenta en tres pilares y estos son el mercado, las personas y los recursos por lo que en este modelo el emprendedor debe reunir y equilibrar los elementos ya mencionados, por tanto el emprendedor busca la oportunidad por lo que descubre y lo explota al máximo siempre en cuando sea conformando un equipo, reuniendo los recursos necesarios a su alcance para que a posteriori se aproveche la oportunidad.

Majurin (2020) afirmó que el modelo emprendedor Isun, está enfocado o dirigido para empresarios o emprendedores que se encuentran en iniciar un negocio además aquellos que tienen una idea ya concreta para consolidar un emprendimiento, este modelo de formación incluye un trabajo de campo y apoyo post-capacitación con una duración de cinco días que ofrece asesorías para iniciar una empresa, diseñar, evaluar la viabilidad del proyecto.

Borja (2020) Modelo de emprendimiento GEM fue creado por el Global Entrepreneurship Monitor es un proyecto o modelo de emprendimiento que consiste a que inicio gracias a la necesidad de poder disponer de la necesidad relevante y de tener alcance internacional sobre el emprendimiento donde sirve para analizar emprendedoras en sus diversas fases el GEM desde su creación uno de sus objetivos principales es desentrañar las complejas relaciones entre el emprendimiento y el desarrollo económico la GEM considera como las micro pequeñas empresas como se desempeñan y como sus actividades se desarrollan dentro de un país.

Jiménez (2019) sustentó sobre las teorías del emprendimiento y por ende sobre los modelos de emprendimientos, es importante también mencionar en la investigación sobre el ecosistema emprendedor el cual este apoya a una comunidad en un contexto público de leyes y prácticas de negocios que está

conformada por una serie de organizaciones e individuos que interactúan entre si produciendo y asociando ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros por el cual mantienen dinámicas las empresas.

III.METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de trabajo de investigación según el objeto de estudio fue aplicada porque el estudio del emprendimiento empresarial de las agencias de turismo del distrito de Cusco sirvió de aporte e incremento de conocimientos teóricos, además este tipo de investigación se basa en resolver problemas prácticos.

3.1.1. Enfoque.

La investigación tubo un enfoque cuantitativo porque se recabaron los datos con instrumentos confiables de expresión de los diferentes dueños y/o fundadores de los negocios o empresas de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco del año 2021 en el Contexto de la Pandemia Covid-19 relacionadas de la gestión empresarial al emprendimiento, las diferentes características empresariales que presentan las agencias de turismo y el perfil emprendedor de los dueños de las agencias, los cuales la información que se obtendrá será a través de una encuesta que posteriormente serán analizadas para su interpretación.

3.1.2. Tipo.

La investigación fue aplicada porque sirvió de aporte a los conocimientos y teorías del emprendimiento.

3.1.3. Nivel.

El trabajo de investigación fue correlacional - descriptivo/analítico porque se recolectó los datos tal y como se dan en su contexto natural, información que permitirá realizar un diagnóstico de la situación actual para analizar la información recolectada de la gestión empresarial desde la clasificación del proceso administrativo de planificación organización, dirección y control, el emprendimiento desde sus dimensiones de características empresariales y el perfil emprendedor de los dueños de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en un contexto de la Pandemia Covid-19 para luego con tal información recabada plantear y proponer soluciones que permita mejorar el emprendimiento empresarial de estas agencias de turismo.

3.1.4. Diseño.

Hernández (2018).diseño de la investigación fue no experimental podría definirse que se realiza sin manipularse deliberadamente la variable independiente de gestión empresarial y la variable dependiente del emprendimiento no lo manipularemos, se observara y analizara la situación tal y como incidió la gestión empresarial al emprendimiento de las agencias de turismo del distrito del Cusco lo que hace la investigación no experimental es observar el fenómeno su entorno tal y como se da en su contexto natural.

3.1.5. Corte.

El trabajo de investigación fue de corte transaccional o transversal ya que se recolectó los datos en un solo momento, en un tiempo único.

3.2. Variables y operacionalización

La investigación posee una variable X_1 (gestión empresarial). Stoner (1996) La gestión empresarial se enfoca desde el proceso administrativo de la siguiente manera: Planificación posee indicadores (misión, planes operacionales y estratégicos) organización (jerarquía, ascensos, despidos y retos) dirección (liderazgo, motivación, trabajo en equipo y comunicación) control (desempeño, operaciones, sistemas de información).

Variable X_2 (emprendimiento) Schumpeter definió que el emprendimiento son las innovaciones y el hallazgo de nuevas combinaciones dentro de las organizaciones, la creación de nuevos productos o nuevas variantes a productos existentes, el desarrollo de nuevos métodos de producción o comercialización, el ingreso o apertura de nuevos mercados, la obtención de nuevas fuentes y materias primas y la modificación de las estructuras de mercados.

La operacionalización de las variables son las siguientes:

Variable X_1 : Gestión empresarial

Variable X_2 : Emprendimiento

La operacionalización de las variables es la siguiente: se dividen Gestión empresarial desde sus dimensiones de planificación, organización, dirección y control y emprendimiento desde sus dimensiones del perfil emprendedor. Ver Anexo 01.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población.

Con lo que respecta a la población según la base de datos del directorio de GERCETUR CUSCO de las agencias de turismo de la región del Cusco existen un total de 183 agencias de turismo y viajes solo en el distrito del Cusco. Siendo la población de 183 agencias de turismo y viajes en el distrito de Cusco, sin embargo, al realizar el estudio de investigación se identificó que solamente 70 empresas o agencias de turismo estuvieron activos por lo que se tomó esta cantidad como nuestra población es necesario obtener la muestra para la aplicación de la investigación.

3.3.2. Muestra.

Para la obtención de la muestra de nuestra investigación se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N p q}{e^2(N - 1) + Z^2 p q}$$

En la investigación para considerar como sujeto de estudio se aplicó la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{(1.96^2) (0.5) (0.5) (70)}{(70 - 1) (0.05^2) + (1.96^2) (0.5) (0.5)}$$
$$n = 60$$

donde:

n tamaño de la muestra = 60

N tamaño de la población = 70

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%, z=1.96

E: Máximo error permisible, es decir un 5%

p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

Se aplicó la fórmula de muestra para la población finita por lo cual todos tienen la probabilidad de ser seleccionados para ser encuestados, la aplicación

de la formula arrojó como muestra n=60 Agencias de turismo al cual fueron encuestadas y se seleccionaron al azar.

En la presente investigación el método para la selección de la muestra fue probabilística. Las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos. Hernández (2018). Por tanto; la investigación se basó de acuerdo al criterio del investigador.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnicas de recolección de datos.

Hernández (2018) La técnica de este estudio fue la encuesta lo cual se aplicó a los dueños y/o emprendedores de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco – Año 2021, para la recolectar la información se utilizó como instrumento el cuestionario.

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos

Para esta investigación se utilizó el cuestionario lo cual se hará las preguntas a los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo del distrito de Cusco.

Son dos cuestionarios que se aplicó para estudiar para x1 gestión empresarial y la variable x2 emprendimiento, se utilizó escala de Likert utilizando valores de 1 a 5.

La escala de Likert se utilizó en esta investigación con referente a la gestión empresarial y al perfil emprendedor de los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo, para el cálculo se utilizará el sistema de puntuación de la escala de Likert, se detallará de la siguiente manera: nunca con un puntaje de 1, Casi nunca 2, algunas veces con un puntaje promedio de 3, casi siempre con un puntaje promedio de 4 y siempre con un puntaje promedio de 5.

3.4.3. Validez.

Para la validación de la investigación fue necesario el análisis y la aprobación de juicio de expertos y especialistas en tema de la investigación.

3.4.4. Confiabilidad

En esta investigación se recurrió a realizar pruebas de análisis de confiabilidad de instrumento el cual se utilizó la estadística de fiabilidad alfa de Cronbach y se tuvo el resultado siguiente:

Tabla 1

Confiabilidad

<i>Estadísticas de fiabilidad variable</i>			
<i>Gestión Empresarial</i>		<i>Emprendimiento</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos	Alfa de Cronbach	N de elementos
.830	16	.909	15

Fuente: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

En la investigación se pudo observar que, realizando la prueba de análisis de confiabilidad del instrumento, dio como resultado para el instrumento de gestión empresarial .830 y el instrumento de emprendimiento dio como resultado .909 por consiguiente al realizarse las pruebas ambos instrumentos se acercan a 1.00 esto significa que nuestros instrumentos fueron confiables.

3.5. Procedimientos

Conforme al avance de la investigación después de haber revisado los aspectos teóricos y por consiguiente haber planteado el problema general, seguidamente se hizo necesario describir y analizar lo que deseamos estudiar para lo cual se aplicó técnicas y herramientas que permitieron recabar la información, se aplicó dos encuestas que permitieron saber sobre la gestión empresarial como influencia al emprendimiento, las encuestas fueron entregadas a los dueños de las agencias de turismo, seguidamente al terminar la recolección de la información se interpretó y analizó para luego llegar a las conclusiones y recomendaciones.

3.6. Métodos de análisis de datos

Hernández (2018) En la investigación la unidad de estudio de la investigación fueron los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo del distrito del Cusco, Provincia del Cusco, Región del Cusco a los cuales se les encuestó, a la obtención de esa información se utilizó para ser tratados en la herramienta SPSS versión 24, para luego realizar la tabulación respectiva de las encuestas y posteriormente elaborar los gráficos por cada ítem. La herramienta SPSS es sencilla abre la matriz de datos y seleccionadas las opciones más apropiadas para el análisis

3.7. Aspectos éticos

La investigación fue desarrollada respetando las normas y lineamientos estipuladas por la universidad, la originalidad de esta investigación está garantizada porque no se tomó la réplica de otras investigaciones, el objeto del desarrollo se estudió respecto a la conveniencia del investigador utilizándose teorías, conceptos verídicos y probados por autores reconocidos sobre el tema a investigar por el cual se interpretó sin recurrir a plagias y/o copias, con lo que respecta a la obtención de información e interpretación se recabo y proceso de manera responsable, sin obviar información y respetando los instrumentos de medición, la interpretaciones se manifestaron de manera reflexiva y analítica por lo que llevo a proponer soluciones al problema identificado, respecto a los encuestados del estudio, se tuvo que respetar los distancia con los protocolos de seguridad, los permisos fueron con anticipación para poder acceder a los encuestados, se coordinó la hora, fecha y lugar adecuado, sin embargo, también fueron encuestados de manera virtual, los resultados se reportaron de manera honesta porque será muy importante para saber la realidad del objeto de estudio y así poder plantear estrategias de acorde al mejoramiento y desarrollo de las agencias de turismo del distrito de Cusco.

IV. RESULTADOS

Análisis de resultados

En este capítulo se presenta la encuesta aplicada a los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo del distrito del Cusco, mediante la prueba de fiabilidad de instrumentos y las tablas y figuras se muestra; se muestra el análisis y la interpretación a partir de ello se detalló la gestión empresarial desde sus dimensiones de planeación, organización, dirección y control; el perfil emprendedor de los dueños desde sus características personales, físicas, intelectuales y generales.

4.1 Análisis de aspectos generales de los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo del distrito del cusco

4.1.1. edad de los emprendedores fundadores y/o dueños de las agencias de turismo del distrito del cusco.

Tabla 2

Edad de los dueños de las agencias de turismo

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	25 - 35	11	18.4%
	36 - 45	29	48.5%
	46 - 60	20	33.1%
	Total	60	100.0

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

En la tabla N° 2 se pudo observar con lo que respecta a las edades de los dueños de las agencias de turismo se pudo identificar que las edades que se encuentran en un rango 36 a 45 años llega a un porcentaje 48.5%, mientras que el 33.1% son de las edades de entre 46-60 años, finalmente el 18.4% son de las edades de 25 a 35 años de edad.

Se llegó a inferir de una diferente interpretación que más del 40% de los emprendedores dueños de las agencias de turismo del distrito del Cusco tienen la edad de 25 a 40 años, entonces podemos inferir que las agencias de turismo están siendo más emprendida por jóvenes, estos son los que llevan la gestión empresarial de sus agencias y se puede ver el porqué de la activación rápida del turístico viéndose un gran dinamismo de atención al brindar su servicio a los visitantes a la Región del Cusco en épocas de pandemia, sin embargo también vemos que entre las edades de 40 a 60 años con un porcentaje de cerca al 60%

son los que llevan la gestión de su agencia, entonces si las edades son entre esa escala podemos ver que la gestión empresarial de las agencias se enfoca más en emprendedores de mayores edades el cual nos ver que a mayor edad, mayor experiencia empresarial y por ende si hay mayor experiencia la gestión empresarial será llevada de mejor manera.

4.1.2. Indicador (i.1.2): genero de los emprendedores fundadores y/o dueños de las agencias de turismo del distrito del cusco.

Tabla 3

Genero de los dueños de las agencias de turismo del distrito del Cusco.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MASCULINO	35	58.3	58.3	58.3
	FEMENINO	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

Se pudo observar que más del 40% de los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo género femenino y el 58.33% son de género masculino. A este grafico podemos observar que más son del género masculino los que llevan adelante la gestión empresarial, sin embargo casi el 42% son mujeres las dueñas y/o emprendedoras de las agencias de turismo, esto significa que la incidencia de la mujer en el mercado económicamente activo del emprendimiento está llegando casi a ser igual que los varones, esto es importante porque las mujeres están entrando al mundo empresarial y por consiguiente hace que el mercado de sector de turismo lleva a un camino de igualdad de oportunidades entre varones y mujeres.

4.2. Análisis de la dimensión planeación

4.2.1. Indicadores de plan estratégico actualizado, plan operativo de las agencias de turismo del distrito del cusco

Tabla 4

Tu empresa cuenta con un plan estratégico actualizado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	3.3	3.3	3.3
	CASI NUNCA	6	10.0	10.0	13.3
	A VECES	10	16.7	16.7	30.0
	CASI	22	36.7	36.7	66.7
	SIEMPRE				
	SIEMPRE	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

En la tabla N° 4 se pudo observar que; a la pregunta que se les hizo a los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo sobre si su empresa cuenta con un plan de estrategia actualizada, 36.7% respondió que casi siempre su empresa cuenta con estrategias, mientras que el 33.3% respondió que siempre cuentan con estrategias, el 16.7% respondió que solo a veces plantean o cuentan con un plan, el 10% casi nunca su empresa aplican estrategias o realizan un plan estratégico, finalmente y menos importante un 3.3% de los emprendedores de las agencias respondió que nunca tienen o aplican un plan de estrategias para su empresa.

Hoy en día es importante la planeación en las organizaciones ya que para poder plantear estrategias que conlleven al crecimiento y desarrollo de una empresa en primer lugar se debe realizar una planificación con un enfoque a largo plazo.

Tabla 5

Todos los colaboradores participan para definir los planes estratégicos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	CASI NUNCA	7	11.7	11.7	13.3
	A VECES	6	10.0	10.0	23.3
	CASI	21	35.0	35.0	58.3
	SIEMPRE				
	SIEMPRE	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla N° 5 se pudo visualizar que del 100% de los encuestados en este caso los dueños o emprendedores de los negocios, estos respondieron un 41.7% que siempre sus trabajadores o colaboradores de su empresa participan para definir o plantear estrategias, mientras que el 35% respondió que casi siempre participan los trabajadores de su empresa, mientras que la otra parte de una 10% menciona que solo a veces participan en definir estrategias o planes estratégicos, el 11.7% respondió que casi nunca los colaboradores participan en plantear estrategias en su empresa, finalmente como en toda organización existe un 1.7% de colaboradores que nunca quisieran participar en apoyar con su organización a ello hizo inferir que el trabajador prefiere dedicarse a cumplir con sus funciones que estuvieron estipulados en su contrato.

Las empresas u organizaciones con enfoque de innovación y desarrollo en los últimos años aplican estructuras organizacionales horizontales, por tanto; según los resultados de la investigación se pudo ver que los dueños aplican un trato horizontal a sus colaboradores, como se pudo observar más del 76.7% de los dueños indicaron que hicieron participar a sus colaboradores para poder definir los planes estratégicos ese porcentaje es un claro ejemplo de que si es una organización horizontal.

Tabla 6

Tu empresa cuenta planes operativos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	CASI NUNCA	4	6.7	6.7	8.3
	A VECES	10	16.7	16.7	25.0
	CASI	20	33.3	33.3	58.3
	SIEMPRE				
	SIEMPRE	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la investigación se observó que; en la tabla N° 6 a la pregunta que se hizo sobre si su empresa tiene planes operativos, los emprendedores en un 41.7% respondió que siempre tienen planes, el 33.3% de los encuestados dijeron que casi siempre tienen planes operativos que cuenten para poder enfrentar diversas actividades o problemáticas a corto plazo, el 16.7% respondió que solo a veces aplican o cuentan con planes operativos, sin embargo; un 6.7% respondió que casi nunca tiene planes operativo, finalmente el 1.7% de los encuestados o dueños de las agencias de turismo respondieron que nunca aplican o tienen planes operativos que sean adecuados para la empresa.

Determinar planes operativos en una organización apoya o ayuda a que se puede resolver de mejor manera las problemáticas o actividades que se presentan a mediano y corto plazo, entonces en la investigación se pudo ver que si los dueños cuentan con planes operativos, ello es bueno porque en el rubro del turismo se presentan de un momento a otro una infinidad de problemáticas con respecto a los servicios que se presta a los turistas que vienen a visitar a la región del Cusco.

Tabla 7*Tus colaboradores participan en los planes operativos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	7	11.7	11.7	11.7
	A VECES	8	13.3	13.3	25.0
	CASI SIEMPRE	21	35.0	35.0	60.0
	SIEMPRE	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Se observó en la tabla N° 7 que el 40% de los encuestados respondieron que siempre participan en la elaboración de planes operativos de la agencia de turismo, el 35% respondió que casi siempre participan, mientras que el 13.3% mencionó que solo a veces participa, finalmente el 11.7% respondió que casi nunca participa en la elaboración de planes operativos.

La planeación dentro de las organizaciones son el punto de partida para iniciar una buena gestión empresarial según los resultados y observando los cuadros de los indicadores de la dimensión planeación podemos ver que el indicador de tu empresa cuenta con un plan estratégico actualizado los encuestados indican que en un 33% y 36% siempre y casi siempre cuentan con un plan estratégico, mientras que en un 13.3% nunca y casi nunca cuentan con un plan estratégico y el 16% a veces tienen un plan estratégico, entonces vemos que más del 50% de los encuestado indican que si tienen un plan estratégico actualizado para poder lograr sus objetivos planteados, con respecto a la participación de los colaboradores para definir el plan estratégico según los dueños mencionan que más del 70% de sus colaboradores si participan u opinan para definir los planes estratégicos para su agencia de turismo, sin embargo un 12 % nunca y casi nunca hacen participar a sus colaboradores para definir planes estratégicos.

Con lo que respecta a los planes operativos vemos que es importante que los dueños y/o gerentes tengan planes operativos para lograr objetivos a corto plazo por lo que podemos ver que los dueños indican que más del 70% si cuentan con planes operativos para poder lograr los objetivos o para poder enfrentar los problemas o cambios que se puedan presentar a corto plazo, es

importante también saber que los dueños no tienen planes operativos según el total de encuestados indican solo en un 7% no cuentan con planes operativos, con lo que respecta la participación de los colaboradores para definir planes operativos los dueños indican en más de un 70% si les dejan participar siempre y casi siempre y a veces un 13% les dejan participar, la participación de los colaboradores en un empresa es importante porque ayuda a generar más ideas y plantear mejores planes operativos que conlleven a lograr los objetivos y enfrentar los problemas de mejor manera.

4.3. Análisis de la dimensión organización

4.3.1. Indicadores para estructura organizacional, horizontal y decisiones.

Tabla 8

Cuentan con una estructura organizacional definida.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o NUNCA	5	8.3	8.3	8.3
CASI NUNCA	8	13.3	13.3	21.7
A VECES	4	6.7	6.7	28.3
CASI SIEMPRE	19	31.7	31.7	60.0
SIEMPRE	24	40.0	40.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

Se pudo visualizar en la tabla a la pregunta sobre si la empresa de agencia de turismo tiene elaborada una estructura organizacional, el 40% de los dueños de las agencias respondió que siempre cuentan, mientras que el 31.7% menciona que casi siempre tienen una estructura organizada, el 13.3% menciona que casi nunca tienen su estructura organizacional, el 6.7% tuvo como respuesta que solo a veces tienen una estructura, finalmente el 8.3% respondió que nunca tuvieron una estructura organización en la agencia.

Tabla 9*Cuentan con una estructura organizacional horizontal*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	7	11.7	11.7	11.7
	CASI NUNCA	8	13.3	13.3	25.0
	A VECES	8	13.3	13.3	38.3
	CASI SIEMPRE	16	26.7	26.7	65.0
	SIEMPRE	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

Se pudo ver en la tabla N° 9 que; sobre la pregunta si la empresa de agencias de turismo cuenta con una estructura organizacional horizontal, a esta interrogante el 35% de los encuestados respondieron que siempre tienen una estructura horizontal, el 26.7% menciono que casi siempre, el 13.3% solo a veces, también el 13.3% dijo que casi nunca, finalmente el 11.7% respondió que nunca la empresa aplica una estructura organizacional horizontal.

Como se indicó en anteriores párrafos de la investigación, se pudo ver que los dueños de las agencias de turismo aplican en su empresa una estructura organizacional horizontal, como se pudo ver en esta pregunta el 61.7% de los encuestados respondieron de manera positiva que siempre y casi siempre cuentan con una estructura organizacional horizontal, este tipo de organizaciones de hoy en día, son buenas porque ayuda a la empresa a desarrollarse de mejor manera como también a que los colaboradores puedan desenvolverse con más confianza y desarrollar sus cualidades desenvolviéndose de mejor manera.

Tabla 10*Todos participan en la toma de decisiones importantes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	16	26.7	26.7	26.7
	CASI NUNCA	10	16.7	16.7	43.3
	A VECES	11	18.3	18.3	61.7
	CASI SIEMPRE	8	13.3	13.3	75.0
	SIEMPRE	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

En la tabla se pudo ver según a las respuestas de los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo, el 26.7% respondió que nunca dejan participar a sus trabajadores en las decisiones importantes que se deben de tomar para la empresa, el 25% dijo que siempre todo participan en las decisiones, el 18.3% menciona que solo a veces participan todos, mientras que el 16.7% respondió que casi nunca todos participan en tomar las decisiones importantes, finalmente el 13.3% dijo que casi siempre participan todos los integrantes de la empresa en tomar decisiones para la empresa.

Una organización que se encuentra en constante crecimiento y desarrollo son una consecuencia de muchos factores internos y externos, internos porque la toma de decisiones en la empresa es adecuada y correcta, pero para lograr buenos resultados de las decisiones que toman también se deben evaluar diversos factores entre ellos también están los externos, estos son la economía, la política y lo social.

Tabla 11*Con las decisiones que tomas logras tus objetivos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	15	25.0	25.0	25.0
	CASI NUNCA	9	15.0	15.0	40.0
	A VECES	12	20.0	20.0	60.0
	CASI SIEMPRE	6	10.0	10.0	70.0
	SIEMPRE	18	30.0	30.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla N° 11 se puede ver qué; a la pregunta sobre el logro de los objetivos, el 30% respondió que siempre logran los objetivos con las decisiones que toman, el 25% respondió que nunca logran los objetivos, mientras que el 20% dijo que solo a veces logran sus objetivos, el 15% que casi nunca, finalmente el 10% que casi siempre logra los objetivos con las decisiones que toman.

Según las encuestas sobre la dimensión de organización podemos ver que en esta parte del proceso administrativo de la gestión administrativa con lo que respecta a la estructura organizacional de las agencias de turismo los dueños de estas indicaron que en un 70% siempre y casi siempre tienen una estructura organizacional definida, tener una organización bien estructurada hace que la gestión sea buena porque cada área sabe lo que tiene que hacer según sus funciones, sin embargo podemos ver también que las agencias de turismo en un 21% aproximadamente los dueños indicaron que no tienen una estructura organizativa por lo que es necesario plantearnos estrategias que puedan ayudar a mejorar la gestión organizacional de las agencias de turismo. Las tomas de decisiones de los gerentes son muy importantes por lo que cada una de ellas puede traernos resultados positivos o negativo, según lo indicado por los gerentes en las encuestas que se les hizo ellos mencionaron que en 43% nunca y casi nunca les hacen participar a sus colaboradores en las tomas de decisiones el 18% solo a veces les hacen participar, mientras que solo el 28%

siempre y casi siempre los dejan participar en la toma de decisiones, con este resultado podemos inferir que los dueños y/o emprendedores son los únicos que toman las decisiones más importantes porque podría ser que no tienen confianza o no creen en la asertividad de sus colaboradores por lo que podemos ver como respuesta que las decisiones que toman no son positivas es por eso el resultado de un 40% de nunca y casi nunca logran sus objetivos cuando toman sus decisiones por lo que los dueños deben tomar en cuenta que las opiniones y decisiones de los colaboradores son importantes.

4.4. Análisis de la dimensión dirección

4.4.1. Indicadores para liderazgo y trabajo en equipo.

Tabla 12

Asume el papel de liderazgo en la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	CASI NUNCA	3	5.0	5.0	6.7
	A VECES	11	18.3	18.3	25.0
	CASI SIEMPRE	18	30.0	30.0	55.0
	SIEMPRE	27	45.0	45.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

Respecto a la tabla N° 12 los dueños respondieron un 45% que siempre asumen el papel de liderazgo en su empresa, mientras que el 30% dijo que casi siempre asumen el liderazgo, el 18.3% dijo que a veces asumen el papel de liderazgo, el 5% casi nunca y finalmente un 1.7% menciona que nunca asume el papel de ser líder.

Tabla 13*Asumen la dirección con liderazgo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	3.3	3.3	3.3
	CASI NUNCA	3	5.0	5.0	8.3
	A VECES	8	13.3	13.3	21.7
	CASI SIEMPRE	18	30.0	30.0	51.7
	SIEMPRE	29	48.3	48.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25

Según la tabla N° 13 se pudo observar a la pregunta si los dueños y/o emprendedores sobre si asumen la dirección con liderazgo, el 48% respondió que siempre asumen con liderazgo, 30% menciona que casi siempre asumen la dirección con mucho liderazgo, el 13.3% dijo que solo a veces, mientras que el 5% casi nunca, finalmente el 3.3% nunca asumen con liderazgo la dirección que llevan a su cargo.

El perfil o las características de los emprendedores son notorios, en especial se ve reflejado en el comportamiento o las actitudes de las personas en este caso dentro del entorno empresarial de la agencia de turismo, estas características son la creatividad, la innovación, el liderazgo y la comunicación; según la pregunta con lo que respecta a una de las características que es el liderazgo se pudo identificar que más de 78% de los dueños respondieron que siempre y casi siempre asumen con liderazgo la dirección de la agencia, esta afirmación por parte de los emprendedores es bueno porque ello significa que los dueños están asumiendo un papel importante que es hacer crecer de manera justa e igualitaria a todo el equipo conformado por todos los colaboradores de la agencia de turismo.

Tabla 14

Se maneja como una función habitual el trabajo en equipo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	CASI NUNCA	2	3.3	3.3	5.0
	A VECES	7	11.7	11.7	16.7
	CASI SIEMPRE	15	25.0	25.0	41.7
	SIEMPRE	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla N° 14 a la pregunta sobre si se maneja como una función habitual el trabajo en equipo, el 58% de los dueños respondieron que siempre, mientras que el 25% dijo que casi siempre trabajan en equipo, el 11.7% mencionó que solo a veces se trabaja en equipo, sin embargo, un 3.3% respondió que casi nunca y el 1.7% nunca se trabaja en equipo.

En la investigación a la pregunta que se les hizo a los emprendedores sobre si manejan de manera habitual el trabajo en equipo más de un 83% indicaron que siempre y casi siempre ellos manejan de manera habitual el trabajo en equipo, entonces se pudo inferir que en sus agencias de turismo trabajan de manera igualitaria con todos sus colaboradores además de ello impulsan a que todos puedan desarrollarse y crecer profesionalmente.

Tabla 15*Los colaboradores trabajan en equipo*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A VECES	9	15.0	15.0	15.0
CASI SIEMPRE	20	33.3	33.3	48.3
SIEMPRE	31	51.7	51.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En esta tabla se pudo ver que el 51.7% de los dueños que fueron encuestados respondieron que siempre sus colaboradores trabajan en equipo, 33.3% dijo que casi siempre, finalmente el 15% respondió que solo a veces sus colaboradores trabajan en equipo en su empresa.

Con lo que respecta a la dimensión de la dirección de las agencias de turismo es importante saber el papel de liderazgo dentro de estas organizaciones, en ese contexto según la aplicación de las encuestas que se realizó los dueños indicaron en más de un 70% siempre y casi siempre asumen con liderazgo la dirección de sus agencias esa afirmación es importante porque al poseer esta característica de liderazgo hará que la agencia tenga una mejor organización, por otro lado vemos que en un 15% los dueños indican que no asumen el papel de liderazgo en la dirección de su empresa para disminuir esa negativa de no trabajar sin liderazgo en su organización es importante fortalecer las destrezas y cualidades de los emprendedores y/o dueños de las agencias de turismo, por otro lado con lo que respecta al trabajo en equipo dentro de las agencias vemos que más de 85% los dueños mencionan que trabajan en equipo con todos sus colaboradores, esto nos hace inferir que para los dueños es importante trabajar en equipo a pesar que los dueños no les dejan participar en la toma de decisiones pero para ellos es importante el trabajo en equipo para tener una mejor organización y todos puedan lograr sus objetivos.

4.5. Análisis de la dimensión control

4.5.1. indicadores para sistemas de información y control efectivo.

Tabla 16

Para el control de operaciones aplica los sistemas de información gerencial.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	30	50.0	50.0	50.0
	CASI SIEMPRE	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Según la tabla N° 16 sobre la pregunta si el control de operaciones aplica los sistemas de información gerencial, el 50% de los encuestados respondieron casi siempre aplican el control, mientras que el otro 50% de los dueños y/o emprendedores de los negocios respondieron que solo a veces aplican el control.

Las empresas de turismo siempre deben aplicar en sus procesos sistemas de información actualizadas ya que estas organizaciones trabajan enlazadas con muchos países a nivel mundial, entonces se hace necesario estar acorde a los cambios y avances que el mundo globalizado nos sorprende en el día a día.

Tabla 17*Aplican sistemas de información gerencial actualizada.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	8	13.3	13.3	13.3
	A VECES	28	46.7	46.7	60.0
	CASI SIEMPRE	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Se pudo ver en la tabla N° 17 que, si los dueños aplican sistemas de información gerencial actualizada, el 40% de los encuestados respondió que casi siempre aplican sistemas, el 46.7% respondió que solo a veces aplican, finalmente el 13.3% respondió que casi nunca aplican sistemas de información gerencial actualizada.

Como se mencionó en anterioridad en la investigación se hace importante y necesario aplicar si o si sistemas de información, pero actualizadas acorde a los avances y cambios de la tecnología, ser una empresa flexible e innovadora hará que esta marque una diferenciación ante las demás de su competencia o rubro en este caso el mercado o industria del turismo.

Tabla 18

Tienen un control efectivo de las políticas de ingresos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	8	13.3	13.3	13.3
	A VECES	28	46.7	46.7	60.0
	CASI SIEMPRE	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Según la tabla N° 18 se pudo observar que la respuesta de los emprendedores respecto a la pregunta si tienen un control efectivo sobre las políticas de ingresos, los encuestados en un 40% menciono que casi siempre tienen control, mientras que el otro 46.7% respondió que solo a veces tienen control sobre las políticas de ingresos, finalmente el porcentaje restante del 13.3% menciono que casi nunca los emprendedores tienen control sobre las políticas de ingresos en su empresa de agencia de turismo.

Tabla 19*Control de efectivo en monitorear la asignación de actividades*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	10	16.7	16.7	16.7
	A VECES	19	31.7	31.7	48.3
	CASI SIEMPRE	24	40.0	40.0	88.3
	SIEMPRE	7	11.7	11.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Para que una organización o empresa pueda lograr sus objetivos es necesario que tenga un control de medición de logro de metas para el ello según las encuestas que se hizo a los dueños de las agencias de turismo mencionan que casi siempre y a veces aplican los sistemas de información gerencial en un 100% este indicador es importante porque al aplicar estos sistemas se podrán manejar de mejor manera el control de las operaciones de las actividades de las agencias, por otro lado podemos resaltar que más del 86% a veces y casi siempre utilizan herramientas actualizadas de información esto significa que las agencias están actualizadas y se adecuan a los constantes cambios, con los que respecta al control efectivo de las diversas actividades y las políticas de ingresos de las agencias de turismo vemos que siempre, casi siempre y a veces indican en un 80% aplican medidas administrativas que permiten la consistencia de los ingresos de todas las áreas, un punto muy importante que también se observa es que en un 30% casi nunca tienen un control efectivo de las actividades realizadas dentro de sus agencias.

4.6. Análisis de la dimensión características personales del perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo.

4.6.1. indicadores de iniciativa y optimismo

Tabla 20

Iniciativa ante diferentes situaciones que se presentan

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	3.3	3.3	3.3
	A VECES	6	10.0	10.0	13.3
	CASI SIEMPRE	18	30.0	30.0	43.3
	SIEMPRE	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la investigación seguidamente se interpretará a la segunda variable por lo que; se pudo observar que a la pregunta que se hizo a los dueños de las agencias de turismo, el 56.7% respondió que siempre toman la iniciativa ante diferentes situaciones que se presentan en su empresa, el 30% menciono que casi siempre, mientras que el 10% respondió que a veces dan la iniciativa ante cualquier actividad o situación que se presenta para poder responder, finalmente el 3.3.% menciono que nunca dan la iniciativa.

Tabla 21*Iniciativa para realizar cambios dentro de tu agencia*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	3.3	3.3	3.3
	A VECES	5	8.3	8.3	11.7
	CASI SIEMPRE	19	31.7	31.7	43.3
	SIEMPRE	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Conforme a la tabla N° 21 se pudo ver que, a la pregunta que se les hizo sobre la iniciativa para realizar cambios, el 56.7% respondió que siempre dan a iniciativa, mientras que el 31.7% respondió que casi siempre dan la iniciativa, el 8.3% solo a veces dan la iniciativa para cambios que se puedan dar en su empresa, finalmente el 3.3% menciono que nunca dieron la iniciativa para impulsar cambios dentro de su agencia de turismo.

En el mundo se encuentra en constantes cambios por lo que; se hace necesario que las organizaciones se encuentren acorde a ello, por tanto, los dueños y colaboradores también deben estar acorde a esa realidad, entonces en su mayoría los colaboradores deben impulsar y promover dar iniciativas de cambio dentro de sus organizaciones. Según lo observado en la tabla se pudo identificar que más del 50% de los integrantes o dueños de las agencias expresan dar iniciativas y están de acuerdo a los cambios ese contexto es bueno, sin embargo, se pudo ver también que más de un 10% respondió que nunca y a veces dan iniciativas, ante ese porcentaje negativo se debe promover a que esos dueños tengan esa iniciativa que su empresa debe innovarse y estar en constante cambio.

Tabla 22*Afrontas los problemas con optimismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	A VECES	4	6.7	6.7	8.3
	CASI SIEMPRE	15	25.0	25.0	33.3
	SIEMPRE	40	66.7	66.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Se pudo ver en la tabla de resultados a la pregunta si afrontan de manera optimista los problemas, los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo respondieron un 66.7% que siempre son optimistas, el 25% mencionó que casi siempre son optimistas, el 6.7% solo a veces son optimistas al afrontar los problemas, finalmente una mínima parte de los encuestados un 1.7% respondió que nunca son optimistas.

Ser optimista es bueno porque ello ayuda a que se pueda resolver de manera adecuada los diversos problemas que se puede presentar en una organización para que a posteriori se obtenga resultados positivos en favor de una empresa, entonces si sumamos el porcentaje de las respuestas positivas que dieron los dueños de las agencias se llega a más de un 91% ese margen alto es bueno para la empresa porque al tener un personal positivo y preparado hará que la empresa se enfrente de manera eficiente y adecuada a poder sobrevivir a diversos problemas que se presenten.

Tabla 23

Optimista para el logro de los objetivos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	A VECES	5	8.3	8.3	10.0
	CASI SIEMPRE	13	21.7	21.7	31.7
	SIEMPRE	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla se pudo observar que el 68.3% de los encuestados respondieron que siempre son optimistas en lograr los objetivos que se plantea su agencia de turismo, el 21.7% respondió que casi siempre son optimistas para poder lograr los objetivos, mientras que el 8.3% solo a veces son optimistas, finalmente un 1.7% respondió que nunca fueron optimistas para poder lograr sus objetivos.

Saber cómo se encuentra el perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo es responder como llevan la gestión empresarial de sus agencias, los encuestados indican más del 80% que siempre y casi siempre tienen iniciativa para realizar cambios dentro de su agencia de turismo, así como también tienen iniciativa para realizar diversas actividades o situaciones que se presentan en su agencia, de otro lado podemos ver también que la mayoría de los dueños son siempre y casi siempre optimistas para lograr sus objetivos y poder afrontar los problemas con optimismo son positivos, sin embargo, también podemos observar que casi un 9% nunca y a veces son optimistas, podemos inferir que los dueños poseen estas características personales de manera positiva el cual en su mayoría son optimistas y tienen iniciativa.

4.7. Análisis de la dimensión características físicas del perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo.

4.7.1. indicadores de trabajo con ahínco y energía.

Tabla 24

Realizan sus actividades con ahínco.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	A VECES	4	6.7	6.7	8.3
	CASI SIEMPRE	16	26.7	26.7	35.0
	SIEMPRE	39	65.0	65.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla se pudo apreciar que el 65.7% de los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo respondieron que siempre trabajan o realizan sus actividades con ahínco, el 26.7% respondió que casi siempre realizan sus actividades con ahínco, el 6.7% a veces y finalmente el 1.7% nunca trabajaban con ahínco.

Según se pudo ver este contexto que indicaron los dueños de las agencias de turismo se pudo inferir que en su mayoría estos siempre y casi siempre trabajan con ahínco más de 91% siendo así, el trabajar de esa manera ayudara a que las actividades se realicen de manera eficientes y rápidas para que a posteriori puedan alcanzar las metas y objetivos que se trazaron.

Tabla 25

El trabajo con ahínco es importante para lograr objetivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	3	5.0	5.0	5.0
	CASI SIEMPRE	19	31.7	31.7	36.7
	SIEMPRE	38	63.3	63.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En esta tabla se pudo observar también que el 63.3% de los dueños indicaron siempre trabajan con ahínco porque es importante para el logro de los objetivos, el 31.7% respondió que casi siempre trabajar con ahínco es importante para el logro de metas, el 5% respondió que solo a veces trabajan con ahínco.

Para que una organización crezca a través del tiempo, se hace importante que sus directivos que llevan la gestión de la empresa puedan establecer planes estratégicos que conlleven al desarrollo y crecimiento para un corto, mediano y largo plazo, sin embargo, en el plan debe estar todos los objetivos y metas a los que la empresa desea alcanzar entonces esos logros no se harán ejecutables solos sino que se deberá necesitar del talento humano para su ejecución de las actividades programadas, si bien se puede observar que las respuestas de los dueños enmarcan trabajar de manera positiva lo cual es importante para el logro de objetivos y el punto de inicio de encaminarse de cumplir las metas organizacionales.

Tabla 26

Tienes suficiente energía para trabajar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	A VECES	2	3.3	3.3	5.0
	CASI SIEMPRE	22	36.7	36.7	41.7
	SIEMPRE	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Los dueños respondieron en un 58.3% que siempre tienen energía para trabajar en su empresa, mientras que el 36.7% respondió que casi siempre poseen energía para trabajar, el 3.3% respondió que solo a veces tienen energía, finalmente un 1.7% casi nunca tienen el vigor o energía para trabajar en su empresa de agencia turística.

Trabajar con energía es importante porque se podrá realizar las actividades de manera adecuada y a tiempo, esta característica propia de un emprendedor refleja la fuerza o energía que le pone una persona al momento de realizar una actividad, en los cuadros podemos ver que los dueños de las agencias de turismo indicaron que siempre y casi siempre en un 90% realizan sus actividades con energía, con ahínco a esta expresión podemos mencionar entonces que si trabajan así los dueños entonces los resultados de sus actividades realizadas son positivos y eficientes.

4.8. Análisis de la dimensión características intelectuales del perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo.

4.8.1. indicadores de creatividad y flexibilidad.

Tabla 27

La creatividad es importante aplicar en las actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	A VECES	1	1.7	1.7	3.3
	CASI SIEMPRE	20	33.3	33.3	36.7
	SIEMPRE	38	63.3	63.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En este siguiente cuadro de la investigación se pudo observar que; a la pregunta que se hizo a los dueños de las agencias de viaje, el 63.3% indicó que siempre es bueno aplicar la creatividad en las actividades que se realizan en la empresa, el 33.3% respondió que casi siempre aplican la creatividad, mientras que el 1.7% mencionó que solo a veces, finalmente el 1.7% nunca aplicaron la creatividad.

Conforme a la investigación a la pregunta que se les hizo a los dueños de los negocios, se pudo ver que; en más de un 96% respondieron que siempre y casi siempre es bueno la creatividad y aplicarla en todas las actividades que se realiza en la empresa es bueno e importante para que la organización crezca y se desarrolle.

Tabla 28

Eres creativo en las actividades que realizas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	A VECES	4	6.7	6.7	8.3
	CASI SIEMPRE	20	33.3	33.3	41.7
	SIEMPRE	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Según la tabla N°28 se pudo observar los resultados a la pregunta que se les hizo a los dueños de las agencias de viaje, el 58.3% respondió que siempre es creativo en las actividades que realiza en su empresa, el 33.3% indicó que casi siempre aplican la creatividad en las actividades que realiza, el 6.7% respondió de solo a veces son creativos los dueños, finalmente el 1.7% nunca son creativos al momento de realizar sus actividades.

En la investigación según los indicadores del perfil de los emprendedores existe una característica muy importante de las personas emprendedoras que es la creatividad, ser creativos es ser diferenciador ante los demás, es cambiar o mejorar una actividad o una tarea que se presenta en una organización, hoy en día es necesario que las personas apliquen su creatividad ante cualquier actividad o situación ello será importante porque servirá de apoyo y plus para una empresa u organización se pueda desarrollar de manera eficiente así como también reflejara una marca diferenciadora ante su competencia.

Tabla 29*Eres flexible ante diferentes situaciones complejas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	CASI NUNCA	1	1.7	1.7	3.3
	A VECES	2	3.3	3.3	6.7
	CASI SIEMPRE	21	35.0	35.0	41.7
	SIEMPRE	35	58.3	58.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

A la pregunta que se hizo a los dueños de las agencias de turismo si es flexible ante diferentes situaciones complejas que se presenta en su empresa, el 58.3% respondió que siempre son flexibles, el 35% menciono que casi siempre, mientras que el 3.3% indico que solo a veces son flexibles, el 1.7% casi nunca es flexible, finalmente el 1.7% respondió que nunca es flexible.

Según el resultado de la pregunta, se pudo inferir que más de un 93% de los dueños indicaron que siempre y casi siempre son flexibles ante diversas situaciones complejas que se presenta en su empresa, día a día el mundo está en constante cambio por lo que; las organizaciones exitosas de hoy en día deben adaptarse de acorde a los cambios que viene sufriendo el mercado económico, en este caso el mercado de la industria del turismo, por tanto los gerentes y el personal en su conjunto de las organizaciones deben estar preparados ante diversas situacion complejas de cambios que se presentan.

Tabla 30*Flexibilidad ante los cambios políticos, económicos y sociales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	3.3	3.3	3.3
	CASI NUNCA	2	3.3	3.3	6.7
	A VECES	2	3.3	3.3	10.0
	CASI SIEMPRE	24	40.0	40.0	50.0
	SIEMPRE	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla se pudo ver que a la pregunta; flexibilidad ante los cambios políticos, económicos y sociales, los dueños de las agencias respondieron un 50% que siempre son flexibles, el 40% casi siempre son flexibles a los cambios, el 3.3% indico que solo a veces son flexibles, el otro 3.3% casi nunca finalmente el 3.3% nunca son flexibles ante los cambios políticos económicos y sociales que se presentan en el contexto.

Según las encuestas y los resultados de los antes ya mencionados se pudo ver qué; los gerentes indicaron más del 90% de los encuestados siempre y casi siempre son creativos al momento de realizar sus actividades, esta característica es neta de los emprendedores que realizan cambios dentro de sus empresas, con lo que respecta a la flexibilidad más del 90% de ellos indicaron que son flexibles ante los diferentes cambios que puedan surgir ya sean políticos, económicos y sociales, estos resultados son un reflejo positivo de las características del buen perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo.

4.9. Análisis de la dimensión características generales del perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo.

4.9.1. indicadores de comunicación y eficiencia

Tabla 31

Prácticas constantemente la comunicación en tu agencia de turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	3	5.0	5.0	5.0
	CASI SIEMPRE	16	26.7	26.7	31.7
	SIEMPRE	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla N°31 la respuesta de los dueños de las agencias de turismo indicó un 68.3% que practican constantemente la comunicación en su agencia de turismo, el 26.7% casi siempre practican la comunicación en su agencia, mientras que el 5% indicó que solo a veces es importante practicar la comunicación en la agencia de turismo.

La comunicación en las organizaciones hoy en día es un punto clave de llevar de manera coordinada, organizada y planificada diversas actividades, decisiones que se puedan tomar, aplicar una comunicación horizontal en una empresa hará que todos los colaboradores se sientan incluidos e informados de todo lo que acontece en la empresa a la que pertenece, entonces según a las encuestas un 95% de los emprendedores o dueños respondieron que siempre y casi siempre es importante aplicar la comunicación en su agencia, al garantizar ese comportamiento o contexto positivo hará que se pueda trabajar de manera conjunta, eficiente y organizada dentro su agencia.

Tabla 32

Eres comunicativo con todos sus compañeros de su agencia de turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	A VECES	2	3.3	3.3	5.0
	CASI SIEMPRE	16	26.7	26.7	31.7
	SIEMPRE	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla se pudo observar que, los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo, un 68.3% respondió que es comunicativo con todos sus compañeros de la empresa, otro 26.7% indicaron que casi siempre son comunicativos en su empresa, mientras que el 3.3% indico que solo a veces son comunicativos, finalmente el 1.7% respondió que casi nunca son comunicativos.

En la investigación según a la pregunta que se les hizo a los dueños de las agencias se puede inferir que se práctica de manera constante la comunicación en las agencias de turismo del distrito de Cusco ya que se refleja que un 95% de los dueños es comunicativo con todos sus compañeros de la organización ese indicador es un punto clave para poder manejar de mejor manera las diversas actividades así como también tomar buenas decisiones y soluciones adecuadas ante cualquier problemática que se presenta en su agencia de turismo, aparte de ello practicar la comunicación hará que los demás colaboradores tengan confianza ante sus inmediatos superiores y mejor desenvolvimiento.

Tabla 33

Eres eficiente en el trabajo que realizas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	1	1.7	1.7	1.7
	CASI SIEMPRE	18	30.0	30.0	31.7
	SIEMPRE	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla N° 33 a la pregunta que se hizo a los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo, se les interrogó; ¿eres eficiente en el trabajo que realizas? El 68.3% indico que siempre son eficientes, el 30% respondió que casi siempre son eficientes cuando realizan sus actividades laborales, finalmente el 1.7% indico que solo a veces son eficientes.

Se pudo inferir a la pregunta que se les hizo a los dueños que estos son eficientes, ya que; se consideró las respuestas positivas de siempre y casi siempre son eficientes llegando a sumar un porcentaje de 98.3%, este indicador es bueno ya que si una persona es eficiente hará que sus resultados sean adecuados y estarán enfocados a que la empresa o agencia de turismo pueda estar encaminado al desarrollo y crecimiento en el sector de la industria de turismo.

Tabla 34*Obtienes resultados eficientes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	1.7	1.7	1.7
	A VECES	2	3.3	3.3	5.0
	CASI SIEMPRE	16	26.7	26.7	31.7
	SIEMPRE	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Nota: Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

En la tabla N°34 se pudo ver que el 68.3% de los dueños que fueron encuestados respondieron que siempre obtienen resultados eficientes, el 26.7% indico que casi siempre obtienen resultados eficientes, mientras que un 3.3% indico que solo a veces, finalmente 1.7% indico que casi nunca tienen resultados eficientes.

Los resultados nos muestran los siguientes, más de 94% de los encuestados indicaron que practican constantemente la comunicación dentro de su agencia de turismo, la comunicación es importante por permite que todos los colaboradores o el equipo de trabajo tengan bien claro con la información que manejan, el 96% de los dueños indican que son eficientes al momento de realizar sus actividades siempre y casi siempre obtienen buenos resultados, este resultado es un buen indicativo que en su mayoría los dueños poseen un buen perfil emprendedor.

4.10.- Resultados inferenciales

Para determinar la relación que existe entre gestión empresarial y emprendimiento el cual se aplicó la prueba de Tau b de Kendall.

En esta investigación se consideró para la contrastación la hipótesis general

Criterio:

El nivel de significancia: $\alpha = 0.05 = 5\%$ con un margen máximo de error.

Regla de decisión:

Si el p-valor (sig.) > 0.05 , se acepta la hipótesis nula. (H_0)

Si el p-valor (sig.) < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. (H_1)

Hipótesis General:

La gestión empresarial influye de manera positiva al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021, haciendo que algunas agencias puedan ser perdurables en el tiempo y estas tengan rentabilidad.

Tabla 35

Prueba de Hipótesis V1 Gestión Empresarial V2 Emprendimiento

	Gestión Empresarial (Agrupada)	Emprendimiento (Agrupada)
Tau_b de Kendall	Coeficiente de correlación	.297**
	Sig. (bilateral)	.001
	N	60

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

Según muestra la tabla $P = .001$ menor a $.05$ por lo que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna o hipótesis general de la investigación, se evidencia que hay una correlación o influencia entre la gestión empresarial y el emprendimiento de las agencias de turismo del distrito del Cusco, se tiene una muestra de coeficiente Tau b de Kendall = .297** por lo que tiene una correlación significativa.

V. DISCUSIÓN

Conforme a la prueba de hipótesis de la investigación y según los resultados se llegó a realizar las siguientes discusiones de las hipótesis, según la prueba Tau b de Kendall que se hizo para la hipótesis general donde arrojó un coeficiente de correlación de .297 lo que se interpretó que la gestión empresarial tienen una correlación significativa directa con el emprendimiento por lo que se puede inferir que la gestión empresarial es buena conforme se lleva el proceso administrativo, la gestión tienen planes estratégicos y operativos el cual a tener estos conlleva a lograr sus objetivos y metas.

Respecto a los resultados ya mencionados no se acerca a los niveles superiores de la prueba de hipótesis lo obtenido solo refleja la verdadera realidad a la cual actualmente las agencias de turismo están pasando, el resultado de .297 resulta solo un nivel significativo esto explica y responde a que la gestión empresarial tiene una significativa relación con el emprendimiento pues podemos explicar que a consecuencia del contexto de la pandemia covid-19 la gestión empresarial y el emprendimiento en el año 2020 y hasta el bimestre de este año 2021 estas actividades estuvieron estáticos porque la pandemia hizo que las agencias de turismo en su gran mayoría estas cierren por lo que la actividad de gestión y emprendimiento en la industria del turismo estuvo reducida.

Por tanto; se pudo inferir que la actividad turística estuvo casi nula en determinados meses del año 2020, conforme al liderazgo y el trabajo en equipo en las agencias de turismo, se explica que tiene una relación directa con el emprendimiento en las características del perfil emprendedor porque estas son parte de las cualidades, mientras que los emprendedores de las agencias de turismo trabajen en equipo, asuman el papel de liderazgo adecuadamente y tengan bien definidos sus estrategias y se encuentren bien organizados estructuralmente la gestión empresarial de sus negocios será buena.

Con lo que respecta a la gestión es la acción integral enfocada en un proceso de trabajo y organización en el que se coordinan diferentes perspectivas y esfuerzos, gestionar implica una articulación de procesos y resultados por lo que deben estar integrados todos los colaboradores y trabajar en equipo para lograr los objetivos, Stoner sostiene que la gestión empresarial se enfoca desde

el proceso administrativo de la siguiente manera: Planificación posee indicadores (misión, planes operacionales y estratégicos) organización (jerarquía, ascensos, despidos y retos) dirección (liderazgo, motivación, trabajo en equipo y comunicación) control (desempeño, operaciones, sistemas de información) este planteamiento también con el emprendimiento MCClelland sostiene que el emprendedor nato está impulsado por el logro es la persona que organiza la unidad de negocio, incrementa su capacidad por lo que los emprendedores se sumergen a que puedan obtener satisfacción de logro realizan grandes transformaciones, es así que a pesar de la pandemia covid 19 los dueños de las agencias tuvieron que sacar adelante sus agencias de turismo a pesar de contexto situacional llevando de mejor manera su gestión porque tienen un buen perfil emprendedor.

Stoner (1996) sostiene que la gestión plantea funciones y acciones de la administración en las organizaciones aplicar el proceso administrativo que forma parte de la gestión empresarial que es sostenida por la teoría de las organizaciones podemos disgregar el proceso estos al estar relacionado de forma directa con los emprendedores y/o dueños de las agencias de turismo estos emprendedores son los que ponen en práctica el proceso administrativo ya que los dueños son los que llevan a cabo la gestión que conlleva un conjunto de actividades y estrategias que influyen de manera positiva al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en un contexto de la pandemia Covid-19, 2021.

Con lo respecta a la obtención de información de los emprendedores supieron llevar de mejor manera la gestión empresarial en el contexto de la pandemia haciendo que resalten dentro del proceso administrativo la planificación al tener un plan estratégico y operativo actualizado, estos emprendedores también siempre están organizados estructuralmente, sin embargo, a pesar de que los dueños de las agencias no los dejaron participar a los colaboradores en la toma de decisiones importantes en el contexto de la pandemia, estos llevaron de mejor manera su gestión empresarial porque se identificó como resultados que poseen un buen perfil emprendedor.

El perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo es bueno, porque poseen características particulares que les diferencia de los demás, según Alcaraz (2011) menciona a McClelland sostiene que los emprendedores son individuos que hacen grandes contribuciones para el provecho de la sociedad, son generadores de innovación y cambio, los investigadores han tratado de analizar sus personalidades y actitudes de los emprendedores la primera teoría y quizás la más importante fue presentada, según la investigación responde al planteamiento del autor conforme al perfil emprendedor de los dueños de las agencias, estos tienen iniciativas para realizar cambios, son creativos para con sus actividades que realizan, muchos de ellos son flexibles, trabajan con ahínco y energía pero sobre todo manifiestan que son eficientes.

Sánchez Almagro (2003) sostiene que muchos autores y estudiosos coinciden que las características del emprendedor poseen cualidades que los distinguen de las demás personas, este autor clasifica las características de los emprendedores de la siguiente manera: 1.- características personales (capacidad de decisión, aceptación a riesgos moderados, orientación, tolerancia, estabilidad, honestidad, integridad, confianza, perseverancia, responsabilidad y optimismo) 2.- características físicas (energía, trabajo con ahínco) 3.- características intelectuales (versatilidad, creatividad, búsqueda de la verdad, planificación, capacidad de análisis, visión, capacidad de solución) 4.- características generales (liderazgo, orientación al cliente, capacidad para conseguir recursos, eficiencia, eficacia, calidad de gestión, red de contacto, comunicación) según la clasificación de Sánchez con los resultados obtenidos de la investigación se tiene que el perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo es buenos por lo que las características y/o cualidad que más sobre salen son la creatividad, iniciativa, el trabajo con ahínco, son eficientes y son flexibles ante los cambios que sucedan.

VI. CONCLUSIONES

Se valida los siguientes argumentos:

1.- La gestión empresarial influye directamente al emprendimiento de las agencias de turismo, según los resultados de la investigación se identificó que los emprendedores y/o dueños de las agencias de turismo si realizan una buena gestión dentro de sus agencias esto refleja que más del 70% de estos emprendedores mencionaron que si tienen una estructura organizacional organizada y horizontal, poseen planes estratégicos y operativos actualizados, así como también asumen con liderazgo en sus actividades que se cumplen dentro de su negocio o agencia, sin embargo también se pudo observar que los emprendedores más de un 60% son ellos los que toman las decisiones importantes dentro de su agencia siendo estos no dejar participar a sus colaboradores en las decisiones importantes.

2.- El proceso administrativo en la gestión empresarial de las agencias de turismo es adecuada, positiva y buena haciendo que los dueños de las agencias de turismo si apliquen este proceso administrativo en la planeación los dueños indicaron que, si tienen planes estratégicos y operativos actualizados, con referente a la organizacional más de 70% ellos mencionaron que si tienen una estructura organizacional bien definida, en la dimensión de dirección más de 70% de los dueños mencionaron que azumen el papel de liderazgo en las diferentes actividades que se presenta e n su agencia de turismo y el 80% indican que el trabajo en equipo es importante, en el proceso administrativo de control más del 50% de las agencias de turismo si aplican sistemas de información gerencial actualizada pero no tienen un buen control efectivo de ingresos.

3.- El perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo es bueno porque poseen características muy particulares que les diferencian de los demás, poseen un buen perfil emprendedor, según el estudio realizado el mas del 80% de los emprendedores mencionaron que tienen iniciativa para realizar actividades dentro de sus agencias de turismo, así como también son optimistas para lograr sus objetivos, el 90% tienen energía mucha para trabajar; por otro lado con lo ,que respecta a las características intelectuales los emprendedores

y/o dueños mencionaron que tienen una alta capacidad creativa para con sus actividades que realizan así lo mencionaron más del 90% y un 85% de estos emprendedores son flexibles ante los diferentes cambios que puede suceder en el contexto situacional, en 90% de los encuestados mencionan también que son eficientes y manejan una característica general importante que es la comunicación.

VII. RECOMENDACIONES

1.- Al influir directamente la gestión empresarial al emprendimiento de las agencias de turismo del distrito Cusco es importante promover, capacitar y fortalecer la manera como llevan la gestión empresarial dentro de sus organizaciones por lo que; es necesario plantear soluciones y estrategias que conlleve al mejoramiento y crecimientos de estas unidades económicas que son el centro de desarrollo y crecimiento económico de la Región del Cusco en sector de la industria del turismo, para ello se propone la creación del Centro de Desarrollo y Capacitación del emprendimiento de las agencias de turismo para que este sea un espacio de fortalecimiento, desarrollo y capacitación de las mismas.

2.- El proceso administrativo en la gestión de las organizaciones y/o empresas de las agencias de turismo son adecuadas por lo que se recomienda que según el orden jerárquico se hace importante que los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo del distrito del Cusco apliquen el tiempo, presupuesto y sobre todo la voluntad de querer mejorar su organización, ya que los dueños deben ser los principales actores de cambio para el mejoramiento de sus agencias de turismo.

3.- El perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo de la provincia de Cusco es bueno porque poseen características que los diferencian de los demás, sin embargo, a pesar de tener ciertas características especiales que sobre salen de los demás también hay ciertas características que no son muy resaltantes por ellos mismos o que no lo expresan en sus comportamientos, estas características son iniciativa, optimismo y flexibilidad el cual estas son las que fueron mencionadas en un porcentaje no mayor al 10% que nunca y casi nunca expresan en sus comportamientos estas características por lo que se hace necesario fortalecerlas mediante talleres de motivación y desarrollo de capacidades.

REFERENCIAS

- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de Exito*. Ciudad de Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Alcaraz, R. (2011). *EL emprendedor del exito*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Alcaraz, R. (2011). *Emprendedor del exito*. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Alcaraz, R. R. (2011). *El emprendedor del exito*. Mexico: Mc GRAW-HILL.
- Alvarez, S. (2015). *Elementos de política de gestion en Henry Mintzberg*. Pamplona.
- Arzubiaga, I. y. (2012). Orientacion emprendedora en las empresas familiares. *Revista de empresa familiar- Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales de la Universidad del Pais Vasco UP/EHU (Bilbao)*, 61;62.
- Augusto Alean Pico, J. d. (2017). El emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo Humano Y social. *Saber y Ciencia y Libertad*, 9.
- Augusto Alean Pico, J. d. (2017). El emprendimiento como Estrategia para el Desarrollo Humano Y social. *Saber y Ciencia y Libertad*, 9.
- Augusto Alean Pico, J. D. (2017). Emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social . *Saber, Ciencia y Libertad*, 109.
- Barbelivien, D. (2018). Une contribution à l'étude de la structuration du contrôle de gestion en PME : le cas de trois entreprises familiales et industrielles de taille intermédiaire (ETI). *Revue internationale P.M.E.*, 159, 160.
- Borja, A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores Dterminantes para su Sostenibilidad. *Espacios*, 5.
- Borja, A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores Dterminantes para su Sostenibilidad. *Espacios*, 5.
- Borja, R. M. (2017). *repositorio uladech*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/>
- Bravo, D. (2019). *Gestion empresarial y la competitividad de las empresas comerciales en la asociacion de propietarios ACOMERCED, Huacho, 2019*. Huacho: Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion.
- Chuñir, M. G. (2019). El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revision de la literatura. *El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revision de la literatura*, 9.

- Davila MORan, R. C. (s.f.).
- Davila Moran, R. C. (2020). Emprendimiento Global: Una Vision en tiempos de Covid- 19. *Revista Venezolana de Gerencia*, 5.
- Davila Moran, R. C. (2020). Emprendimiento Global: Una vision en tiempos de Covid-19. *Revista Venezolana de Gerencia*, 5.
- Davila MORan, R. C. (2020). Revista Venezolana de Gerencia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2; 3.
- Filadelfia Magdalena Campos Rodriguez, A. R. (2015).
- Franco Alca, R. A. (2019). *La incidencia del emprendimiento social de la empresa Llama Pack*. Cusco: Unsaac.
- Garcia, J. S. (2017). Entrepreneurial Education: State Of the Art. *Dialnet*, 5.
- Guerra, J. A. (2019). modelo conceptual del desarrollo empresarial para la mypes de la región Lambayeque: Caso: Centro de desarrollo empresarial. *Revista Usap*.
- Gutama, M. (2019). El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revision de la literatura. *El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revision de la literatura*, 9.
- Gutama, M. (23 de Junio de 2019). *Repositorio Institucional Universidad de Cuenca*. Obtenido de Repositorio Institucional Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/>
- Hayes, A. (12 de Noviembre de 2021). *Investopedia.com*. Obtenido de Investopedia.com: <https://www.investopedia.com/terms/e/entrepreneur.asp>
- Huergo, J. (1992). *Gestion*. Obtenido de Gestion: <http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/univpedagogica/especializaciones/seminario/materialesparadescargar/seminario4/huergo3.pdf>
- Jimenez, S. (2019). *Diseño de un modelo de emprendimiento para la Universidad Veracruzana a partir del estudio de las teorías del emprendimiento y la realizacion de un diagnostico que mide el perfil del emprendedor*. Veracruz: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
- Juárez, A. (2021). La gestión empresarial en las micro, pequeñas, medianas. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 96.

- Juárez, A. (2021). La gestión empresarial en las micro, pequeñas, medianas empresas. *FAREM-Estelí*, 110.
- Kumar, S. (2019). Management of Environmental Quality: An International Journal. *Emeraldinsight*, 30.
- López, T. (2020). *Diseño de un Modelo de Gestion. Base Científica y Practica para su Elaboracion*. Quito: Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE/UFA.
- Madariaga, J. (2014). *Emprendimiento e Innovacion*. Mexico: © D.R. 2014 por Cengage Learning Editores,.
- Majurin. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores Dterminantes para su Sostenibilidad. *Espacios*, 5.
- Marta, F. M. (2004). *El concepto del emprendimiento t su relacion con la educacion, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: NTA. Rivadavia 1439 -Tres Arroyo.
- Méndez, A. (2015). *Gestión Empresarial y su efecto en el desarrollo de las Pymes de Cantón San Jacinto de y Yaguachi, 2013-2014*. Milagro, Ecuador: Milagro.
- Mending, J. (2018). How do Machine Learning, Robotic Process Automation, and Blockchains Affect the Human Factor in Business Process Management? *Communications of the Association for Information Systems*, 298.
- Mendoza, R. B., Baca, E., & Valle-Riesta, E. (2020). Covid-19 y Turismo en Cusco. *Nota de Informacion y Analisis*, 12.
- Mundaca, J. (2018). *Modelo conceptual del desarrollo empresarial para las Mypes de la region Lambayeque: Caso Centro de Desarrollo Empresarial*. Chiclayo: Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo.
- NTX PRO. (22 de marzo de 2019). *ntxpro.net*. Obtenido de ntxpro.net: <https://www.ntxpro.net/category/erp/>
- Orellana, P. (16 de Agosto de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-empresarial.html>
- Osterwalder, A. (2018). *Modelo de Canvas*. Mexico.
- Palma, H. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo para las organizaciones. *Gestion de Calidad*, 182.

- Picado, A. (2021). Arlen Meryfel Picado Juárez. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 105.
- Proaño, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formacion. *Alternativas UCSG*, 2.
- Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2014). *Metodología de la Investigacion*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Rosales, B. d. (2019). *Emprendimiento y desarrollo humano: un analisis internacional desde el enfoque de las capacidades humanas* . Granada: Universidad de Granada.
- Sampieri, H. (2007). *Metodología de la investigacion*. España: McGRAW-HILL.
- Sampieri, H. (2018). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana, Editores, S.A. de C. V.
- Sampieri, R. H. (2007). *fundamentos de metodologia de la investigación*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigacion*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana, Editores, S.A. de C. V.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana, Editores, S.A. de C. V.
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana, Editores, S.A. de C. V.
- Stoner, J. (1996). *Administracion*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Stoner, J. A. (1996). *Administracion*. Mexico: Prentice All Hispanoamericana, S.A.
- Sutter, C. (2017). Entrepreneurship as a solution to Extreme poverty: A review and Future reseach directions. *Journal of Business Venturing*, 3.
- Universitaria, A. C. (2019). *Escuela de la Teoria Clasica de la Administracion*. Bogota: Asturias Cooperacion Universitaria. Obtenido de [www.centro-virtual.com: https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/procesos_th_administrativas/unidad1_pdf5.pdf](https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/procesos_th_administrativas/unidad1_pdf5.pdf)
- Valencia, F. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administracion*, 2.

- Villacres, R. (2017). *Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Yepez, E. (2020). Teorías de emprendimiento. *ESPACIOS*, 6.
- Yepez, E. T. (2020). Teorías del Emprendimiento. *Espacios*, 6.

ANEXOS

ANEXOS N° 01

Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
X ₁ GESTION EMPRESARIAL	La gestión empresarial se define como la habilidad que poseen los líderes de organizar, controlar, dirigir un grupo de personas y así poder lograr sus objetivos propuesto por medio de estrategias	La gestión empresarial se enfoca desde el proceso administrativo de la siguiente manera: Planificación posee indicadores (misión, planes operacionales y estratégicos) organización (jerarquía, ascensos, despidos y retos) dirección (liderazgo, motivación, trabajo en equipo y comunicación) control (desempeño, operaciones, sistemas de información). (Stoner, 1996)	PLANIFICACION	Planes estratégicos Planes operativos	Tu empresa cuenta con un plan estratégico actualizado. Todos los colaboradores participan para definir los planes estratégicos. Tu empresa cuenta con planes operativos Todos los colaboradores participan para definir los planes operativos. 1-4	ORDINAL 1-2-3-4-5
			ORGANIZACION	Estructura Decisiones	Cuentan con una estructura organizacional definida. Utilizan una estructura organizacional horizontal. Los colaboradores participan en la toma de decisiones importantes. Con las decisiones que tomas logras tus objetivos 5-8	
X ₁ GESTION EMPRESARIAL			DIRECCION	Liderazgo Trabajo en equipo	Asumen el papel de liderazgo en la organización. Asumen la dirección con liderazgo. Se maneja como una función habitual el trabajo en equipo. Los colaboradores se sienten bien al trabajar en equipo. 9-12	NUNCA = 1 CASI NUNCA=2 AVECES=3 CASI SIEMPRE=4 SIEMPRE=5
			CONTROL	Sistemas de información. Control efectivo.	Para el control de operaciones se aplica los sistemas de información gerencial. Aplican sistemas de información gerencial actualizada. Tienen un control efectivo de las políticas de crédito. Tienen un control d efectivo en monitorear la asignación del efectivo. 13-16	
EMPRENDIMIENTO	Schumpeter (1942) Son las innovaciones y el hallazgo de nuevas combinaciones dentro de las organizaciones, la creación de nuevos productos o	El enfoque socio psicológico del emprendimiento define el perfil emprendedor, el cual caracteriza su figura que enmarca las capacidades	PERSONALES	Iniciativa Optimismo	Iniciativa ante diferentes situaciones que se presentan en tu agencia de turismo. Iniciativa para realizar cambios dentro de tu agencia de turismo. 1.2 Afrontas los problemas con optimismo. Optimista para el logro de los objetivos. 3-4	

<p>nuevas variantes a productos existentes, el desarrollo de nuevos métodos de producción o comercialización, el ingreso o apertura de nuevos mercados, la obtención de nuevas fuentes y materias primas y la modificación de las estructuras de mercados.</p>	<p>que tienen los individuos permite potenciar sus capacidades. (Alcaraz R. , 2011)</p>	FISICAS	<p>Trabajo con Ahínco</p>	<p>Realizan sus actividades con ahínco.</p> <p>El trabajo con ahínco es importante para lograr objetivos.</p> <p>5-6</p> <p>Los colaboradores tienen suficiente energía para trabajar.</p> <p>7</p>
			<p>Energía</p>	
		INTELECTUALES	<p>Creatividad</p>	<p>Aplican su creatividad en las actividades.</p> <p>Es creativo al momento de realizar un trabajo o actividad dentro de tu agencia de turismo.</p> <p>8-9</p> <p>Eres flexible ante diferentes situaciones complejas que se presentan en tu negocio.</p> <p>Eres flexible ante los cambios políticos, económicos y sociales.</p> <p>10-11</p>
			<p>Flexibilidad</p>	
GENERALES	<p>Comunicación</p>	<p>Practicas constantemente la comunicación en tu negocio de agencia de turismo</p> <p>Comunicativo con todos sus compañeros de su agencia de turismo.</p> <p>12-13</p>		
	<p>Eficiencia</p>	<p>Eres eficiente en el trabajo que realizas.</p> <p>Obtienes resultados eficientes.</p> <p>14-15</p>		

Nota: Elaboración propia en base a autores.

ANEXO N° 02

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera la gestión empresarial influye al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo el proceso administrativo influye al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en un contexto de la pandemia Covid-19, 2021?</p> <p>¿Cómo es el perfil emprendedor de los colaboradores de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco, 2021?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Explicar De qué manera la gestión empresarial influye al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021,</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Analizar Cómo el proceso administrativo influye al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en un contexto de la pandemia Covid-19, 2021.</p> <p>Describir Cómo es el perfil emprendedor de los colaboradores de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco, 2021.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>La gestión empresarial tiene una relación de manera positiva al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021, haciendo que algunas agencias puedan ser perdurables en el tiempo y estas tengan rentabilidad.</p> <p>Hipótesis específicos</p> <p>Al aplicar el proceso administrativo se relaciona de manera positivo al emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en un contexto de la pandemia Covid-19, 2021.</p> <p>El perfil emprendedor de los dueños de las agencias de turismo es bueno, porque poseen características particulares que les diferencia de los demás.</p>	<p>Variable x₁:</p> <p>Gestión empresarial</p> <p>Variable x₂:</p> <p>Perfil Emprendedor</p>	<p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • planes estratégicos • estructura • decisiones • liderazgo • sistemas de información <ul style="list-style-type: none"> ▪ iniciativa ▪ eficiencia ▪ optimismo ▪ trabajo con ahínco ▪ creatividad ▪ comunicación 	<p>Tipo de estudio</p> <p>el tipo de estudio a realizar es descriptivo-correlacional.</p> <p>Diseño de estudio</p> <p>El tipo de diseño a realizar es no experimental, porque no manipularemos las variables.</p> <p>población y muestra</p> <p>se utilizara el muestro probabilístico.</p> <p>muestra: 125 agencias de turismo</p> <p>técnicas e instrumentos</p> <p>técnica: - encuesta instrumento: cuestionario.</p> <p>tratamiento estadístico:</p> <p>uso del programa estadístico spss.</p>

ANEXO 03

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS
INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE JUICIO
DE EXPERTOS**

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor:

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de escuela de posgrado programa académico de maestría en administración de negocios (MBA), en la sede Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para optar el título de Magister en administración de negocios - MBA.

El título del proyecto de investigación es: Gestión Empresarial y Emprendimiento de las Agencias de Turismo del Distrito del Cusco en el Contexto de la Pandemia Covid-19, 2021.

Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de psicología, educación y/o investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Protocolo de evaluación del instrumento

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Dima Madisa Quecho Cruz

D.N.I: 46348994

Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable gestión empresarial

La gestión empresarial se define como la habilidad que poseen los líderes de organizar, controlar, dirigir controlar un grupo un equipo de personas y así poder lograr sus objetivos propuesto por medio de estrategias.

II. Variable emprendimiento :

Joseph Schumpeter (1942) Son las innovaciones y el hallazgo de nuevas combinaciones dentro de las organizaciones, la creación de nuevos productos o nuevas variantes a productos existentes, el desarrollo de nuevos métodos de producción o comercialización, el ingreso o apertura de nuevos mercados, la obtención de nuevas fuentes y materias primas y la modificación de las estructuras de mercados

III. Dimensiones de gestión empresarial.

La gestión empresarial se enfoca desde el proceso administrativo de la siguiente manera: Planificación posee indicadores (planes operacionales y estratégicos) organización (estructura y decisiones) dirección (liderazgo, trabajo en equipo) control (, sistemas de información, control efectivo). (Stoner, 1996)

IV. Dimensiones de emprendimiento

Sánchez Almagro define las características del emprendedor desde un enfoque comportamental, define al emprendedor con sus dimensiones de características personales, físicas, intelectuales y generales, posee una serie de características que lo distinguen del resto de personas, este autor conceptualiza el perfil emprendedor con indicadores de perseverancia, autocontrol, autoconfianza, eficiencia, optimismo, iniciativa, planificación e imaginación. (Alcaraz R. , 2011)**Matriz de operacionalización**

Variables: Gestión Empresarial y Emprendimiento

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
X ₁ GESTION EMPRESARIAL	La gestión empresarial se define como la habilidad que poseen los líderes de organizar, controlar, dirigir controlar un grupo un equipo de personas y así poder lograr sus objetivos propuesto por medio de estrategias	La gestión empresarial se enfoca desde el proceso administrativo de la siguiente manera: Planificación posee indicadores (planes operacionales y estratégicos) organización (estructura y decisiones) dirección (liderazgo, trabajo en equipo) control (, sistemas de información, control efectivo). (Stoner, 1996)	PLANIFICACION	Planes estratégicos Planes operativos	Tu empresa cuenta con un plan estratégico actualizado. Todos los colaboradores participan para definir los planes estratégicos. Tu empresa cuenta con planes operativos Todos los colaboradores participan para definir los planes operativos. 1-4	ORDINAL 1-2-3-4-5
			ORGANIZACION	Estructura Decisiones	Cuentan con una estructura organizacional definida. Utilizan una estructura organizacional horizontal. Los colaboradores participan en la toma decisiones importantes. Se toma decisiones para planes estratégicos. 5-8	
			DIRECCION	Liderazgo Trabajo en equipo	Assumen el papel de liderazgo en la organización. Assumen la dirección con liderazgo. Se maneja como una función habitual el trabajo en equipo. Los colaboradores se sienten bien al trabajar en equipo. 9-12	NUNCA = 1 CASI NUNCA=2 AVECES= 3 CASI SIEMPRE=4 SIEMPRE=5
			CONTROL	Sistemas de información. Control efectivo.	Para el control de operaciones se aplica los sistemas de información gerencial. Aplican sistemas de información gerencial actualizada. Tienen un control efectivo de las políticas de crédito. Tienen un control d efectivo en monitorear la asignación del efectivo. 13-16	
Y EMPRENDIMIENTO	Joseph Schumpeter (1942) Son las innovaciones y el hallazgo de nuevas combinaciones dentro de las organizaciones, la creación de nuevos productos o nuevas variantes a productos existentes, el desarrollo de nuevos métodos de producción o comercialización, el ingreso o apertura de	Sánchez (2003) el enfoque socio psicológico del emprendimiento define el perfil emprendedor, el cual caracteriza su figura que enmarca las capacidades que tienen los individuos permite potenciar sus capacidades. (Alcaraz R. , 2011)	CARACTERISTICAS PERSONALES	Iniciativa Optimismo	Iniciativa ante diferentes situaciones que se presentan en tu agencia de turismo. Iniciativa para realizar cambios dentro de tu agencia de turismo. 1.2 Afrontas los problemas con optimismo. Optimista para el logro de los objetivos. 3-4	
			CARACTERISTICAS FISICAS	Trabajo con Ahínco Energía	Realizan sus actividades con ahínco. El trabajo con ahínco es importante para lograr objetivos. 5-6 Los colaboradores tienen suficiente energía para trabajar. 7	

	nuevos mercados, la obtención de nuevas fuentes y materias primas y la modificación de las estructuras de mercados.		<p>CARACTERÍSTICAS INTELECTUALES</p>	<p>Creatividad</p> <p>Flexibilidad</p>	<p>Aplican su creatividad en las actividades.</p> <p>Es creativo al momento de realizar un trabajo o actividad dentro de tu agencia de turismo.</p> <p>8-9</p> <p>Eres flexible ante diferentes situaciones complejas que se presentan en tu negocio.</p> <p>Eres flexible ante los cambios políticos, económicos y sociales.</p> <p>10-11</p>	
			<p>CARACTERÍSTICAS GENERALES</p>	<p>Comunicación</p> <p>Eficiencia</p>	<p>Practicas constantemente la comunicación en tu negocio de agencia de turismo</p> <p>Comunicativo con todos sus compañeros de su agencia de turismo.</p> <p>12-13</p> <p>Eres eficiente en el trabajo que realizas.</p> <p>Obtienes resultados eficientes.</p> <p>14-15</p>	

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide
Emprendimiento empresarial**

Inventario Emprendimiento empresarial

o	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugere ncias
		D	A	D	A	D	A	D	A		
	DIMENSIÓN 1: GESTION EMPRESARIAL	D	A	D	A	D	A	D	A		
1	Tu empresa cuenta con un plan estratégico actualizado.										
2	Todos los colaboradores participan para definir los planes estratégicos.										
3	Tu empresa cuenta con planes operativos										
4	Todos los colaboradores participan para definir los planes operativos.										
5	Cuentan con una estructura organizacional definida.										
6	Utilizan una estructura organizacional horizontal.										
7	Los colaboradores participan en la toma decisiones importantes.										
8	Se toma decisiones para planes estratégicos.										
9	Asumen el papel de liderazgo en la organización.										
10	Asumen la dirección con liderazgo.										
11	Se maneja como una función habitual el trabajo en equipo.										
12	Los colaboradores se sienten bien al trabajar en equipo.										
	DIMENSIÓN 2: EMPRENDIMIENTO										
1	Iniciativa ante diferentes situaciones que se presentan en tu agencia de turismo.										
2	Iniciativa para realizar cambios dentro de tu agencia de turismo.										
3	Afrontas los problemas con optimismo.										
4	Optimista para el logro de los objetivos.										
5	Realizan sus actividades con ahínco.										

6	El trabajo con ahínco es importante para lograr objetivos.																			
7	Los colaboradores tienen suficiente energía para trabajar.																			
8	Aplican su creatividad en las actividades.																			
9	Es creativo al momento de realizar un trabajo o actividad dentro de tu agencia de turismo.																			
10	Eres flexible ante diferentes situaciones complejas que se presentan en tu negocio.																			
11	Eres flexible ante los cambios políticos, económicos y sociales.																			
12	Practicas constantemente la comunicación en tu negocio de agencia de turismo																			
13	Comunicativo con todos sus compañeros de su agencia de turismo.																			
14	Eres eficiente en el trabajo que realizas.																			
15	Obtienes resultados eficientes.																			

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg:

.....

DNI:.....

Especialidad del

validador:.....

.....

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

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el

--

Firma del Experto Informante.
Especialidad

**ENCUESTA A LOS DUEÑOS Y/O EMPRENDEDORES DE LAS
AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO DE CUSCO -2021**

Buenos días (tardes).

La presente encuesta está dirigida a los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo del distrito de Cusco - 2021 con el objetivo de conocer de forma amplia el emprendimiento de los mencionados para crear un ambiente de desarrollo y fortalecimiento.

Datos generales:

Edad :

Género:

Semestre:

INSTRUCCIONES

Utilice la escala que se muestra en el cuadro para definir el grado de veracidad de cada una de las siguientes RESPUESTAS y marque con (X) el número escogido en el espacio situado luego de cada frase

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	A veces	casi nunca	Nunca

N°	FRASE	1	2	3	4	5
1	Tu empresa cuenta con un plan estratégico actualizado.					
2	Todos los colaboradores participan para definir los planes estratégicos.					
3	Tu empresa cuenta con planes operativos.					
4	Todos los colaboradores participan para definir los planes operativos.					
5	Cuentan con una estructura organizacional definida.					
6	Utilizan una estructura organizacional horizontal.					

7	Los colaboradores participan en la toma de decisiones importantes.					
8	Se toma decisiones para planes estratégicos.					
9	Asumen el papel de liderazgo en la organización.					
10	Asumen la dirección con liderazgo.					
11	Se maneja como una función habitual el trabajo en equipo.					
12	Los colaboradores se sienten bien al trabajar en equipo.					
1	Iniciativa ante diferentes situaciones que se presentan en tu agencia de turismo					
2	Iniciativa para realizar cambios dentro de tu agencia de turismo.					
3	Afrontas los problemas con optimismo.					
4	Optimista para el logro de los objetivos.					
5	Realizan sus actividades con ahínco.					
6	El trabajo con ahínco es importante para lograr objetivos.					
7	Los colaboradores tienen suficiente energía para trabajar.					
8	Aplican su creatividad en las actividades.					
9	Es creativo al momento de realizar un trabajo o actividad dentro de tu agencia de turismo.					
10	Eres flexible ante diferentes situaciones complejas que se presentan en tu negocio.					
11	Eres flexible ante los cambios políticos, económicos y sociales.					
12	Practicas constantemente la comunicación en tu negocio de agencia de turismo					
13	Comunicativo con todos sus compañeros de su agencia de turismo.					
14	Eres eficiente en el trabajo que realizas.					
15	Obtienes resultados eficientes.					

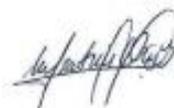
Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: **Mg. Mirtha Patricia Ortiz Guillén** DNI: 09967490.

Especialidad del validador: Finanzas y Gestión Empresarial.....

30 de Junio del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exato y directo

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



Firma del Experto Informante.
Especialidad

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Antonio Trujillo Ormaechea DNI: 2.3858424

Especialidad del validador:

21 de Junio del 2021

Gobierno Regional Cusco Trabajo Cusco
SECRETARÍA REGIONAL DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO
Antonio Trujillo Ormaechea
SUBGERENTE (E)
SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO Y FORMACIÓN PROFESIONAL

Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

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

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Miguel Angel Mendoza Abarca DNI: 23813741

Especialidad del validador:

21 de Junio del 2021

Gobierno Regional Cusco Trabajo Cusco
SECRETARÍA REGIONAL DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO
Miguel Angel Mendoza Abarca
SUBGERENTE (E)
SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO Y FORMACIÓN PROFESIONAL

Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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















2021/6/26 16:45









ANEXO 04

PRUEBA PILOTO A LOS DUEÑOS Y/O EMPRENDEDORES DE LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO DE CUSCO -2021

Buenos días (tardes).

La presente encuesta está dirigida a los dueños y/o emprendedores de las agencias de turismo del distrito de Cusco - 2021 con el objetivo de conocer de forma amplia el emprendimiento de los mencionados para crear un ambiente de desarrollo y fortalecimiento.

Datos generales:

Edad :

Género:

Semestre:

INSTRUCCIONES

Utilice la escala que se muestra en el cuadro para definir el grado de veracidad de cada una de las siguientes RESPUESTAS y marque con (X) el número escogido en el espacio situado luego de cada frase

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	A veces	casi nunca	Nunca

N°	FRASE					
		1	2	3	4	5
1	Tu empresa cuenta con un plan estratégico actualizado.					
2	Todos los colaboradores participan para definir los planes estratégicos.					
3	Tu empresa cuenta con planes operativos.					
4	Todos los colaboradores participan para definir los planes operativos.					
5	Cuentan con una estructura organizacional definida.					
6	Utilizan una estructura organizacional horizontal.					
7	Los colaboradores participan en la toma decisiones importantes.					
8	Se toma decisiones para planes estratégicos.					

9	Asumen el papel de liderazgo en la organización.					
10	Asumen la dirección con liderazgo.					
11	Se maneja como una función habitual el trabajo en equipo.					
12	Los colaboradores se sienten bien al trabajar en equipo.					
1	Iniciativa ante diferentes situaciones que se presentan en tu agencia de turismo					
2	Iniciativa para realizar cambios dentro de tu agencia de turismo.					
3	Afrontas los problemas con optimismo.					
4	Optimista para el logro de los objetivos.					
5	Realizan sus actividades con ahínco.					
6	El trabajo con ahínco es importante para lograr objetivos.					
7	Los colaboradores tienen suficiente energía para trabajar.					
8	Aplican su creatividad en las actividades.					
9	Es creativo al momento de realizar un trabajo o actividad dentro de tu agencia de turismo.					
10	Eres flexible ante diferentes situaciones complejas que se presentan en tu negocio.					
11	Eres flexible ante los cambios políticos, económicos y sociales.					
12	Practicas constantemente la comunicación en tu negocio de agencia de turismo					
13	Comunicativo con todos sus compañeros de su agencia de turismo.					
14	Eres eficiente en el trabajo que realizas.					
15	Obtienes resultados eficientes.					



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ZUÑIGA CASTILLO ARTURO JAIME, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO DE LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO DEL CUSCO EN EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA COVID-19, 2021.", cuyo autor es QUECHO CRUZ DIMA MADISA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 03 de Agosto del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ARTURO JAIME ZUÑIGA CASTILLO DNI: 09225053 ORCID: 0000-0003-1241-2785	Firmado electrónicamente por: AJZUNIGAC el 03- 08-2021 11:39:04

Código documento Trilce: TRI - 0165722