



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



**DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN
ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA
DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. DANIEL PAREDES ZAMBRANO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

JULIACA – PERÚ

2023



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

**DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN
ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA
DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. DANIEL PAREDES ZAMBRANO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE :

M. Sc. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA

PRIMER MIEMBRO :

Dr. RICHARD CONDORI CRUZ

SEGUNDO MIEMBRO :

M. Sc. JUAN CARLOS PINTO LARICO

ASESOR DE TESIS :

Mgtr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - P25

**"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"****RESOLUCIÓN N° 007-2023-D-FIS-UANCV-J**

Juliaca, 03 de enero del 2023

VISTOS; El expediente N° **CU 40767** (fecha y hora de sustentación) y el expediente N° **CU 40810** (Titulo), la RESOLUCIÓN N° 007-2023-D-FIS-UANCV que aprueba el Borrador de Tesis, y el DICTAMEN N° 2034-2022 DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN presentado por el (la) bachiller, **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL** quien solicita FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS, titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO** conducente a la obtención del Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO por la modalidad de Sustentación de Tesis,

CONSIDERANDO:

Que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud califico el brote del coronavirus (COVID-19) como una pandemia al haberse extendido en varios países del mundo de manera simultánea;

Que, a través del Decreto Supremo N° 44-2020-PCM, el poder Ejecutivo declaro estado de emergencia nacional ampliado temporalmente mediante los Decretos Supremos N° 051-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 075-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 156-2020-PCM; y precisado o modificado por los Decretos Supremos N° 045-2020-PCM, N° 046-2020-PCM, N° 051-2020-PCM, N° 053-2020-PCM, N° 057-2020-PCM, N° 058-2020-PCM, N° 061-2020-PCM, N° 063-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 068-2020-PCM, N° 072-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 129-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 139-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 151-2020-PCM, N° 156-2020-PCM, N° 162-2020-PCM, N° 165-2020-PCM, N° 170-2020-PCM, N° 174-2020-PCM, N° 184-2020-PCM y finalmente con el Decreto Supremo N° 201-2020-PCM se prorroga el estado de emergencia nacional por el plazo de treinta y un (31) días calendario a partir del viernes 01 de enero del 2021, por las graves circunstancias que afectan la vida de las personas a consecuencia de la COVID-19. Todo dentro del marco de la emergencia sanitaria declarada a nivel nacional con el Decreto Supremo N° 008-2020-SA, prorrogada por Decreto Supremo N° 020-2020-SA y N° 027-2020-SA, finalmente con el Decreto Supremo N° 031-2020-SA, a partir del 07 de diciembre de 2020 por un plazo de noventa (90) días de calendario;

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220 y sus modificatorias, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la

C.c.
Arch. 2023
JCHM/
Distribución: Jurados, Interesado

**"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**

Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca y de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, para la nominación de jurados mediante sorteo.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- NOMINAR Jurados para la Sustentación de Tesis del tema titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO** presentado por el (la) bachiller: **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO** habiéndose designado por sorteo a la siguiente terna de jurados:

- Presidente : M. SC. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
- 1er. Miembro : DR. RICHARD CONDORI CRUZ
- 2do. Miembro : M. SC. JUAN CARLOS PINTO LARICO
- Asesor de Tesis : MGTR. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ

SEGUNDO.- PROGRAMAR la Fecha y Hora de Sustentación de Tesis para el día **VIERNES, 06 DE ENERO DEL 2023**, a horas **08:00 a.m.** hora exacta.

TERCERO.- El acto académico de sustentación se llevará a cabo a través de la plataforma de video conferencia Cisco Webex Meetings.

CUARTO.- Realizada la Sustentación de Tesis, el Presidente de la terna de jurados levantará y firmará el Acta de Sustentación de Tesis, en el cual se consignará el resultado obtenido por el (la) Bachiller sustentante, del mismo modo firmaran los otros dos miembros de jurado, dando conformidad al acto.

QUINTO.- La Dirección de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial e Informática, el Jurado y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

C.c.
Arch. 2023
JCHM/

Distribución: Jurados, Interesado



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
DECANO
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO



RESOLUCIÓN N° 0815-A-2022-D-FIS-UANCV

Juliaca, 16 de noviembre del 2022

VISTOS; el Expediente N° CU-25688, presentado por el (la) Bachiller: **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL** quien solicita CAMBIO DEL PRIMER, SEGUNDO MIEMBRO DE JURADO Y ASESOR DEL BORRADOR DE TESIS titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**, aprobado con RESOLUCIÓN DECANAL N° 815-2022-D-FIS-UANCV, de fecha 16 de noviembre del 2022.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL**, ha presentado su Borrador de Tesis titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- | | | |
|-----------------|---|------------------------------------|
| • Presidente | : | M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda |
| • 1er. Miembro | : | Mgtr. Alcides Velásquez Ari |
| • 2do. Miembro | : | Mgtr. Jackeline Flores Apaza |
| Asesor de Tesis | : | M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico |

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto Modificado de la UANCV.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL CAMBIO DEL PRIMER, SEGUNDO MIEMBRO DE JURADO Y ASESOR DEL BORRADOR DE TESIS, presentado por el (la) Bachiller: **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL**, del tema titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**, conducente a optar el TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, considerándose a partir de la fecha los siguientes Jurados y Asesor de Tesis:

- | | | |
|-----------------|---|------------------------------------|
| • Presidente | : | M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda |
| • 1er. Miembro | : | Dr. Richard Condori Cruz |
| • 2do. Miembro | : | M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico |
| Asesor de Tesis | : | Mgtr. Oscar Gonzalo Apaza Perez |

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO

Cc.
Arch 2022
JCHM/

**RESOLUCIÓN DECANAL Nº 815-2022-D-FIS-UANCV**

Juliaca, 16 de noviembre del 2022

VISTOS; el Expediente Nº CU 25688, el Informe Nº 091-2022-JCHM-UANCV-J del Presidente de Jurado del Perfil de Tesis de fecha 20 de junio del 2022, y el Acta de Aprobación de Borrador de Tesis de fecha 30 de diciembre del 2022, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, presentado por el (la) Bachiller: **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL** con el tema titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL**, ha presentado su Borrador de Tesis titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- | | | |
|-----------------|---|------------------------------------|
| • Presidente | : | M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda |
| • 1er. Miembro | : | Mgtr. Alcides Velásquez Ari |
| • 2do. Miembro | : | Mgtr. Jackeline Flores Apaza |
| Asesor de Tesis | : | M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico |

Que, la terna de jurados ha aprobado en su integridad el Borrador de Tesis titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**.

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y Modificatoria Nº 24661 y el Estatuto Modificado de la UANCV.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL BORRADOR DE TESIS, presentado por el (la) Bachiller: **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL**, con el tema titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**, quedando apto para tramitar el Dictamen de Originalidad de Trabajo de Investigación y posteriormente solicitar la Fecha y Hora de Sustentación de Tesis previa presentación de los requisitos correspondientes según lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV, la misma que conducirá a la obtención del TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO (e)

**RESOLUCIÓN DECANAL N° 768-2022-D-FIS-UANCV**

Juliaca, 10 de noviembre del 2022

VISTOS; el Expediente N° CU 37344 de fecha 10 de noviembre del 2022, presentado por el (la) Bachiller **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL** quien ha solicitado CAMBIO DEL PRIMER Y SEGUNDO MIEMBROS DE JURADO DEL PERFIL DE TESIS, asignado con RESOLUCIÓN DECANAL N° 695-2021-D-FIS-UANCV de fecha 07 de diciembre del 2021.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL**, ha presentado su Perfil de Tesis titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, con RESOLUCIÓN DECANAL N° 695-2021-D-FIS-UANCV de fecha 07 de diciembre del 2021 se aprobó el Perfil de Tesis titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**, con la siguiente terna de jurados:

- | | | |
|-----------------|---|---------------------------------------|
| • Presidente | : | M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda |
| • 1er. Miembro | : | Mgtr. Raúl Simeón Ninasivincha Gárate |
| • 2do. Miembro | : | Mgtr. Edith Giovanna Cano Mamani |
| Asesor de Tesis | : | M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico |

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y modificatoria; y el Estatuto Modificado 2020 de la UANCV aprobado con Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el CAMBIO DEL PRIMER Y SEGUNDO MIEMBROS DE JURADO DEL PERFIL DE TESIS, de (l) (la) Bachiller: **PAREDES ZAMBRANO, DANIEL**, del tema de tesis titulado: **DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO**, quedando apto para el desarrollo y presentación del Borrador de Tesis, considerándose a partir de la fecha los siguientes Jurados y Asesor de Tesis:

- | | | |
|-----------------|---|------------------------------------|
| • Presidente | : | M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda |
| • 1er. Miembro | : | Mgtr. Alcides Velásquez Ari |
| • 2do. Miembro | : | Mgtr. Jackeline Flores Apaza |
| Asesor de Tesis | : | M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico |

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO (●)

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ****RESOLUCIÓN DECANAL N° 695-2021-D-FIS-UANCV**

Juliaca, 07 de diciembre del 2021

VISTOS; el Expediente N° 19337, el INFORME N° 210-2021-JCHM-FIS-UANCV del Presidente Jurado Dictaminador del Perfil de Tesis de fecha 03 de diciembre del 2021, y el Acta de Aprobación de Perfil de Tesis de fecha 03 de diciembre del 2021, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, con el tema titulado: **"DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO"**, presentado por el (la) Bachiller: **DANIEL PAREDES ZAMBRANO**.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **DANIEL PAREDES ZAMBRANO**, ha presentado su Perfil de Tesis titulado: **"DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO"**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- | | | |
|-----------------|---|---------------------------------------|
| • Presidente | : | M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda |
| • 1er. Miembro | : | Mgtr. Raúl Simeón Ninasivinchá Gárate |
| • 2do. Miembro | : | Mgtr. Edith Giovanna Cano Mamani |
| Asesor de Tesis | : | M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico |

Que, la terna de jurados ha aprobado en su integridad el Perfil de Tesis titulado: **"DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO"**.

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto Modificado de la UANCV.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL PERFIL DE TESIS, presentado por el (la) Bachiller: **DANIEL PAREDES ZAMBRANO**, con el tema titulado: **"DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO"**, quedando apto para el desarrollo y presentación del Borrador de Tesis según lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV.

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO (e)

C.c.
Arch 2021
JCHM/



DANIEL PAREDES ZAMBRANO

DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO

 TESIS DE PREGRADO

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::13016:553773403

Fecha de entrega

6 feb 2026, 11:36 GMT-5

Fecha de descarga

7 feb 2026, 23:18 GMT-5

Nombre del archivo

T036_77438691_T.docx

Tamaño del archivo

13.1 MB

78 páginas

9699 palabras

54.237 caracteres



TESIS UANCV

18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 15%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

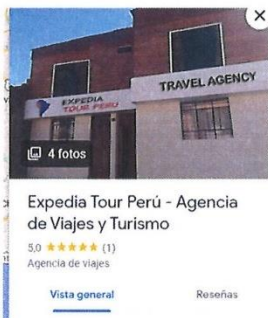
Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Metadatos complementarios



TÍTULO DE LA TESIS	
DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	DANIEL PAREDES ZAMBRANO
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	77438691
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0001-5304-9620
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	OSCAR GONZALO APAZA PEREZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	42431259
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-2464-5730
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29606930
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	RICHARD CONDORI CRUZ
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02442917
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	JUAN CARLOS PINTO LARICO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02442123

Datos de investigación	
Línea de investigación	Dirección y organización de empresas – P25
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación investigación Geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno Empresa: EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO Coordenadas: Latitud: 15.843343° Longitud: 70.025180° URL Maps https://maps.app.goo.gl/pnPzDAGzqqSYy8Wx8 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Diciembre 2021 – Enero 2023
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	Ingeniería de sistemas y comunicaciones https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.02.04 Ingeniería de procesos https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.04.02



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
DIRECCIÓN
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DIRECTOR (e)
Unidad de Investigación FIS

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo DANIEL PAREDES ZAMBRANO, identificado con DNI
Nro. 77438691, en mi condición de egresado de:

- ☒ **Escuela Profesional**
☐ **Programa de Segunda Especialidad,**
☐ **Programa de Maestría o Doctorado**

INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

informo que he elaborado el/la ☒ Tesis o ☐ Trabajo de Investigación, ☐ Trabajo Académico
denominada:

DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA
DE TURISMO EXPEDIA - PUNO

Asesorado por: Mgtr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ

Es un tema original.

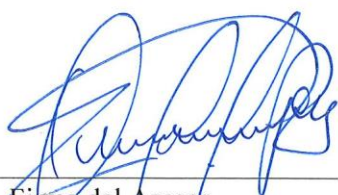
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 30 de DICIEMBRE del 2025


Firma del Asesor
(obligatoria)
Firma del Estudiante
(obligatoria)

Huella



ÍNDICE

ÍNDICE.....	i
ÍNDICE DE TABLAS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN.....	viii

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Planteamiento del Problema.....	9
1.1.1. Problema general:.....	11
1.1.2. Problemas Específicos:	11
1.2. Objetivos de la Investigación.....	11
1.2.1. Objetivo General:	11
1.2.2. Objetivos Específicos:.....	11
1.3. Justificación del Estudio	11
1.3.1. Justificaciones Teóricas:.....	11
1.3.2. Justificaciones Sociales:	12
1.3.3. Justificaciones Académicas:.....	13
1.4. Hipótesis.....	13
1.4.1. Hipótesis General	13
1.4.2. Hipótesis Específicas.....	13



1.5. Variables.....	14
1.5.1. Independientes.....	14
1.5.2. Dependientes	14
1.5.3. Operacionalización de Variables	14

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación	15
2.2. Marco teórico	17
2.2.1. Prototipo	17
2.2.2. Dirección estratégica	18
2.3. Marco conceptual	22

CAPÍTULO III

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación	25
3.2. Método de la investigación	25
3.3. Población y muestra	25
3.3.1. Población.....	25
3.3.2. Muestra.....	25
3.4. Técnicas, Notas e instrumentos de investigación para la recolección de datos	26
3.5. Validación de la contrastación de hipótesis.....	27
3.6. Validez y confiabilidad del instrumento.....	28
3.7. Plan de recolección y procesamiento de datos.....	28



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Situación real de la empresa.....	29
4.1.1. Análisis de la información.....	29
4.1.2. La dirección estratégica.....	35
4.1.3. Análisis estratégico	36
4.1.4. Diseño de estrategias	43
4.1.5. Perfil competitivo	48
4.1.6. Impacto del prototipo de dirección estratégica	49
DISCUSIONES	51
CONCLUSIONES.....	53
RECOMENDACIONES	55
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS.....	59
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	60
Anexo 2. Instrumento	61
Anexo 3. Validación del instrumentó	62
Anexo 4. Tratamiento de datos	64



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 operacionalización de variables	14
Tabla 2 análisis estratégico	20
Tabla 3 Sabe usted la visión y misión de la empresa.....	29
Tabla 4 consideraciones de los factores externos	30
Tabla 5 plan estratégico de la empresa	31
Tabla 6 adecuación a los problemas	32
Tabla 7 cambios de la empresa	33
Tabla 8 cambios desarrollados.....	34
Tabla 9 diseño FODA	43
Tabla 10 diseño FADA	44
Tabla 11 desarrollo de la matriz EFE	45
Tabla 12 desarrollo de matriz EFI	47
Tabla 13 matriz de perfil competitivo.....	48
Tabla 14 evaluación financiera	49



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sabe usted la visión y misión de la empresa	30
Figura 2 consideración de los factores externos.....	31
Figura 3 plan estratégico de la empresa.....	32
Figura 4 adecuación a los problemas.....	33
Figura 5 cambios de la empresa	34
Figura 6 diagrama de dirección estratégica	35
Figura 7 impacto producido en el PIB por COVID 19 en América latina.....	36
Figura 8 tabla de indicador demográfico proyecciones al 2050 (INEI)	36
Figura 9 hogares sin refrigeradores	38
Figura 10 manejo de cuentas bancarias	39
Figura 11 informalidad de trabajo	39
Figura 12 cantidad de miembros por familia (ONU)	40
Figura 13 organigrama institucional.....	41
Figura 14 diseño de diagrama de ISHIKAWA	45



RESUMEN

El presente estudio tiene como finalidad diseñar un modelo de gestión estratégica para la era del Covid 19 la empresa de turismo EXPEDIA S.A.C. el estudio fue descriptivo y no experimental, se tomaron muestras de seis trabajadores de la empresa. Fue descriptivo y no experimental, y se tomaron muestras de seis trabajadores de la empresa. Se utilizó como herramienta un cuestionario eficaz, verificado por expertos, Los datos obtenidos fueron procesados estadísticamente en gráficos y tablas donde son interpretados. El impacto de los F.E. fue citado por el 100% de los encuestados, y la interpretación es la siguiente. Los F.E. influyen y no se cuenta con un plan estratégico para enfrentarlos. Establecido. Hemos desarrollado un modelo de gestión estratégica. que consiste en: El modelo de gestión estratégica luego diseña la estrategia de marketing, la adapta al plan de seguimiento y control, y luego consiste en evaluar el impacto en la empresa. Como resultado se incrementaron S/.33,613 en el año. 33.613; adaptarse al estado actual del entorno y recuperar clientes potenciales con capacidad instalada y clientes perdidos. La evaluación económica económica resultó factible debido a que el VAN es de s/. 45.920,71 yenes, TIR 42 %, B/C 1,92 %. B/C fue 1,92.

Palabras clave: estrategia, turismo, economía, estrategias, covid-19



ABSTRACT

The purpose of this study is to design a strategic management model for the era of Covid 19 for the tourism company EXPEDIA S.A.C. the study was descriptive and not experimental, samples were taken from six company workers. It was descriptive and not experimental, and samples were taken from six company workers. An effective questionnaire, verified by experts, was used as a tool. The data obtained were statistically processed in graphs and tables where they are interpreted. The impact of external factors was cited by 100% of those surveyed, and the interpretation is as follows. External factors influence and there is no strategic plan to deal with them. Established. We have developed a strategic management model. which consists of: The strategic management model then designs the marketing strategy, adapts it to the monitoring and control plan, and then consists of evaluating the impact on the company. As a result, S/.33,613 increased in the year. 33,613; adapt to the current state of the environment and recover potential customers with installed capacity and lost customers. The economic economic evaluation was feasible because the NPV is s/. 45,920.71 yen, IRR 42%, B/C 1.92%. B/C was 1.92.

Keywords: strategy, tourism, economy, strategies, covid-19.



INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades de mayor crecimiento en los últimos años, gracias a la tecnología y la globalización el número de turistas internacionales en 2019 llegó a los 1.500 millones, un aumento de 54 millones respecto a 2018. El número de turistas internacionales que llegan es de 1.500 millones, 54 millones más que en 2018. Por tanto, se ha convertido en uno de las principales Notas de ingresos para muchos países como nosotros. Según la Organización Mundial del Turismo, se espera que crezca entre un 3% y un 4% para 2020. (OMT, 2020).

De manera similar, Europa continuó siendo el principal destino turístico del mundo el año pasado con 743 millones de visitantes internacionales (UNWTO, 2020). Turistas extranjeros (51% del mercado mundial) visitados. Las Américas representaron sólo el 2%. Entre ellos, México es un país como el siguiente. En Latinoamérica, Brasil es segundo, Argentina es tercero, Chile, Brasil y Argentina son cuartos, y Chile, Brasil y Argentina son quintos. Le seguirán Chile, República Dominicana y Perú. Las ventas aumentaron un 5,3% respecto al ejercicio anterior a más de 4 millones. (Turiweb, 2019).

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Planteamiento del Problema

La problemática en el sector de las empresas de turismo es diversa y puede variar según la región y las circunstancias actuales. Sin embargo, existen algunos desafíos comunes que enfrentan muchas empresas de turismo en todo el mundo:

- **Impacto de Eventos Globales:** Eventos como pandemias (como la COVID-19) y desastres naturales pueden tener un impacto devastador en el turismo al provocar restricciones de viaje, cancelaciones masivas y una disminución general en la demanda de servicios turísticos.
- **Estacionalidad:** Muchas empresas de turismo enfrentan fluctuaciones significativas en la demanda según la temporada. Esto puede dificultar la planificación financiera y la gestión de recursos humanos.
- **Competencia Intensa:** La industria del turismo suele ser altamente competitiva, con numerosas empresas compitiendo por la atención de los viajeros. Esto puede llevar a una presión constante para innovar y diferenciarse.
- **Dependencia de Factores Externos:** Las empresas de turismo a menudo dependen de factores externos, como la estabilidad política, las condiciones económicas y la seguridad, que pueden cambiar rápidamente y afectar la demanda.



- **Sostenibilidad Ambiental:** La conciencia creciente sobre el impacto ambiental del turismo ha llevado a una mayor presión para que las empresas adopten prácticas sostenibles y responsables.
- **Tecnología en Evolución:** El avance tecnológico ha cambiado la forma en que las personas reservan y acceden a los servicios turísticos. Las empresas deben adaptarse constantemente a las nuevas tecnologías para mantenerse relevantes.
- **Regulaciones y Normativas:** El cumplimiento de regulaciones locales e internacionales puede ser complicado y costoso para las empresas de turismo, especialmente en lo que respecta a la seguridad de los viajeros y la protección de sus derechos.
- **Dependencia de la Imagen y la Percepción:** La reputación y la imagen son críticas en la industria del turismo. Los incidentes negativos o las críticas pueden afectar gravemente la confianza de los clientes y la viabilidad a largo plazo.
- **Innovación Constante:** Los viajeros buscan experiencias únicas y auténticas. Las empresas deben innovar constantemente para ofrecer nuevos productos y servicios que satisfagan estas demandas cambiantes.
- **Accesibilidad y Conectividad:** En algunas áreas geográficas, la falta de infraestructura adecuada puede dificultar el acceso a destinos turísticos, lo que afecta la demanda y la expansión de las operaciones turísticas.

Podemos conceptualizar que las empresas de turismo enfrentan desafíos que van desde eventos globales inesperados hasta la necesidad de adaptarse constantemente a las expectativas cambiantes de los viajeros y a los avances tecnológicos. La capacidad de adaptación, la innovación y la gestión efectiva de riesgos son cruciales para el éxito en este sector.



1.1.1. Problema general:

- ¿cómo diseñar un prototipo de dirección estratégica para la empresa de turismo Expedia – puno en tiempos de pandemia de la covid 19?

1.1.2. Problemas Específicos:

- ¿Cómo podemos evaluar la realidad de la empresa de turismo Expedia?
- ¿Cómo serán las estrategias de la empresa de turismo Expedia?
- ¿Cómo serán las estrategias de la empresa de turismo Expedia en el entorno actual?
- ¿Cuál será el prototipo de dirección estratégica de la empresa de turismo Expedia?

1.2. Objetivos de la Investigación

1.2.1. Objetivo General:

- Diseñar un prototipo de dirección estratégica para la empresa de turismo Expedia – puno en tiempos de pandemia de la COVID 19

1.2.2. Objetivos Específicos:

- Evaluar la realidad de la empresa de turismo Expedia.
- Desarrollar las estrategias de la empresa de turismo Expedia.
- Evaluar las estrategias de la empresa de turismo Expedia en un entorno actual.
- Evaluar el impacto del prototipo de dirección estratégica de la empresa de turismo Expedia.

1.3. Justificación del Estudio

1.3.1. Justificaciones Teóricas:

- Contribución al Conocimiento de la Dirección Estratégica: El estudio de la dirección estratégica en una empresa de turismo puede aportar nuevos enfoques y modelos teóricos que se adapten a las particularidades de esta industria. Esto puede enriquecer

la literatura académica y ofrecer insights valiosos sobre cómo aplicar conceptos estratégicos en un contexto específico.

- **Aplicación de Teorías de Gestión:** La dirección estratégica se basa en diversas teorías de gestión, como la teoría de recursos y capacidades, el enfoque de ventaja competitiva y la teoría de la contingencia. Analizar su aplicación en el sector del turismo puede revelar cómo estas teorías se manifiestan en la práctica y cómo se pueden ajustar para lograr ventajas competitivas en este ámbito.
- **Integración de Disciplinas:** El estudio de la dirección estratégica en el turismo puede requerir la integración de disciplinas como la gestión, la economía, la psicología del consumidor y la sociología. Esto puede dar lugar a enfoques interdisciplinarios que enriquezcan la comprensión de la toma de decisiones estratégicas en esta industria.

1.3.2. Justificaciones Sociales:

- **Generación de Empleo y Desarrollo Local:** Las empresas de turismo suelen ser importantes generadoras de empleo en muchas comunidades. Un enfoque estratégico sólido puede asegurar la estabilidad y crecimiento de estas empresas, contribuyendo al desarrollo económico local y mejorando la calidad de vida de los residentes.
- **Promoción del Turismo Sostenible:** La dirección estratégica puede ayudar a las empresas de turismo a adoptar prácticas sostenibles y responsables, lo que a su vez contribuye a la conservación de destinos y al respeto por las culturas locales. Esto se alinea con las preocupaciones sociales actuales sobre la preservación del medio ambiente y la cultura.
- **Mejora de la Experiencia del Turista:** Una dirección estratégica eficaz puede llevar a la mejora de la calidad de los servicios turísticos y la personalización de las experiencias de los visitantes. Esto aumenta la satisfacción del turista y puede fomentar la lealtad a la marca y la repetición de visitas.

1.3.3. Justificaciones Académicas:

- **Llenar un Vacío en la Investigación:** A pesar de la importancia del turismo como industria, puede haber lagunas en la investigación académica específica sobre la dirección estratégica en este sector. Un estudio en este campo puede abordar estas lagunas y proporcionar información valiosa para futuros investigadores.
- **Formación de Profesionales Competentes:** Los futuros profesionales en gestión y turismo pueden beneficiarse enormemente del estudio de casos y análisis estratégicos en empresas de turismo. Estos conocimientos les ayudarán a tomar decisiones informadas y estratégicas en sus futuras carreras.
- **Aplicación de Métodos de Investigación:** Un estudio de dirección estratégica en una empresa de turismo puede implicar la aplicación de diversos métodos de investigación, como análisis de casos, encuestas y análisis de datos cuantitativos y cualitativos. Esto puede contribuir a la diversificación y mejora de las habilidades metodológicas de los investigadores.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

- El Diseño de un prototipo de dirección estratégica ayudara a la empresa de turismo Expedia – puno en tiempos de pandemia de la COVID 19

1.4.2. Hipótesis Especificas

- La evaluación de la realidad ayudara a la empresa de turismo Expedia.
- El desarrollo de estrategias ayudara a la empresa de turismo Expedia.
- La evaluación de las estrategias de la empresa de turismo Expedia ayudara en el entorno actual.
- La evaluación del impacto del prototipo ayudara en la dirección estratégica de la empresa de turismo Expedia.

1.5. Variables

1.5.1. Independientes

- PROTOTIPO

1.5.2. Dependientes

- DIRECCION ESTRATÉGICA

1.5.3. Operacionalización de Variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Prototipo	Análisis	Evaluación interna	Misión y visión
	Estrategias	Evaluación externa	Factores externos
	Formular	Estrategias y su diseño	Plan estratégico
Dirección estratégica	Estrategia	Estrategias y su adecuación	Adecuación
	Decisión	Gestión del impacto	Cambios
	estrategia	El impacto y su evaluación	Evaluación de cambios

Nota: elaboración propia



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Según Barrón, Espriella, & Castro (2015). El libro, publicado por el Instituto Tecnológico de Bolívar en Colombia, tiene como objetivo formular propuestas para el diseño de modelos de gestión estratégica para organizaciones sin fines de lucro y plantea que existen cuatro factores principales para estructurar modelos de gestión estratégica según metodologías descriptivas y métodos cuantitativos de recopilación y análisis de información.

Según Pellegrin (2012). El libro, publicado por la Universidad Internacional de Andalucía en Argentina, con el objetivo de aplicar la ciencia de la gestión estratégica a las agencias de seguros de acuerdo con una metodología descriptiva, en particular, en el ejemplo de una agencia local, visión, estudiamos aspectos estratégicos, Pudimos proponer estrategias para mejorar las relaciones y aumentar los niveles de servicio a través del liderazgo transformacional para que el personal sea consciente de su capacidad para hacer frente a situaciones difíciles. Los resultados obtenidos demuestran la importancia de la gestión estratégica, que es uno de los elementos clave del éxito empresarial, al servicio de las pymes. Los investigadores creen que los agentes de seguros están centrados en el cliente. Concluyen que si mapea su organización desde el principio y establece relaciones duraderas y a largo plazo, tendrá éxito.



Según Simancas & Uriibarri (.2014), un estudio titulado “Valera - Estrategias competitivas hacia Hoteles ubicados en Venezuela” el libro, Publicado por la Universidad del Valle del Momba en Venezuela para describir estrategias competitivas para fortalecer los hoteles de Valera. De acuerdo con una metodología descriptiva y no experimental, la industria hotelera estuvo conformada por establecimientos pequeños y medianos, los cuales estaban mayoritariamente a cargo de propietarios con conocimiento empírico de sus funciones y operaciones. Los hallazgos reflejan la existencia y uso de estándares de calidad y debilidades en la prestación de servicios. a los clientes, afectando su competitividad en el mercado. Del mismo modo, hemos establecido lineamientos generales para mejorar la calidad en la prestación del servicio del hotel, monitorear los estándares de calidad y precios de oferta de manera permanente, y capacitar, educar y capacitar a los colaboradores en la ejecución de actividades que habiliten el establecimiento comercial en cuestión. ser competitivo. La formación permitió afrontar la situación.

Plan de marketing de posicionamiento de hotel El Burjo S.A.C. - Trujillo 2014”, autor (Valdivia, 2014). De acuerdo a la metodología de diseño no experimental descriptivo publicada por la Universidad Nacional de Trujillo, seccional La Libertad, encaminada al posicionamiento del hotel corporativo El Brujo SAC, se posicionó el hotel como institución hospitalaria, Con cómodas condiciones y buena ubicación. son repetidores, valorando la limpieza y el orden como las principales características que siempre encontraron en el hotel, por lo que la gerencia establece horarios, prioriza actividades clave, ayuda a los clientes, proveedores, Se estableció una estrategia de desarrollo para monitorear las relaciones con los competidores Los investigadores concluyeron que el plan de marketing permitió definir el posicionamiento del hotel en base a las percepciones de los clientes.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Prototipo

Según Arano & Espinosa (2011). Al prototipo como una versión inicial o preliminar de un producto, sistema, proceso o proyecto que se crea con el propósito de probar y validar conceptos, funcionalidades y características antes de su implementación completa. Los prototipos son herramientas valiosas para comprender cómo funcionará algo en la práctica y para recopilar comentarios y retroalimentación de los stakeholders (partes interesadas) antes de invertir recursos significativos en el desarrollo completo.

En la dirección administrativa, el uso de prototipos puede tener varios objetivos:

- **Validación de Conceptos:** Los prototipos permiten a los equipos administrativos visualizar cómo funcionará una idea o concepto en la realidad. Esto ayuda a evaluar la viabilidad y relevancia de la idea antes de llevarla a una implementación completa.
- **Retroalimentación Temprana:** Al presentar un prototipo a los stakeholders, como los usuarios finales o la alta dirección, se puede recopilar retroalimentación valiosa antes de invertir tiempo y recursos en el desarrollo total. Esto reduce la posibilidad de errores costosos o desviaciones en el camino.
- **Identificación de Mejoras:** Los prototipos a menudo revelan áreas de mejora o ajustes necesarios en el diseño o en la funcionalidad. Esto permite realizar cambios antes de que el producto o proyecto esté completamente implementado.
- **Reducción de Riesgos:** Al probar conceptos en una etapa temprana, se pueden identificar posibles problemas y riesgos. Esto ayuda a tomar decisiones informadas y a mitigar riesgos potenciales antes de que se conviertan en problemas mayores.
- **Comunicación Efectiva:** Los prototipos pueden ayudar a comunicar ideas complejas de manera más efectiva a diferentes partes interesadas. Proporcionan una

representación tangible que facilita la comprensión y la comunicación entre los equipos.

- Ahorro de Recursos: Si se identifican problemas importantes o ineficiencias a través de un prototipo, se pueden realizar ajustes antes de invertir grandes cantidades de tiempo y dinero en la implementación completa.

En el que definimos que el prototipo es una herramienta que permite a los equipos administrativos experimentar y probar ideas antes de llevarlas a la implementación total. Esto ayuda a reducir riesgos, mejorar la calidad del producto final y garantizar que los recursos se utilicen de manera efectiva.

2.2.2. Dirección estratégica

Según Jeffrey & Caron (2002). La gestión estratégica son procesos por el que una organización analiza su entorno interno y externo, aprende de él y desarrolla actividades para alcanzar sus objetivos a través de la ejecución (Concesión, 2014). Según él, la dirección estratégica es "un conjunto de decisiones encaminadas a desarrollar e implementar estrategias que permitan a una empresa adaptarse a un entorno competitivo para lograr sus objetivos".

Según Arano & Espinosa (2011). "La gestión estratégica es un complejo de obligaciones, decisiones, acciones" en otras palabras, la dirección estratégica es el medio por el cual las empresas implementan estrategias y procedimientos que son apropiados para su entorno. Implementar estrategias y procedimientos que sean apropiados para el entorno actual y adaptarse al futuro cambiante. Cambia el futuro.

2.2.2.1. Importancia

Según Castro, (2015). Su importancia es "marcar la dirección en la que debe ir la empresa, definir metas y establecer estándares generales para el despliegue de operaciones en la organización".

Según Reyes, (2012). Dice que tener un direccionamiento estratégico para una empresa es fundamental para que todas las áreas logren sus objetivos, y con una buena gestión, el desempeño y la gestión de la información se harán de manera oportuna y eficaz. Los gerentes deben empoderarlos para tener éxito y permitirles crear el futuro que desean.

La gestión estratégica es importante porque es un modelo a seguir para la organización, considerando el plan estratégico y los recursos para ejecutarlo y lograr un mayor crecimiento.

2.2.2.2. Etapas en la dirección estratégica

A. El análisis estratégico

Según Bravo & Ramos, (2018) El análisis estratégico es un proceso integral y sistemático que las organizaciones llevan a cabo para evaluar su posición actual, identificar oportunidades y desafíos en su entorno, y desarrollar una estrategia efectiva para lograr sus objetivos a largo plazo. Este análisis implica la recopilación, el estudio y la interpretación de información relevante tanto interna como externa a la organización, con el objetivo de tomar decisiones informadas y fundamentadas en relación con la dirección futura de la empresa.

Los indicadores en el análisis estratégico son medidas clave utilizadas para evaluar diversos aspectos de la organización y su entorno, lo que ayuda a tomar decisiones estratégicas informadas. A continuación, te presento una tabla con ejemplos de indicadores utilizados en diferentes áreas del análisis estratégico:

Tabla 2*análisis estratégico*

Área de Análisis	Ejemplos de Indicadores
Análisis Interno	- Rentabilidad sobre el patrimonio neto
	- Rotación de inventario
	- Índice de satisfacción del empleado
	- Tasa de rotación de personal
	- Tasa de crecimiento del mercado
Análisis Externo	- Participación de mercado
	- Análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental y Legal)
	- Análisis de las 5 Fuerzas de Porter
Análisis Competitivo	- Índice de concentración del mercado
	- Barreras de entrada
	- Cuota de mercado relativa
	- Fortalezas internas clave
Análisis FODA	- Debilidades internas clave
	- Oportunidades externas clave
	- Amenazas externas clave
Análisis de Riesgos	- Identificación de riesgos estratégicos
	- Evaluación de impacto y probabilidad de riesgos
	- Estrategias de mitigación de riesgos
Análisis de Recursos	- Capacidad de producción
	- Disponibilidad de recursos financieros
	- Nivel de especialización en el mercado

Nota: elaboración propia

B. La formulación de la estrategia

Estas son posibles estrategias para lograr objetivos y misiones derivadas del análisis externo e interno. Seleccione una estrategia competitiva y establezca la dirección del desarrollo. Una vez que se han diseñado diferentes alternativas, se pueden revisar por diferentes criterios y se puede seleccionar e implementar una de ellas (Bravo & Ramos, 2018).

- Diseño de las estrategias:

Según Pellegrini, (2012). El diseño de la estrategia debe apuntar a dos pilares: Decisiones estratégicas relacionadas con obtener una ventaja competitiva sobre los competidores, y opciones relacionadas con el desarrollo donde el crecimiento y la alta dirección de la misma empresa deben de manejar diferentes acciones nuevas que puedan incluir un grupo alternativo de estrategias que se puedan considerar.

- Adecuación estratégica:

Según Pellegrini, (2012). La estrategia se aplica en términos de tres elementos principales: Primero, si es consistente con los resultados En segundo lugar, si la estrategia se puede ejecutar con los recursos disponibles y, por último, si la estrategia será aceptada por los distintos grupos de interés de la empresa.

- Exigencia del entorno:

Según Pellegrini, (2012). Su estrategia debe ser relevante para las realidades de su entorno y mirar hacia el futuro más probable. También es necesario cumplir parcialmente con la normativa del sector, país y estado necesaria para su correcto funcionamiento en el futuro.

- Capacidad de la empresa:

Según Pellegrini, (2012). La estrategia debe estar alineada con los recursos y habilidades que permitan su ejecución. Para que funcionen correctamente, deben ser lo más realistas posible.

C. La implementación de la estrategia

Según Bravo & Ramos, (2018) El proceso finaliza con la planificación y el control de la estrategia, primero con el desarrollo y luego con una evaluación de los diferentes procesos a ejecutar de la estrategia planteada el cual ayude a verificar los diferentes resultados en línea con la misión u objetivo que estableciste al principio, y si no, construye un mecanismo para solucionarlo. Toda organización debe apuntar a desarrollar una estrategia altamente eficiente y competitiva, por lo que debe mantener una ventaja que ayude a competir y desarrollar los diferentes objetivos que se proponga por medio de una diferenciación.

- Estimación de impacto:

Es un procedimiento para estimar los efectos económicos del modelo de gestión estratégica cuando se implanta. El modelo tal como fue implementado (Bravo & Ramos, 2018).

- Evaluación de impacto:

Este es el resultado de la estimación económica y la factibilidad cuando se introduce el modelo En el momento de la ejecución (Bravo & Ramos, 2018).

2.3. Marco conceptual

A. Dirección:

Según Luisa, (2012). La gestión es un elemento del proceso de gestión y su propósito es alinearse con los recursos humanos de la organización, lo que significa motivación, encontrar las personas adecuadas para crear comunicación, cambio organizacional y liderazgo.

B. Estrategia:

Según Burgelman, (2002). "la alta dirección en la base del éxito pasado y futuro". son las acciones necesarias para guiar a una organización hacia donde quiere

estar en el futuro. Es la explicación de diversos puntos que influyen al rendimiento pasado. (Fred, 2013). La estrategia es el medio para alcanzar los objetivos a largo plazo". En otras palabras, requiere la toma de decisiones de la alta dirección y los recursos. Tener en cuenta los FI y externos de la empresa.

C. Estrategia competitiva:

Según Bujan & Muñoz, (2016). Una estrategia competitiva es un plan de cómo competirá una empresa, y se formula después de evaluar sus fortalezas y debilidades en relación con sus competidores, es decir, su ventaja competitiva. Tener un perfecto conocimiento del mercado y de sus clientes son solo algunos de los aspectos que se deben tener en cuenta para clarificar la estrategia competitiva a implementar para convertirse en una de las estrellas, y ser un referente en el campo de los negocios es un verdadero desafío.

D. Marketing estratégico:

Tomamos una perspectiva de mediano a largo plazo, utilizamos una variedad de métodos de análisis de mercado y siempre consideramos las necesidades de nuestros clientes a medida que la empresa crece. El marketing que identifica oportunidades para diferenciarse de la competencia se denomina "marketing estratégico". En lugar de pensar en cómo hacer un producto o servicio y luego venderlo a los usuarios, el marketing estratégico comienza con el análisis de las condiciones del mercado, los competidores y los consumidores, (Martin, 2018).

E. Segmentación:

La segmentación es el análisis e identificación de grupos como también la verificación de los diferentes perfiles de los consumidores los cuales podamos necesitar según de a las necesidades de obtener un producto o servicio en un



determinado lugar. Hay personas en el mismo lugar, en el mismo espacio, que necesitan diferentes productos y servicios. (Kotler & Armstrong, 2014)

F. Producto y servicio:

Según Kotler y Armstrong, (2014). Un determinado producto o ya sea este natural o fabricado artificialmente el cual pueda llegar al mercado para su determinada venta o compra como también un servicio ya sea personal o en un determinado lugar pueda presentarse en una determinada actividad para poder desarrollar un beneficio adecuado para nuestros clientes donde esta parte puede proporcionar a otra y no conduce a la propiedad de nada. Best Western Hotel

G. Pernoctación:

Alojamiento significa pernoctaciones en la propiedad.

H. Arribos:

Se entiende por alojamiento a todas las personas, tanto nacionales como extranjeras, que se alojen en el mismo alojamiento por una o más noches consecutivas.



CAPÍTULO III

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación

El diseño de investigación es no experimental. El diseño no experimental "se refiere a observar una situación en un contexto natural y luego analizarla sin manipular variables". (Hernández, 2003).

3.2. Método de la investigación

Este estudio es descriptivo. Esto se debe a que pretende diseñar un modelo de gestión estratégica que atienda y se adapte a las realidades del entorno actual. Una encuesta estadística describe los datos y características de una población o fenómeno a estudiar (Marroqu, 2012).

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Se considero como población de este estudio a 6 trabajadores de nuestra empresa de turismo Expedia.

3.3.2. Muestra

De la misma forma de tomo como muestra a la misma cantidad de personas que conforman nuestra población de la empresa de turismo Expedia el cual viene a ser una cantidad de 6 trabajadores.

3.4. Técnicas, Notas e instrumentos de investigación para la recolección de datos

Encuestas

Según Marroqui, (2012). Una encuesta es una herramienta de investigación que implica la recopilación sistemática de datos y opiniones a través de un cuestionario estandarizado, con el fin de obtener información y estadísticas sobre un tema específico de un grupo de personas.

Observación

Según Hernández, (2003). La observación es el acto de recolectar información y datos a través de la atención directa y sistemática a eventos, comportamientos o situaciones en su contexto natural, sin intervención directa en lo que se está observando.

Análisis documental

Según Río, (1997). El análisis documental es el proceso de examinar y evaluar contenido textual o gráfico en documentos, textos o registros con el propósito de extraer información relevante, identificar patrones, categorizar datos y comprender el contexto en el que se presentan. Este proceso implica la organización y clasificación de la información para su posterior uso en investigación, toma de decisiones u otros fines específicos.

Cuestionario

Según Río, (1997). Un cuestionario es un conjunto de preguntas estructuradas diseñadas para recopilar información específica de individuos o grupos, con el objetivo de obtener datos y opiniones sobre un tema particular.

Ficha de observación

Una ficha de observación es un documento que registra de manera organizada y detallada las observaciones y datos recopilados durante el proceso de observación en un entorno específico, con el propósito de documentar eventos, comportamientos o fenómenos relevantes.

3.5. Validación de la contrastación de hipótesis

En el desarrollo de la validación implica asegurarse de que las estrategias propuestas sean efectivas, factibles y apropiadas para el éxito en la empresa de turismo para validar un estudio de estrategias empresariales en el ámbito de la estrategia y el turismo podemos ver los siguientes parámetros:

- **Análisis de Datos y Notas:** Verifica que los datos utilizados para fundamentar las estrategias sean precisos, relevantes y actualizados. Asegúrate de que las Notas de información sean confiables y reconocidas en la industria.
- **Revisión por Expertos:** Obtén opiniones y comentarios de expertos en el campo del turismo y la estrategia. Esto puede incluir académicos, profesionales de la industria y consultores con experiencia relevante.
- **Análisis FODA:** Realiza un análisis exhaustivo de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) de la empresa en relación con la industria del turismo. Asegúrate de que las estrategias aborden y capitalicen estos aspectos.
- **Benchmarks y Mejores Prácticas:** Compara las estrategias propuestas con las prácticas exitosas en la industria turística. Identifica si las estrategias están en línea con las tendencias actuales y las expectativas de los clientes.
- **Consistencia Interna:** Verifica que las estrategias propuestas sean coherentes entre sí y estén alineadas con la misión, visión y valores de la empresa.
- **Modelos de Negocio:** Evalúa cómo las estrategias afectarán el modelo de negocio de la empresa. Asegúrate de que las estrategias sean sostenibles y rentables.
- **Plan de Implementación:** Desarrolla un plan detallado para la implementación de las estrategias. Esto debe incluir una secuencia de acciones, asignación de recursos y un cronograma realista.

- **Pruebas Piloto:** Si es posible, considera la realización de pruebas piloto de algunas de las estrategias antes de la implementación completa. Esto permite identificar posibles problemas y ajustes necesarios.
- **Feedback de Stakeholders:** Solicita la opinión y comentarios de stakeholders clave, como empleados, clientes y proveedores. Su retroalimentación puede proporcionar perspectivas valiosas.
- **Monitoreo y Evaluación Continua:** Establece métricas claras para medir el éxito de las estrategias y establece un sistema de monitoreo constante. Esto permitirá ajustar las estrategias según sea necesario a lo largo del tiempo.

3.6. Validez y confiabilidad del instrumento

En el desarrollo de la validez y la confiabilidad de los instrumentos utilizamos diversos gráficos y cuadros estadísticos los cuales muestra los resultados como la frecuencia que maneja cada indicador para luego tener una interpretación adecuada.

3.7. Plan de recolección y procesamiento de datos

- **Recolección**

En primer lugar, con el fin de comprender la situación actual de la empresa y las dificultades en este campo, realizamos entrevistas a gerentes generales y cuestionarios a colaboradores para verificar los instrumentos de medición y realizar diagnósticos externos e internos.

- **Tratamiento y análisis**

Luego procesó la información en hojas de cálculo y diseñó una estrategia para los requerimientos del sector y la capacidad de la empresa para cumplirlos, adaptándose al entorno actual. Donde se elaboró un diseño de un proceso a utilizar en el software Bizagi en el cual nos ayudó a poder verificar el nivel impacto o y poder evaluar las repercusiones una vez implementada.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Situación real de la empresa

4.1.1. Análisis de la información

Pregunta 1 Sabe usted la visión y misión de la empresa

Tabla 3

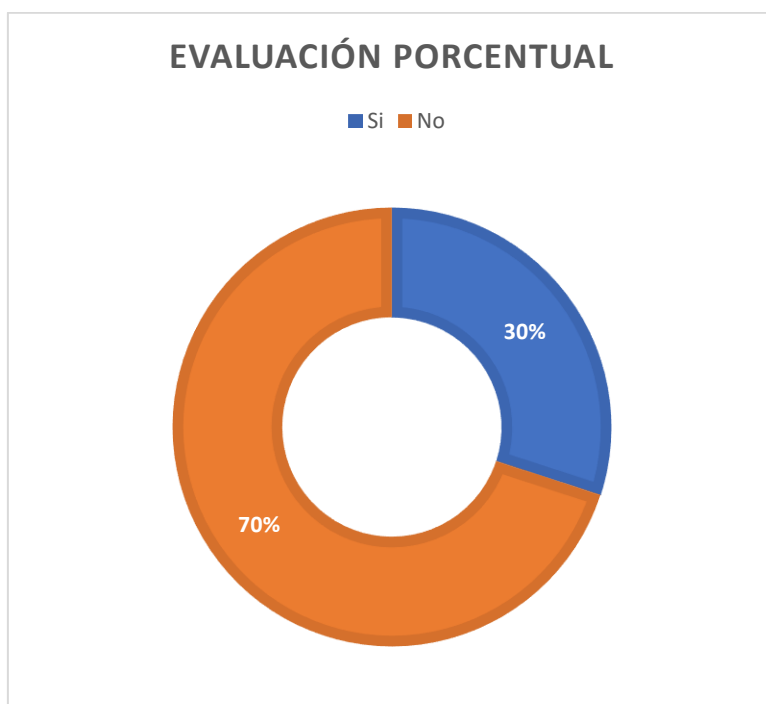
Sabe usted la visión y misión de la empresa

Detalle	Frec.	Porcentaje
Si	2.0	30.00%
No	4.0	70.00%
El total	6.0	100.00%

Nota: elaboración propia

Figura 1

Sabe usted la visión y misión de la empresa



Nota: elaboración propia

En la figura 1 podemos ver que dentro de los seis trabajadores de la empresa un 70% dice desconocer uno saber sobre la misión visión de la empresa.

Pregunta 2 Se tiene consideración de los factores externo en la influencia del hotel

Tabla 4

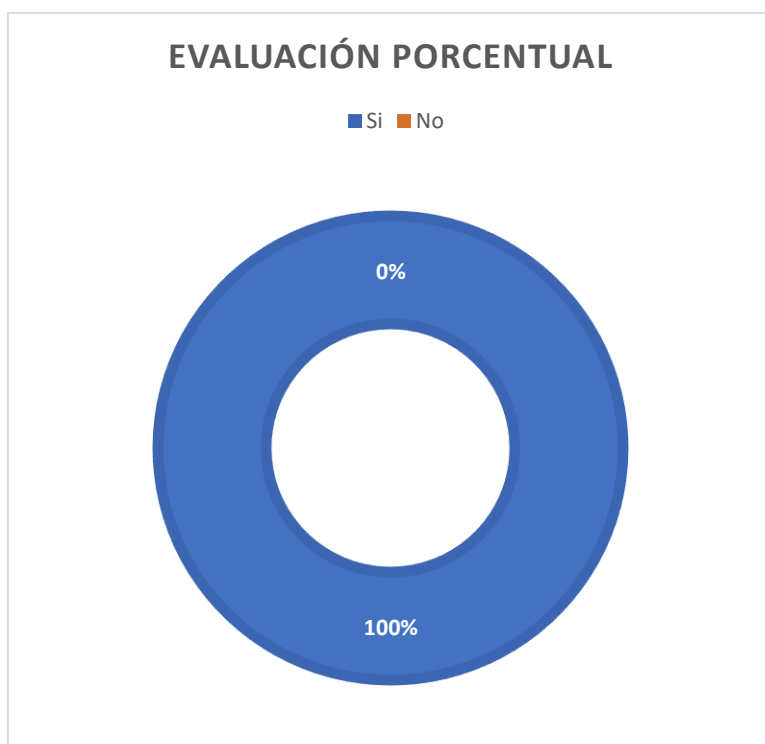
consideraciones de los factores externos

Detalle	Frec.	Porcentaje
Si	6.0	100.00%
No	0.0	0.00%
El total	6.0	100.00%

Nota: elaboración propia

Figura 2

consideración de los factores externos



Nota: elaboración propia

En la figura 2 muestra que un 100% de nuestros trabajadores tienen opinión de que los Factores Externos influyen demasiado en empresa.

Pregunta 3 Conoce algún plan estratégico de la empresa

Tabla 5

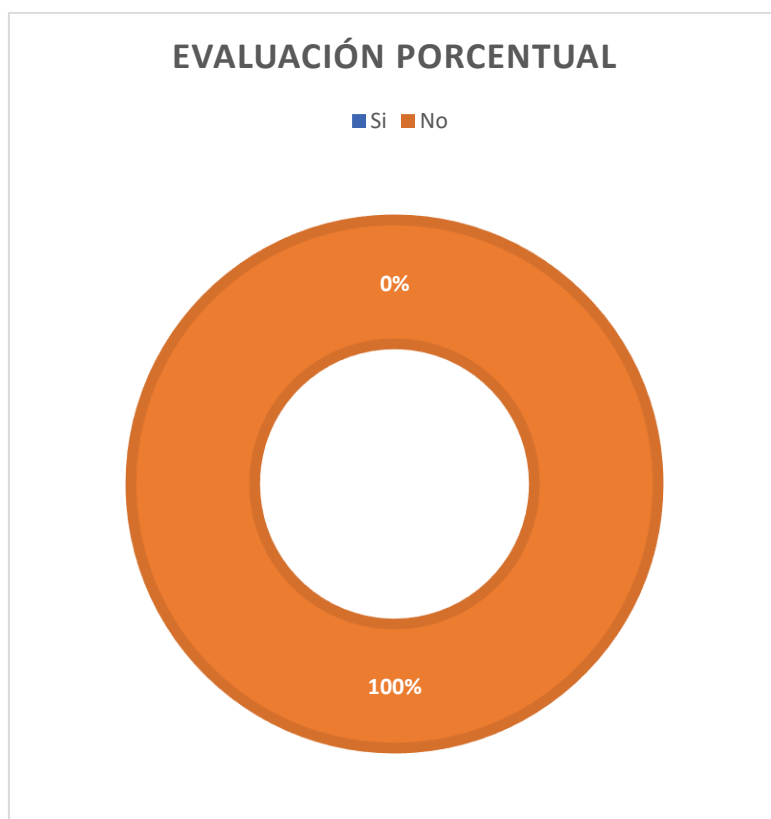
plan estratégico de la empresa

Detalle	Frec.	Porcentaje
Si	0.0	0.00%
No	6.0	100.00%
El total	6.0	100.00%

Nota: elaboración propia

Figura 3

plan estratégico de la empresa



Nota: elaboración propia

En la figura 3 muestra que ninguno de los trabajadores tiene conocimiento alguno sobre un plan estratégico que maneja la empresa.

Pregunta 4 *Se tiene una adecuación a los problemas por parte de la empresa*

Tabla 6

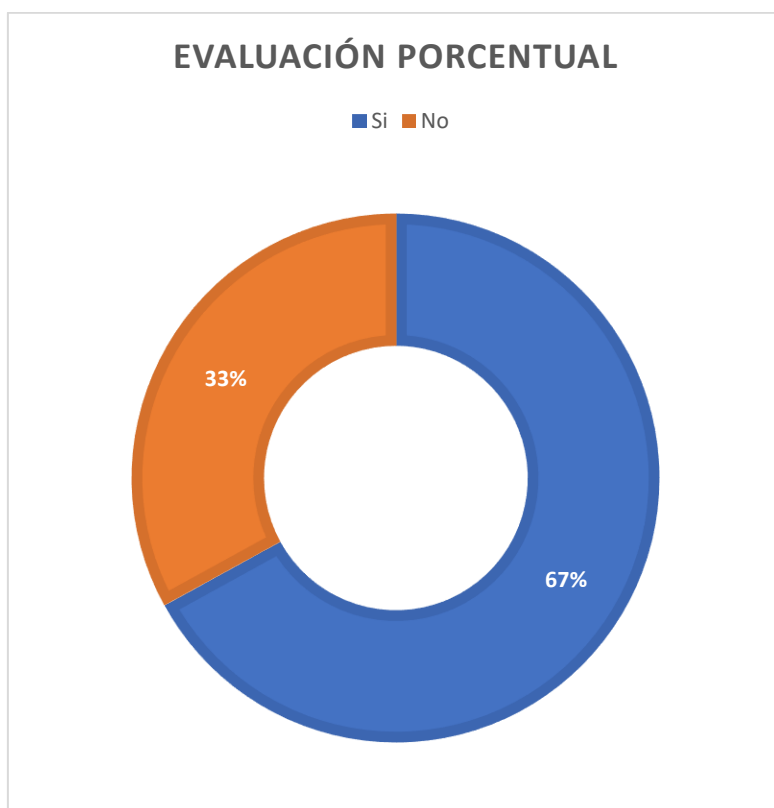
adecuación a los problemas

Detalle	Frec.	Porcentaje
Si	4.0	67.00%
No	2.0	33.00%
El total	6.0	100.00%

Nota: elaboración propia

Figura 4

adecuación a los problemas



Nota: elaboración propia

En la figura 4 podemos ver que los seris trabajadores de la empresa muestran un 67% en consideración que la empresa sílice adecuada en determinados problemas donde un 33% piensa no tener adecuación.

Pregunta 5 Se desarrollan cambios por parte de la empresa

Tabla 7

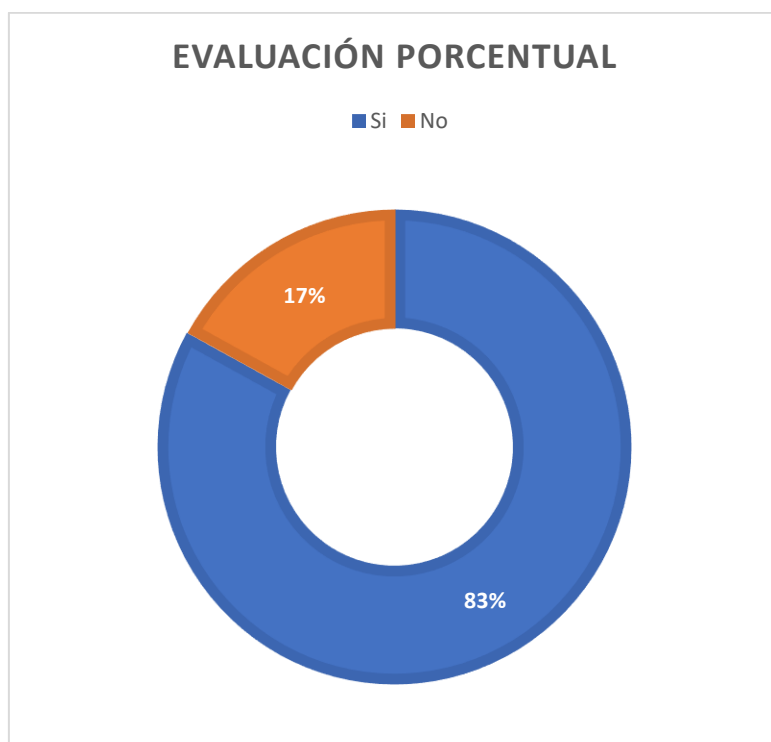
cambios de la empresa

Detalle	Frec.	Porcentaje
Si	5.00	83.00%
No	1.00	17.00%
El total	6.0	100.00%

Nota: elaboración propia

Figura 5

cambios de la empresa



Nota: elaboración propia

En la figura 5 podemos ver que por parte de los seis trabajadores un 83% tiene consideración que la empresa desarrolla y ejecutar los cambios realizados mientras que un 17% piensan que no.

Pregunta 6 Existe una evaluación de los cambios desarrollados

Tabla 8

cambios desarrollados

Detalle	Frec.	Porcentaje
Si	1.0	17.00%
No	5.0	83.00%
El total	6.0	100.00%

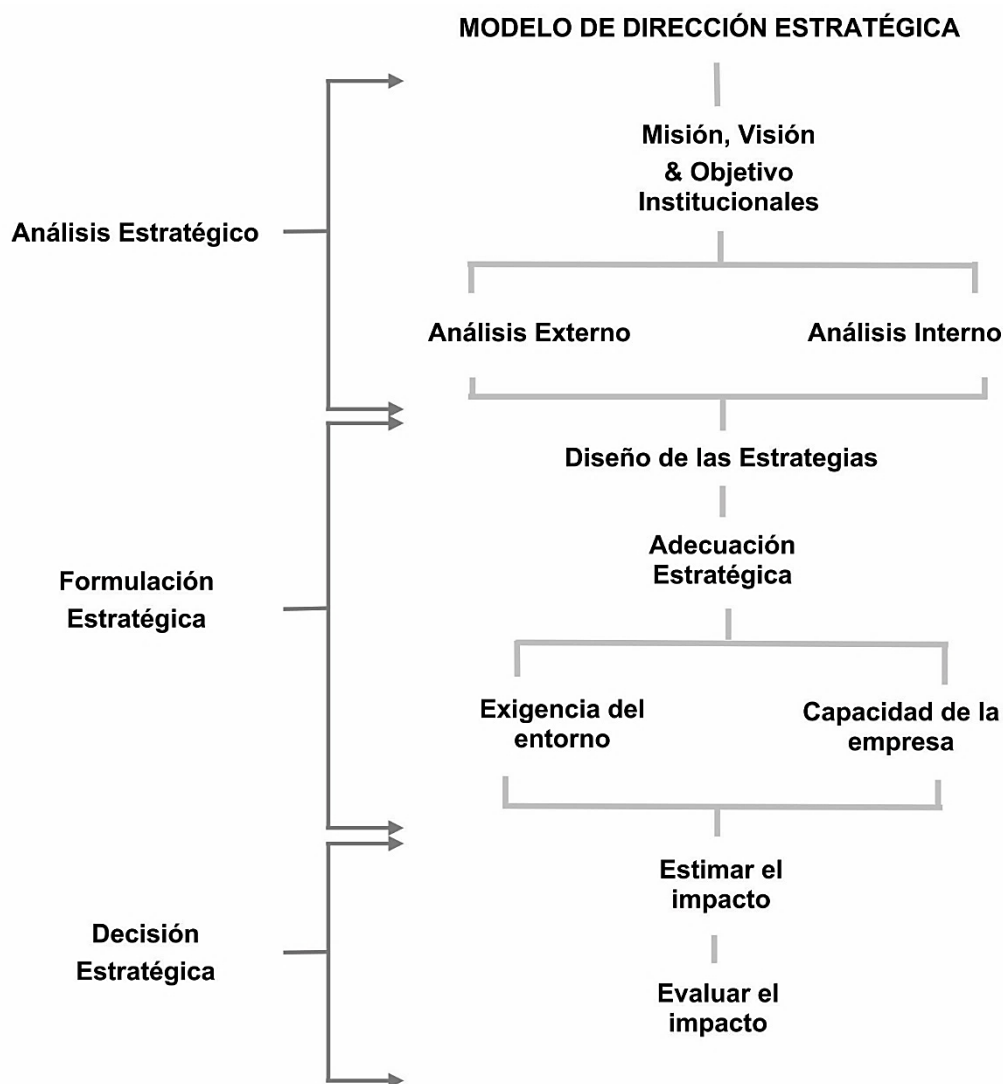
Nota: elaboración propia

En la figura 6 expresan los ex trabajadores de la empresa que un 17% tiene en consideración que la empresa evalúa los diferentes cambios que desarrolla donde un 83% tiene como consideración en que no desarrolla esa evaluación.

4.1.2. La dirección estratégica

Figura 6

diagrama de dirección estratégica



Nota: elaboración propia

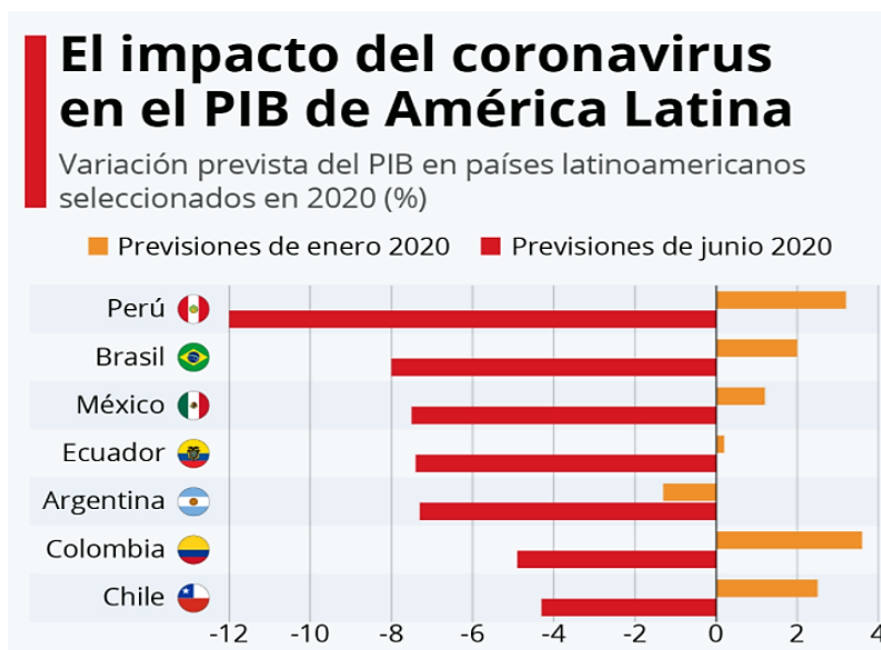
4.1.3. Análisis estratégico

4.1.3.1. Externo

A. Factores económicos:

Figura 7

impacto producido en el PIB por COVID 19 en América latina



Nota: banco mundial

En la figura un podemos ver que tenemos una reducción en el PIB que se muestran en los principales países todo esto producido por la pandemia y el Perú es uno de los países más afectados en dicha reducción el cual fue de hasta un 12% donde el mismo quedó bajo una recesión

B. Factores demográficos:

Figura 8

tabla de indicador demográfico proyecciones al 2050 (INEI)

INDICADOR	2015	2020	2035	2050
Población total	31,151,643	32,824,358	37,243,725	40,111,393
Crecimiento anual	337,995	325,675	247,825	124,593

Absoluto	578,13	563,344	523,758	484,166
Nacimientos anuales	175,589	191,411	263,029	354,963
Defunciones anuales	17.56	15.71	11.88	9.55
Tasa de mortalidad infantil	74.61	75.51	77.62	79.34
Esperanza de vida (años)	27.9	26.1	21.4	18.5
% menor de 14 años	62.4	63.0	62.6	59.7
% entre 15 y 59 años	9.7	10.9	16.0	21.8
% 60 años y más				

Nota: INEI 2022

En la figura podemos visualizar el crecimiento poblacional que tiene nuestro país con una proyección al 2050 como también se muestran un crecimiento o económico elevado en lo que refiere a bienes y servicios y con una visión especial en el turismo nacional.

C. Factores sociales:

Según Research, (2020), a pesar de su rápida a la pandemia, el Perú es uno de los países más afectados de América Latina. En Perú, el bajo distanciamiento social y algunas características sociales están elevando el número de contagios y muertes.

- Uso frecuente de mercados tradicionales para abarrotes a domicilio: La necesidad de acudir a los mercados con frecuencia se debe a la deficiente estructura que maneja para la conservación de los diferentes alimentos esto hace referencia a los diferentes hogares que tienen bajos recursos, se estima que uno de cada cinco hogares (21,9%) tiene electrodomésticos en casa. Esto, junto con los precios más bajos de los alimentos frescos y procesados, indica que a menudo visitan los mercados tradicionales.

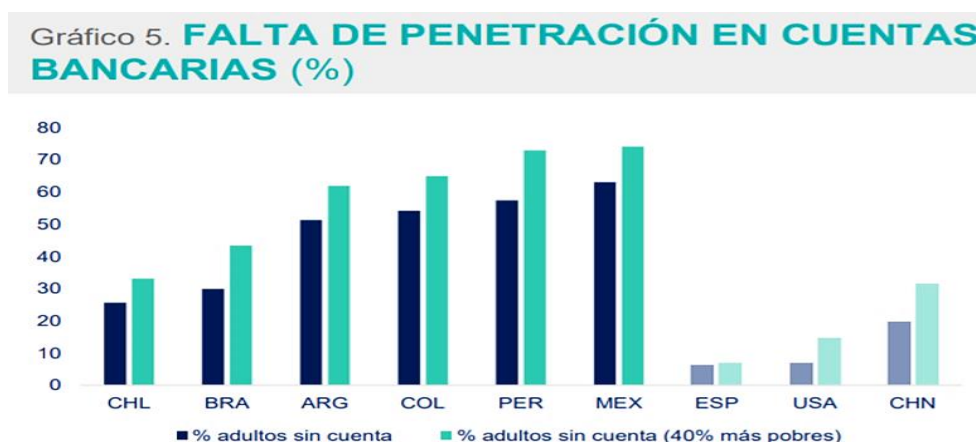
Figura 9

hogares sin refrigeradores*Nota:* estadísticas nacionales BBVA

- Baja penetración bancaria y sucursales bancarias abarrotadas para recibir remesas del país. El toque de queda también aumenta la congestión: al mismo tiempo que restringe el movimiento de personas, el gobierno aprobó un bono común de alrededor de US\$220 a 6,8 millones de hogares. Sin embargo, Perú es uno de los países con menor bancabilidad en América Latina. El 57% de los adultos peruanos no tiene cuentas bancarias. Como resultado, muchos beneficiarios tuvieron que retirar sus beneficios del gobierno directamente en las instituciones bancarias donde se redujeron los horarios de atención debido al toque de queda y la congestión en las sucursales bancarias.

Figura 10

manejo de cuentas bancarias



Nota: manejo de cuentas bancarias

- En Perú, aproximadamente el 71% de la población económicamente activa se dedica al sector informal, y la mayoría de estas actividades son rutinariamente remuneradas, por lo que la actividad económica en sí misma ha creado oportunidades contagiosas y fortalecidas a través del transporte público.

Figura 11

informalidad de trabajo

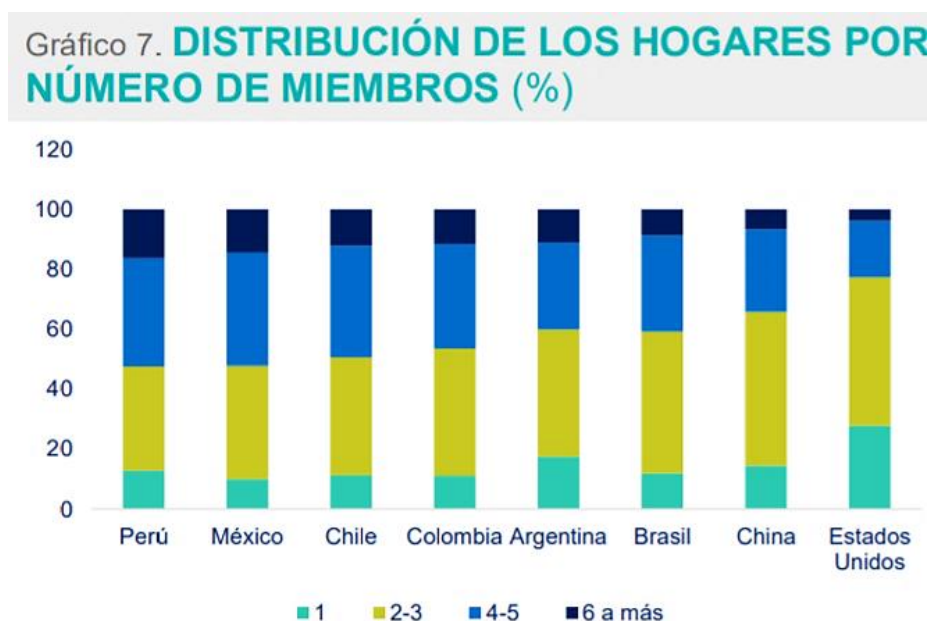


Nota: estadísticas nacionales del BBVA

- La concentración de hogares es alta y es difícil aislar casos positivos. Perú es uno de los países con mayor número de hogares. También es uno de los países donde conviven al menos tres generaciones.

Figura 12

cantidad de miembros por familia (ONU)



Nota: estadísticas de las naciones unidas (ONU)

D. Factores tecnológicos:

Entre los factores técnicos, el marketing digital es sin duda el de mayor crecimiento a causa de la pandemia. Muestra el mayor crecimiento desde la pandemia. Esta estadística lo menciona.

4.1.3.2. Interno

• **Reseña histórica:**

En 2013, la empresa decidió cambiar su nombre a "turismo expedia", y en octubre de 2015, se incrementó el número de habitaciones de 14 a 21. También obtuvimos un certificado de albergue de 3 estrellas en la Región de puno donde la Industria y Turismo. En

2016 se renovaron las instalaciones técnicas de las salas y se realizaron las modificaciones necesarias para cumplir con los requisitos de la nueva categorización. En ese momento, la Dirección Regional de Turismo les otorgó la categoría de hoteles de tres estrellas, dándoles la forma y el posicionamiento que necesitaban para el público en general.

- **Misión:**

Brindar los servicios de turismo y alojamiento tomando en consideración a los estándares de calidad para una buena atención y un confortable descanso

- **Visión:**

Se arrojó una de las empresas más sólidas en el rubro del turismo y hostelería a nivel local teniendo un plazo de cinco años para poder ser reconocidos por nuestra calidad de servicio y una satisfacción placentera por nuestros clientes

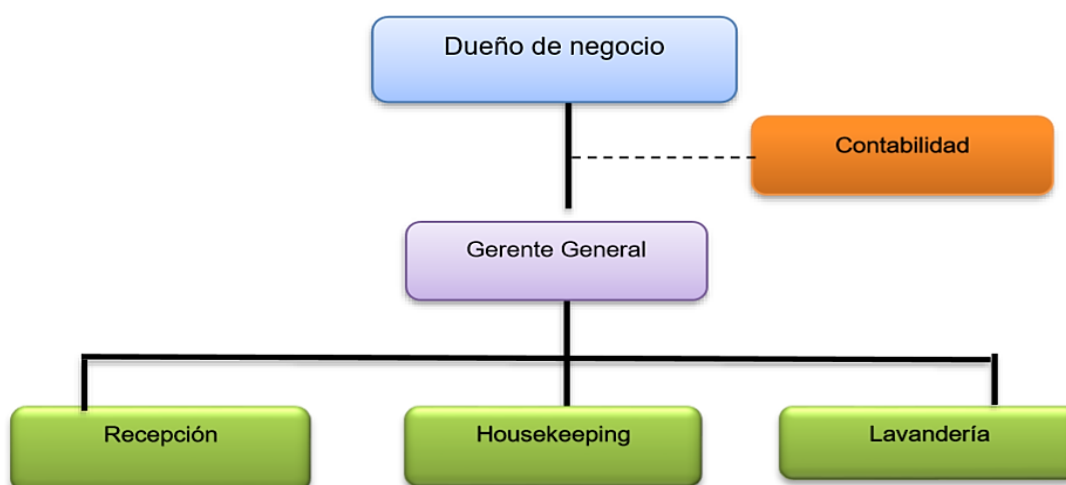
- **Valores:**

Nuestros valores están centrados en el trabajo en equipo, servicio personalizado, compromiso y honestidad

- **Organigrama Institucional**

Figura 13

organigrama institucional



Nota: elaboración propia



- FODA

Fortaleza

- Ubicación estratégica
- Accesibilidad de precio
- Personal adecuado y a disposición
- Desarrollo de atención presencial
- Disponibilidad de habitaciones

Debilidades

- Plan estratégico inadecuado
- Falta de formas de pagos digitales
- Sin estrategias digitales
- Falta de servicios adicionales
- Procesos sin estandarización

Oportunidades

- Manejo de marketing digital
- Apoyo de reactivación del estado
- Manejo de pagos adecuados

Amenazas

- Pandemia
- Economía inactiva
- Falta de turismo
- Caída del PBI mundial



- Variada Competitividad

4.1.4. Diseño de estrategias

4.1.4.1. Foda

Tabla 9

diseño FODA

FORTALEZA		DEBILIDADES
Ubicación estratégica		
Accesibilidad de precio		Plan estratégico inadecuado
Personal adecuado y a disposición		Falta de formas de pagos digitales
Desarrollo de atención presencial		Sin estrategias digitales
Disponibilidad de habitaciones		Falta de servicios adicionales
		Procesos sin estandarización
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
Manejo de marketing digital	Desarrollar promoción que incluyan hospedaje como alimentación.	Desarrollar un plan estratégico.
Apoyo de reactivación del estado	Evaluar el manejo bancario crediticio.	Evaluar el manejo de servicios adicionales.
Manejo de pagos adecuados	Manejar los protocolos de bioseguridad.	Desarrollar el manejo y control del covid 19 en nuestras instalaciones.
		Manejar canales de pagos digitales.

Nota: elaboración propia

4.1.4.2. Fada

Tabla 10

diseño FADA

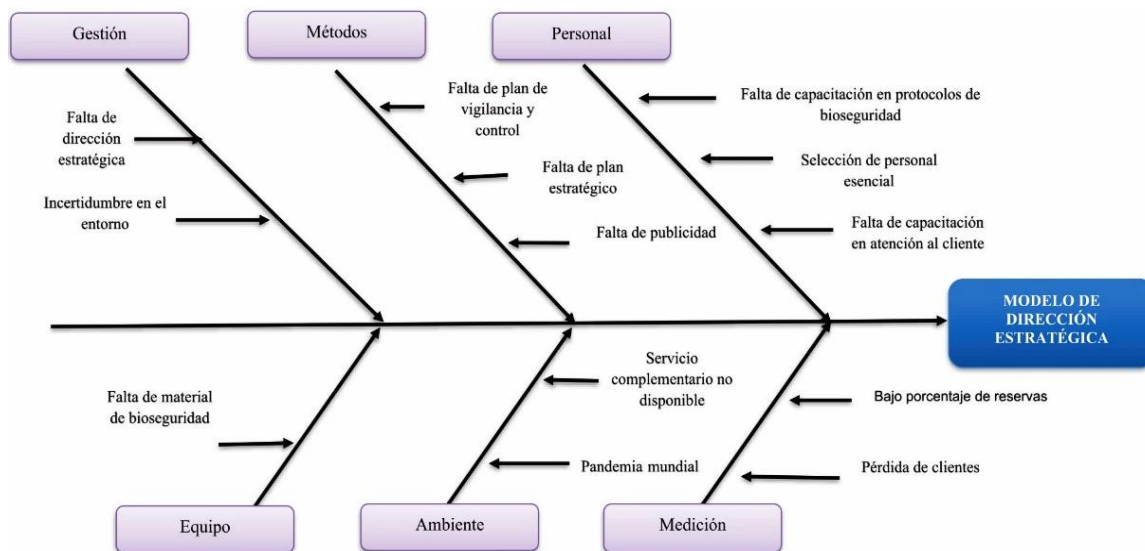
	FORTALEZA	DEBILIDADES
	Ubicación estratégica	Plan estratégico inadecuado
	Accesibilidad de precio	Falta de formas de pagos digitales
	Personal adecuado y a disposición	Sin estrategias digitales
	Desarrollo de atención presencial	Falta de servicios adicionales
	Disponibilidad de habitaciones	Procesos sin estandarización
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
Pandemia	Manejar precios adecuados para	Desarrollar el manejo del marketing
Economía	nuestros clientes.	digital.
inactiva	Promocionar estadías de larga	Orientar a los colaboradores sobre la
Falta de turismo	duración.	atención al cliente.
Caída del PBI	Manejar el conocimiento de	Capacitar a los colaboradores sobre el
mundial	ubicación de nuestro	manejo de los protocolos de
Variada	establecimiento.	bioseguridad.
Competitividad		

Nota: elaboración propia

4.1.4.3. Ishikawa

Figura 14

diseño de diagrama de ISHIKAWA



Nota: elaboración propia

4.1.4.4. EFE

Tabla 11

desarrollo de la matriz EFE

Principales Factores Externos	importancia	Valoración	Ponderación
Oportunidades			
Manejo de marketing digital	,20	3,00	,60
Apoyo de reactivación del estado	,08	2,00	,16
Manejo de pagos adecuados	,10	1,00	,10
Totales			,86
Amenazas			
Pandemia	,16	3,00	,48
Economía inactiva	,10	3,00	,30
Falta de turismo	,10	3,00	,30

Caída del PBI mundial	,18	2,00	,36
Variada Competitividad	,18	1,00	,08
Totales	1,00		1,52
Total, final			2,38

Nota: elaboración propia

Observaciones

- La ponderación resultante da prioridad al uso de F.E. en la matriz FODA.
- La ponderación de oportunidad es mayor que la ponderación de amenaza indica que los F.E. son ventajosos para la empresa. Los F.E. son ventajosos para la empresa.
- La ponderación de oportunidad es menor que la ponderación de amenaza indica un factor externo que es desfavorable para la empresa. Los F.E. son desventajosos para nosotros.
- El valor total ponderado no puede ser mayor a 4.
- El peso medio es de 2,5.
- La ponderación total superior a 2,5 indica una buena respuesta a las oportunidades y amenazas. Oportunidades y amenazas
- Si el valor total ponderado es inferior a 2,5, la empresa no está aprovechando la oportunidad y la amenaza puede causar mucho daño. Las oportunidades no se aprovechan y la amenaza puede causar daños importantes.

Interpretar.

En la matriz EFE, 8 factores de éxito, 3 oportunidades y 5 amenazas. Como resultado, la "oportunidad" fue de 0,86 mientras que la "amenaza" fue de 1,52. Amenaza 1.52 afirma que el ambiente externo en este momento es desventajoso para el hotel porque hay más amenazas. Los hoteles tienen más amenazas que oportunidades. De igual forma, el resultado final es de 2,38, lo que indica que no estamos aprovechando la oportunidad frente a las amenazas. intimidante.

4.1.4.5. EFI

Tabla 12

desarrollo de matriz EFI

Principales Factores Externos	importancia	Valoración	Ponderación
Fortaleza			
Ubicación estratégica	,16	3,00	,48
Accesibilidad de precio	,10	3,00	,30
Personal adecuado y a disposición	,10	3,00	,30
Desarrollo de atención presencial	,07	3,00	,21
Disponibilidad de habitaciones	,12	3,00	,36
Totales			1,65
Debilidades			
Plan estratégico inadecuado	,18	2,00	,36
Falta de formas de pagos digitales	,12	1,00	,12
Sin estrategias digitales	,08	2,00	,16
Falta de servicios adicionales	,04	1,00	,04
Procesos sin estandarización	,03	1,00	,03
Totales			,71
Total, final	1,00		2,36

Nota: elaboración propia

Observaciones

- No importa cuántos elementos se incluyan, la calificación ponderada total no puede ser inferior a 1 ni superior a 4. Debilidades mayores (Calificación = 1), Debilidades pequeñas (Calificación = 2), Fortaleza pequeña (Calificación = 3), Fortaleza grande (Calificación = 4). (Evaluación = 2), Fortalezas menores (Evaluación = 3) y Fortalezas mayores (Evaluación = 4).

- Mayor ponderación de fortaleza que indica ponderación de debilidad: Los FI son favorables para la empresa.
- Los pesos de fortaleza menores que los pesos de debilidad indican que los FI no son favorables para la empresa.
- La nota media es de 2,5.
- 2,5 puntos o menos indican una empresa internamente débil.
- Una puntuación total superior a 2,5 indica una posición sólida dentro de la empresa.
- El valor total no puede ser superior a 1, independientemente del número de factores.

Interpretar.

En la matriz EFI, la fortaleza es de 1,65, mientras que la debilidad es de 0,71, lo que indica que tiene la fortaleza para responder a la debilidad. De igual forma, el resultado obtenido fue de 2.36, indicando que internamente era más débil que sus competidores.

4.1.5. Perfil competitivo

Tabla 13

matriz de perfil competitivo

		Expedia		Empresa 1		Empresa 2		Empresa 3	
Factores de éxito	Peso	Val.	Pun.	Val.	Pun.	Val.	Pun.	Val.	Pun.
Participación	,08	1,00	,08	4,00	,32	2,00	,16	1,00	,08
Precio de mercado	,12	4,00	,48	4,00	,48	3,00	,36	3,00	,36
Servicios de calidad	,16	3,00	,48	4,00	,64	3,00	,48	3,00	,48
Colaboradores capacitados	,11	2,00	,22	3,00	,33	3,00	,33	2,00	,22
Economía	,09	2,00	,18	4,00	,36	3,00	,27	2,00	,18
Servicio variado	,17	2,00	,34	4,00	,68	3,00	,51	2,00	,34
Ubicación estratégica	,15	4,00	,60	4,00	,60	4,00	,60	4,00	,60
Clientes leales	,12	2,00	,24	3,00	,36	3,00	,36	3,00	,36
Totales	1,00	2,62		3,77		3,07		2,62	

Nota: elaboración propia

Observaciones

- Pesos en la matriz: Cada factor crítico de éxito debe tener un peso relativo entre 0,0 (importancia baja) y 1,0 (importancia alta). Los números muestran cuán importante es ese factor en la industria.
- Calificación: Una medida de qué tan bien lo está haciendo una empresa en cada área. Van de 4 a 1, y cada valor representa una gran debilidad, 2 una pequeña debilidad, 3 una pequeña fortaleza y 4 una gran fortaleza.

Interpretar.

En la Matriz de perfil del competidor, el competidor 1 tiene una puntuación alta de 3,77. Esto se debe a que, además de la gran capacidad de los equipos, hay muchos tipos de servicios complementarios, y el servicio es bueno de la empresa de turismo expedia, por su parte, quedó empatado con sus tres competidores con una puntuación de 2,62, lo que indica que ofrece servicios similares y que es necesario mejorar muchas debilidades internas para contrarrestar a la competencia.

4.1.6. Impacto del prototipo de dirección estratégica

4.1.6.1. Evaluación financiera

se tiene como inversión de modo inicial S/. 49.835,00 con una tasa de 10%.

Tabla 14

evaluación financiera

Año	Ingreso	Egreso	Neto flujo	Valoración
0		49 835,00	- 49 835,00	- 49 835,00
1	33 613,08	6 200,00	27 413,00	24 920,68
2	33 613,08	9 700,00	23 913,00	19 762,08
3	33 613,08	10 055,00	23 588,00	17 699,50
4	33 613,08	9 700,00	23 913,00	16 332,90
5	33 613,08	6 200,00	27 413,00	17 021,30

Nota: elaboración propia



Interpretar.

Proyecto donde el VAN es s/. El proyecto se considera factible porque es de 45.920,71 y la utilidad supera la rentabilidad exigida. Este proyecto tiene una TIR del 42%, que es cuatro veces más rentable que la tasa de descuento. La relación costo-beneficio del proyecto es de 1,92, lo que significa un retorno de 0,92 centavos por sol de inversión.

4.1.6.2. Evaluación del impacto

El modelo de gestión estratégica de la empresa de turismo expedia tendrá un impacto positivo, según las métricas obtenidas. El VAN es s/. 45.920,71 yenes, TIR 42%, B/C 1,92, el retorno de la inversión también es dentro de dos años. En última instancia, este modelo se adapta a las nuevas realidades de la empresa y tiene la capacidad de instalarse para responder y aumentar el retorno de los clientes y la adquisición de nuevos clientes.



DISCUSIONES

En cuanto a las limitaciones, este estudio consiste en esfuerzos para diseñar modelos de gestión estratégica que permitan a las empresas adaptarse a las nuevas realidades y seguir siendo rentables a largo plazo. Debido a la pandemia, no es posible recolectar muestras a gran escala, y debido a que el modelo es específico del sector hotelero, no se puede dirigir a otros departamentos. Es complicado.

De igual manera (Barrios, 2016), su investigación tuvo como objetivo desarrollar una estrategia que permitiera el desarrollo de servicios de transporte aéreo en helicóptero en el sector turístico peruano, mejorando los ingresos anuales y la experiencia del cliente en lugares de difícil acceso. Como resultado, la implementación de la estrategia aumentó las ventas anuales en un 3 por ciento. Esto es consistente con el estudio, que tiene como objetivo aumentar la tasa de ocupación actual de los hoteles del 12 al 15 por ciento utilizando un modelo de gestión estratégica basado en dichas estrategias de marketing. También es de destacar que ambas encuestas utilizan diagnósticos externos e internos como primer paso para comprender el estado actual de las empresas e industrias.

Según (Bravo & Ramos, 2018), su investigación tiene como objetivo proponer un programa de gestión estratégica como determinante de la excelencia comercial de la empresa Casa del SAC, y los autores trabajan para actualizar la misión, visión y objetivos, propusieron un flujograma y capacitaciones mensuales. plan centrado en el análisis FODA, el sitio web, la página de fans de la empresa y el proceso de ventas. El autor concluye que si una empresa implementa el desarrollo de la gestión estratégica, será de gran ayuda para la organización ya que genera un crecimiento constante. Esto sustenta el estudio en el sentido de que si el desarrollo de la dirección estratégica se lleva a cabo correctamente, tendrá un impacto positivo en la empresa.



Por otro lado, (Florian, Zanabria, & Deza, 2020) publicaron un estudio: Con el objetivo de determinar el impacto del modelo estratégico en la operación comercial de la empresa Repuestos Miguelitos S.A.C., propusimos un modelo de gestión estratégica en el que cinco Las estrategias se implementan con la ayuda de la gerencia. Como resultado, el precio de compra promedio por unidad aumentó un 14,9 por ciento, de S\$ 101,0 a S\$ 116,1, respectivamente. Esto mejoró el posicionamiento de las pymes en la industria automotriz y aumentó su rentabilidad. Esto respalda el estudio, que muestra que diseñar e implementar un modelo estratégico ajustado a la realidad de una empresa puede aumentar el valor de mercado y mantener la rentabilidad a largo plazo.

El sentido de este estudio corresponde al diseño de un modelo de gestión estratégica que dé resultados positivos sobre la ocupación y rentabilidad hotelera utilizando estrategias de marketing adaptadas a las realidades de las empresas. También es importante señalar que el desarrollo de este estudio servirá de precedente para futuros estudios relacionados con el diseño de modelos estratégicos orientados al sector turístico.

CONCLUSIONES

- Primero.** Se diseña el modelo de gestión estratégica para la Empresa de turismo expedia para adaptarse al estado actual de la empresa y su entorno. Este modelo parte de un análisis estratégico y evalúa la adecuación del plan de diseño, seguimiento y control de la estrategia. Evaluamos la efectividad de este modelo y descubrimos que la tasa de tiempo de actividad anual de la empresa aumentó en un 15 %, lo que resultó en un ingreso adicional de S\$33 613 por año.
- Segundo.** Un análisis del estado actual de la Empresa de turismo expedia comenzó con una encuesta a seis de los colaboradores de expedia. Los F.E. influyen en el hotel y no tienen un plan estratégico para el hotel. No tiene un plan estratégico para responder a la nueva situación. Los F.E. también revelaron que el hotel no contaba con un plan estratégico para enfrentar la nueva situación. También encontramos que la cantidad de turistas está disminuyendo debido a F.E. como la pandemia que estamos viviendo actualmente. El número total de turistas en todo el mundo disminuyó en un 97%, lo que resultó en una pérdida de alrededor de 195 mil millones de yenes. Pérdida de aproximadamente 195.000 millones de yenes, que tuvo un impacto significativo en la Compañía. Porque es nuestra área de negocio.
- Tercero.** La estrategia de Empresa de turismo expedia inició con análisis FODA y diagramas de Ishikawa, seguido por el marketing digital y la planificación estratégica como estrategias clave. De igual forma, la Matriz Peyea se colocó en el cuadrante “defensivo”. Esto implica el hecho de que las organizaciones



deben centrarse en reducir las debilidades internas y contrarrestar las amenazas externas. Las matrices EFI-EFE, por su parte, fueron de 2,36 y 2,38, respectivamente, lo que indica que internamente eran vulnerables a sus competidores y desaprovechaban sus oportunidades frente a las amenazas.

- Cuarto.** Esta estrategia está adaptada al entorno actual que consta de una selección de estrategias clave de marketing digital y un plan estratégico, y la inversión destinada a implementarla en el primer año fue de 1.000 millones de yenes. 49,835 . el “Plan de Vigilancia y Control”, por su parte, se crea para monitorear las actividades de una organización y adecuar el modelo a la demanda actual, y consiste en diseñar parámetros para cuidar y asegurar la salud de los trabajadores durante una pandemia.
- Quinto.** Una estimación del impacto del Modelo de Dirección Estratégica en la empresa de turismo expedia muestra que el beneficio económico a cinco años es de S/ 45,902 .71, con un retorno de inversión de 42% (TIR) y una utilidad/costo de 1.92, lo que representa una rentabilidad del proyecto de 0.92 centavos por inversión.

RECOMENDACIONES

- Primero.** Mayor enfoque en la planificación estratégica: La Empresa de turismo Expedia debería desarrollar un plan estratégico sólido para abordar los desafíos actuales y futuros. Esto incluiría la creación de un plan estratégico para el hotel y la elaboración de estrategias para responder a situaciones como la disminución del turismo debido a eventos como la pandemia. El análisis FODA y los diagramas de Ishikawa son herramientas útiles para identificar áreas de enfoque.
- Segundo.** Mayor atención a las tendencias del mercado: Dado que la disminución de turistas ha tenido un impacto significativo en la empresa, es crucial que Expedia siga de cerca las tendencias del mercado y esté preparada para adaptarse a cambios inesperados. Esto podría incluir la diversificación de su oferta turística o la adopción de estrategias de marketing digital más efectivas.
- Tercero.** Evaluación continua del modelo de gestión estratégica: La empresa debería continuar evaluando la efectividad del modelo de gestión estratégica implementado. Esto puede incluir la medición de indicadores clave de desempeño (como el aumento del tiempo de actividad anual) y ajustes en el modelo según sea necesario.
- Cuarto.** Consideración de la inversión y el retorno de la inversión: Dado que se menciona una inversión de 1,000 millones de yenes en la implementación de la estrategia, es importante que la empresa continúe monitoreando el



retorno de inversión (ROI) y evalúe si los beneficios económicos justifican el gasto.

Quinto. Planificación para crisis y contingencias: La empresa debe considerar la inclusión de planes de contingencia en su estrategia, particularmente para situaciones de crisis como la pandemia. El "Plan de Vigilancia y Control" para garantizar la salud de los trabajadores durante una pandemia es una medida importante que debe seguir siendo una prioridad.

Sexto. Comunicación interna y alineación estratégica: Asegurarse de que todos los colaboradores estén alineados con la estrategia de la empresa es fundamental. La falta de un plan estratégico entre los F.E. y la falta de enfoque en la estrategia podrían abordarse mediante una comunicación interna efectiva y la participación activa de todos los colaboradores en la ejecución de la estrategia



BIBLIOGRAFÍA

- Martin. (2018). Marketing estratégico: definición, beneficios y ejemplos. Obtenido de Marketing estratégico: definición, beneficios y ejemplos: https://www.cyberclick.es/numerical-blog/marketing-estrategico_definicion-beneficios-y-ejemplos
- Mincetur. (2019). Mincetur. Obtenido de Mincetur: https://www.gob.pe/institucion/mincetur/colecciones/1669-reportes-de-turismo-reportes-regionales_de-turismo-2020
- Munoz, D. I. (2016). ¿Por qué es tan importante la estrategia competitiva? Obtenido de ¿Por qué es tan importante la estrategia competitiva?: <https://blog.cooltra.com/por-que-es-tan-importante-la-estrategia-competitiva/OMT>. (2020). UNWTO. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Ballesteros, X. A. (2012). Las agencias de viajes. (Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil, Quevedo, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/636/1/AGENCIAS%20DE%20VIAJES.pdf>
- Baptista, P., Fernández, C., & Hernández, R (2010). Metodología de la investigación (5a ed.). México D.F.: Interamericana Editores.
- Begazo, J. & Torres, R. (2007). Las Agencias de Viaje: De las comisiones por venta de pasajes a los cobros por servicios fees. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9067/7899>
- Boullón, R. (1994). El sistema turístico. En Boullón, R. (Eds.), Planificación del espacio turístico (4a ed., pp. 31 – 55). México D.F.: Editorial Trillas.
- Julian PérezPorto y María Merino Definición del comercio (2008). Actualizado (2012)



López Gómez Miguel (2008-2009). Marketing on line "Posicionamiento de buscadores".

Vela García, Dolores. (2014) .pág. 32. Social Media Manager. Madrid, España: Difusora

Larousse - Ediciones Pirámide.



ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Método
General	General	General	Independiente	Este estudio es descriptivo. Esto se debe a que pretende diseñar un modelo de gestión estratégica que atienda y se adapte a las realidades del entorno actual. Una encuesta estadística describe los datos y características de una población o fenómeno a estudiar (marroquí, 2012).
¿cómo diseñar un prototipo de dirección estratégica para la empresa de turismo Expedia – puno en tiempos de pandemia de la COVID 19?	Diseñar un prototipo de dirección estratégica para la empresa de turismo Expedia – puno en tiempos de pandemia de la COVID 19	El Diseño de un prototipo de dirección estratégica ayudara a la empresa de turismo Expedia – puno en tiempos de pandemia de la COVID 19	prototipo	
Específicos	Específicos	Específicos	Dependiente	
¿Cómo podemos evaluar la realidad de la empresa de turismo Expedia? ¿Cómo serán las estrategias de la empresa de turismo Expedia? ¿Cómo serán las estrategias de la empresa de turismo Expedia en el entorno actual? ¿Cuál será el prototipo de dirección estratégica de la empresa de turismo Expedia?	- Evaluar la realidad de la empresa de turismo Expedia. - Desarrollar las estrategias de la empresa de turismo Expedia. - Evaluar las estrategias de la empresa de turismo Expedia en un entorno actual. - Evaluar el impacto del prototipo de dirección estratégica de la empresa de turismo Expedia.	- La evaluación de la realidad ayudara a la empresa de turismo Expedia. - El desarrollo de estrategias ayudara a la empresa de turismo Expedia. - La evaluación de las estrategias de la empresa de turismo Expedia ayudara en el entorno actual. - La evaluación del impacto del prototipo ayudara en la dirección estratégica de la empresa de turismo Expedia.	dirección estratégica	

Anexo 2. Instrumento

BÚSQUEDA DE SATISFACCIÓN	¿Qué asignas a cada elemento?						¿Cómo evalúas el rendimiento del servicio?				
	Fundamental	Muy importante	Importante	Poco Importante	Sin importancia		Excelente	Muy bien	Bien	Regular	Malo
Respecto a la AGILIDAD del servicio • Considerar el tiempo de respuesta											
Respecto a la EFICIENCIA del servicio • Considerar la resolución de problemas											
Respecto a la CONFIABILIDAD del servicio • Considere hacerlo bien la primera vez											
Respecto al ACCESO A LA INFORMACIÓN • Considere información del historial de compras, flujo de pedidos, información técnica, etc.											
Respecto al CANAL DE COMUNICACIÓN • Considerar alternativas como teléfono, web, contacto personal, etc.											
En cuanto a los ASPECTOS FINANCIEROS • Considere información como el flujo de pago, datos bancarios											
Respecto a la RELACIÓN • Considerar contacto con el área de ventas.											
Respecto a PREVISIÓN DE COMPRA • Considerar los formularios disponibles como contacto con el vendedor, web, etc.											

Anexo 3. Validación del instrumentó

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

I. TÍTULO DE MI TESIS DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO

II. REFERENCIAS:

- a. Experto/Nombres : RAMIRO ARTURO RODRIGUEZ SARAVIA
b. Especialidad : INGENIERO DE SISTEMAS
c. Cargo Actual : DOCENTE DE UNAJ

III. AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:

Bach. DANIEL PAREDES ZAMBRANO

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

☒ (1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Está redactado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Está expresado en capacidades observables					X
3. Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia					X
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables				X	
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Esta adecuada para cumplir los objetivos de la investigación					X
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Coeficiente de valoración porcentual. $C = \text{Total}/50$

V. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....

VI. RESOLUCIÓN DEL EXPERTO

Aprobado ($C > 75\% = 0.75$) ☒Desaprobado ($C < 75\% = 0.75$) ☐LUGAR Y FECHA: Juliaca, 02 Diciembre del 2022Ramiro Arturo Rodríguez Saravia
INGENIERO ESPECIALISTA
CIP. N° 126138



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA
FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



JUICIO DE EXPERTOS

I. TÍTULO DE MI TESIS: DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE TURISMO EXPEDIA - PUNO

II. REFERENCIAS:

d. Experto/Nombres : KOISHIRO T. ARAPA CRUZ
e. Especialidad : INGENIERO DE SISTEMAS
f. Cargo Actual : DOCENTE DE UNAJ

III. AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:

Bach. DANIEL PAREDES ZAMBRANO

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

(1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Está redactado con lenguaje apropiado			X		
2. Objetividad	Está expresado en capacidades observables			X		
3. Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia				X	
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables			X		
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Esta adecuada para cumplir los objetivos de la investigación					X
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Coefficiente de valoración porcentual. C = Total/50

V. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

VI. RESOLUCIÓN DEL EXPERTO

Aprobado (C>75%=0.75) ☒

Desaprobado (C<75%=0.75) ☐

LUGAR Y FECHA: Juliaca, 02 Diciembre del 2022



Koishiro T. Arapa Cruz
INGENIERO DE SISTEMAS
CIP. 321051



Anexo 4: Tratamiento de datos

Numero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	23
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	41
5	3	3	3	4	3	4	4	3	3	30
6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
7	2	2	2	2	2	4	3	3	3	23
8	3	4	3	2	3	3	2	3	4	27
9	3	4	3	2	4	4	3	3	4	30
10	2	3	2	2	2	4	3	4	3	25
11	3	4	4	2	3	4	3	5	4	32
12	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	2	2	2	2	2	4	3	3	3	23
15	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
16	5	4	4	3	5	5	5	5	5	41
17	3	3	3	4	3	4	4	3	3	30
18	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
19	2	2	2	2	2	4	3	3	3	23
20	3	4	3	2	3	3	2	3	4	27
21	3	4	3	2	4	4	3	3	4	30
22	2	3	2	2	2	4	3	4	3	25
23	3	4	4	2	3	4	3	5	4	32
24	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	2	2	2	2	2	4	3	3	3	23
27	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
28	5	4	4	3	5	5	5	5	5	41
29	3	3	3	4	3	4	4	3	3	30
30	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
31	2	2	2	2	2	4	3	3	3	23
32	3	4	3	2	3	3	2	3	4	27
33	3	4	3	2	4	4	3	3	4	30
34	2	3	2	2	2	4	3	4	3	25
35	3	4	4	2	3	4	3	5	4	32
36	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital ☒

Fecha de entrega: 30/12/2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: DANIEL PAREDES ZAMBRANO

Dirección: Jr. Huaynaroque Mz. S Lt. 10 Urb. Sol de Oro

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 77438691

Teléfono: 918488913 email: fernandofoxpro@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: INGENIERÍA DE SISTEMAS

Escuela Profesional o Mención: INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Título o Grado Académico a optar: INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

Asesor: Mgtr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación ☐ Tesis ☒ Trabajo de Suficiencia Profesional ☐ Trabajo Académico ☐

Título: DISEÑO DE UN PROTOTIPO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA DE
TURISMO EXPEDIA - PUNO

Palabras claves, (3 a 5 términos): Estrategia, turismo, economía, estrategias, covid-19

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

☐ Bachiller ☒ Título ☐ 2da Especialidad ☐ Maestría ☐ Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- ☒ Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- ☐ Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- ☐ No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- ☐ Sí autorizo
- ☒ No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.



Internacional



Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS - P25

Firma de Autor



huella digital

30 - Diciembre - 2025

Fecha