

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD  
DEL CUSCO**

**ESCUELA DE POSTGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

**MENCIÓN: GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO  
EMPRESARIAL**



---

**E- COMMERCE Y COMPETITIVIDAD DE LOS NEGOCIOS  
DE LAS AGENCIAS DE VIAJES MINORISTAS EN EL  
DISTRITO DE CUSCO, PERIODO 2016**

---

Presentado por:

**Br. Pierre Curo Quispe**

Para optar al Grado de Magister en  
Administración, mención en Gestión  
Pública y Desarrollo Empresarial.

**ASESOR:**

**Dr. Gabriel Suyo Cruz**

**CUSCO – PERÚ**

**2017**

## RESUMEN

---

El trabajo que a continuación se presenta, lleva por título E-COMMERCE Y COMPETITIVIDAD DE LOS NEGOCIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES MINORISTAS EN EL DISTRITO DE CUSCO, PERIODO 2016, con el fin de diagnosticar y analizar la situación de las agencias viajes minoristas.

El **problema general** ¿De qué manera influye e-commerce en la competitividad de los negocios de las agencias de viajes minoristas en el distrito de Cusco, periodo 2016?

El **objetivo general** es determinar la influencia del e-commerce en la competitividad de los negocios de las agencias de viajes minoristas en el distrito de Cusco, periodo 2016.

En **hipótesis general** de qué manera el e-commerce influye de manera directa en la competitividad de los negocios de las agencias de viajes minoristas en el distrito de Cusco, periodo 2016.

El tipo de investigación es científica aplicada descriptiva. El nivel de investigación es descriptivo, aplicativo cuantitativo y correlacional. Las técnicas son observación directa, encuestas, entrevista y revisión bibliográfica. Los instrumentos son fichas de observación, cuestionario, encuestas, guía de entrevista y fichas de recopilación de datos. Tipo de **muestra utilizada es muestreo no probabilístico**, por el método de conveniencia. Está conformada por 208 agencias de viajes minoristas, **el tamaño de la muestra es de 160 agencias de viajes minorista en el distrito de Cusco**, la selección de la muestra es por método aleatorio, seguidamente se proceden a aplicar las encuestas.

La **conclusión** a la que se ha llevado es realizar una estrategia de comercio electrónico influyen directamente en la competitividad de los negocios de las agencias de viajes minoristas en el distrito de Cusco, esta herramienta con la estrategias influyen en encontrar nuevos clientes, los cuales valoren más el valor agregado en el servicio que el producto y/o servicio mismo.