

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD
DEL CUSCO
ESCUELA DE POST GRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN



TESIS

“Comercio Electrónico y participación de mercado en las Agencias de Viaje del distrito del Cusco. Periodo 2017.”

Presentado por:

BR.MELISA BETYS HOLGUIN HERRERA.

Para optar al grado academico de magister en Administracion con mencion en Gestion Publica Y Desarrollo Empresarial.

Asesor:

Dr. Jesus Barrionuevo Mujica

Cusco – 2019

RESUMEN

Es importante indicar que turismo, en las que se encuentran las empresas de servicios turísticos, en particular las agencias de viajes en nuestro medio, ha convocado el interés por el comercio electrónico que permite tener una mayor participación de mercado en el sector. En tanto que el crecimiento del uso del internet por parte de los turistas para realizar diferentes actividades adquieren sus productos (bienes y/o servicios) lo hacen vía online, por lo general los consumidores los hacen con mucho más frecuencia por internet, la información a la que acceden los hacen a través de las redes sociales; por lo que se ha hecho la necesidad de que las empresas turísticas usen el internet adoptando diversas herramientas digitales: En tal sentido *Problema general* es: ¿Cuáles son las características del comercio electrónico y la participación de mercado en las agencias de viajes del Cusco, en el período 2017?. Así como el *Objetivo General* es el siguiente: Analizar las características de la situación actual del comercio electrónico y la participación de mercado en las agencias de viajes del Cusco, en el período 2017.

Palabras claves: comercio electrónico, participación de mercado, agencia de viajes.