

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



TESIS

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA LA AGENCIA DE VIAJE TOUR
OPERADOR MACHU TRAVEL PERU, DISTRITO DE CUSCO, PERIODO 2021

PRESENTADO POR:

Bach. Bello Quispe, Hector Humberto

Bach. Chipana Ayala, Leslye Melanye

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

ASESOR:

Dr. Arroyo Polanco, José Francisco

CUSCO - PERÚ

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-287-2023-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA LA AGENCIA DE VIAJE TOUR OPERADOR MACHU TRAVEL PERU, DISTRITO DE CUSCO, PERIODO 2021, presentado por los bachilleres HECTOR HUMBERTO BELLO QUISPE con DNI Nro.: 73906524 y presentado por LESLYE MELANYE CHIPANA AYALA con DNI Nro.: 76874568 para optar el título profesional/grado académico de LICENCIADOS en Administración.

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 4 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 16 de agosto de 2023



Firma

Post firma Dr. Arroyo Polanco, José Francisco

Nro. de DNI 33912452

ORCID del Asesor 0000-0003-1144-3774

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid:27259:252269418

NOMBRE DEL TRABAJO

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL
PARA LA AGENCIA DE VIAJE TOUR OPE
RADOR MACHU TRAVEL PERU, DISTRIT
O

AUTOR

lesliye chipana

RECUENTO DE PALABRAS

29863 Words

RECUENTO DE CARACTERES

168253 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

148 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

4.3MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 13, 2023 10:58 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 13, 2023 11:00 PM GMT-5**● 10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos:

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)


Firma

RESUMEN

La evolución de la tecnología en los dos últimos años y el acceso a internet como efecto de la pandemia del COVID – 19 ha generado un gran cambio en el comportamiento del hombre incrementado el consumo de medios digitales, pero cabe resaltar que el gran cambio que ha vivido la humanidad ha hecho que todas las empresas migren a medios digitales generando una gran cantidad de contenido, así mismo aumentando la competencia en los diferentes rubros, creando la necesidad que las agencias de turismo dejen de aplicar estrategias de marketing tradicionales y puedan actualizar y estar activos en sus páginas web siendo ellas mismas las que apliquen estrategias de marketing digital mediante los distintos canales y medios sociales, logrando posicionamiento y competitividad en el mercado turístico y en efecto un mayor número de turistas.

Por consiguiente, la presente investigación tiene por objetivo desarrollar las estrategias de marketing digital más idóneas para la agencia de viajes Tour Operador Machu Travel Peru del distrito de Cusco logrando captar nuevos clientes potenciales de índole nacional y/o extranjero y generar recomendaciones como la aplicando herramientas tecnológicas, medios de reservas con un contenido dinámico e interacción entre la agencia y el turista. Así mismo se busca formar parte de los primeros esfuerzos en el estudio del impacto y la importancia de internet en los procesos de negocio del sector de agencias de viaje en la región Cusco, con un enfoque en la atracción de nuevos clientes, permitiendo una mejor adaptación a los cambios y avances tecnológicos, de forma más eficiente logrando una mejor captación de nuevos e innovadores conocimientos y vínculos con sus clientes en el mercado digital a nivel internacional. Esta investigación es de enfoque cuantitativo, la investigación es de tipo descriptivo no experimental, se empleará un método deductivo con una población finita y con un tipo de muestra no probabilística.

Palabras Claves: marketing digital, turismo, estrategia, clientes