

**UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS**



**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS  
TURÍSTICOS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**EL MARKETING DIGITAL Y LA PROMOCION  
DE LA MARCA NET DE LA AGENCIA DE  
VIAJES NAVER ENDING TRAVEL, LIMA 2016**

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

**AUTORES:**

AGUILAR MORENO KATERYNE JUDYTH  
CODIGO ORCID: 0000-0002-2994-2945

ARANA PONTE DIEGO MANUEL  
CODIGO ORCID: 0000-0002-6724-0362

SOTO RENGIFO LADY PAMELA  
CODIGO ORCID: 0000-0003-1920-9739

**ASESOR:**

MG. ROJAS MACHA OLGER  
CODIGO ORCID: 0000-0001-7965-1815

**LINEA DE INVESTIGACION: GESTION DE LA INNOVACION**

LIMA, 2020

### **Dedicatoria**

Dedico de manera especial este trabajo de investigación a mis padres por haberme apoyado en momentos donde muchas veces se piensa que ya no se puede más y que siempre encontré en ellos razones y motivos para seguir dando de mi esfuerzo.

AGUILAR MORENO, JUDYTH

Dedico de manera muy especial a mi abuelo Demetrio y a mi madre Rosa ya que ellos me apoyaron principalmente en el cimiento para la construcción de mi vida profesional, inculcando en mí la base de responsabilidad y deseos de superación.

ARANA PONTE, DIEGO

Dedico de manera muy especial a mi madre que siempre me apoyo y fue mi fuerza para seguir adelante, a mi padre por su apoyo incondicional y a mi hermano que desde el cielo sé que se siente orgulloso por todo las metas que estoy cumpliendo.

SOTO RENGIFO, PAMELA

## **Agradecimiento**

A Dios y a nuestros padres quienes nos han apoyado y motivado a lo largo de nuestras vidas en nuestra formación académica, y creyeron en nosotros en todo momento y no dudaron nunca sobre nuestras habilidades.

A esta universidad prestigiosa la cual abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como profesionales con sentido de seriedad, responsabilidad y rigor académico.

A cada uno de nosotros que hemos estado juntos durante nuestra carrera profesional, atravesando las dificultades que se nos han presentado durante el camino universitario para de esta manera poder lograr una de nuestras metas, siendo como objetivo final nuestro trabajo de investigación.

Gracias a la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas que nos apoyaron y creyeron en la realización de esta investigación.

## **Resumen**

El marketing digital y la imagen de la marca NET de la agencia Never Ending Travel con RUC N° 2060019774 ubicado en Jr. Huallaga 288 interior 305, con el fin de tener preparada a la sociedad y a la industria turística de sacar provecho de todos los beneficios de la transformación digital. El objetivo es la generación de inversiones conjuntas, la cooperación a través de las fronteras y los sectores industriales y el aprendizaje mutuo. En Perú, el Marketing Digital se muestra hoy en día como una innovación. Muchas empresas recurren a una agencia de marketing digital ya que los costos son mucho menores además tienen mayor especialización.

En Perú, hoy en día, el marketing digital es considerado como una estrategia primordial para las organizaciones, ya que los consumidores todo el tiempo están conectados a internet, en la actualidad buscan datos que los apoye en la toma de decisión sobre una compra.

Grupo net es una empresa desarrollada para el rubro de turismo con la finalidad de brindar servicios turísticos, su público objetivo son los clientes Latino Americanos, la agencia es joven tiene algunas falencias y que a medida que va avanzando ira reforzándolo; lo que falta mejorar en la agencia es manejar su publicidad de manera objetiva.

En la presente investigación tenemos como problemática ¿De qué manera el marketing digital mejora la promoción de la marca NET de la agencia “Never Ending Travel” – Lima 2016?

Las empresas deben tener presencia en la web para que puedan ser consideradas como una opción, el marketing online posee la finalidad de incrementar su implementación, las publicaciones en internet, el contenido el cual deberá estar a responsabilidad de un profesional certificado.

Las agencias de viajes deberán aprovechar todas sus estrategias del marketing online, donde deben invertir sus recursos en capacitación; marketing y la comunicación permanecen con las mismas finalidades de siempre, tener mayor conocimiento sobre los consumidores.

Una marca ciudad desde su surgimiento conforma una parte del componente de control social, brindando una acción sobre la mundialización; que además es considerado como un recurso de importancia para la competitividad en el sector turístico, que se encuentra rodeado de constantes modificaciones, la marca se usa como una señal de distinción ya sea para una ciudad, empresa, producto o servicio que se constituye como una herramienta eficiente.

Concluimos en que el marketing digital guarda relación con el marketing publicitario ya que es una herramienta que busca lograr el desarrollo de la empresa. Además, que la promoción de la marca NET tiene la finalidad de atraer nuevos clientes nacionales e internacionales. Ello se puede lograr por medio de una tienda online, donde es necesario lograr una diferencia de la competencia para atraer y gestionar a los usuarios; el merchandising virtual mantiene relación con la línea corporativa de la organización.

El merchandising virtual, cuando se desempeña de una forma eficaz, sirve para obtener ventas, direccionar a los clientes, para incrementar el poder de la marca NET, no sólo como garantía de calidad y estabilidad sino porque aporta en la fase de toma de decisiones, y tener cuidado al momento de ofrecer los servicios post venta para fidelizar a sus clientes.

**Palabras claves:** Merchandising, Marketing, marca, publicidad.

## Abstract

The digital marketing and the image of NET's brand of Never-Ending Travel's agency with RUC No. 2060019774 located at Jr. Huallaga 288 interior 305, in order to get the society and the touristic industry ready to take advantage of all the benefits of the digital transformation. The objective is the generation of joint investments, cooperation across borders and industrial sectors and mutual learning. In Peru, Digital Marketing is shown today as an innovation. Many companies prefer to work with a digital marketing agency because the costs are much lower, and they have more specialization.

In Peru, today, digital marketing is considered as a primary strategy for organizations, since consumers are all the time connected to the Internet, they are currently looking for data that supports them in planning about a purchase.

Grupo net is a company developed for the tourism sector with the purpose of providing tourism services, its target audience is Latin American people, the agency is young, it has some shortcomings, and as it progresses, it will strengthen it; What needs to be improved in the agency is to handle its advertising objectively.

In the present investigation we have as a problematic: How does digital marketing improve the promotion of the NET brand of the agency "Never Ending Travel" - Lima 2016?

Companies must have a presence on the web so that they can be considered as an option; online marketing has the purpose of increasing its implementation, publications on the internet, the content which must be the responsibility of a certified professional.

Travel agencies should take advantage of all their online marketing strategies, where they must invest their resources in training; Marketing and communication remain with the same goals as always, have more knowledge about consumers.

A city brand since its emergence forms a part of the social control component, providing an action on globalization, which is also considered as an important resource for competitiveness in the tourism sector, which is surrounded by constant

modifications, the brand is used as a sign of distinction either for a city, company, product or service that is constituted as an efficient tool.

We conclude that digital marketing is related to advertising marketing as it is a tool that seeks to achieve the development of the company. In addition, the promotion of the NET brand is intended to attract new national and international customers. This can be achieved through an online store, where it is necessary to achieve a difference in competition to attract and manage users; virtual merchandising maintains a relationship with the corporate line of the organization.

The virtual merchandising, when it is performed in an effective way, serves to obtain sales, direct customers, to increase the power of the NET brand, not only as a guarantee of quality and stability but because it contributes to the decision-making phase, and being careful when offering after sales services to build customer loyalty, and to have care when offering post-sales services to retain their customers.

**Keywords:** Merchandising, Marketing, brand, advertising.



