INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Marketing Digital

Diseño de campaña de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda. para la captación de nuevos clientes en el sector del centro de Cuenca durante el año 2025.

Lorena Elizabeth Quintuña Quintuña

Marketing Digital

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Marketing Digital

Quito, 14 de abril de 2025

INSTITUTO SUPERIOR

TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Marketing Digital

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Diseño de campaña de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda. para la captación de nuevos clientes en el sector del centro de Cuenca durante el año 2025.

Lorena Elizabeth Quintuña Quintuña

Jimmy Sarango, Magister en Comunicación Estratégica

Quito, 14 de abril de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Lorena Elizabeth Quintuña Quintuña

Código estudiante: 2664

Cédula de identidad: 0103566022

Lugar y fecha: Quito, abril de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres que desde el cielo me dan sus bendiciones, por haber cumplido uno de mis grandes sueños.

A mi querida hija, que ha sido fuente de inspiración, fortaleza y constancia en el esfuerzo para alcanzar mi objetivo.

A mis hermanos y sobrinos, por el apoyo incondicional que me brindaron en el trayecto de estudio.

A una persona especial que de forma silenciosa pero asertiva me brindó su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios todopoderoso, que me da la vida, la salud, la perseverancia y la capacidad para alcanzar esta meta profesional.

A los docentes de esta prestigiosa Institución educativa que, con la experiencia y sus conocimientos, me incentivaron la fortaleza del estudio y la confianza de formar profesionales éticos.

Al profesor guía de estudio e investigación en el proceso de desarrollo del trabajo final, que con exigencia aprendí la fortaleza del estudio para conseguir la culminación de este trabajo de titulación.

RESUMEN

Este proyecto se enfoca en el desarrollo de una campaña de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda., situada en Cuenca, con el objetivo de captar nuevos clientes en un medio altamente competitivo. En la necesidad de mejorar su estrategia de marketing digital es urgente, referente a la baja interacción de los usuarios con los correos promocionales actuales. A través de encuestas realizadas a 23 personas, se alcanzó a identificar preferencias claras en lo que se refiere al contenido atractivo, enfatizando la importancia de las ofertas y descuentos exclusivos. Por primera vez en la agencia de viajes se ejecutó una campaña personalizada en una plataforma, la misma que mostró resultados positivos, con un 54.5% de tasa de apertura y 36.4% de tasa de clics. Los resultados que se obtuvieron en las métricas indican un interés renovado en la comunicación digital de la agencia. Las conclusiones resaltan la relevancia de la segmentación y la personalización para mejorar la captación de clientes, así como la necesidad de dar prioridad a la privacidad de los datos. Se recomienda continuar ajustando las estrategias de contenido y frecuencia de envío para incrementar la efectividad de las campañas de email marketing en el sector turístico.

Palabras Clave: Email marketing, agencia de viajes, captación de clientes, personalización, segmentación, marketing digital,

ABSTRACT

This project focuses on the development of an email marketing campaign for the travel agency Lobby Travel Cia. Ltda., located in Cuenca, with the objective of attracting new customers in a highly competitive market. The need to enhance its digital marketing strategy is urgent due to the low interaction of users with the agency's current promotional emails. Through surveys conducted with 23 individuals, clear preferences were identified regarding attractive content, with a strong emphasis on exclusive offers and discounts. For the first time, the agency implemented a personalized campaign on an email marketing platform, which yielded positive results, including a 54.5% open rate and a 36.4% click-through rate. The metrics obtained indicate a renewed interest in the agency's digital communication.

The conclusions highlight the importance of segmentation and personalization in improving customer acquisition, as well as the need to prioritize data privacy. It is recommended that the agency continue refining content strategies and adjusting sending frequency to further enhance the effectiveness of email marketing campaigns in the tourism sector.

Keywords: Email marketing, travel agency, customer acquisition, personalization, segmentation, digital marketing.

TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN 144

1.1.Planteamiento del Problema 144

1.2.Justificación 145

1.3.Alcance 157

1.4.Objetivos General y Específicos 188

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO 199

2.1 Definición y evolución del email marketing……..19

2.2 Importancia del email marketing en la industria del turismo…….20

2.3 Beneficios y desafíos del email marketing en la captación de clientes……..21

2.4 Tipos de email marketing……...24

2.5 Personalización y segmentación en campañas de email marketing……...28

2.6 Automatización del marketing y su aplicación en agencias de viajes ……..29

2.7 Diseño de correos electrónicos interactivos y atractivos ……..30

2.8 Canales complementarios al email marketing ……..31

2.9 Métricas de análisis y herramientas para su monitoreo y evaluación……32

2.10 Marco Conceptual……34

2.11 Marco Legal ……35

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO 37

3.1.Tipo de investigación 377

3.1.1 Según el propósito ……. 37

3.1.2 Según la manipulación de las variables ……..37

3.1.3 Según el tiempo de duración ……..37

3.2.Enfoque 377

3.3.Herramientas metodológicas.....38

3.4.Técnicas 38

3.5.Estudios iniciales 39

3.5.1 Organizador gráfico de variables ……...39

3.5.2 Matriz de operacionalización de las variables ……40

3.5.3 Criterios de inclusión y exclusión ……..41

3.6.Desarrollo.....42

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 45

4.1.Análisis de resultados (descripción) 45

4.2.Interpretación y discusión de resultados.....55

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 57

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....59

ANEXO A: Lista de personas encuestadas.....62

ANEXO B: Encuestas para el desarrollo de la campaña de email marketing …….63

ANEXO C: Propuesta de Campaña de email marketing para Looby Travel……...86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 CRITERIO DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN……..…… 41

Tabla 2 TABLA DE MUESTREO Y POBLACIÓN……..……..41

Tabla 3 ¿QUÉ SUGERENCIAS DARÍA PARA MEJORAR LOS CORREOS ELECTRÓNICOS DE AGENCIAS DE VIAJES Y HACERLOS MÁS ATRACTIVOS…..55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ejemplo de correo transaccional……25

Figura 2 Ejemplo de correo promocional ……26

Figura 3 Ejemplo de boletín informativo.....26

Figura 4 Ejemplo de emails estacionales.....27

Figura 5 Variable independiente 39

Figura 6 Variable dependiente. 39

Figura 7 ¿Con que frecuencia recibe correos electrónicos promocionales?. 45

Figura 8 ¿Suele abrir correos electrónico promocinales de agencias de viaje? 46

Figura 9 .¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa? 47

Figura 10 ¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viaje.?.48

Figura 11 ¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia que no le interesa? 49

Figura 12 ¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses? 51

Figura 13 ¿Cuál de los siguientes formatos de correo le parece atractivo?. 51

Figura 14 ¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos? 52

Figura 15 ¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo?. .53

Figura 16 Lista de personas encuestadas. 62

Figura 17 Base de datos segmentada……86

Figura 18 Fotos de Galápagos 87

Figura 19 Esquema de campaña 88

Figura 20 Publicidad de campaña Lobby Travel 89

Figura 21 Plataforma Doppler 91

Figura 22 Configuración de DKIM SPF & DMARC 91

Figura 23 Selección de la campaña 92

Figura 24 Selección del editor del texto y HTML 93

Figura 25 Creación de contenido y publicidad ……...93

Figura 26 Pre visualización de la campaña …….. …….94

Figura 27 Visualización lista de correo a los que se enviará información ……95

Figuta 28 Formulario……..…….95

Figura 29 Reporte de actividad del suscriptor…….96

Figura 30 Visualización resumen de campaña……96

Figura 31Envío de la campaña ……...97

Figura 32 Confirmación de envío de campaña …….. 97

Figura 33 Cuadro estadístico de apertura de correo ……...98

Figura 34 Tasa de entrega ……..99

Figura 35 Resumen detallado de la métrica……..100

Figura 36 Reporte de links ……...100

Figura 37 Reporte general ……101

Figura 38 Informe final ……102

Figura 39 Página Web Lobby Travel ……...102

Figura 40 Campaña Galápagos te cambia ……103

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

La agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda., ubicada en el centro de Cuenca, afronta el reto de incrementar la base de datos de clientes en un mercado muy competidor, especialmente en el sector turístico local. Se ha realizado una gran variedad de ofertas de servicios turísticos en la ciudad, a pesar de estos esfuerzos la agencia ha conseguido la captación de un número limitado de nuevos clientes durante los últimos años, esto afecta a la marca en su posicionamiento y crecimiento en el mercado. En un ambiente digital que cada vez está más interconectado, la agencia no ha implementado estrategias de marketing digital efectivas que le permitan llegar a nuevos clientes potenciales de manera directa y personalizada.

El correo electrónico se considera una de las estrategias más eficaces para la adquisición y fidelización de clientes en empresas de diversos sectores (Veleva & Tsvetanova, 2020). Sin embargo, en el caso de Lobby Travel, la ausencia de un plan estructurado de correos que no se adapte en las necesidades específicas del público objetivo limita su capacidad para conectar con turistas potenciales, especialmente aquellos interesados en paquetes turísticos dentro y fuera de Cuenca.

El uso correcto de herramientas digitales como las fotos y videos en las campañas de marketing turístico llaman la atención, creando emociones en las personas, esto incrementaría el interés de los usuarios, y a su vez se convertirán en clientes potenciales (Labrin & Pinglo, 2020).

Esta dificultad debilita el incremento económico de la agencia, lo que no le permite beneficiarse de las oportunidades que ofrece el ámbito digital como es la segmentación del público objetivo, mensajes personalizados y la automatización de las campañas de marketing.

Desde este punto de vista, es importante crear una campaña de marketing con el objetivo de captar nuevos clientes y elevar la visibilidad de la agencia en el mercado de Cuenca, beneficiándose de las tendencias del marketing digital con la finalidad de ser competitivo. Es importante que la agencia Lobby Travel resuelva este problema para evitar resultados desfavorables a largo plazo. En la actualidad la competencia del sector turístico es cada vez más activa, se ha observado que la competencia ha implementado estrategias de marketing innovadoras, esto les da la ventaja de atraer clientes y posicionar su marca (Aldaz & Guerrero, 2023). Compañías que no incluyen planes bien estructurados de técnicas de marketing, tienen menos probabilidades para captar y fidelizar clientes, afectando su desarrollo y permanencia en el mercado (Campines, 2023). De acuerdo con este análisis Lobby Travel debe desarrollar una estrategia digital a corto plazo o podría verse afectado perdiendo competencia y visibilidad en el mercado. Por ello, la finalidad de esta investigación.

El objetivo de este estudio es desarrollar una campaña de email marketing para captar nuevos clientes, aplicando un enfoque individual y segmentado, con el propósito de potenciar los recursos de la agencia y activar su presencia en el mercado.

Esta estrategia contribuirá a mejorar la competitividad de Lobby Travel Cia. Ltda., fortaleciendo su posicionamiento y ayudando a la agencia a lograr un crecimiento sostenible en el tiempo.

¿Cuáles son las mejores prácticas de correo electrónico en las empresas del sector turístico?

1.2. Justificación

Diseñar un plan de correo electrónico para la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda.**,** con el objetivo de captar nuevos clientes en el sector turístico de Cuenca durante el año

2025, es una oportunidad estratégica clave en el contexto del mercado actual que está en constante evolución.

La industria empresarial, actualmente es un área en donde la parte electrónica, digital e interacción entre empresas y clientes va en aumento, siendo así, cada empresa debe encontrar estrategias que les permitan acoplarse a esta nueva era, obteniendo conocimientos de herramientas tecnológicas para lograr una comunicación efectiva con el público (Fernández et al., 2022).

Aplicar este estudio es primordial, en especial en la industria del turismo ya que, si se desarrolla puntos estratégicos y sobre todo efectivos de marketing digital, va a permitir aumentar la captación de usuarios y empoderar a la marca de la empresa, viéndose relevante ante un mercado tan competitivo.

Observar y estudiar los resultados que nos brinda el email marketing en el sector del turismo es un punto muy importante, ya que su finalidad de fidelizar clientes se centra en como logramos captar la seguridad y confianza de cada usuario a través de los servicios que se ofrecen por este medio tecnológico (Farías et al., 2020)**.** Este análisis nos permite obtener nuevos usuarios y a su vez fortalecer la comunicación continua con ellos, lo cual es esencial para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la agencia.

Si analizamos esta estrategia desde un punto de vista económico, aplicar y desarrollar una campaña de email marketing elevara al máximo la marca de la agencia, permitiendo obtener una alta rentabilidad y sostenibilidad financiera.

La aplicación de esta herramienta permitirá que Lobby Travel llegue asertivamente a los turistas potenciales de Cuenca, individualizando su público en base a sus preferencias y necesidades puntuales, efectivizando el resultado de las campañas. El efecto que tendrá esta campaña será polifacético. La agencia se verá favorecida al obtener nuevos clientes por aplicar una comunicación individual, mejorando la atención del público lo que impulsará la

fidelización (Domínguez, 2022). Otro beneficio para la agencia es que permitirá a los directivos de Lobby Travel tomar mejores decisiones en base a la información concreta de datos sobre el comportamiento y preferencias de los clientes, mejorando las finanzas de la empresa. El análisis realizado proporcionará resultados para mejorar en la competencia en el mercado local, y a su vez será un modelo de referencia para el sector del turismo.

Un estudio determinado de esta campaña y de la obtención de sus resultados, nos permite reconocer los puntos estratégicos que pueden elevar la transformación de una agencia en el sector turístico, siendo también modelo para renovar ideas de marketing de otras agencias.

Esta investigación nos dejará un acontecimiento relevante, podremos observar como con tan solo la aplicación de estrategias digitales, elevaremos la visita de nuevos clientes, usando los recursos propios de la empresa y a su vez aplicando e incentivando a lograr un amplio conocimiento del marketing digital que será aplicado al sector turístico.

1.3. Alcance

La investigación tiene como propósito desarrollar una campaña de correo o email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda., ubicada en el centro de la ciudad de Cuenca, que se llevará a cabo en el año 2025, con la intención de obtener una nueva cartera de clientes. Durante el progreso de este proyecto, tenemos como meta, implementar un contenido exclusivo que permita individualizar la información para cada cliente según sus preferencias, también lograremos aplicar automatizaciones para tener una campaña viable y efectiva. Nuestra campaña se basa en elevar la visibilidad de la marca, en resaltar los servicios que disponemos en la industria turística, haciendo que estos servicios

se conviertan en puntos estratégicos para la captación de clientes. El alcance del proyecto se limita a la plataforma de email marketing, con un enfoque en mejorar la presencia digital de la agencia y optimizar la interacción con turistas interesados en paquetes

promocionales dentro y fuera de Cuenca, adaptando los mensajes a sus necesidades e intereses turísticos.

La culminación exitosa del proyecto se considera alcanzada cuando se logre un aumento visible en la obtención de más clientes y mejorar la visibilidad de la agencia, se medirá a través de las métricas de apertura de correos, tasa de clics, conversiones de clientes y ventas generadas a partir de la campaña.

1.4. Objetivo General

Crear una campaña de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda. para la captación de nuevos clientes en el sector del centro de Cuenca en el año 2025.

1.5. Objetivos específicos:

- Investigar las nuevas tendencias para desarrollo de correos electrónicos en el turismo, para captar nuevos clientes.
- Diseñar un plan de correo electrónico que incluya contenido visual atractivo.
- Evaluar el rendimiento de las estrategias que se aplicarán en la campaña de email marketing para Lobby Travel Cia. Ltda.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Definición y evolución del email marketing

El marketing es el conjunto de estrategias y técnicas utilizadas por las empresas para identificar, atraer, satisfacer y fidelizar clientes a través de la oferta de productos y servicios (Fernández et al., 2022). Su propósito principal es crear valor para los consumidores y generar rentabilidad para las empresas. Abarca aspectos clave como la investigación de mercado, la segmentación del público objetivo, las estrategias de comunicación y venta, y la construcción de marca (Rodas, 2023).

Con el avance de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC´s) a lo largo del tiempo, el marketing ha evolucionado desde enfoques tradicionales hasta estrategias digitales más complejas. Antes de la era digital, según Olalla y Sarango (2024), el marketing se basaba en habilidades offline, como la publicidad en medios masivos (radio, televisión, periódicos), la venta directa, las promociones en puntos de venta y el marketing boca a boca. Aunque estas estrategias tenían un alcance amplio, carecían de la capacidad de segmentación precisa que ofrecen los métodos digitales.

Con la llegada de Internet en los años 90, el marketing experimentó un cambio radical, dando paso al marketing digital, que introdujo nuevas estrategias como el posicionamiento en buscadores (SEO y SEM), la publicidad en redes sociales, la creación de contenido web y el marketing de afiliados (Fernández et al., 2022).

El avance antes mencionado incluye al email marketing, que surge en esta etapa como una evolución del correo postal tradicional. El email marketing es una estrategia que permite a empresas, organizaciones y usuarios aprovechar el correo electrónico como un canal de

comunicación para mantener informados a sus clientes sobre novedades, eventos y lanzamientos de productos.

Durante estos años, las empresas comenzaron a utilizar esta herramienta para llegar a un público más amplio. Sin embargo, el exceso de correos promocionales no segmentados provocó la proliferación de spam, lo que llevó a la implementación de regulaciones como la Ley CAN-SPAM (2003) en EE.UU. y el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR, 2018) en Europa.

El email marketing se ha consolidado como un método eficaz para llegar al público objetivo, aumentando las oportunidades de captación de nuevos clientes y la generación de ingresos, además de fortalecer la relación con los consumidores al proporcionarles información relevante de manera periódica (Argudo, 2022).

Con el tiempo, el desarrollo tecnológico permitió el progreso de herramientas más sofisticadas que mejoraron la eficacia del email marketing. Entre estas mejoras destacan: la segmentación del público, que permite dirigir mensajes a grupos específicos según sus intereses y comportamientos; la automatización, que posibilita el envío de correos programados según acciones del usuario, como bienvenidas o recordatorios de compra; la personalización, que adapta los mensajes según los datos del usuario; la optimización para dispositivos móviles, que asegura que los correos sean accesibles desde cualquier pantalla; y la medición de métricas clave, como la tasa de apertura, los clics y las conversiones, facilitando la optimización de estrategias (Aldaz y Guerrero, 2023).

2.2. Importancia del email marketing en la industria del turismo

El turismo es una industria altamente competitiva en la que las empresas deben mantener una comunicación constante con sus clientes. En este contexto, el email marketing se ha convertido en una herramienta esencial para agencias de viajes, aerolíneas, hoteles y operadores turísticos.

Revisando el texto de Alba Domínguez (2022), el marketing turístico puede entenderse como el proceso mediante el cual las organizaciones dedicadas al turismo identifican y seleccionan su público objetivo, estableciendo comunicación con él para conocer e influir en sus necesidades, deseos y motivaciones. Este proceso se desarrolla en distintos niveles, ya sea local, regional, nacional o internacional, con el propósito de diseñar y ajustar sus productos turísticos para lograr tanto la satisfacción del turista como el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Para valorar la relevancia del marketing en el ámbito turístico, es esencial considerarlo como una herramienta clave de comunicación que facilita la interacción entre los consumidores y los operadores turísticos. Además, permite investigar diferentes aspectos de un destino, proporcionando información anticipada a los clientes, y se encarga de analizar tanto los precios como los canales más adecuados para la implementación de estrategias comerciales en el sector.

Rico y Hernando (2022) destacan que uno de los pilares fundamentales del marketing en la industria turística es comprender las necesidades de los clientes, ofrecerles valor y construir relaciones duraderas con ellos, garantizando así la fidelización y el éxito de las estrategias comerciales.

2.3. Beneficios y desafíos del email marketing en la captación de clientes

El email marketing ofrece una serie de ventajas significativas para las empresas, especialmente en términos de eficiencia y efectividad. Para Pedreschi y Nieto (2022), uno de los principales beneficios es su alta tasa de conversión, ya que el email tiene una de las mejores tasas de conversión entre los canales disponibles, particularmente cuando los mensajes están segmentados y personalizados correctamente. Esto permite enviar mensajes dirigidos y personalizados a audiencias específicas, con contenido relevante basado en sus comportamientos e intereses, lo que incrementa las posibilidades de conversión.

Además, el email marketing facilita la medición y optimización de las campañas, gracias a herramientas de análisis que permiten monitorear métricas clave, como la tasa de apertura, la tasa de clics y las conversiones, lo que ayuda a mejorar futuras campañas (Lorente, 2020).

La automatización y eficiencia también son características fundamentales del email marketing, ya que permite crear flujos de correos automatizados que gestionan la comunicación con los clientes sin necesidad de intervención manual constante (Pedreschi y Nieto, 2022).

Así mismo, el email marketing puede integrarse perfectamente con otros canales digitales, como redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles, amplificando así el impacto de la estrategia de marketing digital. Según Pedreschi y Nieto (2022), en comparación con otros medios de comunicación tradicionales, como la televisión o los periódicos, los costos del email marketing son bajos.

Por ejemplo, plataformas como Mailchimp –una empresa proveedora de actividades de marketing por correo electrónico instaurada en el año 2001– permiten enviar hasta 12,000 correos electrónicos a 2,000 contactos de manera gratuita, y los costos mensuales en otras plataformas pueden variar entre $7 y $250, dependiendo de las necesidades de la empresa.

En cuanto al retorno de inversión (ROI), según Asociación de Marketing Directo, por cada dólar invertido en email marketing, las empresas pueden esperar un retorno de $42. Este rendimiento varía según el sector: en software y tecnología se obtiene $40 por cada $1 invertido, en agencias de marketing y publicidad $42, en comercio minorista $45, y en el sector de viajes y turismo $53 (Vintimilla y Godoy, 2023).

Además, el impacto del email marketing es significativamente mayor que el de las redes sociales, siendo casi 40 veces más efectivo, según un estudio de McKinsey & Company (citado en Vintimilla y Godoy, 2023). El acceso universal a los correos electrónicos es otro

factor clave, dado que un 85% de los usuarios globales tienen teléfonos inteligentes y pueden acceder a sus bandejas de entrada en cualquier momento, durante todo el año (Lorente, 2020).

Finalmente, el email marketing está en constante crecimiento, con un estimado de 4,300 millones de usuarios de correo electrónico en 2023, y se proyecta que la mitad de la población mundial tendrá acceso a correos electrónicos en los próximos años (Vintimilla y Godoy, 2023).

El email marketing es una herramienta accesible, eficiente y con un alto potencial de retorno de inversión, lo que lo convierte en una opción ideal para las empresas que buscan maximizar su impacto en el mercado de manera rentable. Sin embargo, presenta varios desafíos importantes que se describen a continuación.

Uno de los principales problemas es la saturación de las bandejas de entrada, ya que los usuarios reciben una gran cantidad de correos diariamente, lo que aumenta la probabilidad de que los mensajes sean ignorados o marcados como spam (Rico y Hernando, 2022). Además, las empresas deben cumplir con regulaciones y normativas, lo que implica obtener el consentimiento explícito de los usuarios y brindarles la opción de darse de baja en cualquier momento.

Otro reto importante es garantizar un diseño atractivo y funcional en distintos dispositivos, ya que los correos electrónicos deben ser responsivos para ofrecer una experiencia óptima en computadoras, tablets y teléfonos móviles (Vintimilla y Godoy, 2023). Asimismo, una segmentación y personalización ineficaz puede generar mensajes irrelevantes, reduciendo el interés y la interacción de los usuarios. Para evitar la percepción de spam, es fundamental encontrar un equilibrio en la frecuencia de los envíos, evitando que los clientes se sientan abrumados y opten por darse de baja (Lorente, 2020).

Además, un desafío inherente al email marketing es la falta de interacción en tiempo real, ya que, a diferencia de una llamada telefónica, el remitente no puede captar la reacción

del usuario ante el mensaje recibido. También, el crecimiento de las redes sociales ha representado un obstáculo para la evolución del email marketing, ya que muchas empresas prefieren invertir en plataformas como Facebook o Instagram para alcanzar a sus audiencias (Vintimilla y Godoy, 2023). Finalmente, la falta de respuesta de los usuarios es otro problema común, ya que muchos destinatarios pueden ignorar el correo o no responder a las promociones enviadas.

A pesar de estos desafíos, una estrategia bien estructurada que incluya segmentación adecuada, contenido atractivo y una frecuencia equilibrada de envíos puede maximizar los beneficios del email marketing y mejorar su impacto en los clientes.

2.4. Tipos de email marketing

El email marketing abarca diversas estrategias según el propósito y la relación con los destinatarios. Entre los principales tipos se encuentran: transaccionales, promocionales, Newsletters o boletines informativos, de fidelización y retención, de reacción, de bienvenida, y estacionales o temáticos (Moscoco, 2020).

Los emails transaccionales son aquellos que se envían automáticamente en respuesta a una acción del usuario, como confirmaciones de compra, restablecimiento de contraseña, notificaciones de envío y facturas electrónicas. Suelen tener tasas de apertura más altas porque los destinatarios los esperan y contienen información relevante. La Figura 1 muestra una factura comercial como ejemplo de correo transaccional.

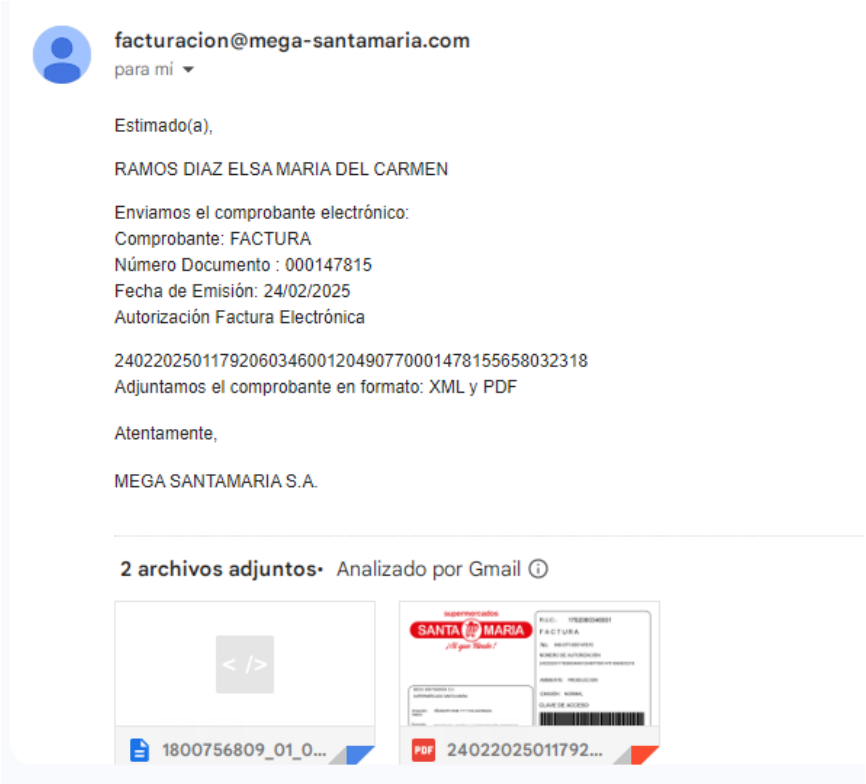


Figura 1 Ejemplo de correo transaccional.

Fuente: Empresa Mega Santa María (2025), correo personal.

De su parte, el email de marketing promocional busca incentivar ventas o conversiones mediante ofertas, descuentos, lanzamiento de nuevos productos o servicios, e invitaciones a eventos. Estos correos deben ser atractivos y personalizados para captar la atención del usuario y fomentar la acción inmediata. La Figura 2 presenta un ejemplo de correo promocional de la empresa de venta de bienes Temu (2025).



Figura 2 Ejemplo de correo promocional.

Fuente: Temu (2025), correo personal.

Los Newsletters o boletines informativos se envían periódicamente para compartir noticias, artículos, tendencias del sector y novedades de la empresa. Su objetivo es fortalecer la relación con los suscriptores, mantenerlos informados y generar confianza en la marca.

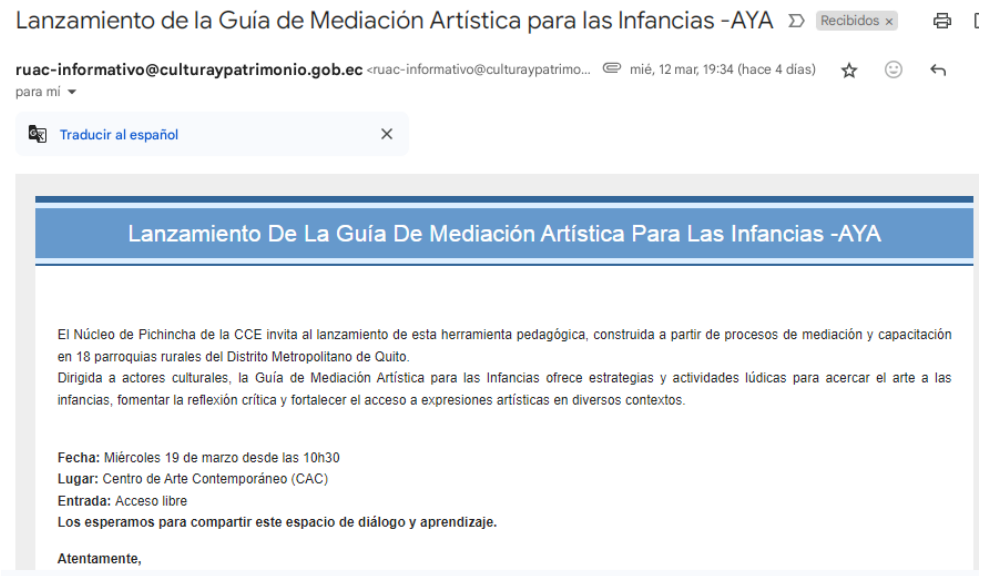


Figura 3 Ejemplo de boletín informativo.

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana (CCE) (2025), correo personal.

Los emails de fidelización y retención están dirigidos a clientes actuales con el fin de reforzar su lealtad y aumentar su compromiso con la marca. Incluyen programas de recompensas, felicitaciones en fechas especiales y contenido exclusivo para clientes recurrentes.

Así mismo, los emails de reactivación se utilizan para recuperar el interés de clientes inactivos o suscriptores que han dejado de interactuar con la empresa. Suelen incluir descuentos exclusivos, recordatorios de productos o mensajes personalizados para incentivar su regreso (Rico y Hernando, 2022).

También, los emails de bienvenida se envían cuando un usuario se suscribe a una lista de correos o crea una cuenta. Su función es presentar la empresa, explicar los beneficios de la suscripción y guiar al usuario en sus primeros pasos dentro de la plataforma.

Por último, los emails estacionales o temáticos aprovechan fechas clave como Navidad (Figura 4), Black Friday, San Valentín o eventos específicos para lanzar campañas con ofertas especiales y contenido temático que conecte con la audiencia.



Figura 4 Ejemplo de emails estacionales

Fuente: Banco Pichincha (2024), correo personal.

2.5. Personalización y segmentación en campañas de email marketing

La personalización y segmentación en campañas de email marketing son estrategias fundamentales para mejorar la relevancia y efectividad de los mensajes enviados a los clientes. Estas técnicas permiten adaptar el contenido de los correos electrónicos según los intereses, comportamientos y características de cada usuario, lo que aumenta las tasas de apertura, clics y conversión (Ilumno, 2020).

La segmentación, según Kotler (2007) es el proceso de dividir la base de datos de contactos en grupos más pequeños con características similares. En el contexto del turismo y las agencias de viajes, esta segmentación puede basarse en factores como:

- Datos demográficos: Edad, género, ubicación geográfica, idioma.
- Comportamiento del cliente: Historial de reservas, destinos visitados, frecuencia de viajes.
- Intereses específicos: Preferencias por viajes de aventura, lujo, ecoturismo, entre otros.
- Nivel de interacción con la marca: Clientes frecuentes, clientes potenciales o usuarios inactivos.

La personalización, por otro lado, implica el uso de datos específicos de cada usuario para adaptar el mensaje (Vintimilla y Godoy, 2023). Más allá del uso del nombre del destinatario en el saludo, la personalización efectiva puede incluir recomendaciones de destinos según búsquedas previas, descuentos exclusivos según el historial de compras o incluso mensajes de cumpleaños con ofertas especiales (Domínguez, 2022).

Según Fernández et al. (2022), diversos estudios han demostrado que los correos electrónicos segmentados y personalizados tienen tasas de apertura significativamente más altas que los correos electrónicos masivos y genéricos. Esto se debe a que los usuarios sienten

que el contenido está diseñado específicamente para ellos, lo que refuerza la relación con la marca y aumenta la probabilidad de conversión.

Un ejemplo de aplicación en una agencia de viajes sería enviar un correo electrónico con ofertas de paquetes turísticos de playa a clientes que han mostrado interés en destinos costeros, mientras que a otros clientes interesados en turismo de montaña se les enviarían promociones de viajes de senderismo (Rodas, 2023).

2.6. Automatización del marketing y su aplicación en agencias de viajes

La automatización del marketing ha revolucionado la manera en que las empresas gestionan sus campañas de email marketing. Se trata del uso de herramientas y software que permiten programar y enviar correos electrónicos de manera automática según el comportamiento de los usuarios, mejorando la eficiencia y reduciendo la carga de trabajo manual (Domínguez, 2022).

En el sector del turismo, para Aldaz y Guerrero (2023), la automatización del marketing es especialmente útil para interactuar con los clientes en cada etapa del viaje del consumidor, desde la captación de nuevos clientes hasta la fidelización de aquellos que ya han viajado con la agencia. Algunos ejemplos de cómo se puede aplicar la automatización en agencias de viajes incluyen los correos de bienvenida automatizados: cuando un usuario se suscribe a la newsletter de la agencia, se le envía un correo de bienvenida con información sobre los servicios ofrecidos y posibles promociones.

Otro ejemplo es el recordatorio de viajes programados que se puede enviar unos días antes de la fecha de un viaje reservado, se pueden enviar correos con información relevante, como el clima del destino, detalles del itinerario o sugerencias sobre qué empacar.

De la misma forma, se pueden enviar correos de seguimiento post-viaje después de que un cliente haya completado su viaje. Estos mensajes contienen encuestas de satisfacción, recomendaciones de próximos destinos o incentivos para futuras reservas.

La automatización no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también optimiza los recursos de la empresa, ya que reduce el tiempo que los equipos de marketing deben dedicar al envío manual de correos electrónicos (Rodas, 2023). Además, permite un análisis detallado del rendimiento de las campañas, ayudando a mejorar la estrategia con base en datos reales.

2.7. Diseño de correos electrónicos interactivos y atractivos

El diseño de los correos electrónicos juega un papel clave en la efectividad de una campaña de email marketing. Un diseño atractivo, bien estructurado y optimizado para diferentes dispositivos puede marcar la diferencia entre un correo que capte la atención del usuario y otro que sea ignorado o enviado a la bandeja de spam (Fernández et al., 2022).

Los correos electrónicos interactivos han ganado popularidad en los últimos años, ya que ofrecen una experiencia más atractiva y dinámica para el usuario. Según Vivero (2019), algunos elementos que pueden incorporarse para mejorar la interactividad incluyen:

- Botones de llamada a la acción (CTA): Enlaces visibles y atractivos que invitan al usuario a realizar una acción, como "Reservar ahora" o "Ver más destinos".
- Imágenes y videos: Incorporar fotos llamativas de destinos turísticos o videos cortos de experiencias de viaje aumenta el interés del usuario y mejora la retención de información.
- Encuestas y formularios integrados: Permiten obtener feedback del usuario sin que tenga que salir del correo electrónico.
- Elementos animados: GIFs o efectos visuales sutiles que hacen que el correo sea más dinámico y atractivo.

Además, es fundamental que los correos estén optimizados para dispositivos móviles, ya que un gran porcentaje de usuarios revisa su correo a través de smartphones. Para ello, se

deben emplear diseños responsivos que se adapten a diferentes tamaños de pantalla y evitar el uso excesivo de texto o imágenes pesadas que puedan dificultar la carga del correo (Rico y Hernando, 2022).

Un diseño bien estructurado y atractivo no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también incrementa la probabilidad de conversión, ya que los clientes se sienten más motivados a interactuar con el contenido.

2.8. Canales complementarios al email marketing

El email marketing se potencia cuando se combina con otros canales digitales, creando una estrategia multicanal más efectiva. Uno de los principales canales complementarios del email marketing son las redes sociales (Rico y Hernando, 2022). Plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y Tic Toc ayudan a reforzar la comunicación con los clientes. Se pueden compartir boletines informativos, promociones exclusivas o incentivar suscripciones mediante anuncios segmentados.

Otro canal complementario son los artículos de blog, infografías y videos; estos pueden integrarse en los correos electrónicos para aportar valor al usuario y mejorar el engagement (Vivero, 2019). También una de las mejores estrategias son los SEO (posicionamiento en buscadores) y SEM (publicidad en buscadores); esta estrategia puede atraer tráfico al sitio web, donde los visitantes pueden suscribirse a la lista de correos a través de formularios optimizados (Moscoso, 2020).

Además, los mensajes de texto o WhatsApp pueden ser utilizados como refuerzo del email marketing, enviando recordatorios de promociones, confirmaciones de compra o mensajes urgentes. Así mismo, la publicidad digital (Display y Remarketing) son los anuncios en Google Ads y redes sociales que pueden captar nuevos suscriptores para la base de datos, permitiendo expandir la audiencia y aumentar la efectividad del email marketing.

Por último, las estrategias de fidelización son programas de lealtad y encuestas de satisfacción que pueden fortalecer la relación con los clientes y motivar su participación en campañas de correo electrónico. Al integrar el email marketing con estos canales, las empresas pueden maximizar su alcance, mejorar la interacción con los clientes y optimizar la conversión en sus campañas.

2.9. Métricas de análisis y herramientas para su monitoreo y evaluación

Para evaluar la efectividad de una estrategia de email marketing es fundamental analizar diversas métricas que permiten medir el rendimiento de cada campaña y optimizar futuras acciones. Autores como Moscoso (2020) mencionan algunas métricas que se enlistan a continuación.

1. Tasa de apertura (Open Rate): Indica el porcentaje de correos electrónicos abiertos en relación con los enviados. Un bajo porcentaje puede deberse a un asunto poco atractivo o problemas en la segmentación de la audiencia.
2. Tasa de clics (Click-Through Rate, CTR): Mide el porcentaje de destinatarios que han hecho clic en los enlaces dentro del correo. Es un indicador clave para evaluar el nivel de interés y la efectividad del contenido.
3. Tasa de conversión: Representa el porcentaje de usuarios que completaron una acción deseada tras interactuar con el correo, como una compra, suscripción o descarga.
4. Tasa de rebote (Bounce Rate): Muestra la cantidad de correos que no llegaron a la bandeja de entrada del destinatario debido a direcciones incorrectas o problemas en los servidores.
5. Tasa de cancelación de suscripción: Refleja el número de usuarios que optaron por darse de baja de la lista de correos. Un aumento en esta métrica puede indicar que el contenido no es relevante o que los envíos son demasiado frecuentes.

6. Tasa de spam: Muestra cuántos usuarios han marcado los correos como no deseados, lo que puede afectar la reputación del remitente y la capacidad de entrega de futuros emails.
7. Tiempo de lectura y engagement: Permite conocer cuánto tiempo los usuarios permanecen en el correo y si interactúan con el contenido, lo que ayuda a optimizar el diseño y la estructura de los mensajes.

Además, para monitorear y evaluar estas métricas, existen diversas herramientas especializadas que facilitan el análisis y la optimización de campañas. Para Salazar (2024), algunas de los instrumentos que se pueden utilizar se mencionan seguidamente.

1. Google Analytics: Permite rastrear el tráfico web generado por los correos electrónicos y medir conversiones dentro del sitio.
2. Mailchimp: Una de las plataformas más populares de email marketing, que ofrece informes detallados sobre la tasa de apertura, clics, conversiones y segmentación de audiencia.
3. HubSpot: Proporciona análisis avanzados de rendimiento y permite la automatización del marketing basado en el comportamiento del usuario.
4. Sendinblue: Ofrece estadísticas en tiempo real sobre la efectividad de las campañas, junto con herramientas de automatización y segmentación.
5. Benchmark Email: Plataforma que permite realizar pruebas A/B, analizar métricas clave y mejorar la personalización de los envíos.
6. GetResponse: Incorpora análisis de rendimiento, pruebas A/B y automatización avanzada para optimizar la experiencia del usuario.

El uso de estas herramientas, junto con el análisis constante de métricas, permite mejorar el rendimiento de las campañas de email marketing, ajustando estrategias para alcanzar mejores resultados y maximizar el retorno de inversión.

2.10. Marco conceptual

- Email Marketing: Es una estrategia digital que, utilizada por el correo electrónico como canal para enviar mensajes promocionales, personalizados con el fin de captar clientes potenciales.
- Segmentación: es el proceso de clasificar una base de datos en grupos similares basándose en características comunes, por ejemplo, intereses, comportamiento del usuario, datos demográficos, con la finalidad de enviar mensajes importantes para los usuarios.
- Personalizar el mensaje: adaptar el contenido de los correos a los intereses de cada uno de los destinatarios, con el objetivo de incrementar la importancia del mensaje y optimizar la experiencia del cliente.
- Automatización del marketing: En la actualidad el uso del software para la ejecución de las diferentes gestiones del marketing de forma automática, alcanzando de esta forma la eficiencia y la oportunidad de enviar mensajes.
- Tasa de apertura: son métricas que señalan el porcentaje de destinatarios que abren el correo. Es un indicador preciso para evaluar el interés del usuario.
- Tasa de clics: calcula el porcentaje de usuarios que hacen clic en los enlaces que contiene el correo. Esta acción es importante para el análisis de la calidad del contenido y el impacto que producción en la interacción.
- Conversión: Es la acción esperada que ejecuta el destinatario del correo, solicitar información o realizar una reserva. Este escenario se relaciona de forma directa con el objetivo de incrementar clientes potenciales para la agencia.

- Fidelización: La empresa crea una relación amigable y sólida con el cliente, esto promueve la lealtad de compra o reservas de viajes.
- Contenido atractivo: Son los elementos gráficos que componen el correo electrónico, tienen la capacidad de llamar la atención de las personas, por ejemplo, imágenes de los lugares de destino, botones de llamado a la acción, etc.
- Campaña digital: Es un conjunto de acciones estructuradas que se ejecutan a través de medios digitales, con el fin de alcanzar una meta común en un lapso de tiempo definido. En este caso, la clave es el uso del correo electrónico como fuente principal para promocionar servicios turísticos de Lobby Travel Cia. Ltda.

2.11. **Marco Legal**

El Marketing digital en el contexto ecuatoriano se desarrolla dentro de un marco legal que busca proteger los derechos de los consumidores, regular la publicidad y el uso de datos personales, y fomentar un entorno empresarial ético y responsable. Artículo 66, numeral 19 de la Constitución de la República del Ecuador.

La Constitución establece derechos fundamentales que deben ser respetados en todas las actividades comerciales, incluyendo el marketing digital. Artículo 66, numeral 20 y 21 de la Constitución de la República del Ecuador.

Los derechos a la privacidad, a la protección de datos personales es un elemento fundamental que debe orientar las estrategias de marketing.

La Ley de protección de Datos personales que regula el tratamiento de los datos personales, es fundamental para las actividades de marketing digital. Las empresas deben asegurarse de obtener el consentimiento de los usuarios, garantizar la seguridad y confidencialidad de la información recopilada.

Ley de Defensa del consumidor: Artículo 66, numeral 29.

En esta ley se establece principios que deben seguir las empresas en sus prácticas de marketing, como la veracidad y claridad en la información proporcionada.

Protección de los derechos de los consumidores.

Ley de Comunicación:

Esta ley regula el contenido de la información difundida a través de medios digitales, estableciendo pautas sobre la veracidad, imparcialidad y no discriminación de la información. Artículo 17, numeral 1de la Constitución de la República del Ecuador.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

3.1.1 Según el propósito:

Esta investigación se enmarca en el tipo de investigación aplicada, ya que su objetivo principal es crear una campaña de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda., con sede en Cuenca, orientada a la captación de nuevos clientes. Este tipo de investigación se caracteriza por utilizar el conocimiento existente para dar solución a un problema concreto del entorno real, en este caso, la necesidad de fortalecer la estrategia de marketing digital de una empresa del sector turístico.

Además, busca resultados prácticos e implementables. En este caso, no solo se estudia el fenómeno del email marketing, sino que se diseña y propone una solución específica que puede aplicarse directamente en la operación de la empresa. Esto implica el análisis de herramientas, canales, métricas y estrategias adaptadas al contexto de la agencia.

3.1.2 Según la manipulación de las variables

La investigación tiene un enfoque descriptivo, ya que pretende detallar y caracterizar fenómenos actuales relacionados con el marketing digital, especialmente en lo que respecta a las campañas por correo electrónico en el sector turístico. A través del análisis de métricas, encuestas a clientes, el estudio de tendencias, se puede describir cómo funciona el email marketing, qué elementos lo hacen efectivo y cómo se puede adaptar a las necesidades específicas de Lobby Travel Cia. Ltda.

3.1.3. Según el tiempo de duración

3.2. Enfoque

El estudio adopta un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). En la metodología cuantitativa se realizarán encuestas a los clientes para conocer sus gustos, preferencias y

tendencias al momento de preferir una agencia de viajes y de la lectura de correos. En el enfoque cualitativo se explorará la información de expertos del sector turístico sobre la efectividad del email marketing y el desempeño de campañas de correo electrónico en agencias de viajes, mediante encuestas.

3.3. Herramientas metodológicas

La estrategia metodológica que se utilizará es el desarrollo de una campaña de email marketing. Este proceso se centra en la creación y diseño de una campaña publicitaria a través de una plataforma para el envío de correos masivos, que tiene como finalidad incrementar la visibilidad de la marca, la potencialización de nuevos clientes, es importante crear contenido atractivo con el objetivo de captar la atención de los usuarios y escalar la conversión de nuevos interesados, que es la clave de este proyecto.

3.4 Técnicas

Se emplearán encuestas, con un banco de preguntas abiertas. Las preguntas de la encuesta están estructuradas en escala de Likert para evaluar actitudes, opiniones o percepciones de los encuestados. Consiste en una serie de afirmaciones a las que los participantes responden eligiendo una opción en una escala ordinal, generalmente de 5 o 7 puntos, que va desde una opinión negativa hasta una positiva.

3.5. Estudios iniciales

3.5.1 Organizador gráfico de variables

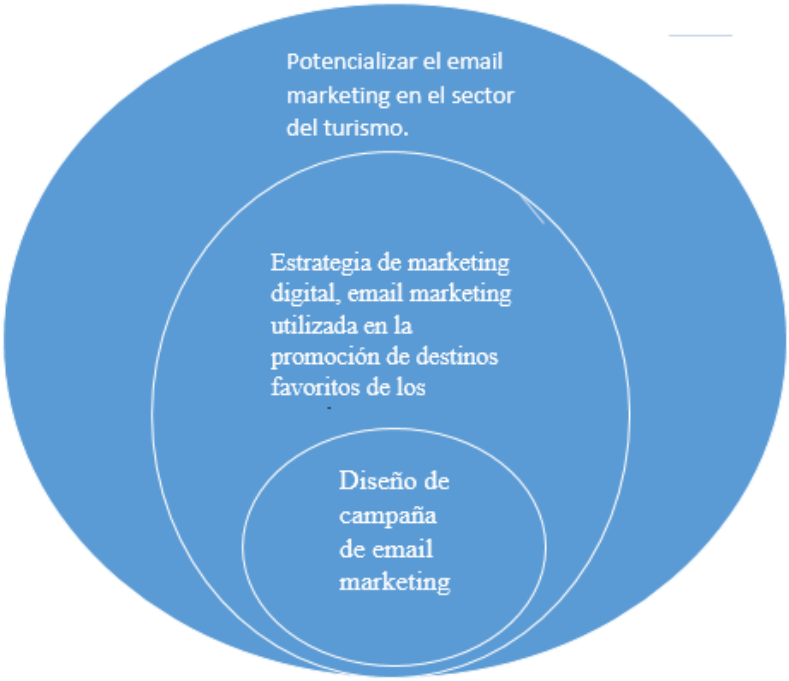


Figura 5 Variable Independiente



Figura 6 Variable Dependiente

3.5.2 Matriz de operacionalización de las variables

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Variables: • Diseño de campaña de email marketing • Captación de nuevos clientes.	¿Quiero saber si una campaña de email marketing favorece a la captación de nuevos clientes? ¿Cómo se manifiesta el efecto de esta campaña de email marketing en la captación de nuevos clientes? • Comercial	Dimensión comercial Incremento de la tasa de comentarios. Tasa de conversión	• Dimensión comercial • Métricas de correo electrónico

3.5.3 Criterios de inclusión y exclusión

Tabla 1. Criterios de Inclusión y Exclusión

Criterios de Inclusión	Criterios de Exclusión
1 Personas mayores de 18 años 2. Residentes de Ecuador o del extranjero, que les interesa viajar dentro del país. 3. Usuarios que han demostrado interés en turismo, o que interactúen buscando contenido afín con destinos favoritos. 4. Contactos que aceptaron recibir información de promociones turísticas a través de redes sociales, folletos etc. 5. Personas que tengan disponibilidad para viajar en los períodos de promoción.	1. Personas menores de 18 años 2. Personas que no tengan interés sobre turismo en el Ecuador 3. Usuarios que no demuestren ningún interés en turismo. 4. Personas que no han autorizado recibir correos promocionales, por ningún medio de comunicación. 5. Personas que han indicado que tienen disponibilidad para viajar ya sea a corto o mediano plazo, por diferentes motivos.

3.5.4. Muestreo y población

El muestreo no probabilístico, convencional y deliberado. Con esta técnica de selección de muestra se eligen a los participantes en función de criterios específicos, segmentación de la base de datos, en el caso de estudio presentado sobre la campaña de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel, la clase de muestreo se utilizará para seleccionar a los usuarios que tienen interés en viajar, y que interactúan continuamente, con el objetivo de obtener información para la creación de estrategias de marketing que sean eficaces y que se adapte al público objetivo.

Tabla 2. Tabla de Muestreo y Población

Población	Método de muestreo	Tamaño de la muestra	Características de la muestra
80	Muestreo por conveniencia	23	Personas mayores de 18 años, nacionales o extranjeras que les interese hacer turismo.

3.6 **Desarrollo**

Para el desarrollo de esta campaña se utilizará Google Forms. Se realizará la siguiente encuesta, para definir nuestro público objetivo y obtener información que será importante para la campaña.

A continuación, se presenta el modelo de encuesta.

Encuesta sobre la percepción del Email Marketing en agencias de viaje

Instrucciones:

Marque la opción que mejor refleje su opinión.

1. ¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje?

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

2. ¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje?

- [ ] Siempre
- [ ] A menudo
- [ ] A veces
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

3. ¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan)

- [ ] Ofertas y descuentos exclusivos

- [ ] Información sobre destinos turísticos

- [ ] Promociones de paquetes de viaje

- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje

- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico

- [ ] Otros: _____

4. ¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes?

- [ ] El asunto del correo es atractivo

- [ ] Conozco y confío en la agencia

- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas

- [ ] Me interesa el tema del correo

- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro

5. ¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa?

- [ ] Lo elimino sin leerlo

- [ ] Lo marco como spam

- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente

- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

6. ¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos?

- [ ] Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas

- [ ] No, prefiero recibir información general

- [ ] No me interesa recibir correos de agencias de viaje

7. ¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo?

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo

- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes

- [ ] Correo con videos y contenido interactivo

- [ ] No tengo preferencia

8. ¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes?

- [ ] Muy importante

- [ ] Algo importante

- [ ] Poco importante

- [ ] Nada importante

9. ¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional?

- [ ] Sí

- [ ] No

- [ ] No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de resultados

Luego de realizada la investigación a través de encuestas se procede a presentar los datos conseguidos con el objetivo de conocer la aceptación referente al email marketing en el sector de las agencias de viajes. El estudio se realizó con la intención de entender el impacto y la aceptación de esta estrategia de comunicación.

Las encuestas realizadas a 23 personas proyectaron diversas respuestas que las planteamos a continuación:

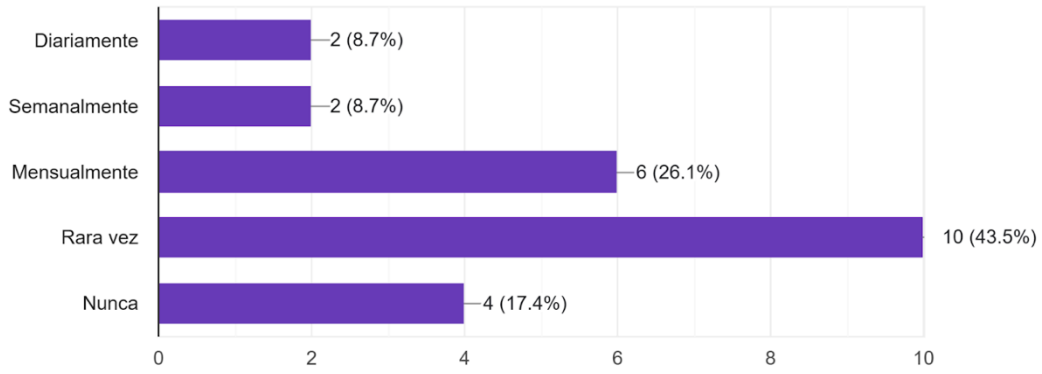


Figura 7. ¿Con que frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viajes?

El 43.5% recibe este tipo de correos rara vez. Por otra parte, el 26.1% de las personas confirma que recibe correos promocionales mensualmente, mientras que el 17.4% manifestó que no nunca recibe este tipo de mensajes.

Las respuestas con menos porcentajes 8.7% corresponden a las personas que reciben correos diariamente o semanalmente.

El gráfico indica que las personas que fueron encuestadas reciben correos electrónicos promocionales con poca frecuencia; lo que indicaría que las agencias de viajes no están

utilizando campañas de email marketing de forma adecuada o a su vez que los mensajes llegan a un público limitado.

Este comportamiento manifiesta una gran oportunidad para este sector de optimizar la estrategia de email marketing, incrementando la frecuencia y mejorando el contenido de las campañas para crear un impacto y también fidelizar a los clientes.

También, es importante mencionar que los correos enviados podrían no resultar atractivos o relevantes para los consumidores.

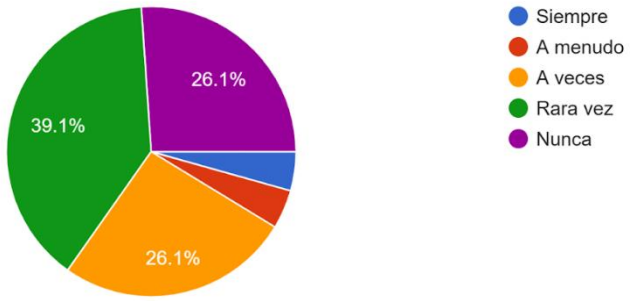


Figura 8. ¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viajes?

La respuesta seleccionada ha sido rara vez con el 39.1% lo que señala la gran parte de encuestados que no interactúa con este tipo de correos.

Los ítems **A Veces y nunca** obtuvieron un 26.1% de respuestas, lo que indica que un poco más de la mitad de los usuarios abre de forma ocasional o simplemente no abre los correos en absoluto.

Por otra parte, las opciones **Siempre** y **a menudo** tuvieron un porcentaje muy bajo, lo que indica que son pocos los usuarios que tienen la costumbre de abrir y revisar este tipo de correos con regularidad.

Los resultados proyectan en su mayoría que las personas encuestadas no tienen un alto grado de interés en abrir los correos electrónicos promocionales de las agencias de viaje.

El 65.2% de los encuestados no interactúan con frecuencia con este tipo de mensajes, lo que se puede indicar que existe una falta de relevancia de contenido atractivo en las campañas de email marketing.

Estos resultados pueden derivarse de los distintos factores como es la saturación de correos promocionales, no existe la personalización en los mensajes o a su vez no logran apreciar el valor claro de la información recibida.

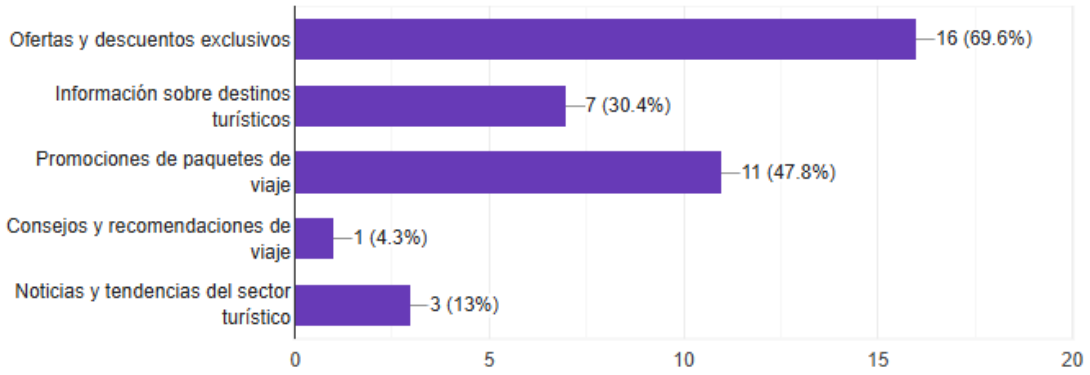


Figura 9. ¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más?

El gráfico demuestra los tipos de contenido que crean mayor interés en los correos promocionales.

Se aprecia que la respuesta seleccionada es “ofertas y descuentos exclusivos” con el 69.6%, lo que indica que la mayoría de usuarios considera atractivo recibir correos promocionales especiales.

Como segunda opción aceptada es “Promociones de paquetes de viaje” con el 47.8%, este resultado manifiesta que los interesados aprecian la información sobre las oportunidades de viaje con precios competitivos.

Además, las personas encuestadas indicaron que la “Información sobre destinos turísticos” es la tercera opción elegida con un 30.4%, lo que indica que existe un interés moderado en información relacionada con los lugares a visitar.

Y las últimas opciones y menos escogidas fueron “Noticias y tendencias del sector turístico” con el 13% y “Consejos y recomendaciones de viaje” con el 4.3%, es decir que estos temas no son de interés para la mayor parte las personas que realizaron la encuesta.

Los resultados proyectan que el contenido más atractivo es el que está relacionado con beneficios económicos, lo que indican que los clientes aprecian la oportunidad de ahorrar en sus viajes.

Para potenciar la idea, los usuarios se ven motivados por precios accesibles y consideran la oportunidad especial para planear sus viajes.

El tema de noticias y tendencias del sector turístico no generan engagement en una estrategia de email marketing.

El sector del turismo que quieren mejorar su promoción en campañas de email marketing deben enfocarse en ofrecer descuentos atractivos y promociones en paquetes de viaje, en razón que el tipo de contenido representa potencial a la hora de captar la atención del público y promover la interacción con los correos electrónicos.

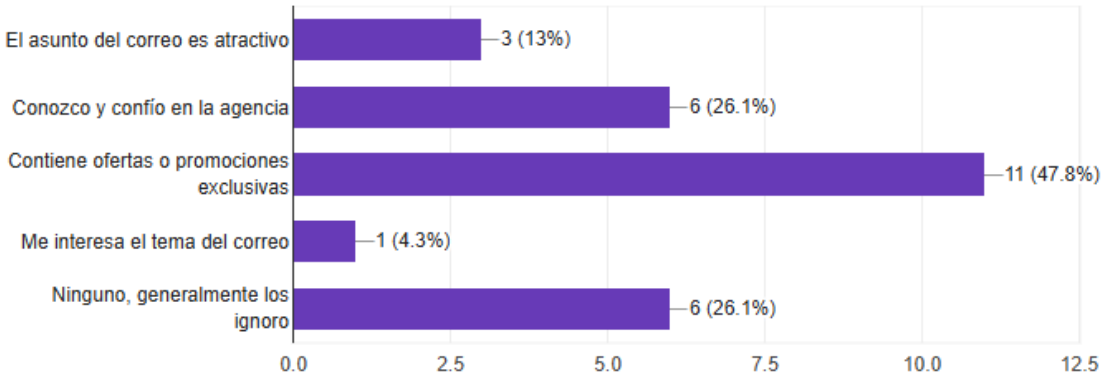


Figura 10. ¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes?

La opción seleccionada por las personas es “Contiene ofertas o promociones exclusivas “con el 47.8%, es reiterativo que los descuentos y promociones tienen un papel muy importante a hora de atraer a los clientes.

Mientras que el 26.1% afirma que revisan los correos cuando “conocen y confían en la agencia”, es importante la reputación de la empresa, tiene influencia en la decisión de interactuar con los mensajes.

También el 26.1% respondió que “Generalmente ignoran los correos”, está respuesta puede ser por la falta de interés o por la saturación de mensajes de correo electrónico.

El 13% cree que es atractivo el “asunto del correo”, y el 4.3% abre el correo porque el “tema les interesa” es decir que estos elementos no producen impacto en la tasa de apertura.

El factor más relevante en este análisis manifiesta que los descuentos y promociones tienen un papel importante en atraer clientes; en segundo plano apreciamos que la reputación de la marca o empresa influye en la decisión de interactuar con estos mensajes.

Con referencia a las alternativas con un porcentaje bajo de selección demuestran que no causan mayor impacto en la tasa de apertura.

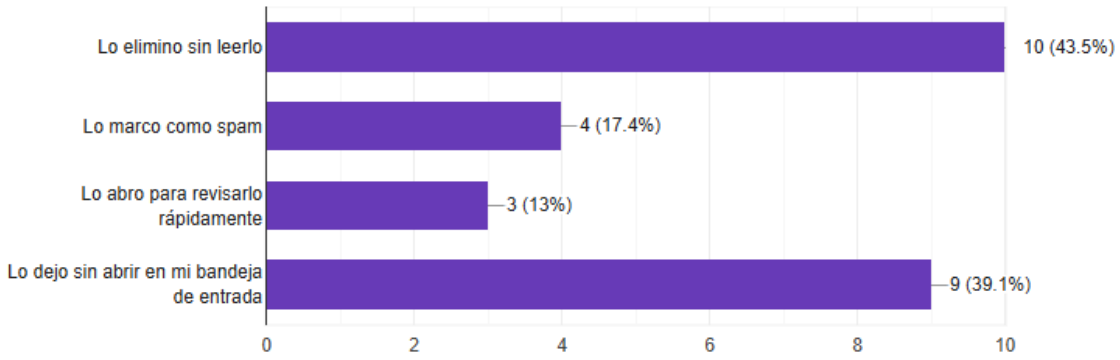


Figura 11. ¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa?

La alternativa más frecuente es “Lo elimino sin leerlo”, fue escogida por el 43.5%, lo que indica que la mayoría de las personas encuestadas eliminan estos correos sin revisar el contenido.

El 39.1% indica que “Lo deja sin abrir en su bandeja de entrada”, la mayor parte de destinatarios no les dan importancia a estos correos.

El 17.4% asegura que marca los correos como spam, lo que puede afectar al sector de las agencias de viajes.

El 13% “abre el correo para revisarlo rápidamente”, es decir que no prestan atención al contenido.

Los resultados proyectan que la mayor parte de usuarios no tiene interacción con los correos electrónicos de las agencias de viaje, cuando los temas no son de su interés. Al marcarlo como spam representa un factor negativo para las campañas a futuro.

En general los resultados que refleja el gráfico afronta un desafío a la hora de implementar la estrategia de email marketing. Para optimizar la tasa de apertura de los correos electrónicos se debe mejorar segmentar la audiencia, enviando mensajes con contenido relevante de acuerdo al interés y comportamiento del usuario.

Es importante sugerir, reducir la frecuencia con que se envía los correos para evitar la saturación de mensajes.

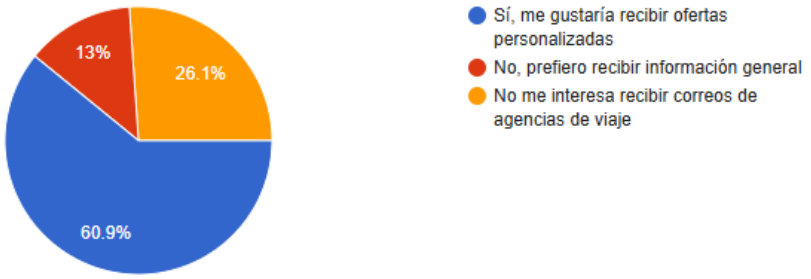


Figura 12. ¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos?

El 60.9% proyecta una respuesta afirmativa sobre recibir ofertas personalizadas.

El 26.1% indica que no le interesa recibir correos de agencias de viaje.

El 13% manifiesta que su preferencia es recibir información general en lugar de ofertas personalizadas.

Los resultados expresan la preferencia por recibir mensajes personalizados al momento de utilizar estrategias de email marketing, es decir la mayoría de personas están dispuestos a recibir correos electrónicos siempre que el contenido se ajuste a sus intereses y destinos de su preferencia.

Estos datos señalan que es importante la segmentación y personalización del público en el email marketing, para captar la atención de los usuarios y de esta forma mejorar el índice de apertura de los correos.

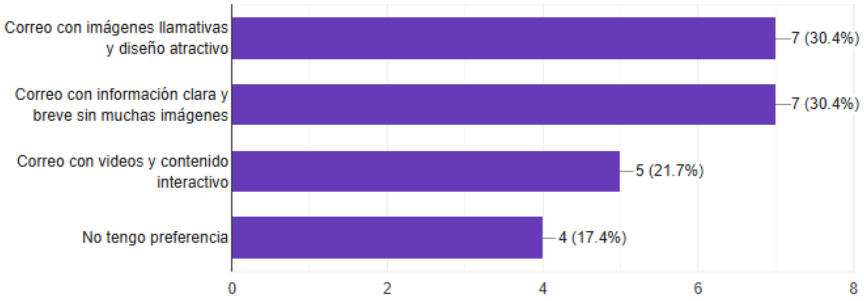


Figura13. ¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo?

El 30.4% ha seleccionado correos con imágenes llamativas y diseño atractivo.

Por otra parte, el 30.4% es de preferencia la información clara y breve con pocas imágenes.

El 21.7% prefiere correos con videos y contenido atractivo.

El 17.4% indica que no tienen ninguna preferencia.

En síntesis, los resultados reflejados en este gráfico demuestran que no existe un formato de correo electrónico que sea de preferencia, pero estas se dividen de la siguiente manera:

1. Correos con imágenes llamativas y diseño atractivo, que tengan información clara y breve. Lo que manifiesta que una parte de las personas valoran el impacto visual y el contenido claro y breve.
2. Correos con videos y contenido interactivo, en esta sección el usuario tiene interés en elementos dinámicos y participativos, podría ser una buena estrategia para captar la atención

Las agencias de viajes deben enfocarse en implementar estrategias de email marketing flexibles y personalizados con la finalidad de satisfacer las diferentes preferencias de los usuarios y mejorar la efectividad de las campañas.

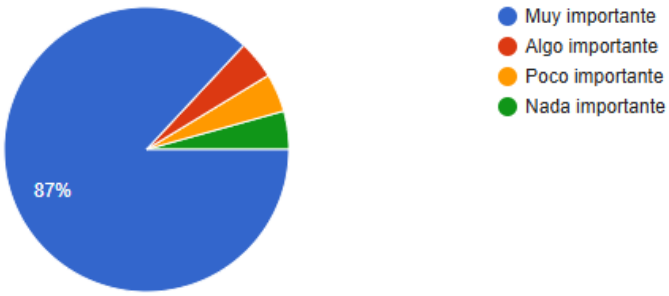


Figura 14. ¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes?

El 87% de las personas encuestadas afirma que la privacidad de los datos es importante.

Un pequeño porcentaje de personas opina que en algo es importante, al igual que en menor número consideran que no es nada importante.

En esta pregunta los resultados indican que la privacidad de los datos personales es un factor primordial de los usuarios, al recibir correos de marketing.

La transparencia y seguridad es clave para las agencias de viaje, con la finalidad de comunicar de forma clara sus políticas de protección de datos.

Las empresas de este sector deben priorizar la privacidad de datos personales para favorecer la confianza y mejorar el posicionamiento de su marca.

Octava pregunta realizada a clientes de la base de datos de la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda.

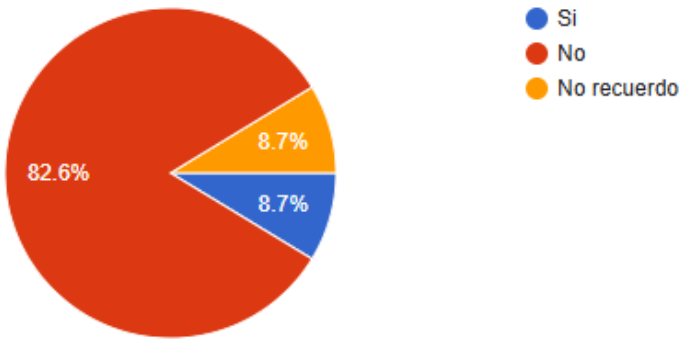


Figura 15. ¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional?

El 82.6% % respondieron que no han realizado una compra o reserva después de recibir un correo promocional.

El 8.7% manifestaron que sí a realizado una compra o reserva, luego de recibir un correo electrónico promocional.

Mientras que el 8.7% no recuerdan si han hecho una compra a través de una promoción recibida.

Se puede apreciar que la mayoría de usuarios de este servicio no han realizado una compra o reserva de viaje luego de haber revisado un correo con promociones.

Se puede deducir que la conversión de ventas a través de este medio es limitada.

La implementación de la estrategia de email marketing en las agencias de viajes necesitan mejorar referente a la personalización, segmentación y el valor de las ofertas para aumentar la efectividad y conversión.

Tabla 3. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos?

Categoría	Parámetro
No tiene sugerencias	Ninguna
Redes sociales	Por medio de redes sociales
Claridad del mensaje	Contenido que sea preciso y concreto.
Seguridad y Confianza	No deben ser vulnerables
Información clara y a detalle	Información verdadera
Precios y condiciones	Enviar precios y condiciones
Promociones y beneficios	Beneficios para clientes antiguos y preferencia para personas de la tercera edad y para personas con capacidades diferentes.
Elementos visuales e interactivos	"Incluir videos de 360 grados, o herramientas de realidad virtual", "Asunto atractivo"
Paquetes personalizados	Me gustaría conocer paquetes de viajes atractivos y para 2 personas

4.2. Interpretación y discusión de resultados

Luego de haber analizado los elementos de la encuesta sobre la percepción del email marketing en las agencias de viaje, se obtuvo diferentes resultados, que han permitido examinar la efectividad e impacto de esta estrategia en los usuarios.

Frecuencia de recepción de correos promocionales: los resultados demuestran que el 43.5% de las personas encuestadas recibe correos de las agencias de viajes rara vez, y el 26.1% lo recibe mensualmente. Es decir que la estrategia de email marketing en este sector no llega a una audiencia amplia.

Interacción con los correos promocionales: el 39.01% de los encuestados indica que rara vez abre o revisa los correos de las agencias de viaje, y el 26.1% manifiesta que

nunca lo abre. Podemos deducir que este escenario se debe a que el contenido enviado no es relevante, no resulta atractivo para los usuarios.

Preferencias de contenidos en correos promocionales: de acuerdo al porcentaje del 69.6% que manifiesta que el principal contenido atractivo es el de “Ofertas y descuentos exclusivos”, seguido por “promociones de paquetes de viaje” con un porcentaje del 47.8% de aceptación. Estos elementos demuestran que los usuarios buscan beneficios económicos; es necesario enfocarse en promociones y descuentos para generar interés.

Factores que influyen en la apertura de correos: en esta categoría el 47.8% revisa los correos siempre y cuando ofrezca promociones exclusivas y que el mensaje sea de una agencia de viajes confiable. Esto confirma la importancia de brindar confianza y credibilidad en la comunicación.

Acciones ante correos no deseados: el 43.5% elimina los correos sin revisar, al no existir interacción es preciso implementar estrategias de segmentación que se base en el interés y destinos favoritos de los clientes, lo podría incrementar el nivel de interacción.

Preferencia en formatos de correo: los encuestados dicen que no tienen ninguna preferencia de formato, reiteran que prefieren correos con diseños e imágenes atractivas.

Importancia de la privacidad de datos: en esta categoría se considera fundamental la privacidad de datos personales. Las agencias de viajes deben garantizar y comunicar la política de protección de datos, de esta manera se crea confianza en los usuarios.

Conversión de ventas a través de email marketing: La mayoría de encuestados manifiestan que no han realizado ninguna compra o reserva de viaje, luego de recibir un correo promocional. Es fundamental optimizar la estrategia de contenido para mejorar el nivel de conversión.

Para mejorar la efectividad de la estrategia de campaña de email marketing es recomendable segmentar el público, con la finalidad de llegar a los interesados. El contenido

atractivo y relevante es clave para obtener resultados positivos. También es importante tomar en cuenta la frecuencia para el envío de correos con la finalidad de no saturar con información al cliente. Garantizar la protección de la información de datos personales y la credibilidad de la empresa remitente genera confianza y seguridad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

El motivo de ejecución de este proyecto es desarrollar una campaña de email marketing creada para la agencia de viajes Lobby Travel Cia. Ltda., con el objetivo de captar nuevos clientes para el sector turístico en el año 2025. Por medio de un enfoque en la segmentación y personalización de correos, se espera fortalecer los recursos de la agencia y mejorar su visibilidad en el mercado que en la actualidad es altamente competitivo.

La optimización de la estrategia de email marketing es relevante siempre y cuando se dé un enfoque atractivo, tratando de cumplir con las necesidades y anhelos de los clientes, enviar información personalizada con un mensaje centrado tomando en cuenta el comportamiento del comprador, el presente análisis manifiesta que los clientes quieren interactuar en correos que brinden promociones y descuentos.

Por otra parte, la segmentación del público es un elemento esencial para el éxito de la campaña, dar la correcta importancia a la identificación y clasificación de los clientes de acuerdo a sus preferencias, destinos favoritos y el comportamiento de compra son factores que permiten personalizar el contenido y potencializar la tasa de apertura y de conversiones de los emails.

Otro elemento importante es la confianza que genera la empresa, es un factor que determina la apertura, interacción y respuesta a los correos electrónicos. La seguridad que se da en la gestión de los datos personales es primordial para crear relaciones sólidas con los clientes sobre todo nuevos, que están experimentando el servicio. Se debe comunicar las políticas de manera transparente y accesible.

En síntesis, mejorar la experiencia del usuario incrementará la efectividad de las campañas y se cumplirá con la captación de nuevos clientes.

Recomendaciones:

Realizar una segmentación estratégica tomando en cuenta la edad, el género, ubicación, los intereses de cada grupo (lugares favoritos); prestar atención al comportamiento del usuario al momento de interactuar, por ejemplo, apertura de publicidad, tiempo de navegación, solicitudes de información, para establecer las mejores técnicas de negociación.

Enviar correos con beneficios exclusivos, descuentos ofertas a quienes compren en el menor tiempo posible.

El asunto que se agregue en el correo debe ser un texto impactante y corto, es el primer llamado a la acción, se puede utilizar una pregunta, o crear una necesidad

Por otra parte, se debe enviar contenido estratégico y emocional, para que los interesados interactúen y alcanzar las conversiones.

El incluir material exclusivo de alta calidad (fotos reales, videos o testimonios) en esta estrategia de marketing se conseguirá una muy buena experiencia del usuario.

También es importante tomar en cuenta la frecuencia y el horario de envío de la campaña para evitar la saturación.

Implementar de manera obligatoria el análisis de métricas en cada una de las campañas digitales, para definir con datos estadísticos el posicionamiento de la marca en el mercado y el éxito o fracaso de la campaña establecida en ese momento. Al obtener resultados reales los líderes de la agencia de viajes podrán tomar decisiones acertadas, y ajustar sus estrategias en beneficio de la empresa.

Para finalizar, es importante crear un presupuesto para la ejecución de marketing, en la actualidad se debe innovar en publicidad y considerar primordial la estrategia de marketing, si una empresa no aplica marketing no se garantiza el éxito ante el mercado competitivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aldaz, D.; Guerrero, C. (2023). Email Marketing para posicionar la marca regional de Galápagos – Santa Cruz en el mercado turístico. *Rev. Alfa Publicaciones, 5*(1),102-126. https://www.researchgate.net/publication/369504315_Email_Marketing_para_posicionar_la_marca_regional_de_Galapagos_-_Santa_Cruz_en_el_mercado_turistico

Domínguez, A. (2022). Campañas de email marketing de inspiración "Sueña Catai", durante la nueva normalidad: el poder del branded content. [Tesis de pregrado, Universidad de León]. https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/15145/Alba%20Dominguez%20Lopez%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández, N.; Pérez, E.; Medina, J.; Coronado, K.; Feria, F. (2022). Gestión del marketing digital en organizaciones turísticas. *Revista Científica Visión de Futuro, 26* (2), 188-210. https://www.redalyc.org/journal/3579/357969624011/html/

Ilumno. (2020). Segmentación de mercado. Universidad San Marcos. https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/1047/LEC%20MER%200005%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kotler, P. (2007). Marketing versión para América Latina. México: Pearson Prentice Hall.

Lorente, A. (2020). La efectividad en el e-mail marketing: modelo teórico unificado y estudio de las influencias culturales. [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Madrid]. https://oa.upm.es/63296/1/ANGEL_JOSE_LORENTE_PARAMO.pdf

Moscoso, S. (2020). Plan de marketing digital para la agencia de viajes Travel Live en la ciudad de Loja, Ecuador. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Santiago de Guayaquil]. http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/14638

Moya, P. (s/f). Mercado meta y segmentación de mercados. Repositorio UPTC, 141-150. https://repositorio.uptc.edu.co/server/api/core/bitstreams/7029a425-d0b9-4d26-9d60-ff3c8ee7c600/content

Olalla, A.; Sarango, E. (2024). Análisis de las estrategias de marketing digital y su impacto en el turismo sostenible en pymes de la ciudad de Quito. [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28767/1/TTQ1756.pdf

Pedreschi, R.; Nieto, O. (2022). El email marketing como estrategia de comunicación en la extensión universitaria de aguadulce. *Revista Centros, 11*(2), 79-86. https://portal.amelica.org/ameli/journal/228/2283210010/2283210010.pdf

Rico, M.; Hernando, C. (2022). *Revista de investigación de Turismo y Patrimonio, 5*(1). http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/337

Rodas, S. (2023). Análisis de las estrategias de Marketing aplicadas por la agencia de viaje Adventour Travel posterior al confinamiento. [Tesis de Pregrado, Universidad Católica Santiago de Guayaquil]. http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/21746/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-561.pdf

Salazar, M. (2024). Estrategias de marketing digital para el posicionamiento de las empresas en el sector turístico. [Tesis de Pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0cfac791-2509-4af1-99ac-2a51a9673eee/content

Stefanetti, L. (2019). Ventajas del marketing por correo electrónico. *Conceptia Internet Marketing, (en línea).* *https://www.academia.edu/8345277/Ventajas_del_Email_Marketing*

Vintimilla, D.; Godoy, B. (2023). Diseño e implementación de una herramienta de email marketing para la Universidad Politécnica Salesiana utilizando tecnologías abiertas. [Tesis de Pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24521/4/UPS-CT010397.pdf

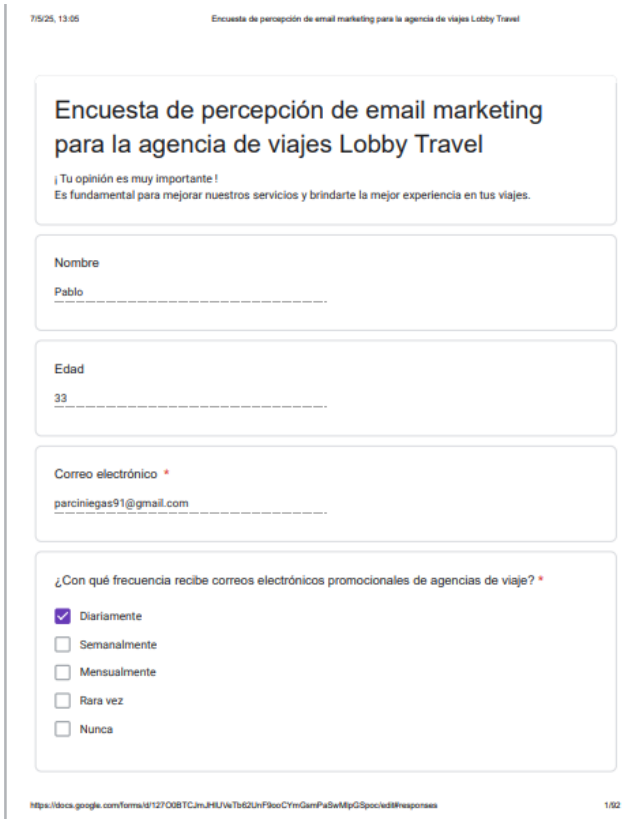
Vivero, M. (2019). Campaña de posicionamiento para industria turística en Millennials: Caso Metropolitan Touring. [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas]. https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/11635/1/UDLA-EC-TPU-2019-11.pdf

ANEXO A: Lista de Personas encuestadas

A	B	D
Form_Responses1		
Marca temporal	Nombre	Correo electrónico
29/3/2025 11:30:08	Pablo	parciniegas91@gmail.cc
29/3/2025 11:36:30	Jenny Quintuña	Jennyq893@gmail.com
29/3/2025 11:49:29	GLORIA ARELLANO	g.arellanonaranjo@gmai
29/3/2025 11:52:57	Michelle	dpromo2012@gmail.cor
29/3/2025 11:53:02	Verónica Naranjo	Verotks1811@hotmsil.c
29/3/2025 11:53:06	Ximena Porras	xmiranda120@gmail.cor
29/3/2025 12:00:02	Pamela Mcgraff	pamela.mcgraff@gmail.
29/3/2025 12:00:40	Diego	diegopatrick177@gmail.
29/3/2025 12:02:40	XAVIER QUINTUÑA	xavierquintuna@gmail.c
29/3/2025 12:03:35	Marlon Criollo	gcriollocastro@gmail.co
29/3/2025 12:06:57	Miguel Flores	josemiguelflores311@gı
29/3/2025 12:17:22	Christian	christianzeros@gmail.cc
29/3/2025 12:24:10	Andrea Pesántez	cmf.apesantezq@gmail.
29/3/2025 12:34:06	Karly Ruiz Abad	kasrua5@yahoo.com
29/3/2025 12:37:45	Luis Arciniegas	luisarciniegas8@hotami
29/3/2025 13:03:18	CÉSAR ANDRÉS PESÁNTEZ	c_ap8@hotmail.com
29/3/2025 13:35:13	Katherine Pesántez	kt_pesantez7@hotmail.c
29/3/2025 13:40:10	Ismael Saquicela	Ismaelsaqui@gmail.com
29/3/2025 16:26:45	DAVID MORENO	corsediv@gmail.com
29/3/2025 16:56:23	Fernando Quintuña	fernandoquintuna@prot
29/3/2025 19:33:08	Javier Vélez	jav.velezh2012@gmail.c
29/3/2025 19:40:22	Jenifer Falcones	coly2406@hotmail.com

Figura 16. Lista de personas encuestadas

ANEXO B: Encuestas para el desarrollo de la campaña de email marketing.



7/5/25, 13:05 Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡Tu opinión es muy importante!
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Pablo

Edad

33

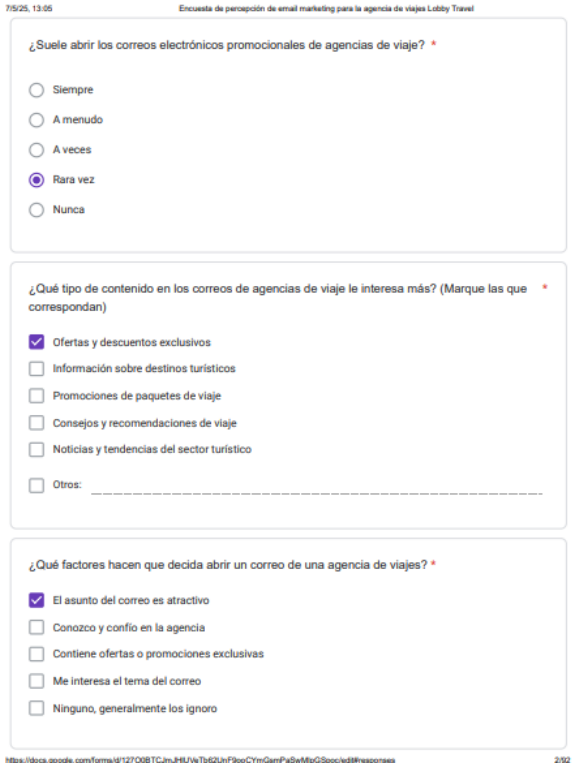
Correo electrónico *

parciniegas91@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [x] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

https://docs.google.com/forms/d/127O0BTCJmJHtUVeTb62UnF9ooCYmGsmPaSwMtpGSpoc/edit#responses 1/92



7/5/25, 13:05 Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

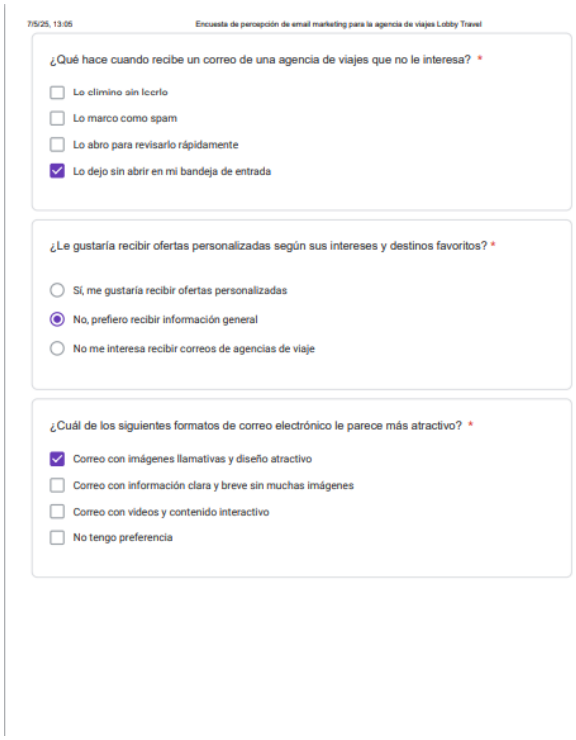
¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [x] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro

https://docs.google.com/forms/d/127O0BTCJmJHtUVeTb62UnF9ooCYmGsmPaSwMtpGSpoc/edit#responses 2/92



7/5/25, 13:05 Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

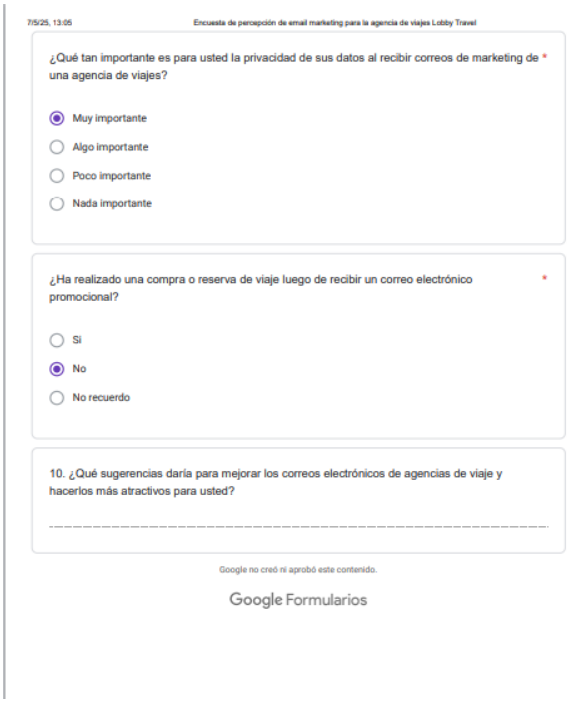
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- (•) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [x] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



7/5/25, 13:05 Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

_____

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



7/5/25, 13:05 Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Jenny Quintuña

Edad

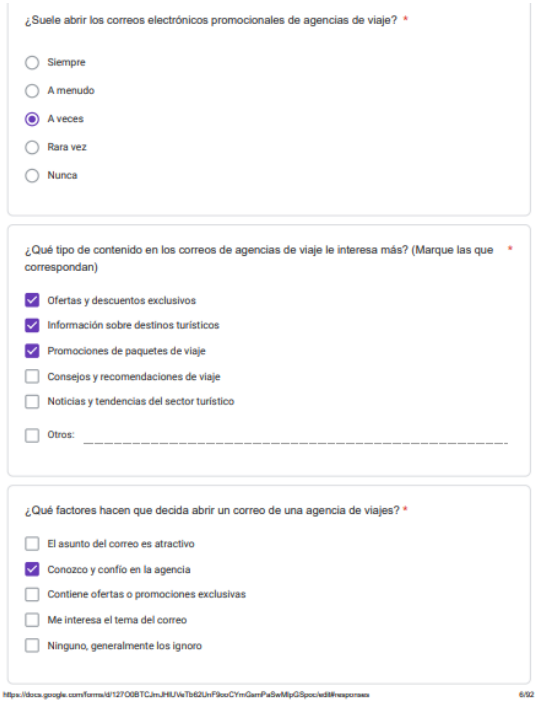
41

Correo electrónico *

Jennyq893@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- (•) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca

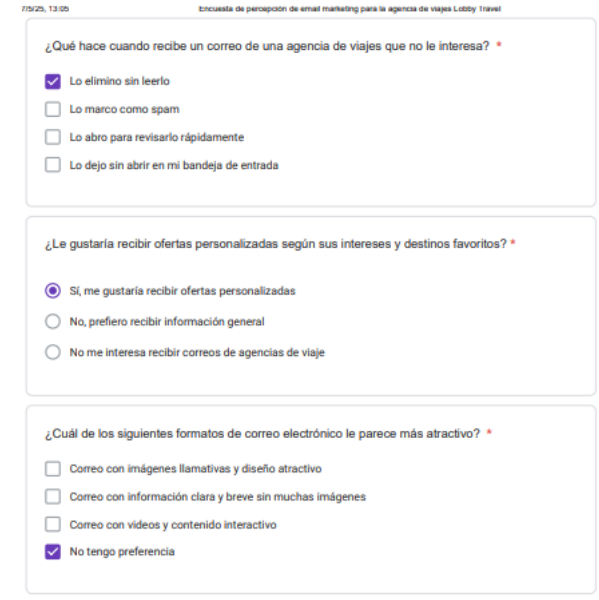
¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [x] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [x] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro

https://docs.google.com/forms/d/127O0BTCJmJHUVeTb62UnF9ocCYmGamPaSwMlpQSpcc/edit#responses 6/92



7/5/25, 13:05 Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

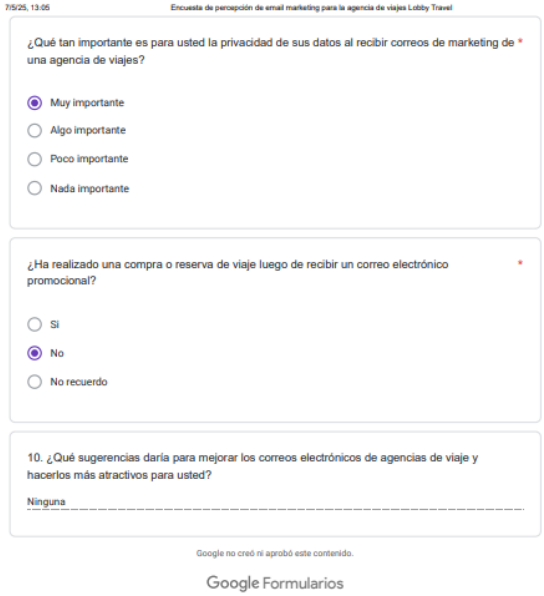
- [x] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [x] No tengo preferencia



7/5/25, 13:05 Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Sí
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Ninguna

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

GLORIA ARELLANO

Edad

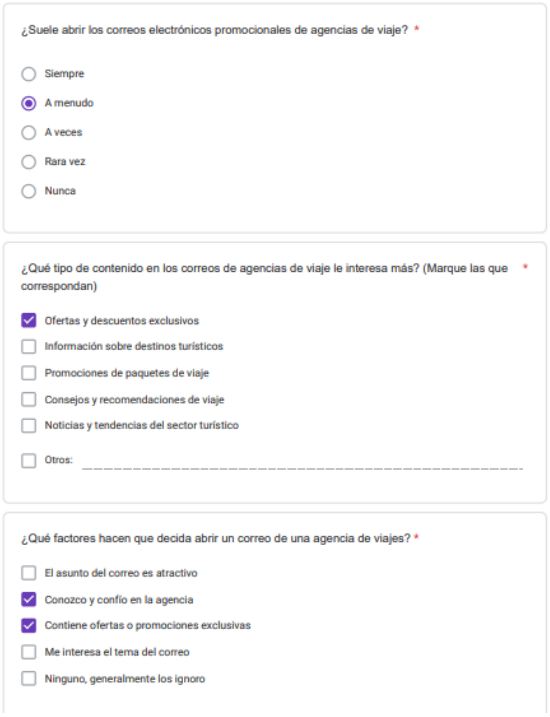
51

Correo electrónico *

g.arellanonaranjo@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [x] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

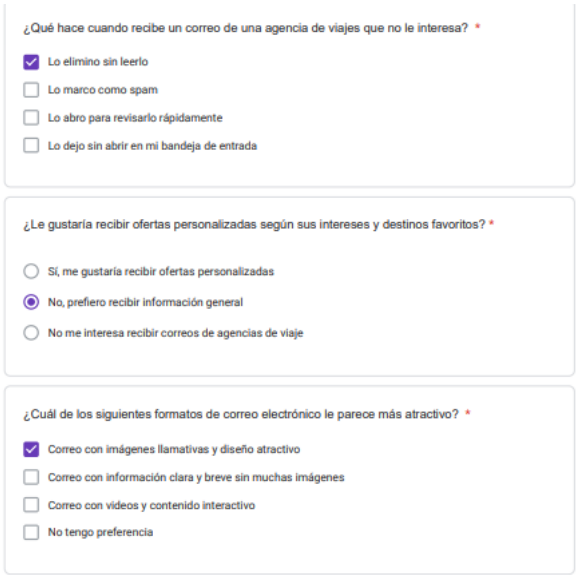
- ( ) Siempre
- (•) A menudo
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [x] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

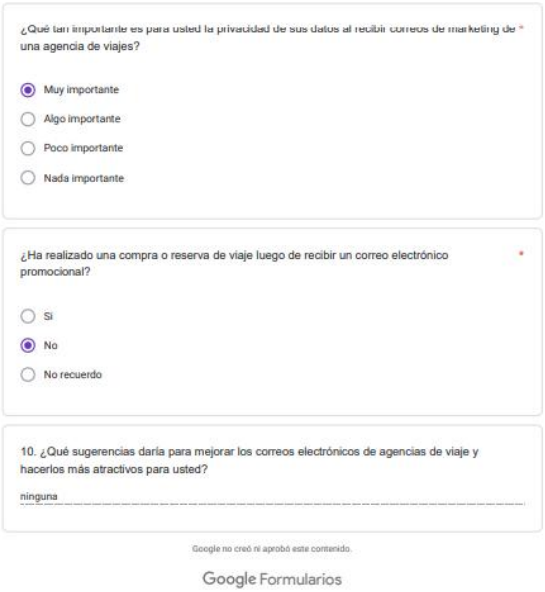
- [x] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- (•) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [x] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Sí
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

ninguna

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Michelle

Edad

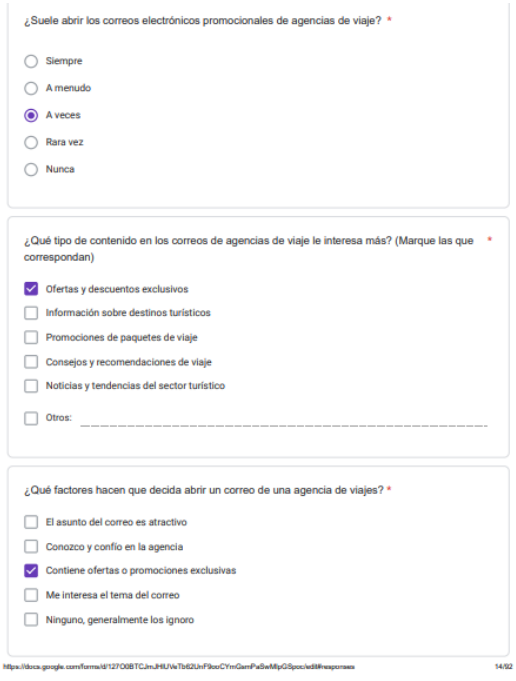
30

Correo electrónico *

dpromo2012@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

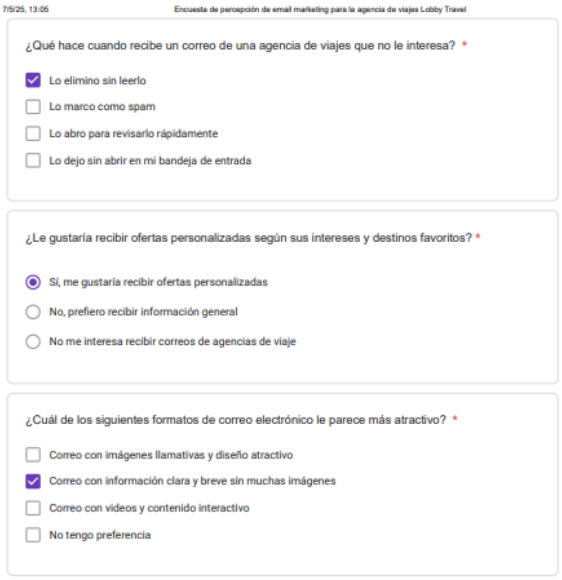
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- (•) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

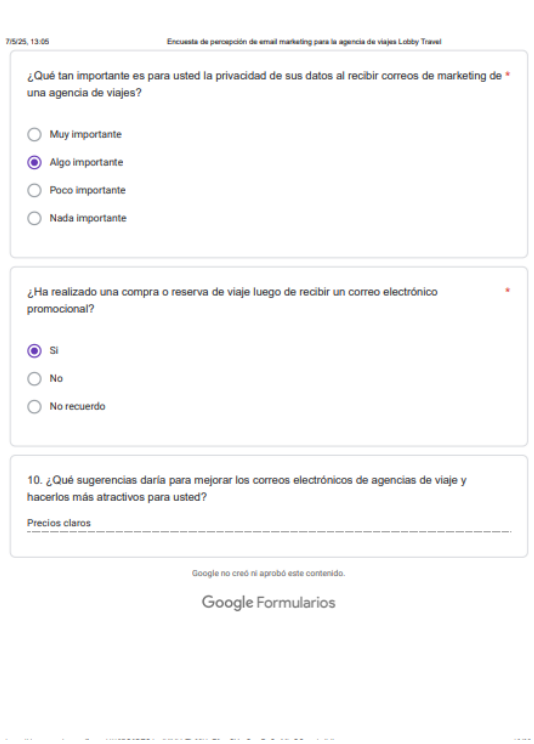
- [x] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [x] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- ( ) Muy importante
- (•) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- (•) Sí
- ( ) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Precios claros

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡Tu opinión es muy importante!
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Verónica Naranjo

Edad

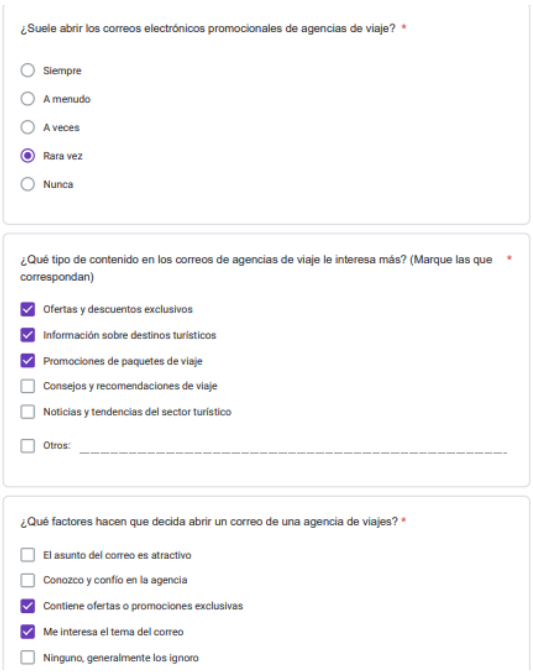
56 años

Correo electrónico *

Verotks1811@hotmsil.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

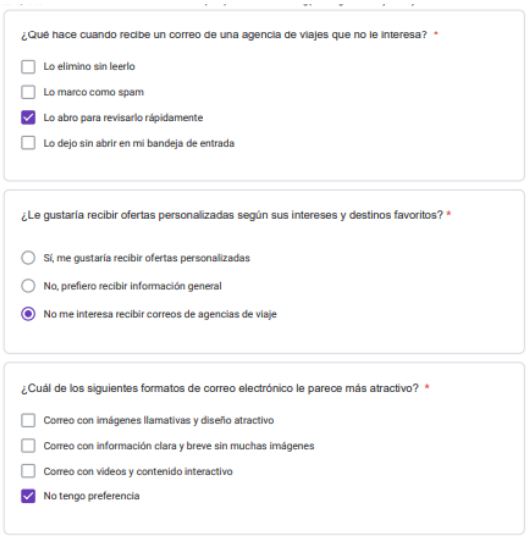
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [x] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [x] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

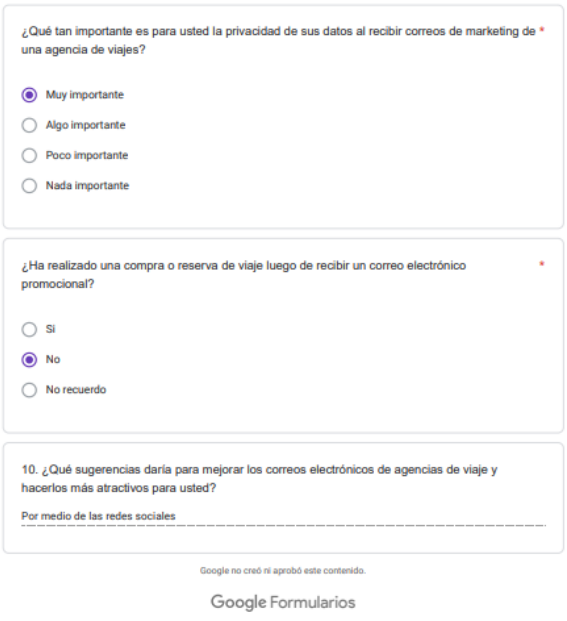
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [x] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- (•) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [x] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

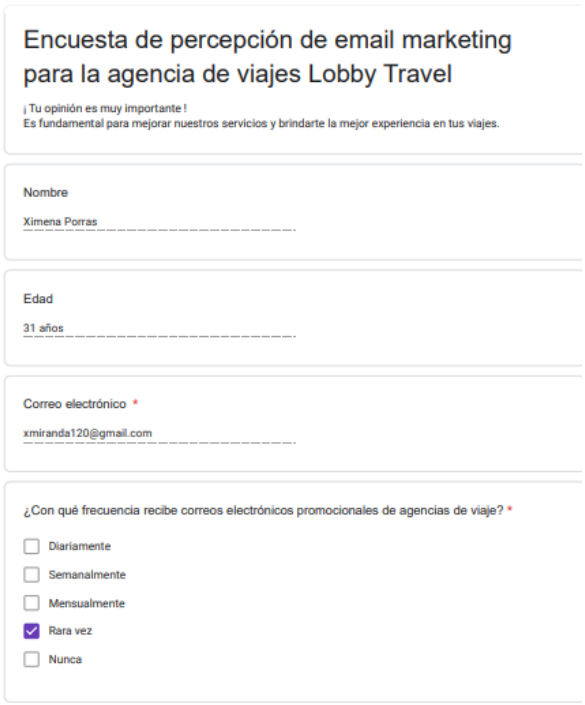
- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Por medio de las redes sociales

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡Tu opinión es muy importante!
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Ximena Porras

Edad

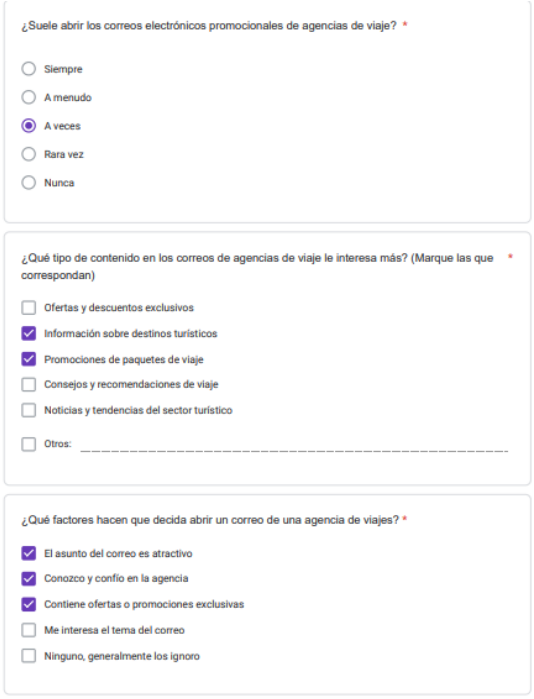
31 años

Correo electrónico *

xmiranda120@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

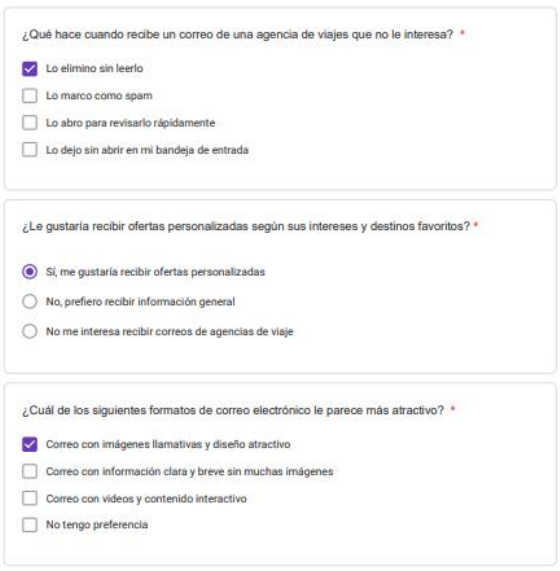
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- (•) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [ ] Ofertas y descuentos exclusivos
- [x] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros:

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [x] El asunto del correo es atractivo
- [x] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

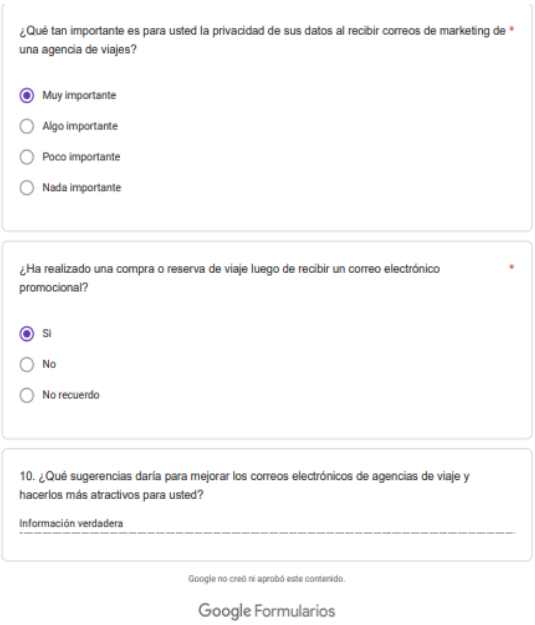
- [x] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [x] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- (•) Sí
- ( ) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Información verdadera

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Pamela Mcgraff

Edad

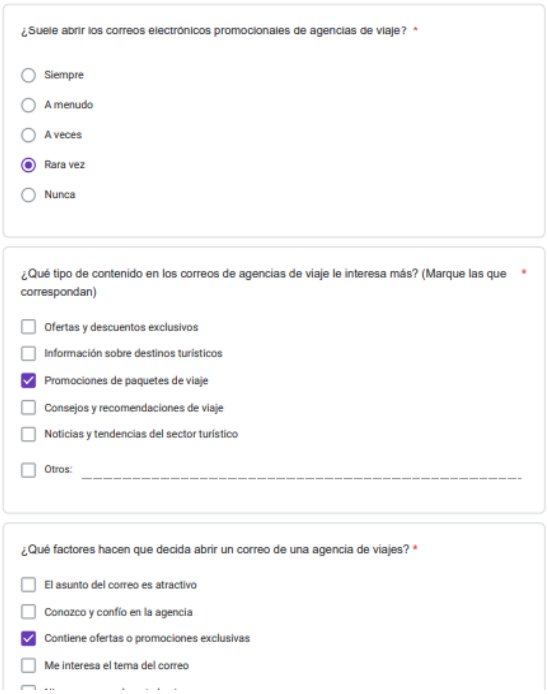
31

Correo electrónico *

pamela.mcgraff@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

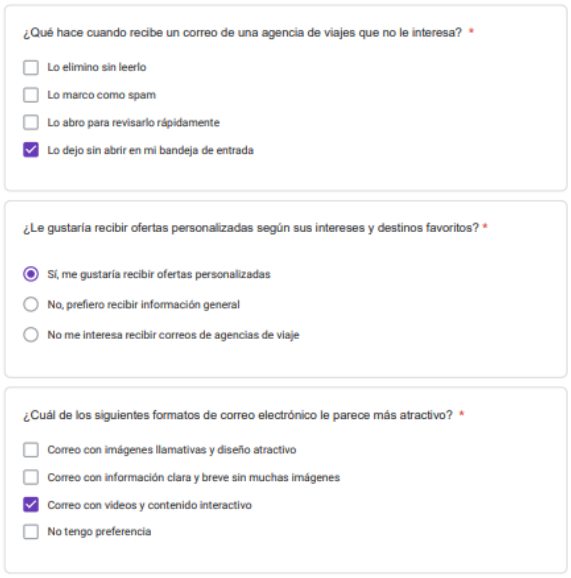
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [ ] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros:

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

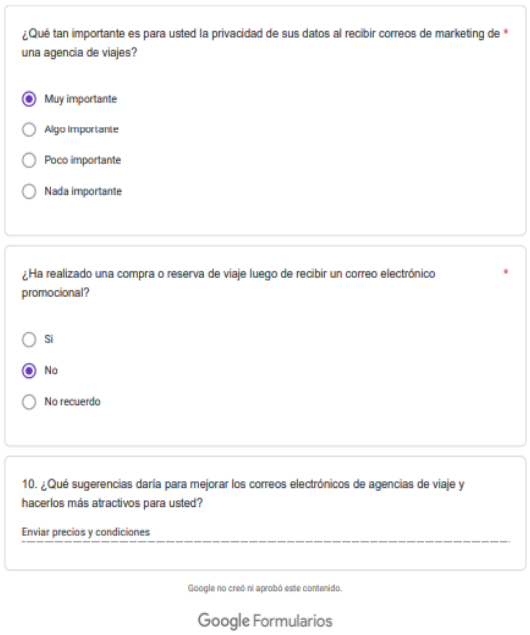
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [x] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Enviar precios y condiciones

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Diego

Edad

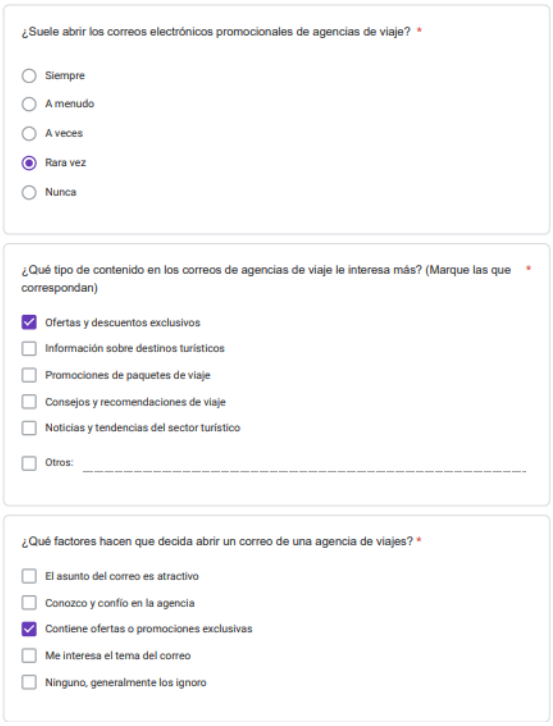
32

Correo electrónico *

diegopatrick177@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [x] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

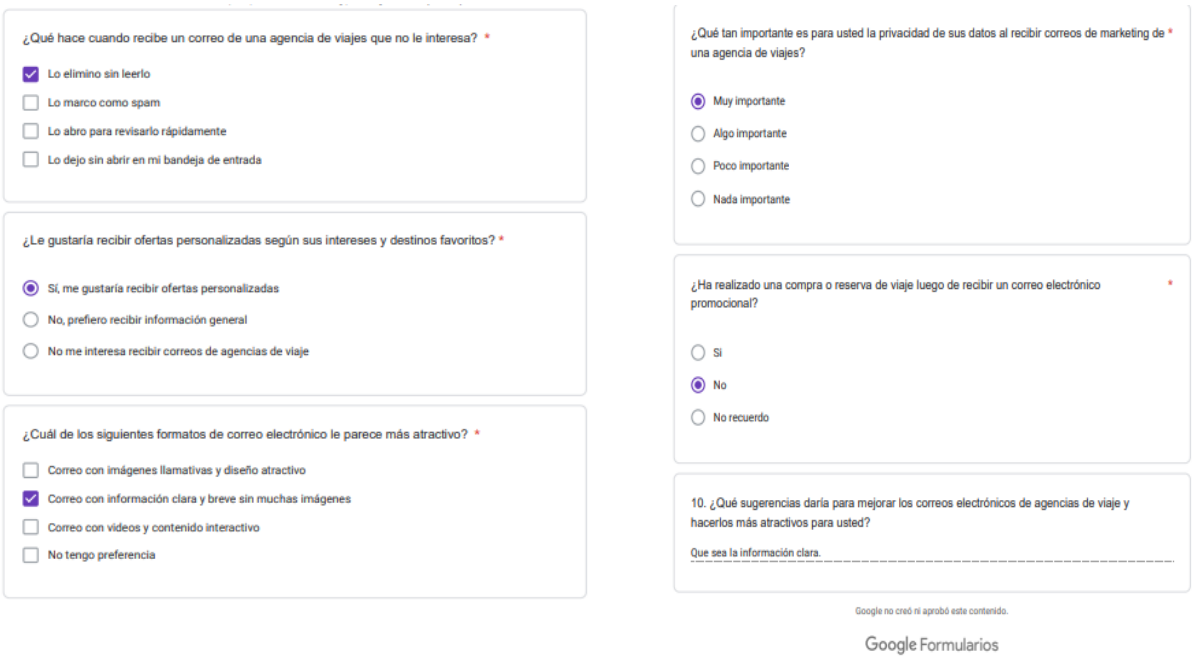
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

- [x] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [x] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Que sea la información clara.

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

XAVIER QUINTUÑA

Edad

40

Correo electrónico *

xavierquintuna@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [x] Nunca

¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- ○ Siempre
- ○ A menudo
- ○ A veces
- ○ Rara vez
- ◉ Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [x] Ninguno, generalmente los ignoro

¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [x] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ◉ Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ○ No, prefiero recibir información general
- ○ No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [x] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- ◉ Muy importante
- ○ Algo importante
- ○ Poco importante
- ○ Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ○ Si
- ◉ No
- ○ No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Incluir videos de 360 grados, o herramientas de realidad virtual, para que el cliente pueda ver el destino antes de ir.

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡Tu opinión es muy importante!
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Marlon Criollo

Edad

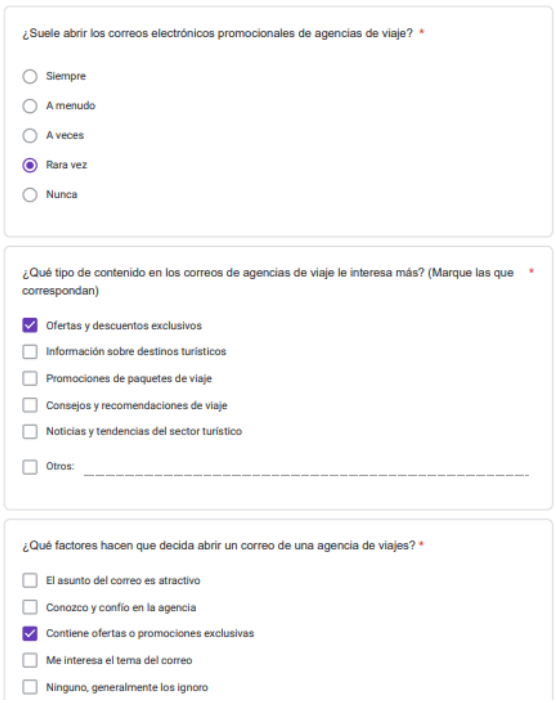
34

Correo electrónico *

gcriollocastro@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

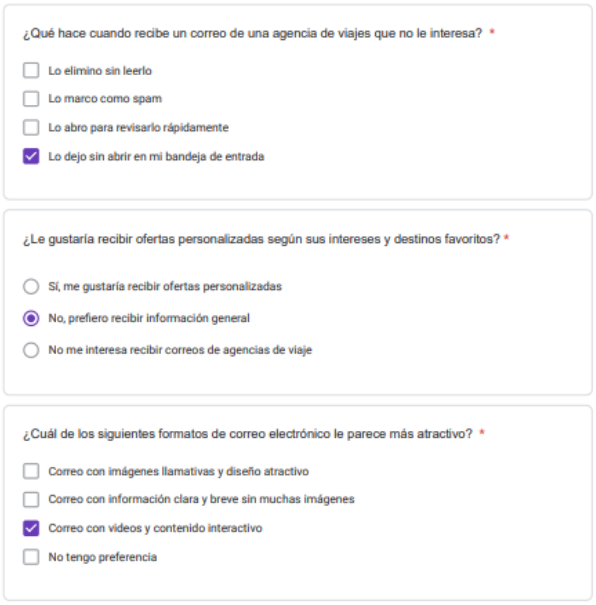
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

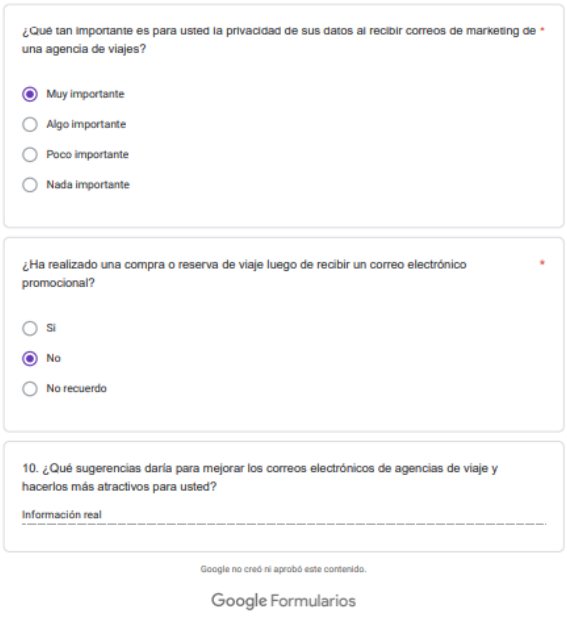
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- (•) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [x] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Información real

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Miguel Flores

Edad

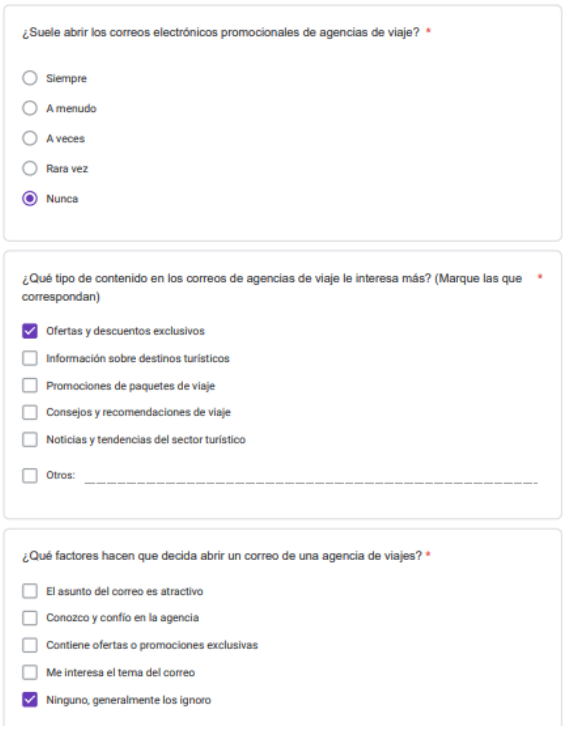
24

Correo electrónico *

josemiguelflores311@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [x] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

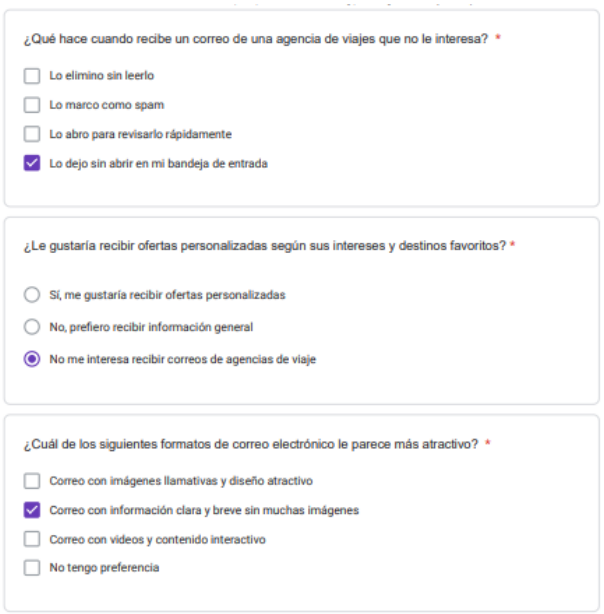
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- (•) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros:

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [x] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

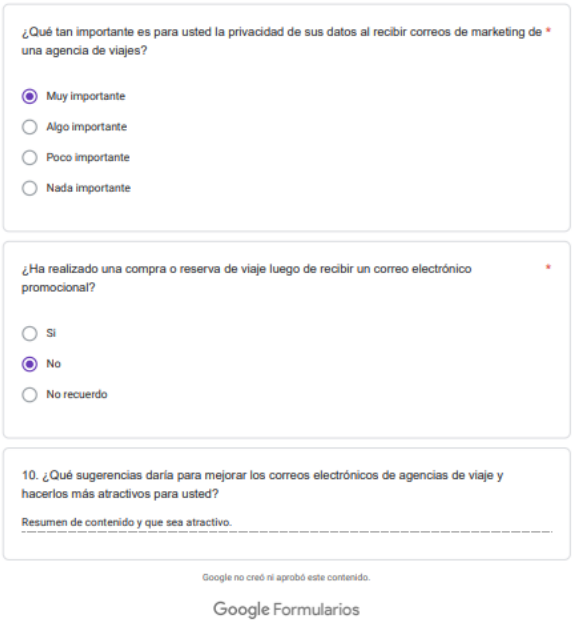
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- (•) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [x] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Sí
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Resumen de contenido y que sea atractivo.

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Christian

Edad

33

Correo electrónico *

christianzeros@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [x] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- (•) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [x] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [x] Ninguno, generalmente los ignoro

¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

- [x] Lo elimino sin leerlo
- [x] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- (•) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [x] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- ( ) Muy importante
- ( ) Algo importante
- (•) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Asunto atractivo

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Andrea Pesántez

Edad

35

Correo electrónico *

cmf.apesantezq@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [x] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [x] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [x] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro

¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [x] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

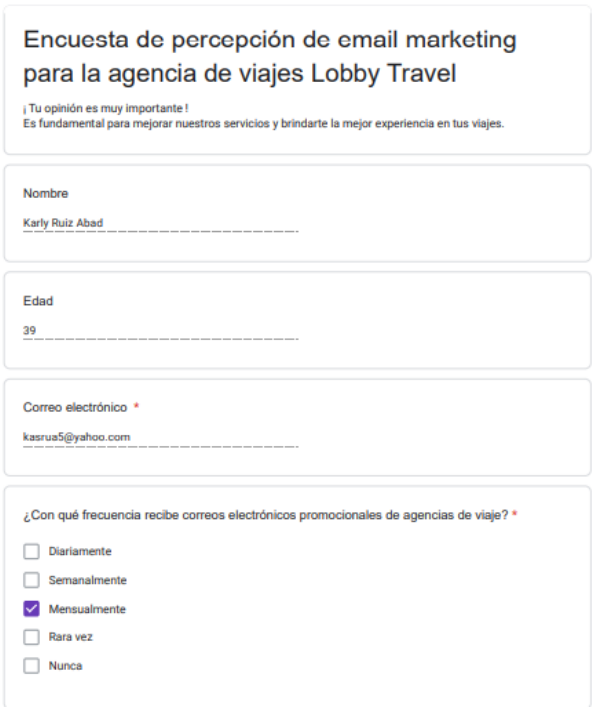
- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Me gustaría conocer paquetes de viajes atractivos y para 2 personas

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Karly Ruiz Abad

Edad

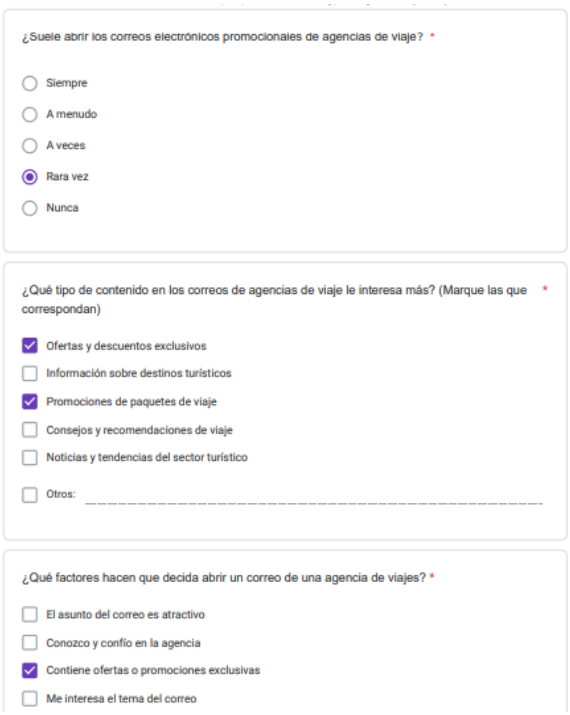
39

Correo electrónico *

kasrua5@yahoo.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [x] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

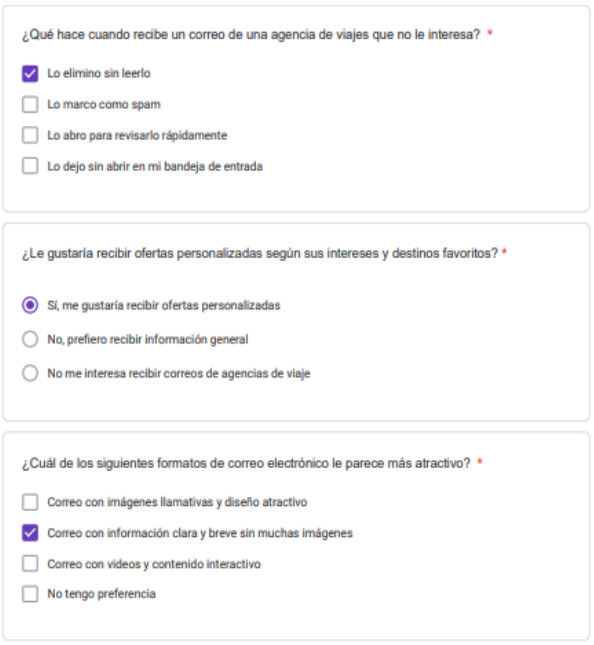
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros:

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

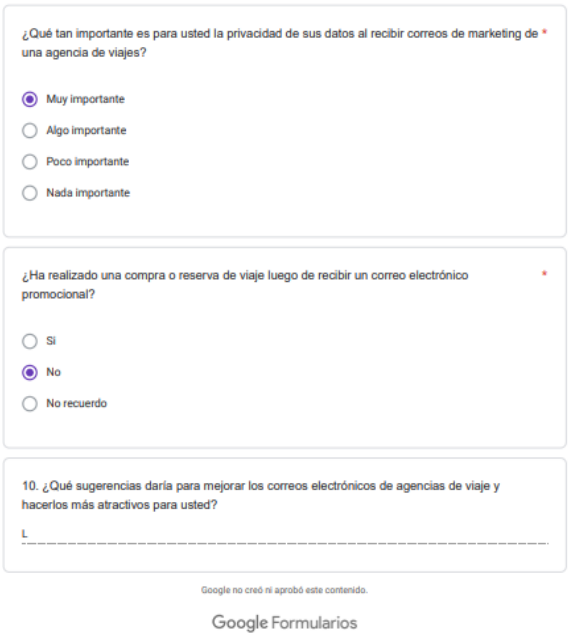
- [x] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [x] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

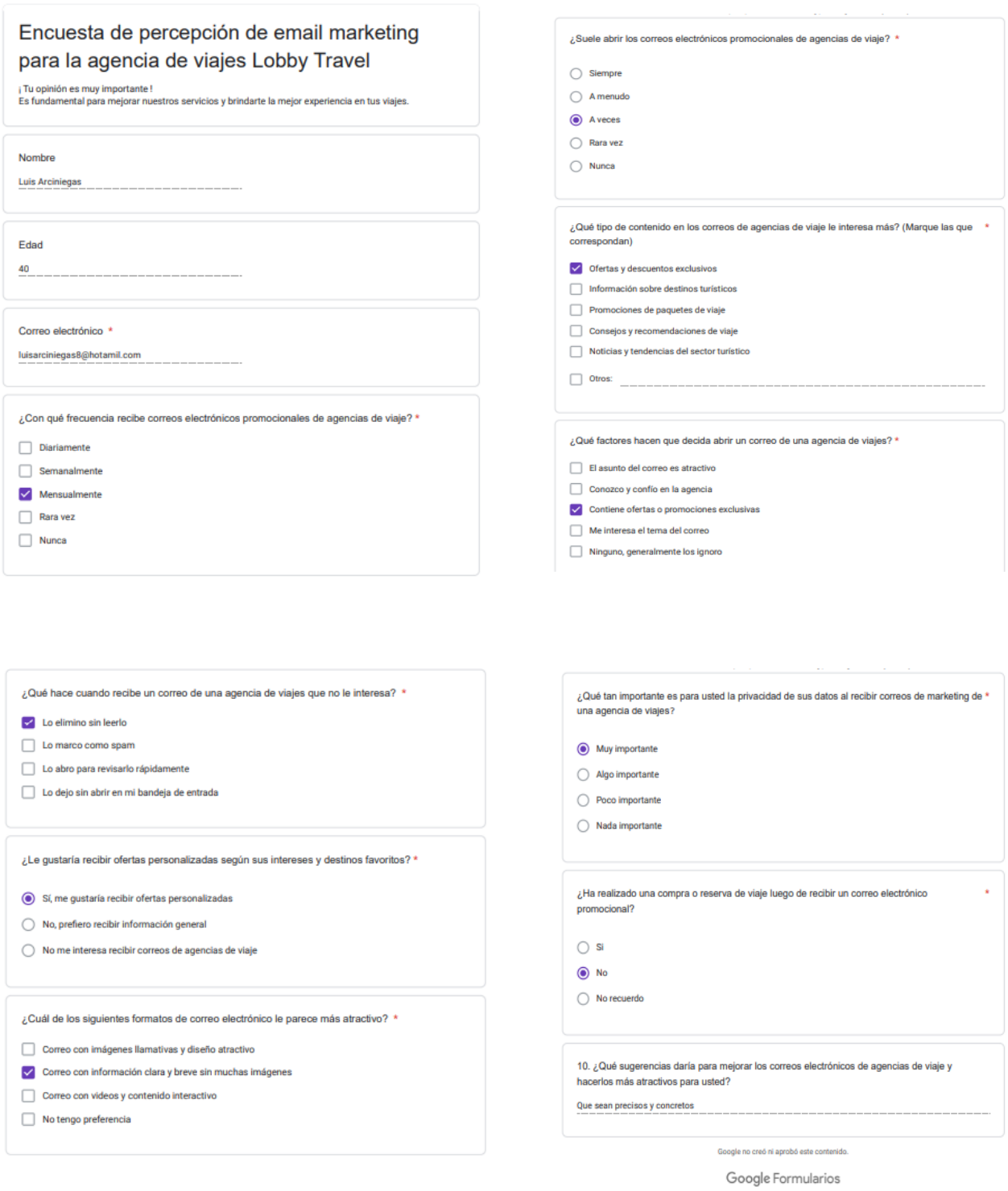
- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted? *

L

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Luis Arciniegas

Edad

40

Correo electrónico *

luisarciniegas8@hotamil.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [x] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- (•) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro

¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

- [x] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [x] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Que sean precisos y concretos

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

CÉSAR ANDRÉS PESÁNTEZ

Edad

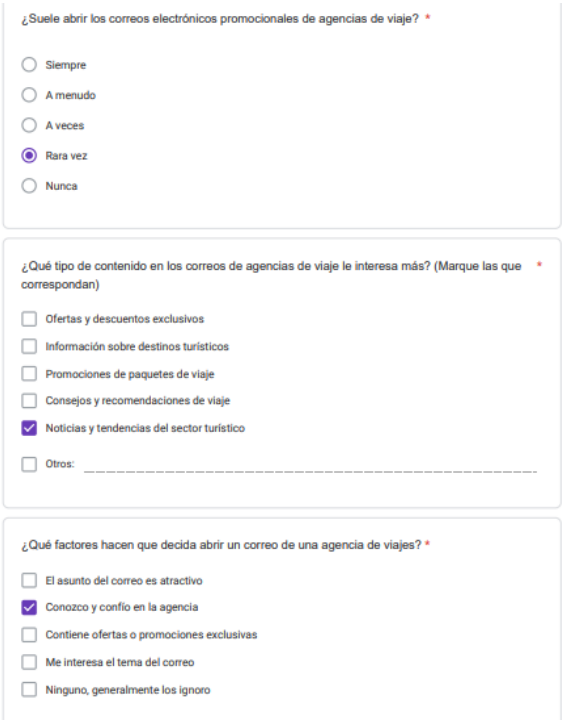
34

Correo electrónico *

c_ap8@hotmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

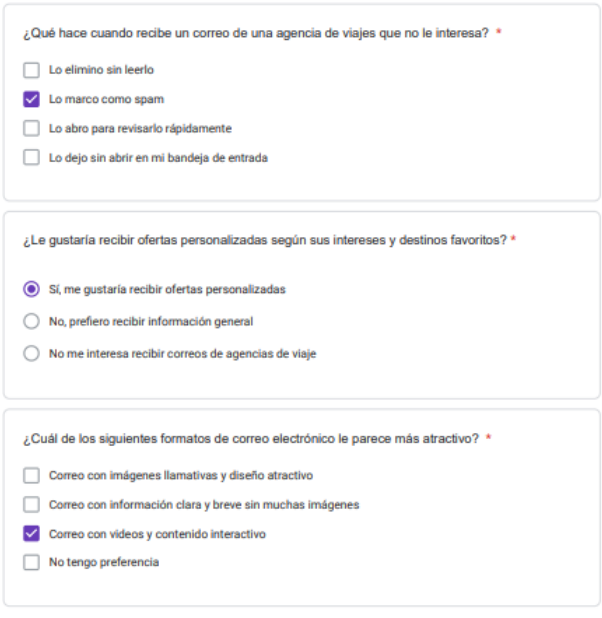
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [ ] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [x] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [x] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

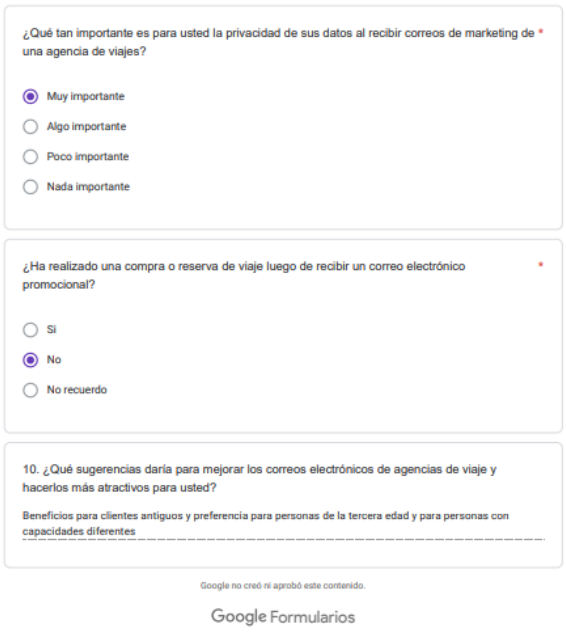
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [x] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [x] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

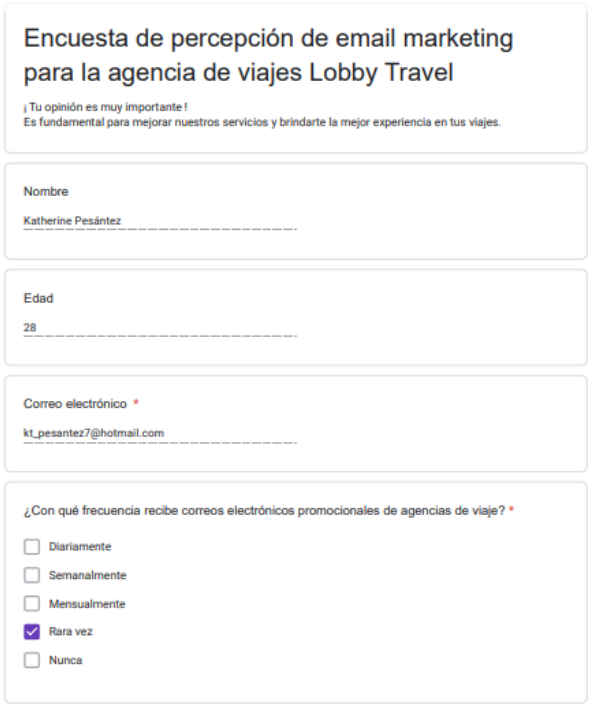
- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Beneficios para clientes antiguos y preferencia para personas de la tercera edad y para personas con capacidades diferentes

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Katherine Pesántez

Edad

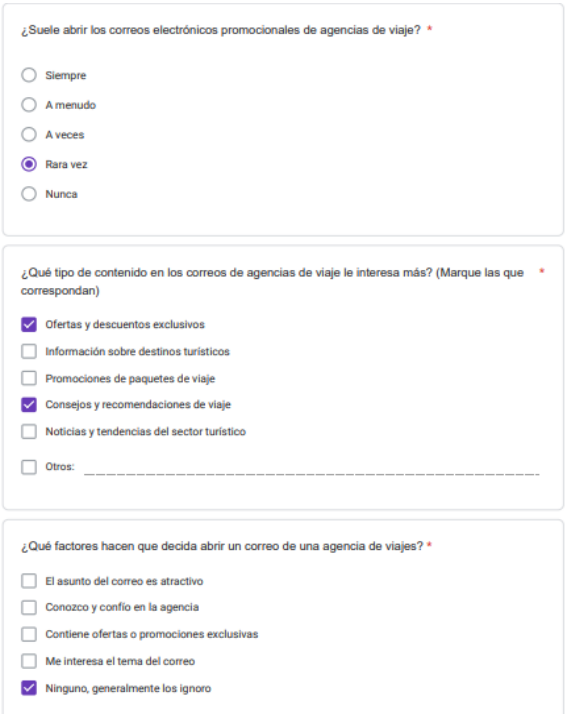
28

Correo electrónico *

kt_pesantez7@hotmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

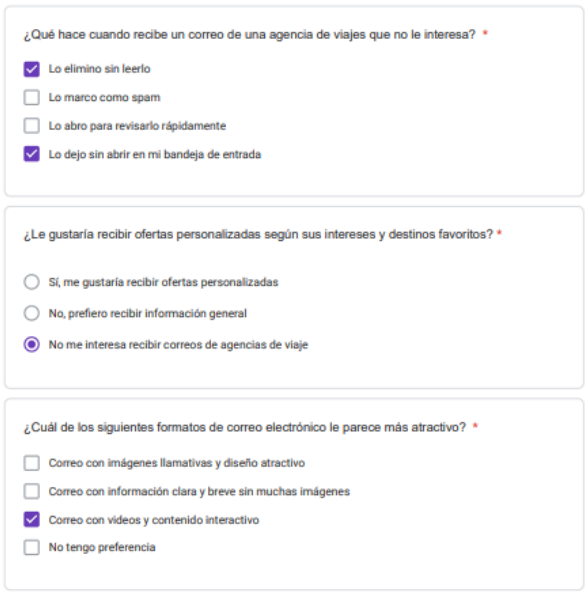
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- (•) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [x] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [x] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

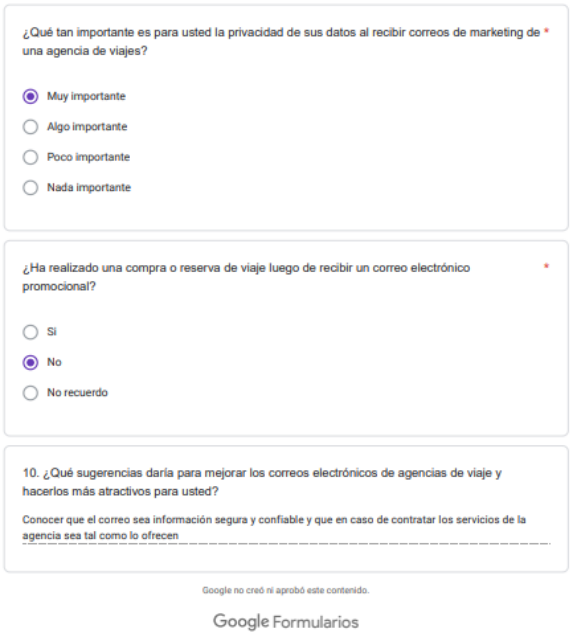
- [x] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- (•) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [x] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

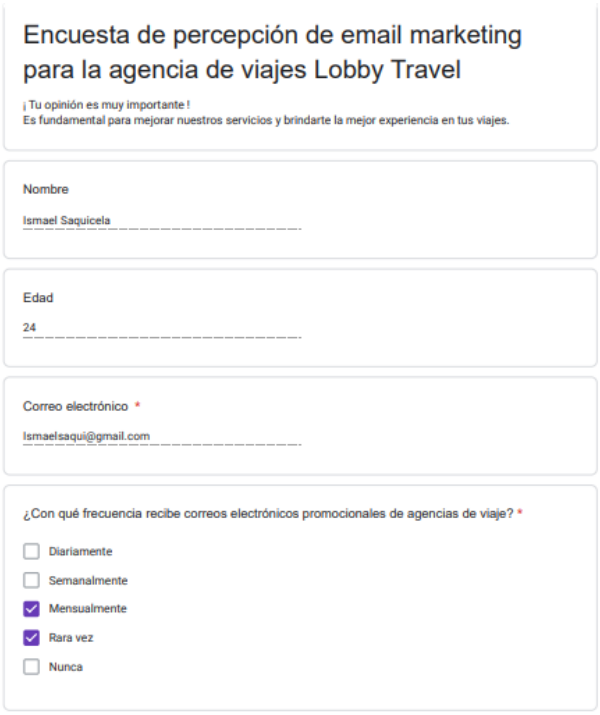
- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Conocer que el correo sea información segura y confiable y que en caso de contratar los servicios de la agencia sea tal como lo ofrecen

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Ismael Saquicela

Edad

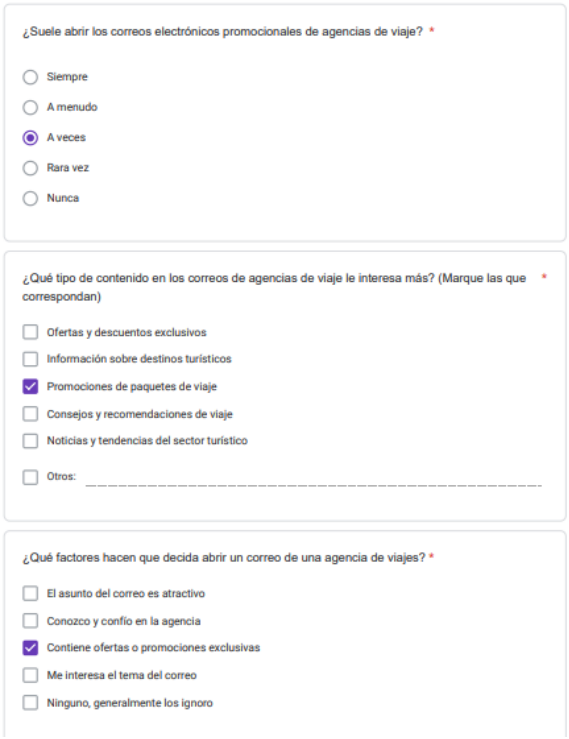
24

Correo electrónico *

Ismaelsaqui@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [x] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

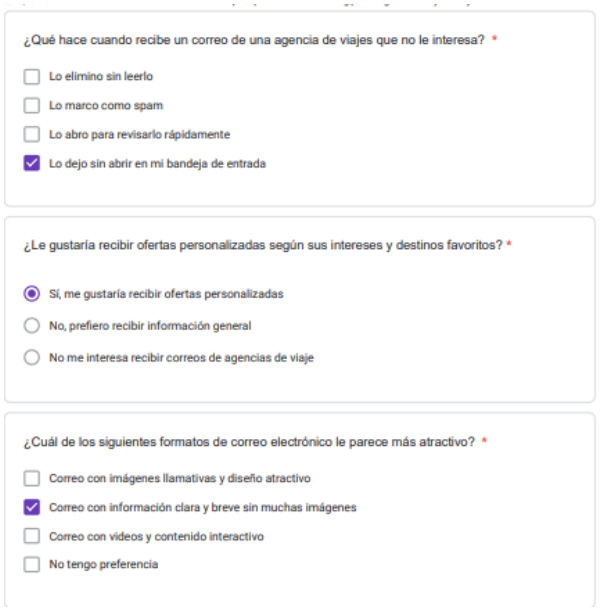
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- (•) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [ ] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros:

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

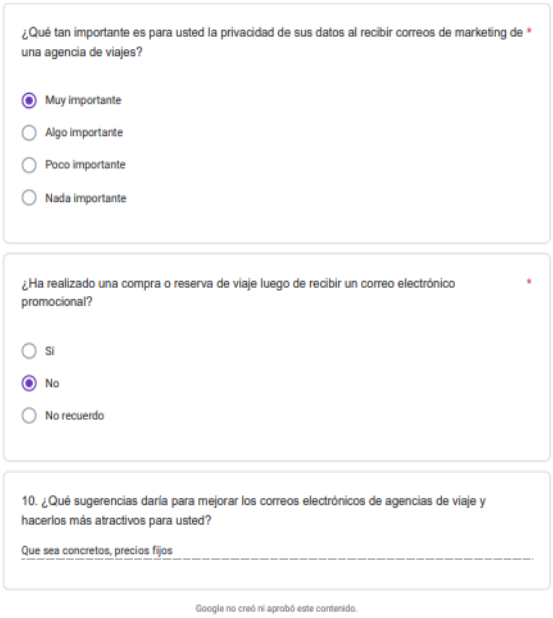
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [x] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

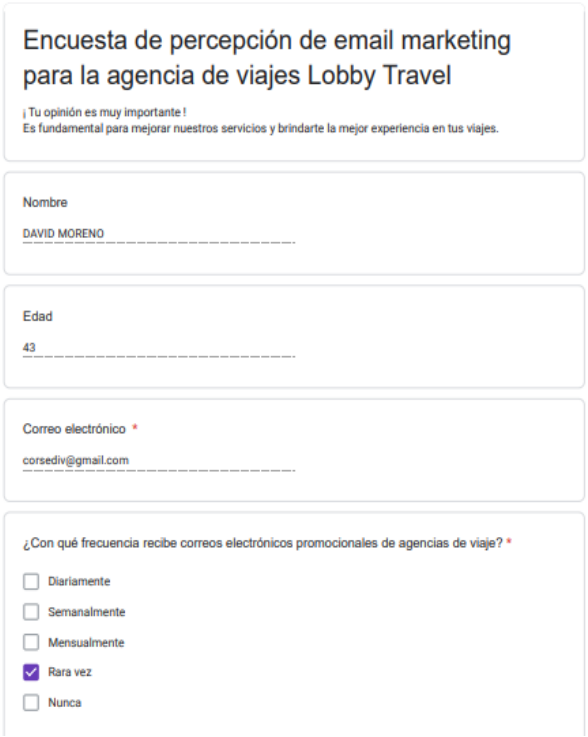
- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Que sea concretos, precios fijos

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

DAVID MORENO

Edad

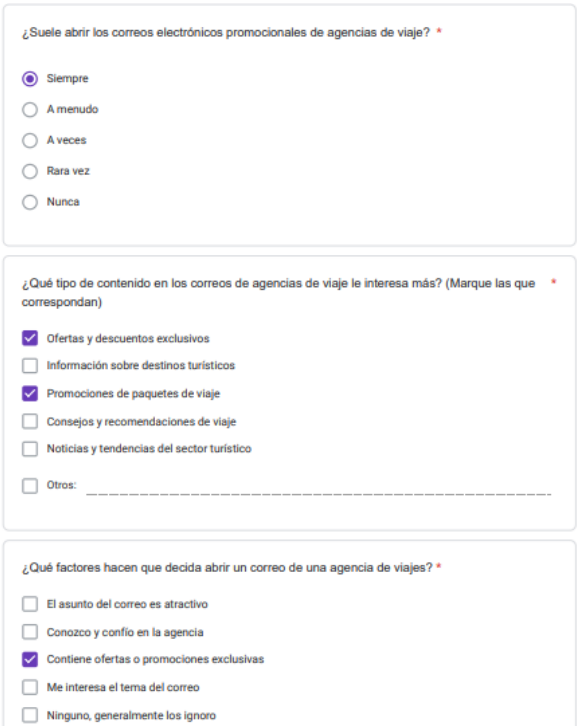
43

Correo electrónico *

corsediv@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [x] Rara vez
- [ ] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

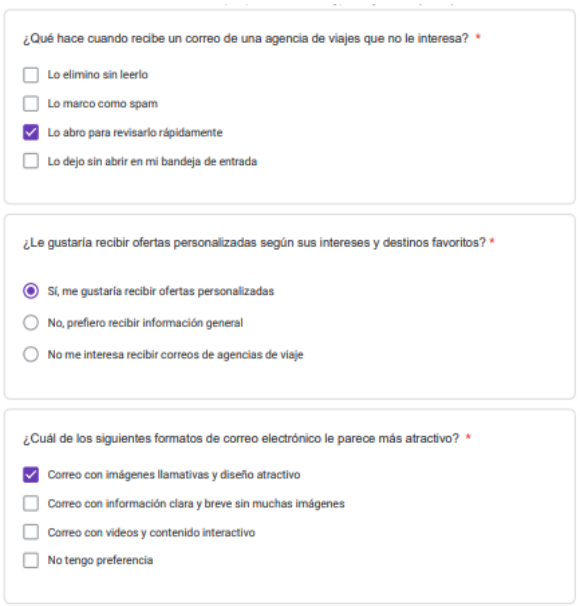
- (●) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [x] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

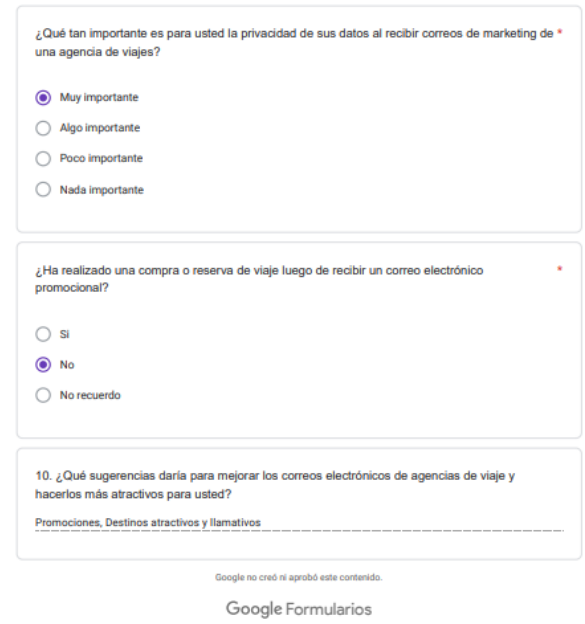
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [x] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (●) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [x] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (●) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (●) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Promociones, Destinos atractivos y llamativos

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Fernando Quintuña

Edad

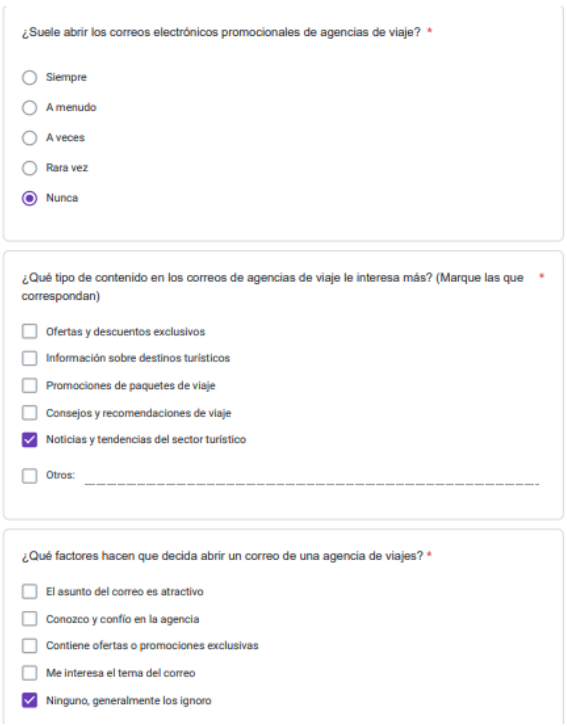
48

Correo electrónico *

fernandoquintuna@proton.me

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [x] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

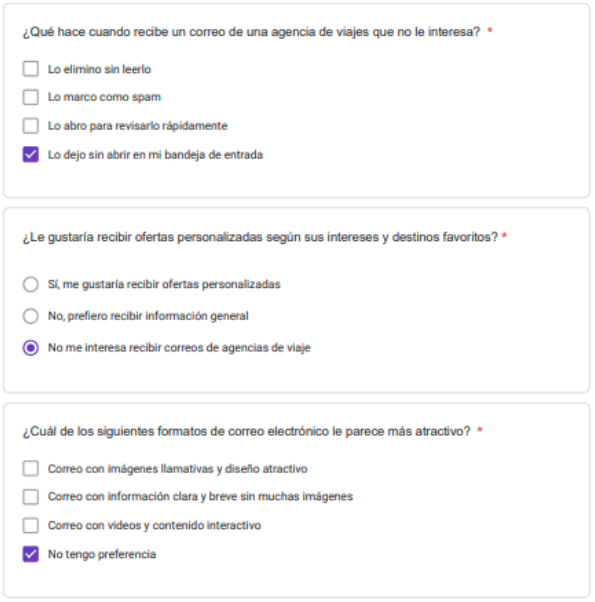
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- (•) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [ ] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [x] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [x] Ninguno, generalmente los ignoro



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

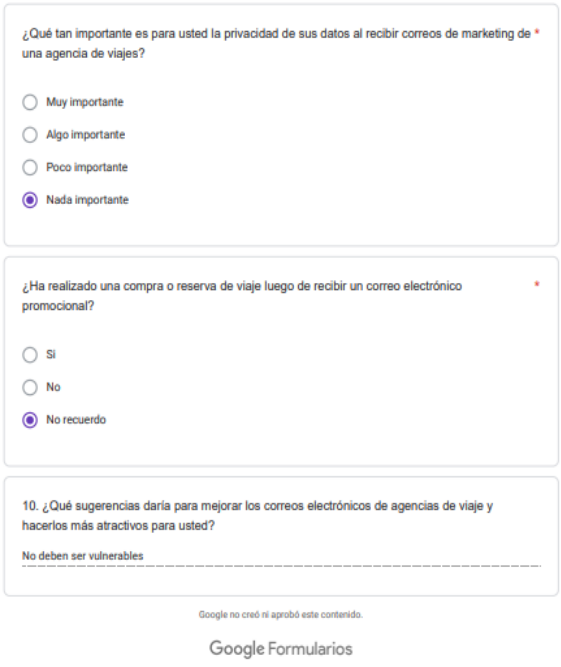
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- (•) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [x] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- ( ) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- (•) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- ( ) No
- (•) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

No deben ser vulnerables

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios



Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Javier Vélez

Edad

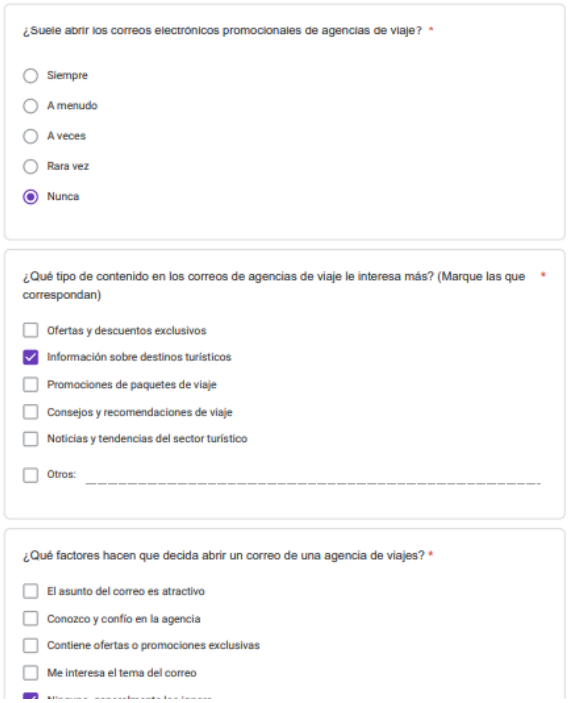
57 años

Correo electrónico *

jav.velezh2012@gmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [x] Nunca



¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

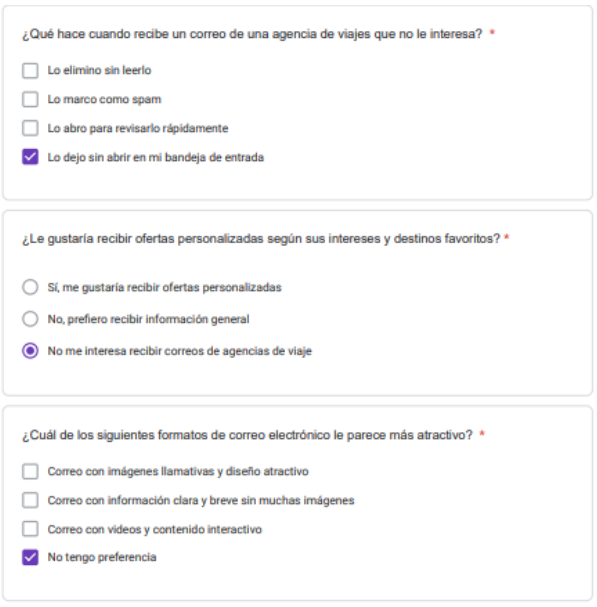
- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- (•) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [ ] Ofertas y descuentos exclusivos
- [x] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [ ] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo



¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

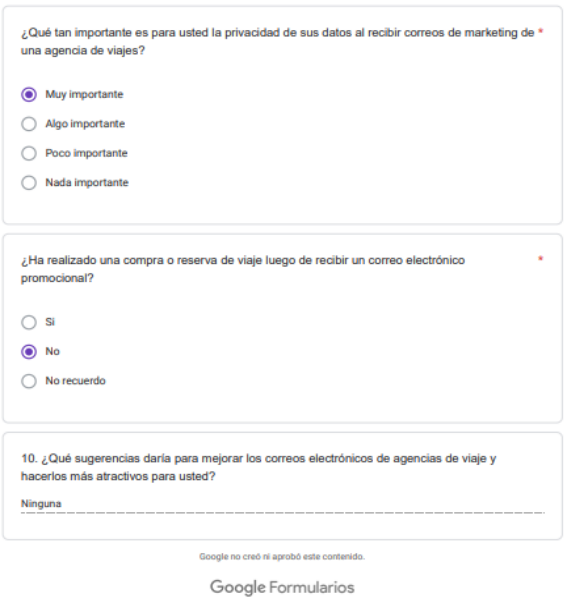
- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [x] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- ( ) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- (•) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [ ] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [x] No tengo preferencia



¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Ninguna

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Jenifer Falcones

Edad

35

Correo electrónico *

coly2406@hotmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [x] Semanalmente
- [ ] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- (•) A veces
- ( ) Rara vez
- ( ) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [x] Ofertas y descuentos exclusivos
- [x] Información sobre destinos turísticos
- [x] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [ ] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [x] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro

¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

- [ ] Lo elimino sin leerlo
- [ ] Lo marco como spam
- [x] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [x] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- ( ) No
- (•) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

_____

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Encuesta de percepción de email marketing para la agencia de viajes Lobby Travel

¡ Tu opinión es muy importante !
Es fundamental para mejorar nuestros servicios y brindarte la mejor experiencia en tus viajes.

Nombre

Gissela

Edad

31

Correo electrónico *

gigo_vlz@hotmail.com

¿Con qué frecuencia recibe correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- [ ] Diariamente
- [ ] Semanalmente
- [x] Mensualmente
- [ ] Rara vez
- [ ] Nunca

¿Suele abrir los correos electrónicos promocionales de agencias de viaje? *

- ( ) Siempre
- ( ) A menudo
- ( ) A veces
- ( ) Rara vez
- (•) Nunca

¿Qué tipo de contenido en los correos de agencias de viaje le interesa más? (Marque las que correspondan) *

- [ ] Ofertas y descuentos exclusivos
- [ ] Información sobre destinos turísticos
- [ ] Promociones de paquetes de viaje
- [ ] Consejos y recomendaciones de viaje
- [x] Noticias y tendencias del sector turístico
- [ ] Otros: _____

¿Qué factores hacen que decida abrir un correo de una agencia de viajes? *

- [ ] El asunto del correo es atractivo
- [x] Conozco y confío en la agencia
- [ ] Contiene ofertas o promociones exclusivas
- [ ] Me interesa el tema del correo
- [ ] Ninguno, generalmente los ignoro

¿Qué hace cuando recibe un correo de una agencia de viajes que no le interesa? *

- [x] Lo elimino sin leerlo
- [x] Lo marco como spam
- [ ] Lo abro para revisarlo rápidamente
- [ ] Lo dejo sin abrir en mi bandeja de entrada

¿Le gustaría recibir ofertas personalizadas según sus intereses y destinos favoritos? *

- (•) Sí, me gustaría recibir ofertas personalizadas
- ( ) No, prefiero recibir información general
- ( ) No me interesa recibir correos de agencias de viaje

¿Cuál de los siguientes formatos de correo electrónico le parece más atractivo? *

- [x] Correo con imágenes llamativas y diseño atractivo
- [ ] Correo con información clara y breve sin muchas imágenes
- [ ] Correo con videos y contenido interactivo
- [ ] No tengo preferencia

¿Qué tan importante es para usted la privacidad de sus datos al recibir correos de marketing de una agencia de viajes? *

- (•) Muy importante
- ( ) Algo importante
- ( ) Poco importante
- ( ) Nada importante

¿Ha realizado una compra o reserva de viaje luego de recibir un correo electrónico promocional? *

- ( ) Si
- (•) No
- ( ) No recuerdo

10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar los correos electrónicos de agencias de viaje y hacerlos más atractivos para usted?

Ninguna

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

ANEXO C: Propuesta de Campaña de email marketing para Lobby Travel,

Segmentación del público objetivo: para hacerlo de forma adecuada se procederá a clasificar a los clientes según el lugar de preferencia, destinos favoritos, actividades preferidas etc. Además, se tomará en cuenta el comportamiento de compra, es decir la frecuencia de compra, el valor de compra y el producto o servicios complementarios (paquetes turísticos).

BASE DE DATOS AGENCIA DE VIAJES LOBBY TRAVEL

	NOMBRES COMPLETOS	CIUDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO
1	LUIS AGUSTO ARCINIEGAS	CUENCA	984144039	luisarciniegas8@hotmail.com
2	PALACIOS MAXI SANTIAGO NAPOLEON	CUENCA	983973673	ingmendietavelasco@gmail.com
3	FABIAN PINTADO	CUENCA	990379577	contabilidad@fpz.com.ec
4	ORTEGA CARDENAS VICENTE EMMANUEL	CUENCA	987211191	vicentemmanuel1@gmail.com
5	RUBEN GARCIA	MACAS	987967333	rubengarcia86@hotmail.com
6	BELEN ESPINOZA	CUENCA	958733262	mabelen2792@gmail.com
7	RUIZ ABAD KARLA STEFANIA	CUENCA	994535540	kasrua5@yahoo.com
8	CAJISACA NAULA MARIA CARMELINA	CUENCA		system_link@hotmail.com
9	LOPEZ BERMEO JULIO EDUARDO	CUENCA		edu-lopez2008@hotmail.com
10	MERCEDES VEGA	CUENCA	993283084	nellyta1967@hotmail.com
11	JOHANNA INGA ALVEAR	CUENCA	992913558	johispm17@gmail.com
12	JORGE RODRIGO TAPIA BENAVIDES	CUENCA	968802969	albitaramirez1991@hotmail.com
13	ENRIQUEZ VELE DENNIS VIVIANA		999779822	denisseviviana92@gmail.com
14	DIEGO JAVIER LOJANO MENDIETA	CUENCA	979300042	javilojano@hotmail.com
15	PAOLA GABRIELA MERCHAN	CUENCA	998844778	paomerchanlopez@gmail.com
16	JUAN FRANCISCO MENDEZ BEDOYA	AZOGUES	999961845	juano_mendezb@hotmail.com
17	JOSE ANTONIO RICAURTE	AZOGUES	989522822	antonioricaurte53@hotmail.com
18	MARIA ROSARIO MOROCHO MALLA	CUENCA	987161583	loorgia78@gmail.com
19	HERAS HERAS DARWIN OMAR	CUENCA	995919064	darwinheras16@gmail.com
20	GORDILLO YUQUILIMA FAUSTO BOLIVAR	SIGSIG	985148984	fausto593@hotmail.com
21	PACHECO QUIZHPI PABLO ESTEBAN	CUENCA	984303705	Ocmd_sao@hotmail.com
22	ESQUIVEL CAGUANA MATEO FERNANDO	CUENCA	939198164	elchupitastre@gmail.com
23	AYORA ENCALADA JOSE LUIS	CUENCA	983653506	joseluisayora10@gmail.com
24	TRELLES TORRES EDWIN ROMEO	CUBA	961771832	danyferragamo@gmail.com
25	LANDIN GUARQUILA MARCIA ASUCENA	CUENCA	984073459	landinmarcia@hotmail.com
26	PRISCILA INIGUEZ	CUENCA	995921327	priscila@avileswts.ec
27	PAUL ESTEBAN ARPI COELLAR	EEUU	983584340	paulesteban13@gmail.com
28	CHRISTIAN SANTIAGO FEICAN	CUENCA	986972627	santiago.feican@gmail.com
29	MANUEL ALEJANDRO ALVARADO	CUENCA	986972627	alvaradoalejandro19@outlook.co
30	SHIRLEY ALEXANDRA ESCOBAR SILVA	CUENCA	998250405	vidanueva2093@gmail.com

Figura 17 Base de Datos segmentada

Fuente: Lobby Travel (2024), correo personal

Creación de contenido atractivo:

En la creación de contenido atractivo para la campaña de email marketing se ha aplicado los siguientes parámetros:

- Asunto: Descubre Galápagos con descuentos exclusivos
- Encabezado llamativo: “Tú aventura en Galápagos comienza con Lobby Travel”
- Texto: Explora las Islas Encantadas con un paquete exclusivo. Reserva ahora y obtén el 15% de descuento.
- Diseño de publicidad:

  Tipografía Galápagos – Gladiola 15, utilizada en las publicidades de la agencia de viajes.

  Color: #9c2622 vino, tonos utilizados por la agencia.

  Imágenes: 3



Figura 18 Fotos de Galápagos

De la Página Web de Lobby Travel



Figura 19 Esquema de Campaña

Fuente: Lobby Travel (2025), archivo

Diseño de Publicidad:

Logo Lobby Travel ubicado en la parte superior derecha.

Galápagos Te Cambia, se ubica en la parte central de la publicidad.

Descripción del paquete turístico, la tipografía es Protest Riot “28” en color negro, posición central izquierda.

Descripción de los elementos que se incluye en el paquete turístico: fondo del elemento color #9c2622 (vino), tipografía Arial 19 en color blanco.

Descripción precio del paquete turístico: fondo del elemento color #9c2622 (vino), tipografía Arial “42 y 18” en color blanco.

Imágenes: se colocan 3 fotos distribuidas de forma horizontal en la publicidad.

Call To Action: ubicado en la parte inferior derecha, fondo del elemento color #9c2622 (vino), tipografía Protest Riot “25”.

Publicidad Final:



Figura 20 Publicidad de campaña Lobby Travel

Fuente Publicidad creada para campaña Lobby Travel 2025

Campaña de Email Marketing

GALÁPAGOS TE CAMBIA 2025

Realizada la publicidad de acuerdo a los parámetros de la Agencia Lobby Travel, se procede al análisis de la plataforma en la que se subirá la campaña.

Han sido seleccionadas 3 plataformas para el análisis: Mailchimp, Mailrelay y Doppler

MailChimp: ofrece plantillas personalizables, permite segmentar la audiencia para la entrega de mensajes y realizar el seguimiento de la campaña a través de informes detallados.

El Costo se incrementa a medida que la lista de suscriptores crece, la inversión es elevada.

Mailrelay: ofrece la creación de contenido a través de plantillas, el envío y el análisis de los correos electrónicos masivos de forma eficiente.

El objetivo principal de mailrelay es ayudar a diseñar campañas atractivas y personalizadas, permite gestionar la lista de los contactos y conseguir métricas para implementar estrategias. El costo se incrementa de acuerdo al número de suscriptores.

Doppler: esta plataforma presenta un sistema fácil de manejo, integración con CRM y un análisis de métricas completo.

Doppler es práctico tiene lo necesario para gestionar campañas de email marketing sin complicaciones.

Lo interesante de esta plataforma es que brinda 90 días de prueba sin costo y sin limitaciones, es decir en el tiempo de prueba no existe limitaciones en la utilización de elementos, por ejemplo, se gestiona informes completos de la campaña enviada. En el caso de suscribirse en la plataforma el costo no es elevado y está en constante actualización.

Luego del análisis realizado de las 3 plataformas para el envío de la campaña de email marketing se ha decido utilizar la aplicación de Doppler.

Configuración de Campaña de Email Marketing en Doppler

El primer paso es la creación de una cuenta en Dppler



Figura 21 Plataforma Doppler

Fuente Creación de Cuenta plataforma Doppler 2025

El segundo paso es la configuración de DKIM, SPF & DMARC, tiene el propósito de mejorar la seguridad de los emails y evitar que lleguen a la bandeja de correo no deseados.

Administrador de dominios, se agrega todos los dominios que se pueden utilizar en el email de remitente de las campañas.



Figura 22 Configuración de DKIM, SPF & DMARC

Fuente Plataforma Doppler 2025

Tercero es la creación de campaña, la plataforma presenta 3 opciones, se ha seleccionado Campaña Clásica, se llena los datos solicitados

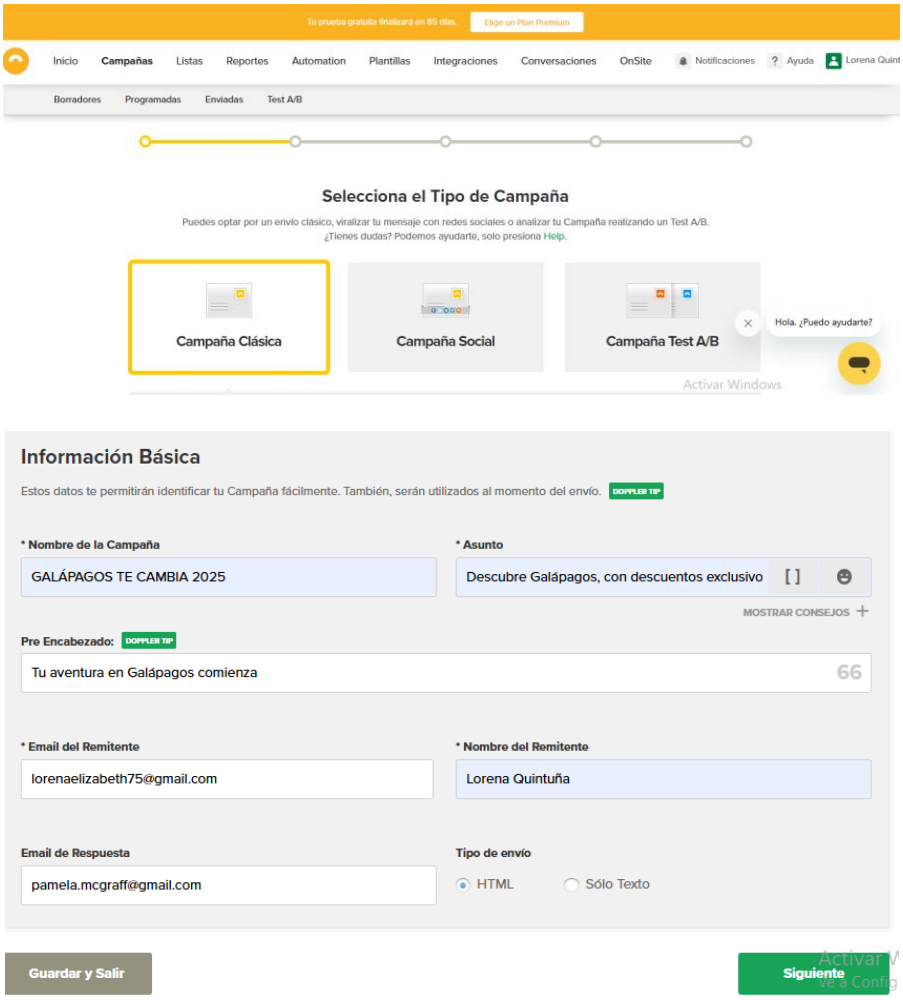


Figura 23 Selección de la campaña

Fuente Plataforma Doppler 2025, Información de Datos.

Continuamos con la creación de contenido para subir en la plataforma, se ha seleccionado la opción de Editor de texto HTML.



Figura 24 Selección del editor de Texto y HTML

Fuente Plataforma Doppler 2025

Por otra parte, se desplaza una ventana, en la cual se debe ingresar el texto que contiene el asunto del email, el contenido del encabezado, y el texto que se requiere resaltar, en este caso es la promoción de descuento al momento de la reserva. También, se agrega el link de enlace con la página web de Lobby Travel para solicitar información directa.

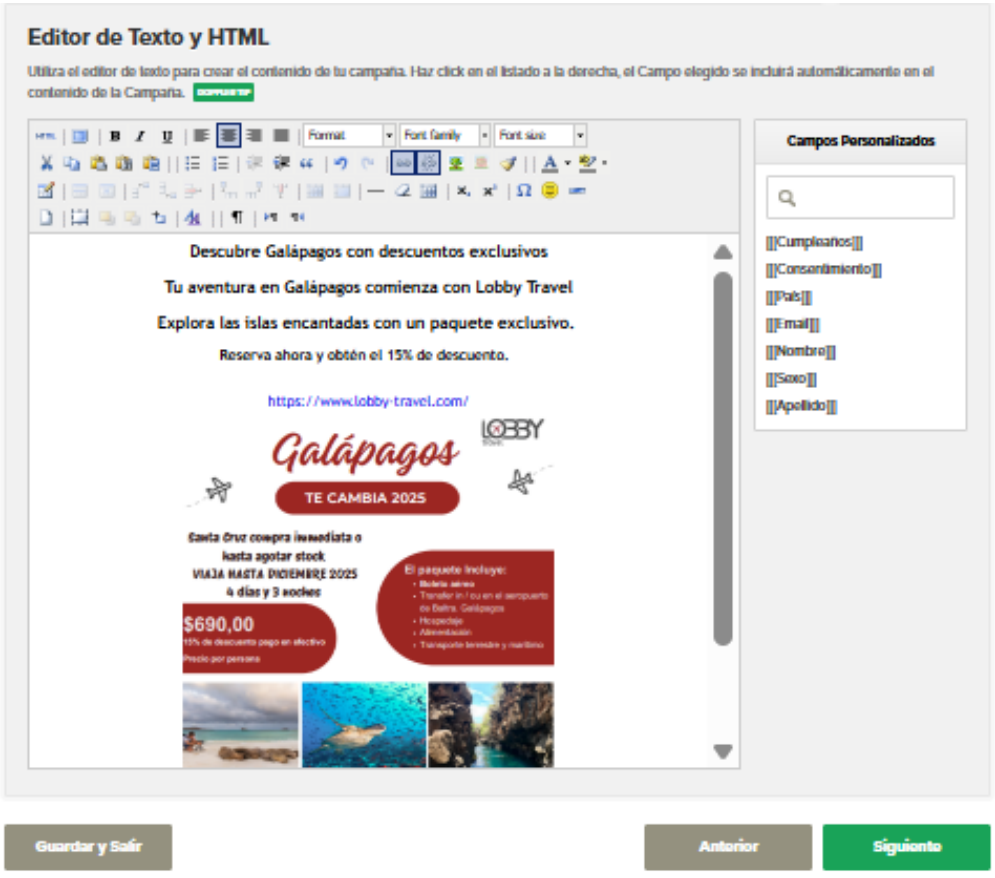


Figura 25 Creación de Contenido y Publicidad

Fuente Plataforma Doppler 2025

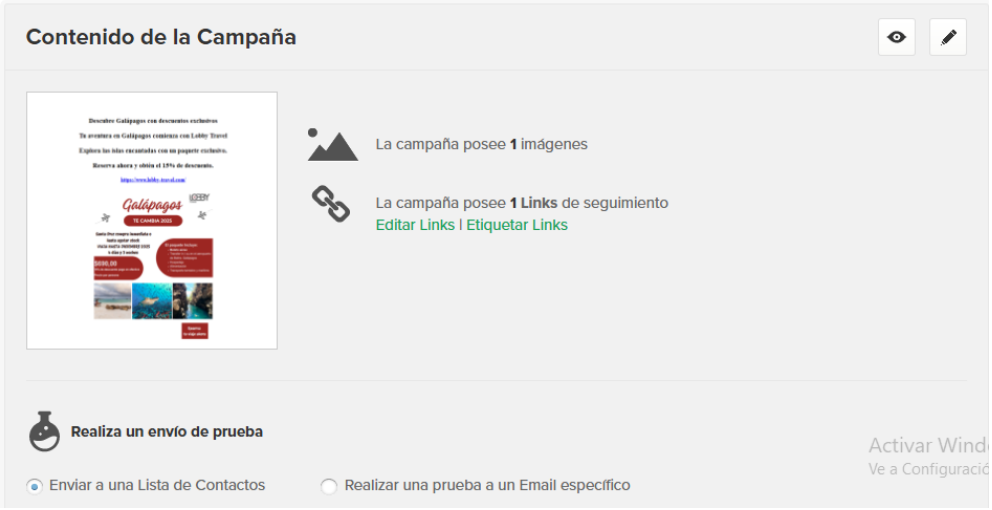


Figura 26 Previsualización de la Campaña

Fuente Plataforma Doppler 2025

El siguiente paso que solicita Doppler es cargar la lista de correos seleccionados para el envío de la campaña; realizada la segmentación de usuarios de la base de datos se tomó como muestra para el estudio a 22 usuarios que tienen interés en viajar a las Islas Galápagos en este año, los mismos que han solicitado promociones que otorguen descuentos, para el beneficio económico de los clientes.

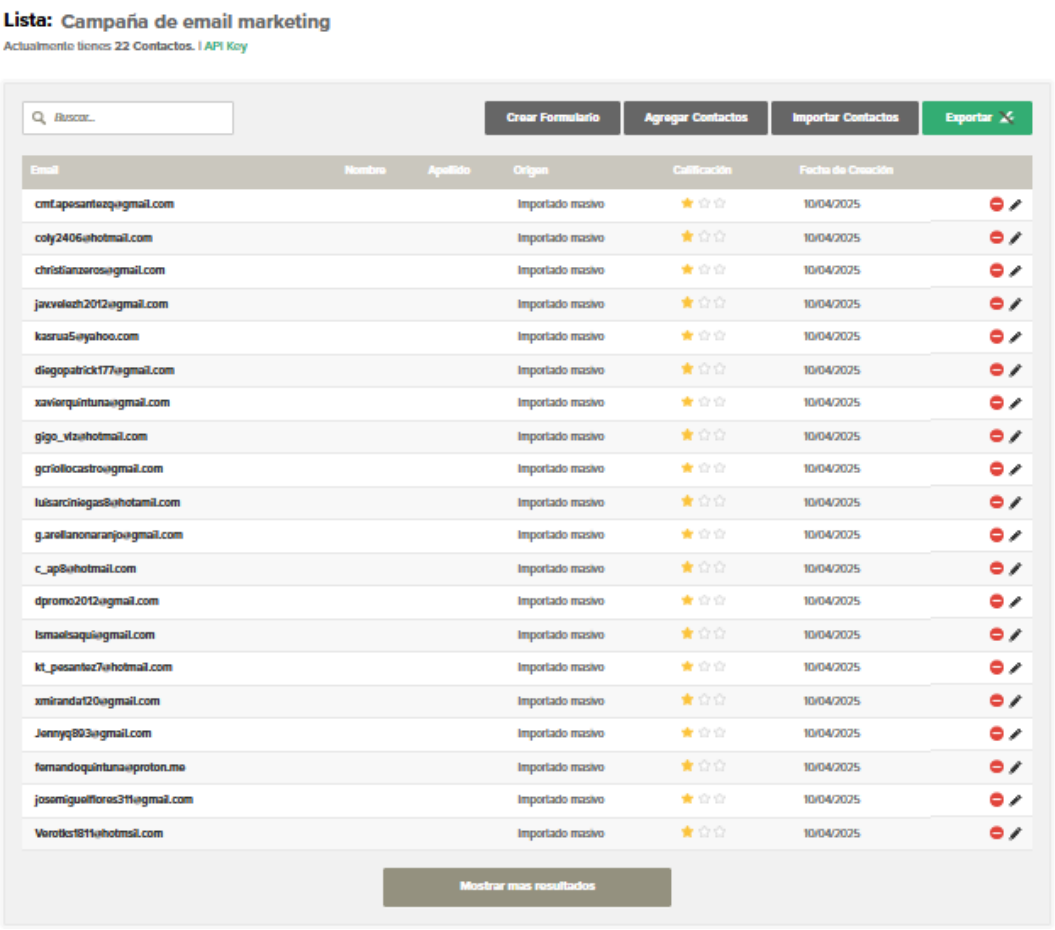


Figura 27 Visualización de la lista de correos a los que se enviará la información.

Fuente Plataforma Doppler 2025

También se creó un formulario para los suscriptores que deseen solicitar información sin acceder a la página web.



Figura 28 Formulario.

Fuente Plataforma Doppler 2025

En la siguiente ventana se puede visualizar el reporte de la actividad de un suscriptor interesado en la promoción.

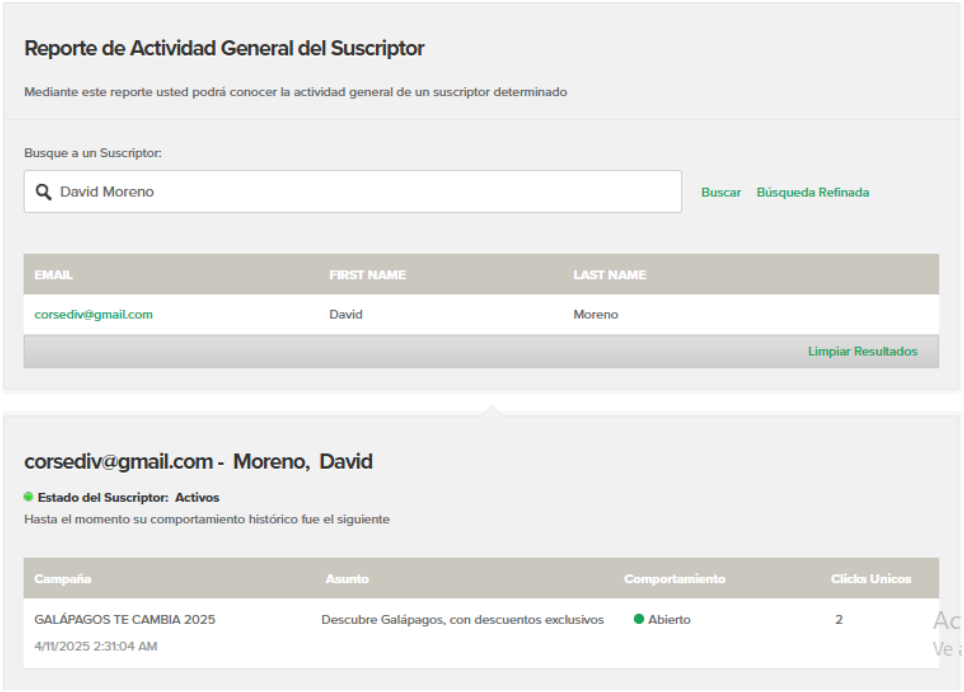


Figura 29 Reporte de actividad del suscriptor

Fuente Doppler 2025

Al cumplir todos los parámetros se visualiza la ventana de Resumen de la Campaña



Figura 30 Visualización Resumen de Campaña

Fuente Doppler 2025

Doppler permite realizar una prueba enviando la información a un correo, con el objetivo de visualizar como llegaría el email a los destinatarios, y realizar cualquier cambio necesario si fuera el caso.

Al estar correcta la información se procede a enviar la campaña. Se programa el día y hora para el envío.

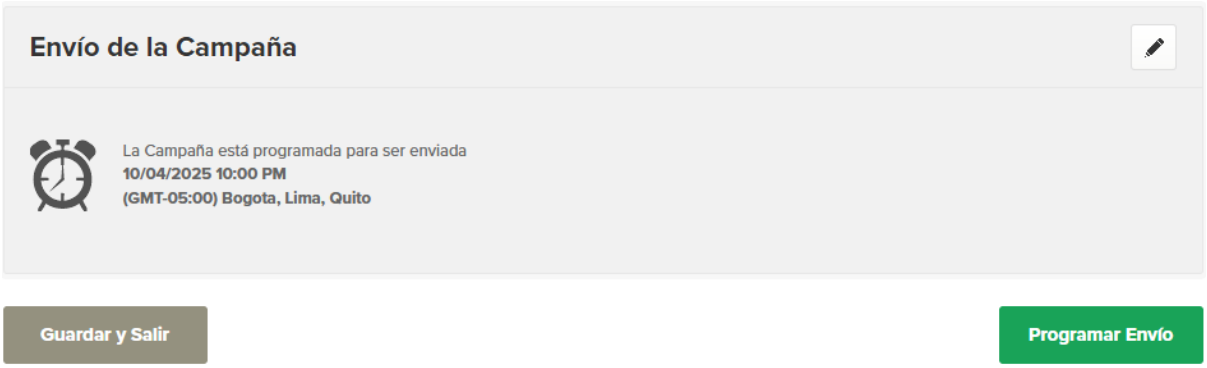


Figura 31 Envío de la campaña

Fuente Doppler 2025

El sistema despliega una ventana en la que se verifica que la campaña ha sido enviada.



Figura 32 Confirmación de envío de Campaña

Fuente Doppler 2025

Métricas de Resultados

En esta parte del proceso se puede revisar el estado de la campaña de email marketing Galápagos te cambia 2025.

Ingresamos a la pestaña de Reportes, se puede ver un gráfico que representa el estado de ingreso de las personas que recibieron el email. El color azul hace referencia a los correos que han sido abiertos y el color amarillo al número de clics que han realizado las personas, buscando la información de la promoción que han recibido; estos resultados indican la fecha de apertura y navegación del usuario.



Figura 33 Cuadro estadístico de apertura de correo

Fuente Doplller 2025

En el siguiente gráfico se puede apreciar el total de correos que fueron abiertos, también se puede visualizar el porcentaje de email que no han sido aún revisados, la estadística de rebote y la tasa de clics de la campaña.

El 54.5% refleja la apertura del correo

El 45.5% proyecta la estadística de correos no abiertos.

El 0.0% de rebote, no existe rebote

El 36.4% refleja el porcentaje de la tasa de click

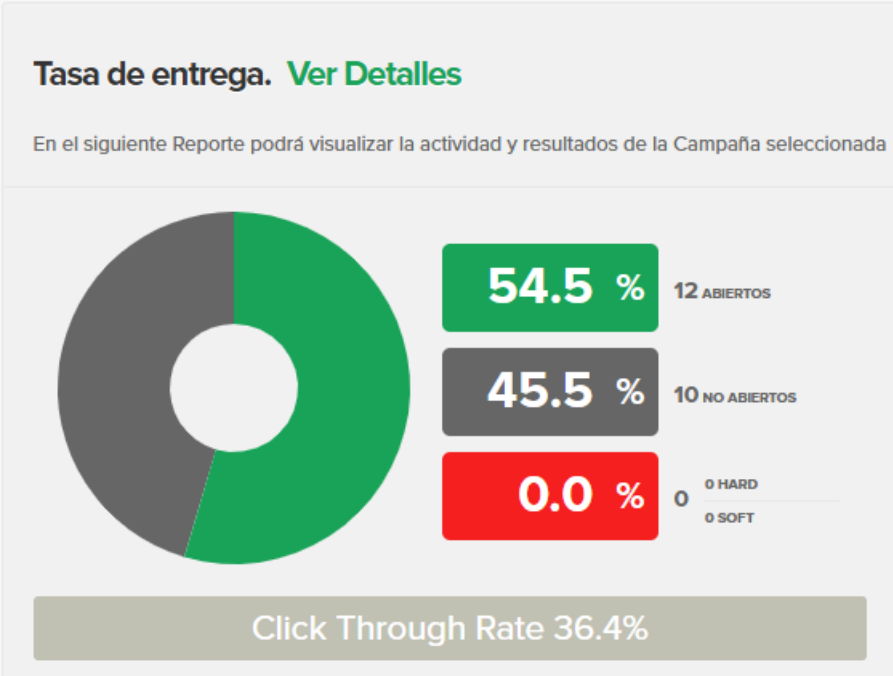


Figura 34 Tasa de entrega

Fuente Doppler 2025

Se continúa con la estadística a detalle del resumen de la campaña, se puede visualizar el número exacto de cada elemento que conforma la misma, incluyendo la fecha y hora de la actividad.



Figura 35 Resumen detallado de la métrica.

Fuente Doppler 2025

Se obtiene el reporte de links, el mismo que detalla el número de clicks totales y clicks únicos, este resultado ayuda a definir la interacción del usuario durante la navegación en el correo o en la página web, ya que tiene un link que le direcciona al sitio.

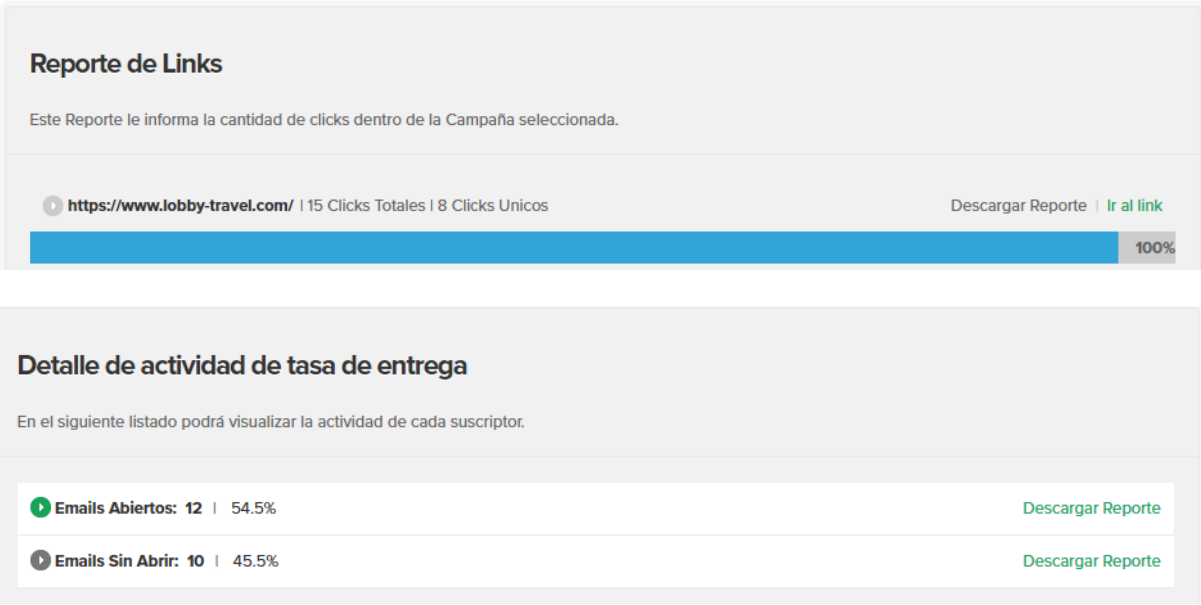


Figura 36 Reporte de links

Fuente Doppler 2025

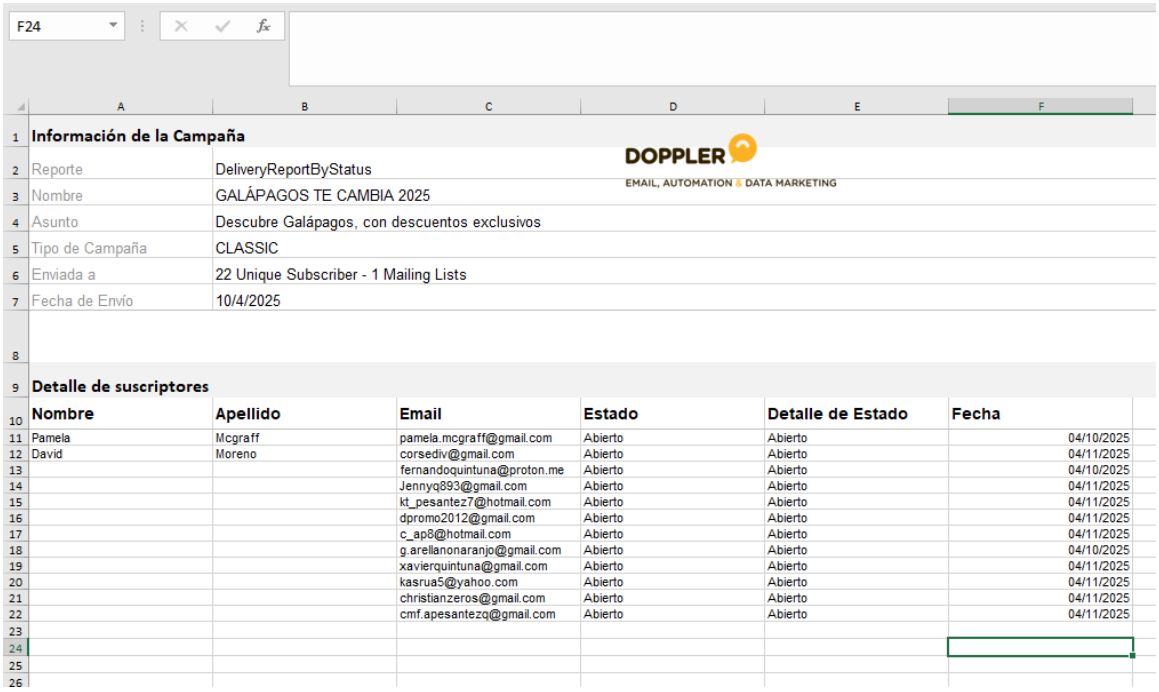
Para finalizar, la aplicación ofrece un reporte completo con toda la información específica de la campaña y de cada cliente. Se procede a descargar.



Figura 37 Reporte general

Fuente Doppler 2025

El siguiente gráfico proporciona la información detallada, en la que se incluye los correos de las personas que han ingresado, se visualiza el detalle del estado, la fecha que fue enviada la campaña, el tipo y nombre de la campaña, el número de personas a las que fueron enviadas. Es un informe completo que permite a los directores de la empresa tomar decisiones acertadas, con la finalidad de conseguir el éxito y el crecimiento económico de la agencia de viajes.



F24

	A	B	C	D	E	F
1	**Información de la Campaña**					
2	Reporte	DeliveryReportByStatus				
3	Nombre	GALÁPAGOS TE CAMBIA 2025				
4	Asunto	Descubre Galápagos, con descuentos exclusivos				
5	Tipo de Campaña	CLASSIC				
6	Enviada a	22 Unique Subscriber - 1 Mailing Lists				
7	Fecha de Envío	10/4/2025				
8						
9	**Detalle de suscriptores**					
10	**Nombre**	**Apellido**	**Email**	**Estado**	**Detalle de Estado**	**Fecha**
11	Pamela	Mcgraff	pamela.mcgraff@gmail.com	Abierto	Abierto	04/10/2025
12	David	Moreno	corsediv@gmail.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
13			fernandoquintuna@proton.me	Abierto	Abierto	04/10/2025
14			Jennyq893@gmail.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
15			kt_pesantez7@hotmail.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
16			dpromo2012@gmail.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
17			c_ap8@hotmail.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
18			g.arellanonaranjo@gmail.com	Abierto	Abierto	04/10/2025
19			xavierquintuna@gmail.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
20			kasrua5@yahoo.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
21			christianzeros@gmail.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
22			cmf.apesantezq@gmail.com	Abierto	Abierto	04/11/2025
23						
24						
25						
26						

Figura 38 Informe final

Fuente Doppler 2025



Figura 39 Página Web Lobby Travel

Fuente Página Web Lobby Travel Cia Ltda.

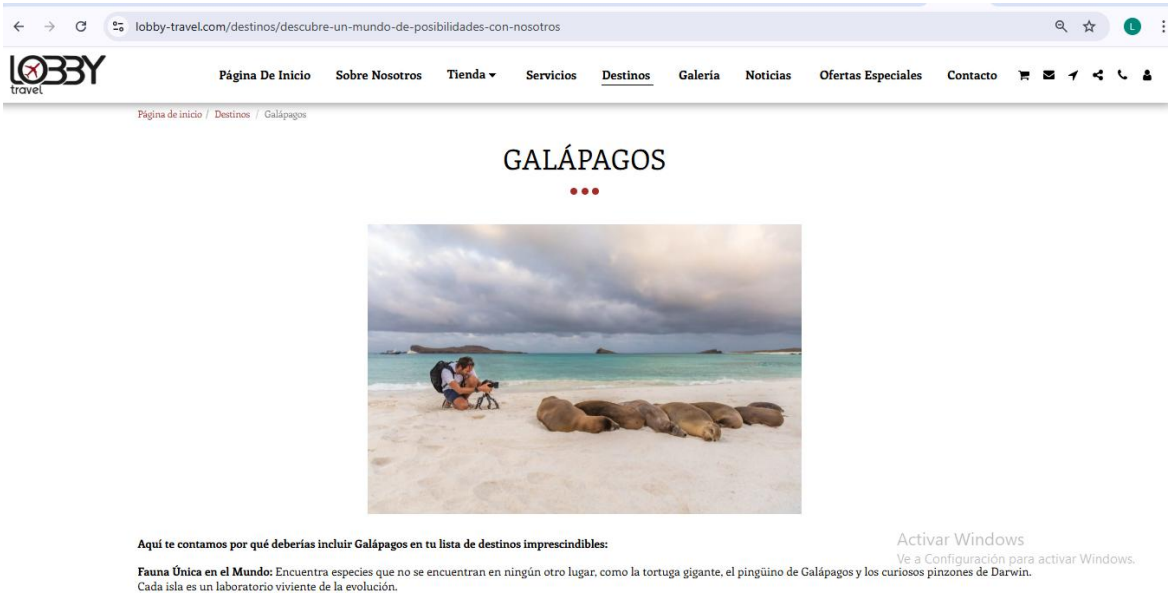


Figura 40 Campaña Galápagos te cambia 2025

Fuente Página Web Lobby Travel Cia Ltda. Campaña Galápagos Te Cambia 2025

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD
TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **QUINTUÑA QUINTUÑA LORENA ELIZABETH**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **7%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,02 de junio del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN
Pablo Heredia