

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TRABAJO DE PROFESIONALIZACIÓN G4
MODALIDAD: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN



**ESTRATEGIAS DE PROMOCION PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES Y
OPERADORES TURÍSTICOS CON LA FINALIDAD DE PROMOVER EL
TURISMO EN EL MUNICIPIO DE TARIJA**

POR:

DURAN DELGADO ELVIRA

VARGAS NAVARRO MARTHA MARÍA

DOCENTE GUÍA M.S.C. LIC. ARAOZ MONTOYA SAID LUIS

Proyecto presentado a consideración de la universidad autónoma “JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para la aprobación de la materia trabajo de profesionalización

25 de Noviembre de 2019
TARIJA - BOLIVIA

.....
MSc. Lic. Araoz Montoya Said Luis

PROFESOR GUÍA

.....
MSc. Lic. Anselmo Rodríguez Ortega

**DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONOMICAS Y
FINANCIERAS**

.....
MSc. Lic. Víctor Jorge Vargas Rivera

**VICE DECANO DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
FINANCIERAS**

MSc. Lic. Víctor John Vaca Jerez

**DIRECTOR DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

APROBADO POR

EL TRIBUNAL:

.....
Lic. Fabián Romero Castellanos

.....
Lic. Robert Daniel Jijena Michel

El tribunal calificador de este trabajo no se solidariza con la forma, términos, modos y expresiones vertidas en el mismo, siendo estas de responsabilidad absoluta del autor.

DEDICATORIA:

A Dios:

Por habernos permitido llegar hasta este punto y habernos dado salud para lograr nuestros objetivos.

A nuestros padres:

Elías Vargas y María Navarro, Rosalía Delgado y Edilberto Duran por ser los pilares fundamentales en todo lo que somos. Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

AGRADECIMIENTOS:

A Dios por permitirnos concluir nuestro trabajo de tesis, soñar y creer en la vida.

A nuestra familia, por habernos dado la oportunidad de formarnos en esta prestigiosa universidad y haber sido nuestro apoyo durante todo este tiempo.

De manera especial a nuestro tutor de tesis, por habernos guiado, y habernos brindado el apoyo para desarrollarse profesionalmente y seguir cultivando valores.

A la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho por habernos brindado tantas oportunidades y enriquecernos en conocimiento.

PENSAMIENTO

La organización es la clave del éxito, Ya que nos ayuda a desarrollarnos de manera más eficiente y eficaz.

Anónimo

PERFIL

1.INTRODUCCION.....	1
2.ANTECEDENTES.....	2
3.JUSTIFICACION.....	3
3.1.Justificcacion teorica.....	3
3.2.Justificacion científica.....	3
3.3.Justificacion social.....	3
4.PLANTEAMIENTO DEL PREBLEMA.....	3
4.1.Arbol de problemas.....	5
4.2Formulacion del problema.....	6
5.PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS	
5.1.Variables.....	6
6. OBJETIVOS DE INVESTIGACION.....	6
6.1.Objetivo general.....	6
6.2Objetivo especifico.....	6
7. METODOLOGIA.....	7
7.1Tipo de investigación.....	7
7.2.Metodos y técnicas de investigación	7
8. ALCANCE.....	7

8.1. Alcance temporal.....8

8.2. Alcance espacial.....8

MARCO TEÓRICO

1.1. MARKETING.....	9
1.1.1. Objetivos del marketing.....	9
1.1.2. El proceso del marketing en la empresa.....	9
1.2. MARKETING DE SERVICIO.....	10
1.2.1. La naturaleza y características de los servicios.....	10
1.3. ESTRATEGIAS PROMOCIONALES.....	10
1.4. MARKETING DIGITAL.....	11
1.5. TURISMO.....	11
1.5.1. Concepto de turismo.....	11
1.5.2. Oficinas de información turística.....	12
1.6. CONCEPTO DE AGENCIAS DE VIAJE.....	12
1.7. CONCEPTO OPERADORES TURÍSTICOS.....	12
1.8. BOLIVIA: LEY GENERAL DE TURISMO “BOLIVIA TE ESPERA”, 25 DESPTIEMBRE DE 2012.....	13

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL TURISMO	25
2.1.1. Turismo mundial.....	25
2.1.2. Turismo en América Latina.....	26
2.1.3. El turismo en Bolivia	27
2.1.4. El turismo en Tarija	29
2.2. SITUACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES TURÍSTICOS CON RELACIÓN AL TURISMO	31
2.2.1. Regulación de las agencias de viajes y operadores turísticos	31
2.2.2. Relación entre operadores turísticos y la secretaria de turismo	35
2.3. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	38
2.3.1. Entorno político	38
2.3.2. Entorno económico	38
2.3.3. Entorno social.....	41
2.3.4. Entorno tecnológico	42
2.3.5. Entorno ambiental	42

2.4.	ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	43
2.4.1.	Consumidores:	43
2.4.2.	Proveedores	43
2.4.3.	Competidores	44
2.4.4.	Servicios sustitutos	44
2.5.	ANALISIS FODA	46
2.5.1.	Análisis FODA de las operadoras turísticas	46
2.5.2.	Análisis FODA de las agencias de viaje.....	50

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: países del mundo que más gastan en turismo	25
Ilustración 2: países del mundo que son más visitados.....	26
Ilustración 3: Crecimiento del producto interno bruto, según departamento .	40
Ilustración 4: variación del PIB tarijeño por sector económico	41

TRABAJO DE CAMPO

3.1. POBLACIÓN.....	70
3.1.1. Subpoblación 1.....	72
3.1.2. Subpoblación 2.....	72
3.2. MUESTRA.....	72
3.2.1. Muestra para la población 1.....	72
3.2.2. Muestra para la población 2.....	72
3.3. TÉCNICAS A SER UTILIZADAS.....	73
3.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	74
3.4.1. interpretación de la encuesta N°1.....	74
3.4.2. Interpretación de la encuesta N°2.....	85
3.4.3. Resultados de las encuestas realizadas a turistas.....	98

ÍNDICE DE GRÁFICAS

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA N°1 DIRIGIDA A LAS AGENCIAS DE VIAJE

Gráfica 1: ¿Qué medios publicitarios utiliza su empresa?.....	74
Gráfica 2: ¿Cuénta con material informativo en la terminal de buses?.....	75
Gráfica 3: ¿Qué medios utiliza para dar a conocer sus paquetes turísticos y precios de sus pasajes?.....	76
Gráfica 4: ¿Cada cuánto actualizan los medios tecnológicos de información?.....	77
Gráfica 5: ¿Cuál de sus medios de información que utiliza para promocionar sus servicios se encuentran traducidos al inglés?.....	78
Gráfica 6: ¿Qué herramientas de oferta utiliza al momento de vender sus paquetes a los clientes?.....	79
Gráfica 7: ¿La empresa cuénta con uniforme de trabajo para sus empleados?.....	80
Gráfica 8: ¿De qué países provienen frecuentemente los turistas que llegan a la empresa?.....	80
Gráfica 9: ¿La secretaría de turismo y cultura del municipio de Tarija les comunica a eventos y reuniones para el desarrollo de la actividad turística?.....	81
Gráfica 10: ¿Informan y ofrecen entradas de eventos culturales que se realizan el municipio de Tarija?.....	82
Gráfica 11: ¿Cuénta con buzón de reclamos y sugerencias?.....	82
Gráfica 12: ¿En qué temporada del año tiene más demanda?.....	83
Gráfica 13: ¿Qué tipos de forma de cobro utiliza?.....	84
Gráfica 14: ¿Qué datos adquieren de sus clientes?.....	84

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA N°2 DIRIGIDA A LOS OPERADORES TURÍSTICOS

Gráfica 1: ¿Qué medios publicitarios utiliza su empresa?.....	74
Gráfica 2: ¿Cuénta con material informativo en la terminal de buses?.....	75

Gráfica 3: ¿Qué medios utiliza para dar a conocer sus paquetes turísticos y precios de sus pasajes?.....	76
Gráfica 4: ¿Cada cuánto actualizan los medios tecnológicos de información?.....	77
Gráfica 5. ¿Cuál de sus medios de información que utiliza para promocionar sus servicios se encuentran traducidos al inglés?.....	78
Gráfica 6: ¿Qué herramientas de oferta utiliza al momento de vender sus paquetes a los clientes?.....	79
Gráfica 7: ¿La empresa cuenta con uniforme de trabajo para sus empleados?.....	80
Gráfica 8: ¿De qué países provienen frecuentemente los turistas que llegan a la empresa?.....	80
Gráfica 9: ¿La secretaría de turismo y cultura del municipio de Tarija les comunica a eventos y reuniones para el desarrollo de la actividad turística?.....	81
Gráfica 10: ¿Informan y ofrecen entradas de eventos culturales que se realizan el municipio de Tarija?.....	82
Gráfica 11: ¿Cuenta con buzón de reclamos y sugerencias?.....	82
Gráfica 12: ¿En qué temporada del año tiene más demanda?.....	83
Gráfica 13: ¿Qué tipos de forma de cobro utiliza?.....	84
Gráfica 14: ¿Qué datos adquieren de sus clientes?.....	84
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA N°2 DIRIGIDA A LOS OPERADORES TURÍSTICOS	
Gráfica 15: Indique que tipo de prestador de servicio es la organización.....	85
Gráfica 16: ¿Su empresa mantiene relaciones comerciales en el extranjero que promocionen los paquetes turísticos?.....	85
Gráfica 17: ¿Qué medios publicitarios utiliza su empresa?.....	86
Gráfica 18: ¿Cuenta con material informativo de sus servicios en la terminal de buses y aeropuerto.....	86
Gráfica 19: ¿Cuál de estos medios son los que más utiliza para dar a conocer sus paquetes turísticos y precios de pasajes?.....	87
Gráfica 20: ¿Cada cuánto actualizan los medios tecnológicos de información y comunicación de sus servicios?.....	87
Gráfica 21: ¿Cuál de los medios de información que utilizan para promocionar sus servicios se encuentran traducidos al inglés?.....	88

Gráfica 22: ¿Qué herramientas que de oferta utiliza al momento de vender sus paquetes?.....	89
Gráfica 23: ¿Qué tipos de turismo ofrecen en sus paquetes?.....	90
Gráfica 24: ¿La empresa cuenta con uniforme de trabajo para sus empleados?.....	90
Gráfica 25: ¿Cuál es el grado de instrucción de los guías turísticos?.....	91
Gráfica 26: ¿Qué idiomas dominan los guías turísticos que laboran en la empresa?.....	92
Gráfica 27: ¿De qué países provienen frecuentemente los turistas, que llegan a la empresa?.....	92
Gráfica 28: ¿Qué tipo de seguridad ofrecen a sus clientes.....	93
Gráfica 29: ¿La secretaría de turismo les comunica a reuniones para el desarrollo de la actividad turística?.....	94
Gráfica 30: ¿Informan y ofrecen entradas de eventos culturales que se realizan en el municipio de Tarija?.....	94
Gráfica 31: ¿Cuenta con un buzón de reclamos y sugerencias?.....	95
Gráfica 32: ¿En qué temporadas del año tiene más demanda.....	95
Gráfica 33: ¿Qué tipo de información brindan a las autoridades competentes en turismo para ayudar en el desarrollo del turismo?.....	96
Gráfica 34: ¿Qué tipos de formas de cobro utiliza?.....	96
Gráfica 35: ¿Qué datos adquiere de sus clientes?.....	97
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA N°3 DIRIGIDA A LOS TURISTAS	
Gráfica 36: Edad de los turistas.....	98
Gráfica 37: Organización de viaje del turista.....	99
Gráfica 38: ¿Recibieron información turística antes de viajar?.....	99
Gráfica 39: Medio por el cual obtuvo información antes de viajar.....	99
Gráfica 40: ¿Recibió información turística durante su estadía?.....	99
Gráfica 41: Medio por el cual obtuvo información turística durante su estadía.....	99

CAPITULO IV
PROPUESTA

4.1.INTRODUCCION.....	191
4.3.DESTINATARIOS.....	192
4.5. DESCRIPCION DEL DISEÑO DELASPROPUESTAS.....	193
4.5.1.Revista digital física.....	193
4.5.1.1. Objetivos del nuevo producto.....	193
4.5.1.2.Realizacion de la revista.....	193
4.5.1.3.Tecnica de empleo.....	194
4.5.2. REALIZACION DEL NUEVO SITIO WEP DE LA SECRETARIA DE TURISMO Y CULTURA.....	197
4.5.2.1.Objetivos de nuevo producto.....	198
4.5.2.2.Realizacion del sitio wep.....	198
4.5.3.Publicidad online.....	201
4.5.3.3.Objetivos del nuevo producto.....	202
4.5.3.2.Tecnica de empleo.....	202
4.7.PRESUPUESTO.....	205
4.7.1.Presupuesto pagina wep.....	206
4.7.2.Presupuesto revista publicitaria	206
4.7.3 presupuesto publicidad digital	207
4.7.4. Presupuesto de la Secretaria de turismo y cultura del Gobierno Autonomo Municipal De Tarija.....	209
4.8.Beneficios.....	210

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.1. RECOMENDACIONES.....	222
1.2. CONCLUSIONES.....	223
1.3. BIBLIOGRAFÍA.....	224

ANEXOS