

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Trabajo propone un modelo de Estrategia de Promoción para la empresa Tropical Tours operada por Dani Tours en la ciudad de Tarija de la provincia Cercado del departamento de Tarija.

Dani Tours no solo se dedica a la reserva y emisión de boletos sino que además brinda un servicio integral de gestión de viajes, es decir la empresa se encarga de armarle una opción de viaje completa al cliente; además de ofrecerle un servicio adicional como reservas en los hoteles y autos respectivos si el cliente lo requiere, la mejor conexión que tiene para llegar a su destino, etc. además de ofrecer paquetes turísticos, reservas aéreas, despacho de maletas, entre otros servicios.

El objetivo principal del presente trabajo de investigación es determinar los efectos que ocasiona la carencia de una estrategia de promoción definida en el uso de los servicios ofertados por Tropical Tours en la ciudad de Tarija y proponer un modelo de estrategia de promoción que una vez puesta en práctica permita a la empresa mejorar sus ventas.

Se realizó un análisis del macro y micro entorno de la empresa y un diagnóstico interno de la empresa, para identificar tanto las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa.

Así también se llevó a cabo una investigación de mercado para determinar las herramientas de promoción que tienen mayor incidencia en la decisión de compra de los consumidores de la ciudad de Tarija, donde pudimos evidenciar que las herramientas promocionales si inciden en la decisión de compra para el consumo de los productos ofertados por la empresa, donde la publicidad y promoción de ventas tienen mayor incidencia en los consumidores.

Por último, se diseñó un modelo de estrategia de promoción con bases científicas en base a los resultados obtenidos con la investigación de mercado.