

ANEXO N°1

ENTREVISTA A LA GERENTA PROPIETARIO DE LA EMPRESA “TROPICAL TOURS” OPERADA POR DANY TOURS

Se llevó a cabo la presente entrevista con la administradora y propietaria de la agencia de viajes Tropical Tours, la señora Lezmi de Ibáñez, el día 10 de agosto de 2013 a horas 15:00 pm. en oficinas de la empresa, con el objeto de recabar información relevante de la empresa para poder conocer aspectos generales de la misma. Dicha entrevista se realizó en forma de preguntas, que se detallan a continuación:

1.- ¿Cómo nació la empresa?

La empresa nació el 26 de Junio de 1985, por los esposos Víctor Pérez García y Gaby Vargas de Pérez, el nombre lo pusieron por su hija Daniela.

El 26 de Junio del 1997 compramos la agencia Hugo Ibáñez y Lezmi Soto de Ibáñez esto a iniciativa de querer independizarnos, mi esposo Hugo Ibáñez tenía experiencia de trabajar en Lloyd Aéreo Boliviano y mi persona trabajo durante 7 años en Dani Tours.

2.- ¿Cuántos años lleva operando?

Estamos presentes en el mercado Tarijeño hace 27 años.

3.- ¿A qué se dedica principalmente su empresa?

A la venta de boletos aéreos a nivel nacional e internacional con todos las líneas aéreas del mundo, como así también al turismo emisor con paquetes vacacionales y de negocios tratando de cubrir todas la expectativas de nuestros clientes.

4.- ¿Actualmente con cuanto personal cuenta la empresa?

Con 7 personas, 3 personas ventas, 2 en contabilidad, 1 en caja, 1 auxiliar de oficina

5.- ¿Con cuantas áreas cuenta su empresa?

Ventas, Contabilidad Y Gerencia

6.- ¿Posee algún programa de capacitación para el nuevo personal? Explique brevemente por favor.

El personal nuevo es capacitado primero en la agencia durante 15 días de manera extensa, luego se lo envía a La Paz o Santa Cruz para su capacitación en los sistemas de reservas los mismos con los certificados respectivos durante una semana toman 5 cursos primarios intensivos.

7.- ¿Posee algún sistema de evaluación del personal? ¿Cada cuánto tiempo realiza el mismo?

Solo el de estadísticas en ventas y en lo posible trimestralmente.

8.- ¿Actualmente realiza algún tipo de publicidad o promoción? ¿Mediante qué medios lo difunden?

No realizo ninguna publicidad.

9.- ¿Cuál cree que son sus principales competidores?

La verdad es que no habíamos tomado en cuenta ese parámetro.

10.- ¿Tiene planes para mejorar su servicio en el corto o mediano plazo?

Si estamos realizando algunos cambios positivos con el propósito de mejorar el servicio.

ANEXO N°2

Cuadro N° 27

TARIJA: ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR, VARIACIÓN MENSUAL E INCIDENCIA, SEGÚN DIVISIÓN, FEBRERO 2013

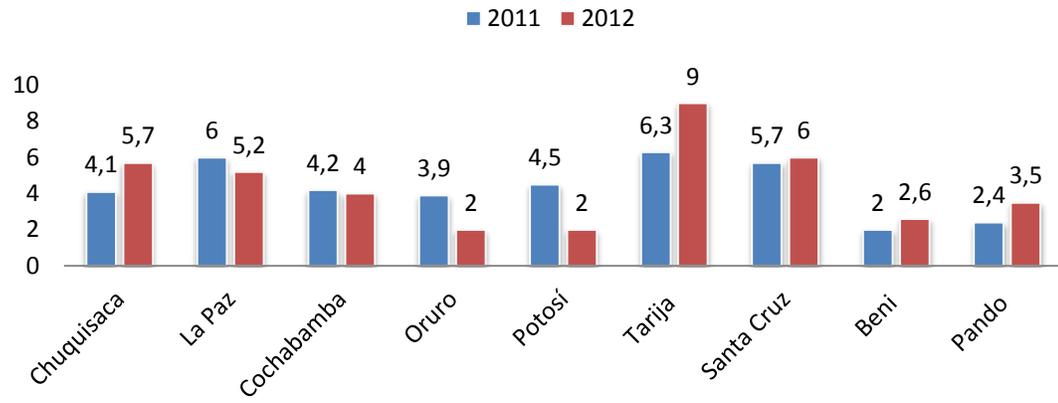
(2007=100)

DIVISIÓN	PONDERACIÓN	ÍNDICE		VARIACIÓN	INCIDENCIA
		Enero	Febrero	PORCENTUAL	PORCENTUAL
ÍNDICE GENERAL	100,00	151,60	153,57	1,30	1,30
1 Alimentos y Bebidas no Alcohólicas	35,33	175,28	180,58	3,02	1,23
2 Bebidas Alcohólicas y Tabaco	0,63	152,52	152,15	(0,24)	(0,00)
3 Prendas de Vestir y Calzados	7,31	125,57	125,93	0,29	0,02
4 Vivienda y Servicios Básicos	12,89	157,60	158,59	0,63	0,08
5 Muebles, Bienes y Servicios Domésticos	5,05	147,64	148,45	0,55	0,03
6 Salud	2,14	131,65	133,52	1,42	0,03
7 Transporte	10,97	110,20	108,97	(1,11)	(0,09)
8 Comunicaciones	2,29	95,42	95,40	(0,02)	(0,00)
9 Recreación y Cultura	5,13	105,02	104,96	(0,05)	(0,00)
10 Educación	2,78	123,22	123,12	(0,08)	(0,00)
11 Restaurantes y Hoteles	8,60	189,01	189,43	0,22	0,02
12 Bienes y Servicios Diversos	6,89	139,63	139,15	(0,34)	(0,02)

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

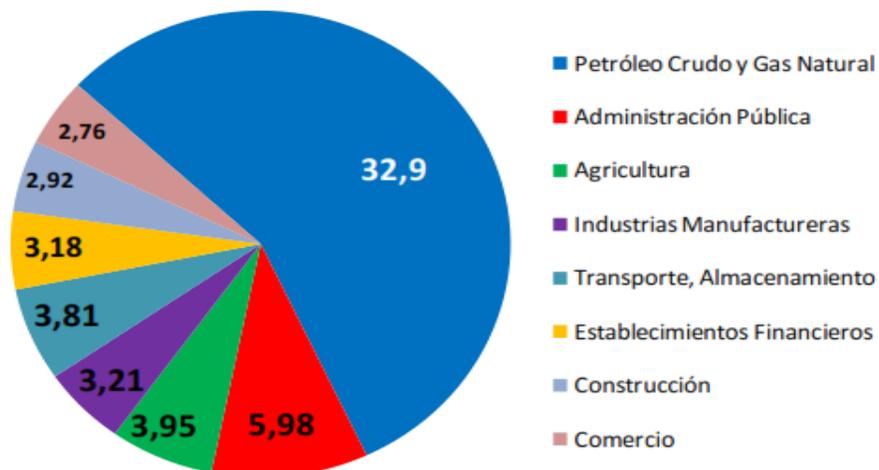
ANEXO N° 3

Crecimiento Económico Departamental (2011/2012)



ANEXO N° 4

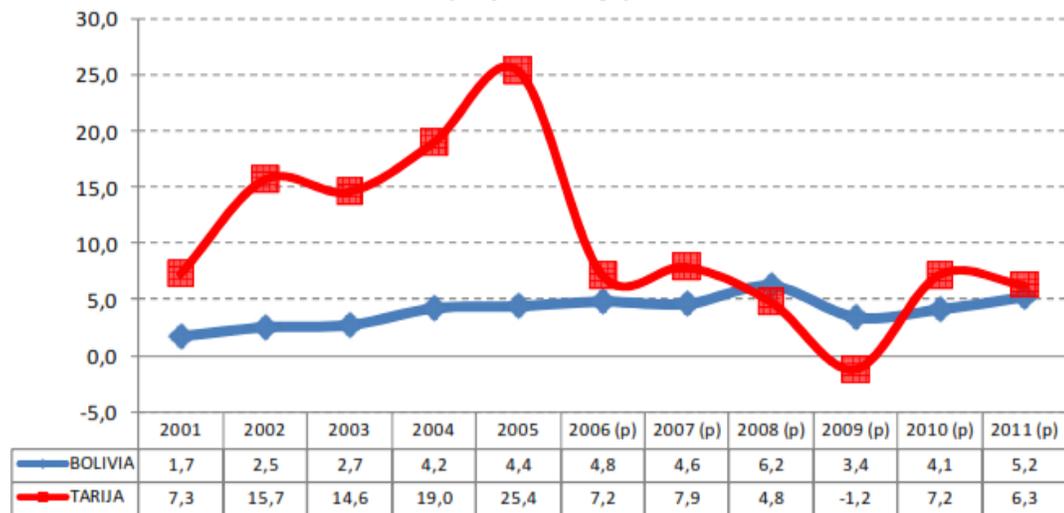
**Tarija: Participación en el PIB, según Actividad Económica - 2011
(En porcentaje)**



Fuente: Elaboración Dpto. Eco. - CNC con datos del INE

ANEXO N° 5

PIB: Tarija y Bolivia, 2000 - 2011
(En porcentaje)



Fuente: Elaboración Dpto. Eco.-CNC con datos del INE

ANEXO N° 6

LEY N° 292

LEY GENERAL DE TURISMO

“BOLIVIA TE ESPERA”

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. (OBJETO). La presente Ley tiene por objeto establecer las políticas generales y el régimen del turismo del Estado Plurinacional de Bolivia, a fin de desarrollar, difundir, promover, incentivar y fomentar la actividad productiva de los sectores turísticos público, privado y comunitario, a través de la adecuación a los modelos de gestión existentes, fortaleciendo el modelo de turismo de base comunitaria, en el marco de las competencias exclusivas asignadas al nivel central del Estado por la Constitución Política del Estado.

Artículo 2. (ÁMBITO DE APLICACIÓN). Las disposiciones de la presente Ley se aplican a todas las actividades públicas, privadas, mixtas y comunitarias relacionadas al turismo en territorio nacional, de acuerdo a la normativa vigente.

Artículo 3. (OBJETIVOS DEL TURISMO). El turismo es una actividad económica estratégica que deberá desarrollarse de manera sustentable, respondiendo a los siguientes objetivos:

a) Promover, desarrollar y fomentar el turismo interno, para fortalecer la identidad plurinacional y las riquezas inter e intraculturales.

b) Fomentar, desarrollar, incentivar y fortalecer el turismo receptivo y emisoro a partir de la gestión territorial y la difusión del “Destino Bolivia”, sus atractivos y sitios turísticos para la generación de ingresos económicos y empleo que contribuyan al crecimiento de la actividad turística y al Vivir

Bien de las bolivianas y bolivianos, fortaleciendo el turismo de base comunitaria.

c) Promover, desarrollar y fortalecer los emprendimientos turísticos de las comunidades rurales, urbanas, naciones y pueblos indígena originario campesinas

para el aprovechamiento sustentable, responsable, diverso y plural de patrimonio natural y cultural.

d) Establecer mecanismos de coordinación interinstitucional entre los niveles territoriales del Estado, para la captación y redistribución de ingresos provenientes de la actividad turística, destinados al desarrollo, fomento, promoción y difusión del turismo.

e) Fortalecer la capacidad operativa, financiera y de planificación del Estado Plurinacional de Bolivia, sobre la base de la implementación y actualización constante de un sistema de información y estadísticas del sector turístico.

f) Implementar mecanismos de regulación a la actividad turística.

g) Proteger los lugares y símbolos sagrados, conservar los recursos naturales y respetar la identidad de los pueblos indígena originario campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas.

ANEXO N° 7

DECRETO SUPREMO N° 1672 DEL 31 DE JULIO DE 2013

Bolivia: Decreto Supremo N° 1672, 31 de julio de 2013

ENRIQUE BALDIVIESO	1.684	0,02
San Agustín	1.684	0,02
TARIJA	482.196	4,81
CERCADO	205.346	2,05
Tarija	205.346	2,05
ANICETO ARCE	53.081	0,53
Padcaya	18.681	0,19
Bermejo	34.400	0,34
GRAN CHACO	147.164	1,47
Yacuiba	91.998	0,92
Caraparí	15.366	0,15
Villamontes	39.800	0,40
AVILES	20.234	0,20
Uriondo	14.744	0,15
Yunchará	5.490	0,05
MÉNDEZ	34.993	0,35
Villa San Lorenzo	23.639	0,24
El Puente	11.354	0,11
BURNET O' OCONNOR	21.378	0,21
Entre Ríos	21.378	0,21
SANTA CRUZ	2.655.084	26,48
ANDRÉS IBAÑEZ	1.653.001	16,49
Santa Cruz de la Sierra	1.453.549	14,50
Cotoca	45.519	0,45
Porongo	15.201	0,15
La Guardia	89.080	0,89
El Torno	49.652	0,50

ANEXO N° 8

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

POBLACION DE LA PROVINCIA CERCADO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA SEGÚN DECRETO SUPREMO N° 1672 DEL 31 DE JULIO DE 2013

Año	2012
Habitantes provincia cercado	205346

Fuente: INE (instituto nacional de estadística)

Como se observa en la tabla según el decreto supremo N° 1672 del 31 de julio de 2013 la población de la Provincia Cercado del departamento de Tarija en el año 2012 asciende a 205346 habitantes.

Posteriormente se divide a la población en dos áreas, tanto urbana como rural, para los efectos de estudios y considerando el tema de ingreso mensual superior a los 4000 bs, solamente se tomará en cuenta a las personas del área urbana de la ciudad de Tarija.

POBLACION DE LA PROVINCIA CERCADO DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA POR AREA URBANA Y RURAL

Año	2013
AREA URBANA (82%)	168383
AREA RURAL (18%)	36963

Fuente: elaboración propia

Considerando datos aproximados del INE el cual indica que el 82% de la población vive en el área urbana de la ciudad de Tarija, se observa en la tabla que la población correspondiente al área urbana, cual es la que nos interesa es de 168383.

Luego se procedió a dividir a la población por grupos de edades, según el estudio los cuestionarios se aplicaran a personas comprendidas entre las edades de 20 a 50 años de edad. Se toma como población a los 168383 habitantes que viven en el área urbana de la ciudad de Tarija.

**CENSO VIVIENDAS DEPARTAMENTO TARIJA
POR GRUPO EDADES PESO PORCENTUAL 2011**

0-19 años (40%)	67353
20-50 años (42%)	70721
50 + años (18%)	30309

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Como puede observar en la tabla la población que es objeto de estudio la cual está comprendida entre los 20 y 50 años es de 70721 personas.

Y por último se procede a clasificar a las personas de acuerdo al ingreso mensual que perciben, para el presente estudio se tomó en cuenta a todas las personas que reciben ingresos mensuales de 4000 bs o más. En este caso la población sujeta de cálculo será las 70721 personas

**CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA
DEPARTAMENTO DE TARIJA EN
INGRESO PESO PORCENTUAL 2011**

0-3999 Bs (63%)	44554
4000 Bs+ (37%)	26167

Fuente: INE (instituto nacional de estadística)

De acuerdo a los cálculos realizados el 37% de la población tiene ingresos mensuales superiores a 4000 BS. Por lo tanto nuestra población objeto de estudio es de 26167 habitantes.

ANEXO N° 9

PRUEBA PILOTO

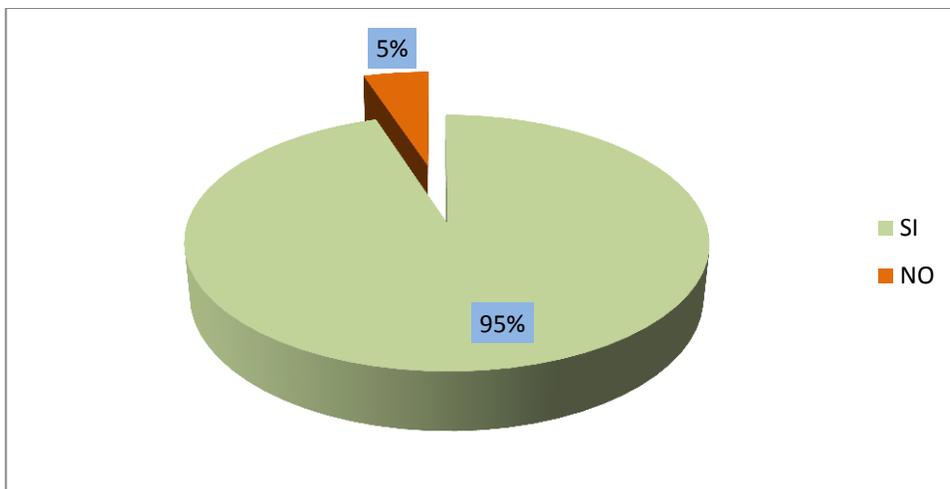
Se realizó una prueba piloto a 20 personas las preguntas fueron las siguientes:

1.- ¿Usted tiene la necesidad de realizar viajes fuera de Tarija, ya sea a nivel nacional o internacional?

- a. Si
- b. No

RESULTADOS DE LA PRUEBA PILOTO

Consumo de Agua mineral y/o jugo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	19	95	95	95
	No	1	5	5	100,0
	Total	20	100,0	100,0	



De las 20 personas encuestadas el 95% dijeron que si realizan viajes a nivel nacional e internacional y un 5% indicó que no realizan viajes.

ANEXO N° 10

CUESTIONARIO

INTRUCCION: Marcar solo con una (X) en el recuadro que usted vea conveniente

INTRODUCCION:

El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información para un proyecto de investigación con fines académicos para Tropical Tours Tarija, para lo cual se lo ruega responder las preguntas con absoluta sinceridad. Se le agradece por su tiempo dispensado.

1.- ¿Usted tiene la necesidad de realizar viajes fuera de Tarija, ya sea a nivel nacional o internacional?

- a. Si
- b. No

2.- ¿Cuál es el motivo más frecuente de sus viajes?

- a. Vacaciones
- b. Negocios
- c. Visita a familiares/amigos
- d. Trabajo
- e. Estudios
- f. Salud
- g. Otros

3.- ¿Con que frecuencia realiza sus viajes?

- a. 1-4 veces al año
- b. 5-9 veces al año
- c. 10 o más veces al año

4.- ¿Cómo organiza usted su viaje?

- a. Por cuenta propia
- b. Agencia de viaje u operador turístico

Si su respuesta es agencia de viajes u operador turístico pase a la pregunta 6, si su respuesta es por cuenta propia pase a la siguiente pregunta.

5.- ¿Por qué motivos usted organiza su viaje por cuenta propia?

- a. Por desconocimiento de las agencias de viajes.
- b. Menor costo.
- c. Por desconfianza e inseguridad de terceros.

6.- ¿Cuál es la agencia de viaje u operador turístico de su preferencia?

R.....

7.- ¿Usted tiene conocimiento de la existencia de Tropical Tours en la ciudad de Tarija?

- a. Si
- b. No

Si dice SI pase a la siguiente pregunta, caso contrario pase a la pregunta 10.

8.- ¿Cómo tuvo conocimiento de la existencia de esta empresa?

- a. Recomendaciones de amistades y/o amigos.
- b. Por casualidad al pasar por la zona
- c. Internet
- d. Mediante ferias y exposiciones

9.- ¿Cuáles son los principales factores que inciden al momento de realizar la compra de algún servicio ya sea de una agencia de viajes u operador turístico?

- a. Trato cordial y amable
- b. Responsabilidad y puntualidad
- c. Trato personalizado
- d. Constantes Promociones de ventas
- e. Otros

10.- Indique el medio masivo de comunicación de su preferencia

- a. Radio
- b. Televisión
- c. Periódico
- d. Internet

11.- ¿Qué canal de televisión es su favorito?

- a. Unitel
- b. ATB
- c. Plus Tv
- d. Bolivisión
- e. Red Uno
- f. Cadena A
- g. Otros.

12.- ¿Cuál es la estación de radio de mayor preferencia?

- a. Fides
- b. Tropical
- c. Máxima
- d. Atlántida
- e. Guadalquivir
- f. Otros

13.- ¿Cuál es la red social de mayor aceptación y uso?

- a. Facebook
- b. Twitter
- c. Otros.

**14.- Para estar informado, ¿Cuál de los siguientes horarios es de su preferencia?
Por favor marque con una X en el recuadro de su preferencia.**

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	HORARIO DE PREFERENCIA			
	Mañana	Mediodía	Tarde	Noche
Televisión				
Radioemisoras				

15.- ¿Qué criterios para usted influyen más en la decisión de compra?

- a. Descuentos, bonificaciones (promociones de ventas)
- b. Trato amable y cordial por parte de la empresa (ventas personales)
- c. Campaña publicitaria que explique las características de los servicios (publicidad).
- d. Prestigio de la empresa en relación a la responsabilidad (relaciones públicas).