



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA,
TURISMO Y GASTRONOMÍA**

Carrera de Administración en Turismo

**FACTORES QUE IMPULSAN LA DECISIÓN DE
PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS PERUANAS
EN LAS FERIAS INTERNACIONALES DE
TURISMO PROMOVIDAS POR PROMPERÚ:**

**JAPAN ASOCIATION OF TRAVEL AGENTS –
JATA INTERNATIONALE TOURISMUS-BÖRSE
ASIA – ITB ASIA.**

Tesina para optar por el Título Profesional de Licenciado en
Administración en Turismo

Bach. Erick Román Vidurruzaga Schuler

Asesora:

Mag. Diana María Guerra Chirinos

Lima – Perú

2014

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO	05
1.1. Justificación, interés y limitaciones del proyecto de investigación	06
MARCO REFERENCIAL	07
2.1. Antecedentes.....	07
2.2. Marco conceptual.....	09
2.2.1. Ferias comerciales.....	09
2.2.2. Ferias Comerciales y su evolución.....	09
2.2.3. La evolución del concepto de ferias	09
2.2.4. Clasificación de las ferias comerciales.....	11
2.3. Ferias internacionales.....	13
2.4. Ferias de Turismo.....	14
Ferias internacionales de turismo: ITB Asia y JATA.....	16
2.5. Toma de decisiones para asistir a ferias internacionales de Turismo.....	18
2.5.1. Fijación de objetivos	18
2.5.2. Criterios de selección.....	19
2.5.3. Decisiones presupuestarias	21
2.5.4. Decisiones operativas	21
2.6 Factores internos y externos de las organizaciones.....	22
2.6.1. Factores internos de la organización.....	22
2.6.2. Factores externos a la organización.....	23
PROMPERÚ.....	26
Llegadas internacionales de turistas 2012 y 2013.....	28
OBJETIVOS	29
3.1. Objetivo general.....	29
3.2. Objetivos específicos	29
METODOLOGÍA.....	30
4.1. Tipo y diseño de investigación	30
4.1.1. Tipo de investigación	30
4.1.2. Diseño de investigación	30
4.1.3. Participantes.....	31
4.2. Instrumentos de recolección de datos.....	36
4.3. Procedimiento.....	37
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS	40
CONCLUSIONES.....	53
RECOMENDACIONES.....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56
ANEXOS.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01. Clasificación de Ferias Comerciales.....	12
Tabla N° 02. Clasificación de Ferias Comerciales según su contenido I.....	13
Tabla N° 03. Clasificación de Ferias Comerciales según su contenido II.....	15
Tabla N° 04 Tipo de empresas de turismo peruanas participantes en las ferias JATA e ITB Asia. 2009-2013.....	31
Tabla N° 05. Tipo de empresas de turismo peruanas participantes del estudio.	34
Tabla N° 06.1. Tabla resumen participantes del estudio I.....	34
Tabla N° 06.2. Tabla resumen participantes del estudio II.....	35
Tabla N° 06.3. Tabla resumen participantes del estudio III.....	35
Tabla N° 07. Herramientas de recolección de datos.....	37
Tabla N° 08. Tabla resumen - Características de entrevistas realizadas.....	38
Tabla N° 09. Cuadro resumen respuestas de empresas 1 y 2.....	43
Tabla N° 10. Cuadro resumen respuestas de empresas 3 y 4.....	44
Tabla N° 11. Cuadro resumen respuestas de empresas 5 y 6.....	45

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 01. Ferias Internacionales de Turismo PROMPERÚ.....	59
Anexo N° 02. Perfil del Turista Extranjero 2012 – Japón.....	61
Anexo N° 03. Plano de stand Feria ITB Asia 2013.....	62
Anexo N° 04. Plano de stand Feria JATA 2013	62
Anexo N° 05. Acciones tomadas para concretar las entrevistas	63
Anexo N° 06. Guía de pautas – Sondeo a especialista en turismo.....	64
Anexo N° 07. Guía de pautas – Entrevistas a empresas.....	65
Anexo N° 08. Transcripción del sondeo a especialista en turismo	67
Anexo N° 09. Transcripción de entrevistas a empresas peruanas de turismo del sector privado	72

INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO

Las ferias internacionales son un mecanismo de promoción efectivo debido a su alto impacto en las asociaciones que participan en ellas. Estas, son vitrinas de exhibición al mundo que permiten a las empresas estar presentes, por un corto tiempo, en una zona geográfica distinta de donde generalmente realizan sus operaciones con el afán de generar ventas, nuevos contactos y hasta aliados comerciales estratégicos. Las ferias también les permiten trabajar con países que pueden ser su mercado objetivo o, por otro lado, son un punto de apoyo para insertarse en nuevos mercados. Las ferias internacionales de turismo se muestran como un apoyo muy interesante para las empresas del sector turístico, quienes participan en estos eventos en periodos anuales con el afán de cumplir varios objetivos, además de lograr el considerado como más importante: generar ingresos económicos.

En el Perú, las empresas de turismo apuestan por participar en ferias de turismo que atienden diversos mercados; entre ellas, las ferias que se encuentran en el continente asiático, por lo que se ha determinado cuales son los factores internos y externos que impulsan a las empresas de turismo peruano a participar en estos eventos.

Se recabó información secundaria para definir diversos conceptos que ayuden a entender lo necesario a estudiar para lograr los objetivos planteados. Posteriormente, se realizó un trabajo de campo con un número de empresas de turismo peruanas que ha participado en estas ferias entre los años 2009 y 2013 para, finalmente, analizar los resultados y entender cuáles son los factores que más toman en cuenta a la hora de decidir la participación en estas actividades.