



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

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

Carrera de Administración en Turismo

**RELACIÓN EXISTENTE ENTRE MOTIVADORES
INTERNOS Y EXTERNOS DE UN TOUR OPERADOR
RESPECTO A SU PARTICIPACIÓN EN UNA FERIA
INTERNACIONAL DE TURISMO PROMOVIDA POR
PROMPERÚ**

**Monografía para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración en Turismo**

ARACELI DELIA CARPIO LUNA

Lima – Perú

2012

ÍNDICE

Agradecimientos	02
Resumen	03
Capítulo I:	05
1.1. Hipótesis	08
1.2. Justificación e interés del proyecto de investigación	09
1.3. Objetivo general y objetivos específicos de la investigación	11
1.4. Alcances	12
1.5. Metodología	13
1.6. Resultados esperados	16
Capítulo II:	18
2.1. Ferias comerciales en el tiempo: Evolución y panorama	19
2.2. Definición y características de las ferias comerciales	22
2.3. Clasificación de ferias comerciales	24
2.4. Ferias comerciales como instrumento de marketing y comercialización	28
2.5. Ferias de turismo: Definición y clasificación	32
2.6. Ventajas y desventajas de las ferias de turismo	34
2.7. Principales motivadores para asistir a ferias de turismo: Motivadores internos versus externos	38
2.8. Decisión de participación: ¿A qué ferias de turismo ir? Aspectos a tomar en cuenta	48
Capítulo III:	52
3.1. PromPerú: Rol, objetivos, aportes y herramientas de promoción	52
3.2. Ferias de turismo a las que asiste PromPerú: Descripción, clasificación, determinación de cupos	56
3.3. Evolución de asistencia a Ferias de turismo promovidas por PromPerú entre el 2005 y 2012	61
3.4. Estudios sobre potencial de negocios en ferias de turismo de PromPerú	64
Capítulo IV:	
4.1. Metodología a seguir: Ficha técnica	68
4.2. Universo a analizar: Tour operadores que han asistido a ferias “A” entre el 2005 y 2012	70
4.3. Análisis de los resultados	72
Conclusiones y recomendaciones	95
Bibliografía	103
Anexos	110

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios que, aunque el contacto ya no es el mismo de antes, me cuida siempre, me escucha las veces que lo necesito y, sobre todo, me da la fuerza para seguir adelante cualquiera sea la prueba.

A mi familia, que me acompañó en este camino y que, de forma incondicional, entendieron mis ausencias y lidiaron con mis malos momentos.

A mi papá, que a pesar de la distancia que hay entre nuestros mundos, siempre está ahí para protegerme y festejar nuestros triunfos. Gracias por exigirme tanto y, sobre todo, por enseñarme a ser fuerte y perseverante. Este logro también es tuyo.

A mi amiga y compañera de titulación Mónica, quien a pesar de tener un proyecto distinto al mío siempre estuvo ahí en los momentos de crisis, dudas, impaciencia y debates por los hallazgos encontrados. Gracias Moni.

Gracias a ti, por tu apoyo incondicional, tus ánimos y toda tu paciencia.

A todos mis amigos, amigas y compañeros de trabajo que han sido importantes para mí durante todo este proceso y quienes me apoyaron desinteresadamente en cada oportunidad que tuvieron, sin importar la magnitud del favor que necesitaba. Muchas gracias a todos ustedes, saben muy bien quiénes son.

RESUMEN

El presente estudio es un análisis de la relación existente entre motivadores internos y externos que tiene un Tour Operador que participa en las ferias internacionales de turismo promovidas por PromPerú. Para ello, se actualizó la base de datos de los co-expositores que han asistido a todas las ferias internacionales de turismo promovidas por PromPerú y se diseñó una encuesta de 14 preguntas que fue enviada únicamente a los 91 tour operadores que asistieron a las 04 ferias más grandes e importantes promovidas por PromPerú – ABAV, FITUR, ITB y WTM – entre los años 2005 y 2012.

Con una respuesta del 27.47%, los 25 contactos efectivos han permitido conocer la importancia que tienen las ferias internacionales de turismo como medio de promoción, su constante participación en ellas (en los últimos 5 años; es decir, en los años 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012 el 100% de los encuestados ha participado en una feria internacional de turismo promovida por PromPerú), cuál es su calificación respecto a las ferias internacionales de turismo como una herramienta de marketing y por qué piensan de esa manera, cuál es su principal motivación para participar en una feria internacional de turismo, cuál consideran que es la principal ventaja de participar en una feria internacional de turismo, cuál consideran que es el aspecto más importante a la hora de decidir si participarán en una feria o no y cuáles son las ferias en las que más participan.

El estudio también ha incluido la revisión de fuentes secundarias que han permitido observar la existencia significativa de bibliografía referida al tema de toma de decisiones y de ferias de turismo en España y México, las cuales aún no son significativas ni variadas en el Perú. También se han realizado 03 entrevistas en profundidad a tour operadores representativos del sector y 01 entrevista en profundidad a la Sub Directora de Promoción de Turismo Receptivo de PromPerú que permitió contrastar los resultados obtenidos en las encuestas y conocer la importancia que le dan a las ferias internacionales de turismo como herramienta de promoción en la actualidad.

Finalmente, se incluye una revisión histórica que intenta dar a conocer cuáles son las ferias más demandadas y la evolución del interés del *trade* peruano¹ en las 04 ferias más grandes e importantes que promueve PromPerú, las cuales son ABAV, FITUR, ITB y WTM.

¹Trade peruano: Aquellas empresas del sector privado que conforman el sector turístico. Los tour operadores forman parte del trade peruano.