



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:
PROPUESTA DE MEJORA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA
EMPRESA DE AGENCIA DE VIAJES EN LA PROVINCIA DE EL ORO.

TRABAJO PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO

AUTORA:
TENESACA CASAREZ ALIDA ANABELL

MACHALA - EL ORO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, TENESACA CASAREZ ALIDA ANABELL, con C.I. 0706043031, estudiante de la carrera de ADMINISTRACIÓN DE HOTELERÍA Y TURISMO de la UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, en calidad de Autora del siguiente trabajo de titulación PROPUESTA DE MEJORA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA EMPRESA DE AGENCIA DE VIAJES EN LA PROVINCIA DE EL ORO.

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.
- Cedo a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la Ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.
 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondiéndome como Autor(a) la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 13 de noviembre de 2015

TENESACA CASAREZ ALIDA ANABELL
C.I. 0706043031

INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica es una herramienta importante para el desarrollo de la empresa en sus acciones futuras, determinando propósitos, objetivos, políticas y estrategias. Hoy en día el Ecuador cuenta con numerables agencias de viajes, que ayudan al crecimiento y economía del país, innovando así a las diferentes variaciones y demás ofertas turísticas. (Ramírez, 2014).

Por ende la planeación estratégica es un desarrollo que empieza con la empresa de objetivos estructurados, determina estrategias y políticas para conseguir estos fines, desarrollando ideas detalladas asegurando la imposición de las estrategias logrando así el propósito buscado. Además la realización y crecimiento del plan estratégico es para decretar si el desarrollo de la empresa está organizado y estructurado correctamente accediendo así viendo la durabilidad de la empresa en el sector turístico como en el tiempo. (Aliu, 2011).

MINTUR impulsa el turismo en la zona sur del Ecuador, el encuentro permitió que las empresas entre ellos aerolíneas LAC y TAME EP sumen acciones a otras agencias de viajes para organizar eventos turísticos que fomenten el turismo en esta zona del país, con lo que se busca ampliar el número de turistas en la región, aproximándolos así a otros atractivos turísticos de El Oro. (Turismo, 2014).

En la provincia de El Oro las agencias de viajes se han manifestado de manera positiva y de constante crecimiento desde que se empezó a dar a conocer el nivel de importancia tanto local, nacional e internacional; este tema despertó un gran interés en la ciudadanía quienes se van involucrando desde capacitaciones y hasta carreras universitarias, luego estos mismos participantes empezaron a poner en práctica lo aprendido mediante las ofertas del servicio de tours, paquetes turísticos, asesoramiento de visados entre otros.

La propuesta del plan de mejoramiento ejecuta encima de varios sectores logrando así la solución urgente para así utilizar la planeación estratégica adecuada. Logra influir especialmente en uno que otro campo de negocio, puesto que obligatoriamente compromete la participación total. Indaga solucionar utilizando la ocasión, elige los avances a elaborar en modo continuo y varía de un rato a otro.

En la actualidad la ciudad de Machala cuenta con una gama de agencias de viajes que atiende la demanda del mercado nacional e internacional, y debido a la competencia que existe es necesario elaborar una propuesta para el mejoramiento de la planificación estratégica.

La agencia de viajes lleva ya algunos años laborando en funciones basadas prácticamente en lo que son paquetes turísticos internacionales y muy poco se interesa en lo nacional y local lo que con la ampliación de un plan estratégico la empresa desea ofrecer su mercado nacional, por medio de ferias, fiestas nacionales, regionales y locales entre otras actividades que se realizan en la provincia dando así conocer a la provincia de El Oro.

La agencia de viajes se basa en proyectar las tareas de la organización, manteniendo sus metas ya sea a mediano o largo plazo, la empresa planifica de acuerdo a su importe, el jefe debe dirigir e incentivar a los colaboradores que ayudan en el progreso de la agencia, cuidando así el éxito de la empresa para poder seleccionar, asignar, motivar, integrar habilidades y destrezas tanto en competencia de carácter y personalidad. (Alvarez, 2014).

La agencia de viajes se ha dedicado más a lo internacional y asesoramiento de visados, otro labor es la venta de boletos aéreos, que pueden ser para viajes fuera del país como dentro de él por lo que una gran parte de clientela se han sentido insatisfechos al no encontrar mucho paquetes turísticos nacionales, por lo que han recurrido a otras agencias para encontrar lo que ellos necesitan perdiendo así una gran número de clientes potenciales. (Aliu, 2011).

Elaborar una propuesta de mejora de la planificación estratégica de una agencia de viajes en la provincia de El Oro.

En la actualidad esta agencia está dirigida más a paquetes turísticos internacionales y asesoramiento de visados por lo que se está desaprovechando la oportunidad de ofrecer servicios, paquetes turísticos nacionales (Benavides, 2010).

También existe deficiente visión empresarial del desarrollo de turismo por lo que no cuenta con un buen manejo de información y al mismo tiempo de no es promocionada de esta forma es una herramienta subutilizada de lo que ofrece la agencia generando así carencia de una página web actualizada donde se pueda dar a conocer más detallado un tour o paquetes turísticos. (Benavides, 2010).

Además de la insatisfacción de los clientes ya que no todos requieren de paquetes turísticos internacionales por lo que recurren a otras agencias para contratar de servicios nacionales y así poder satisfacer sus necesidades. (Benavides, 2010).

Michael Porter escribe en [POR-85] que "la ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores", es decir consiste entre una o varias características de la organización lo que diferencia de las demás empresas competidoras satisfaciendo a los clientes en sus necesidades entre lo que se destaca las siguientes ventajas:

Mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas es el tema central de la estrategia.

Lograr un posicionamiento basado en reducción de costos es frecuentemente necesario contar con un alto grado de participación del mercado con relación al competidor más cercano.

Crear un tours o paquetes turísticos que sea distinguido e exclusivo en toda la agencia. La desigualdad genera lealtad de servicio, lo cual elimina la efectividad basada en precio.

Consolidar una clientela particular en el turismo, para enfocarnos en mantener siempre a esos clientes potenciales. (Rodríguez, 2010).

DESARROLLO

Este método ayudara alcanzar el análisis general en la que actúa la empresa y se genera como instrumento y técnica para mejorar la planificación estratégica de la agencia. Intercediendo el uso de la encuesta se conseguirá el resultado que se desea adquirir lo que citara de la siguiente forma:

Verificación del trabajo.

Representación estadística.

Explicación de la investigación.

Terminación, en base a la solución.

Preservando el método de la encuesta llegamos a la conclusión de una mala planificación estratégica lo que se detallara en el siguiente gráfico:

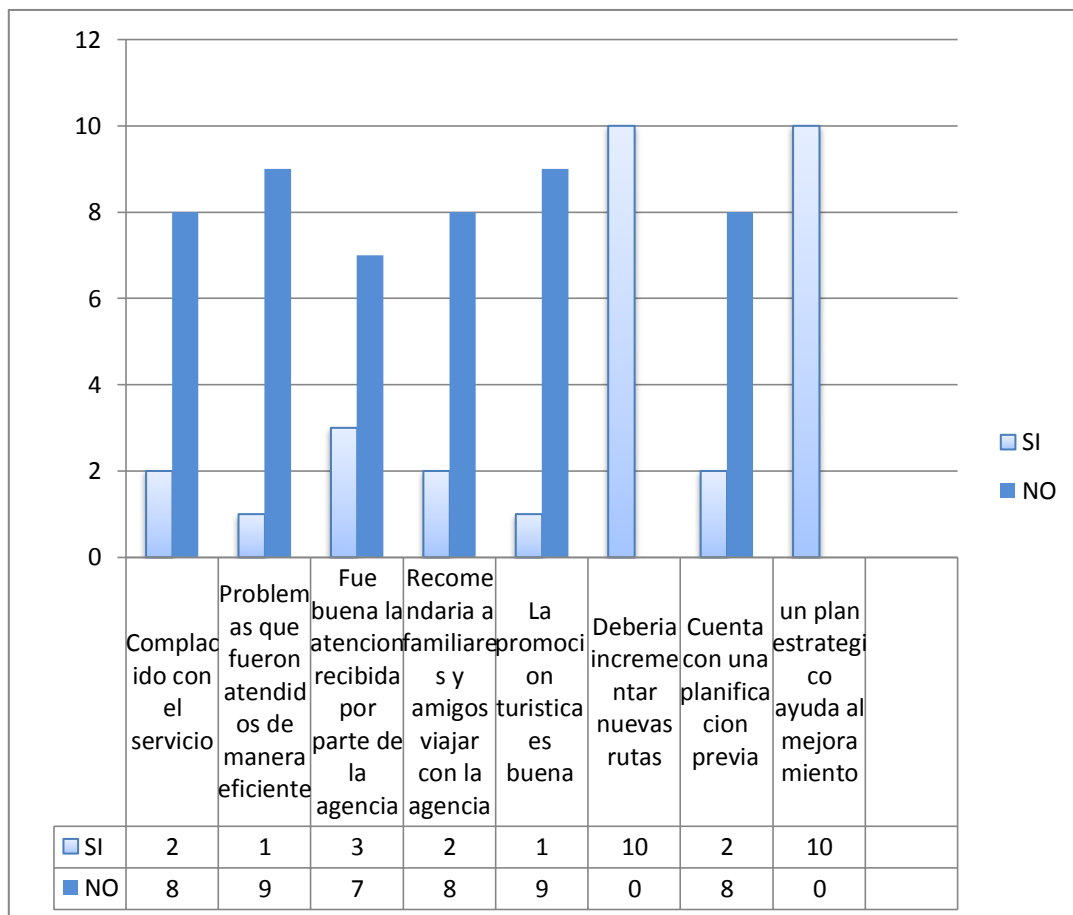


Gráfico 1

Fuente: Autora Anabell Tenesaca: "Encuesta realizada a los clientes de la agencia de viajes" Octubre del 2015.

Se puede observar mediante la encuesta que los clientes no se sienten complacidos con el servicio que la agencia les ha brindado, demostrando así más aspectos negativos, la mayoría de agencias de la provincia de El Oro se encuentran ubicadas en Machala ofreciendo sus servicios con una falta enorme de insatisfacción al cliente lo que impide que la empresa incremente sus ventas.

Según Thompson y Strickland la gerencia estratégica es un proceso en curso: "nada es final y todas las acciones y decisiones anteriores están conforme a la modificación futura." (Ramírez, 2014).

Implantando una mejor planificación estratégica se podrá alcanzar el éxito de la agencia pero no todo está decidido, puede variar entre todo lo que uno hace ahora es para tener un futuro próspero, si uno elabora nuevas estrategias debemos pensar de qué manera ayudara en el futuro ya que nada queda ahí todo sigue su curso, la toma de una mala decisión en el futuro se podría lamentar.

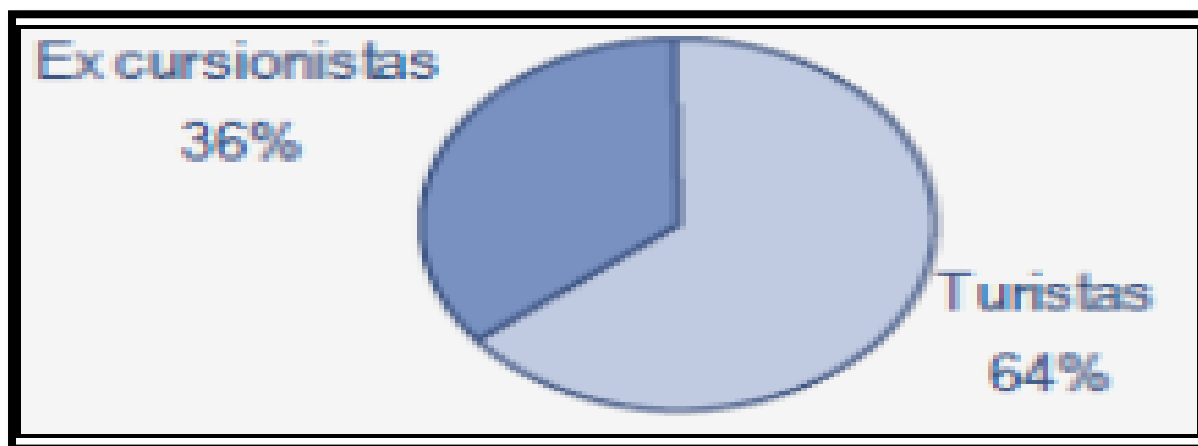


Gráfico 2

Fuente: PLANDETUR 2020, Encuesta de turismo interno (junio 2002, julio 2003), en www.turismo.gov.ec

La planeación estratégica puede variar desde analizar la situación actual de la empresa hasta lo que se pretende llegar a un futuro, determinando el mando de la empresa y separando tácticas obteniendo así objetivos peculiares, manteniendo un ciclo complejo aspirando orientarse para analizar las estrategias de la agencia y solucionar los inconvenientes que se presenten. (Ramírez, 2014)

Dentro del entorno ideal en el actual plan estratégico se determinaría 2 componentes principales del mercado: la generación de la oferta y el grado de demanda con las encuestas elaboradas se ha visto la necesidad de proponer nuevas ruta, favoreciendo el canal de distribución para efectuar la introducción de la oferta en la agencia, el análisis a fondo ha determinado que con la implementación de nuevas rutas se podrá incrementar los ingresos para la empresa. (Gândara, 2011).

Como digo DALE, Ernest: “Determinación del conjunto de objetivos por obtenerse en el futuro y de los pasos necesarios para alcanzarlos, a través de técnicas y procedimientos definidos.” (Ramírez, 2014)

Diagnosticando las metas trazadas lográndose conseguir a futuro, mediante métodos y estrategias muy bien planteadas se podrá conseguir que la agencia consiga atraer una gran demanda de clientes potenciales y futuros prospectos.

PROPUESTA DE MEJORA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA AGENCIA DE VIAJES:

La finalidad es fortalecer el aprovechamiento de las potencialidades turísticas de la provincia como parte esencial de la planificación estratégica en el desarrollo turístico de las agencias de viajes que consigan un lugar estratégico en El Oro como destinos de viajes, encontrando así mejores pertinencia, consiguiendo así ofrecer servicios y productos turísticos que la agencia brinda a la demanda, obteniendo así un agrado de para poder fijar, liderar y combinar las decisiones. (Ramírez, 2014).

Con la planificación estratégica su objetividad es dirigir los actos solicitados para descartar lo que no ha sido factible, sin modificar lo que ya se ha obtenido. En sí, la propuesta de mejoramiento es una forma ideal y una orientación para ejecutar lo notificado para mejorar la situación actual de la empresa, brindando un servicio eficiente manteniendo lo mejor de la empresa. Esto incluye valorar lo planteado desde un principio y superar las acciones realizadas a futuro.

Se debe tener claro que cuando se realiza una planificación estratégica no se la debe archivar o esperar a que las cosas cambien por si solas, al contrario se debe poner en práctica lo antes posible, para lograr los cambios necesarios en la empresa, en este caso si queremos que los clientes o prospectos no recurran a otras agencias de viajes

debemos ofrecer lo que el cliente quiera para que así se sienta satisfecho y a gusto con el servicio que se le brinda. (Anjos, 2011)

Presto a que la agencia de viajes cuenta con una planificación estratégica no muy regular se ha propuesto diseñar una mejor planificación estratégica por lo que se ha hecho un diagnóstico para enfocarnos cuales son los elementos que dificultan que la agencia logre nuevos objetivos y que surjan más los clientes potenciales, la carencia de un plan estratégico debidamente organizado ha generado efectos negativos como la poca demanda, perdiendo así a los clientes, logrando en ocasiones poner a la empresa inestable. (Ramírez, 2014).

Con una adecuada planificación estratégica la agencia comenzara a surgir, tanto en la calidad de los servicios y paquete turísticos ofertados lograrán que la clientela aumente, sumando a eso la calidad de servicios, aprobando las necesidades de los clientes potenciales viéndose así la lealtad de los ellos. En la actualidad los consumidores son muy rígidos en cuanto se refiere a precio y calidad, es por eso que se ve en la necesidad de mejorar la planificación estratégica para satisfacer las necesidades que los clientes deseen.

En la propuesta para el mejoramiento de la planificación estratégica está en proporcionar la información que los clientes o futuros prospectos quieran saber, así se lo podrá guiar de acuerdo a sus necesidades, orientados los servicios y productos que ofrece la agencia lo que ayudara a fijar con exactitud la segmentación del mercado y a qué tipo de cliente se está atendiendo lo cual es una estrategia que permitirá el mejoramiento de ingresos a la agencia de viajes. (Ramírez, 2014).

Mejorar la visión empresarial creando una página web sería una estrategia muy fiable ya que lo primero que se haría es determinar el propósito del sitio: ¿esta página web ofrecerá la venta de paquetes turísticos, tours y ticket aéreos? , ¿Se busca simplemente promocionar la agencia o crear un negocio en la red? O ¿intentamos que se transforme en el primordial canal de ventas? El beneficio para la agencia es muy bueno ya esta herramienta tecnológica es de alto rango ya que no solo llega al consumidor directo de Ecuador sino también de cualquier parte del mundo, así se presentara nuevas oportunidades de ventas. (Benavides, 2010).

La planificación estratégica también ayuda a entender lo que se desea hacer y esta es la mejor herramienta con la que se cuenta para saber hacia dónde se va y lo que quiere lograr la empresa. Los motivos que demuestran la exigencia de diseñar una propuesta para mejorar el plan estratégico de la agencia de viajes se vincula con lo que no se planea, desaprovecha la probabilidad de ganancia, oportuno a la exigida demanda, creo que mejorando el plan estratégico accedemos a descubrir los servicios que no han sido puestos en práctica, desarrollando nuevas estrategias. (Benavides, 2010).

La propuesta de una mejor planificación estratégica proporcionara a la agencia ejecutar una apropiada resolución en cuanto a la fase administrativa, por lo que contara con un desarrollo que mejore a establecer, liderar y organizar las decisiones de la agencia, obteniendo mejores logros en cuanto a su administración, referente a esto podrían hacer provisionalmente convenios con empresas que tengan relación al turismo, consiguiendo así nuevos prospectos y a la vez adaptara nuevas estrategias competitivas. (Ramírez, 2014).

CIERRE

Luego de diagnosticar los diferentes resultados de la presente propuesta se logró concluir:

Que la mayoría de clientes afirman que la empresa no tiene estrategias adecuadas que permita una mejor administración, se pudo identificar que los consumidores se encuentran insatisfechos con los lugares que la agencia le brinda por lo que sugieren que se incrementen las nuevas rutas como plan estratégico de acuerdo a las necesidades de la empresa en donde la agencia establezca los objetivos, trace políticas, incentive a los trabajadores y organice paquetes turísticos tanto nacionales como locales. A la organización le falta implementar un los recursos de manera que se efectúen las estrategias formuladas.

La planificación estratégica ayudara a plantear un aspecto beneficioso a la agencia de viajes obteniendo así la fidelidad de los clientes y agradar los gustos de ellos, adelantándose debidamente a la inquietud de los consumidores con el deseo de aumentar y tener claro hacia dónde ir. El cliente será al fin de cuenta uno de los más favorecidos ya que estará asesorado por una agencia impecable así dará soluciones y experiencias en sus viajes, sean estos de vacaciones, negocios o de placer.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: AATC-PROPUESTA-DE-MEJORA.docx (D15889436)
Submitted: 2015-10-26 21:18:00
Submitted By: anabell_tenesaca91@hotmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8202/1/FCHE-TH-184.pdf>

Instances where selected sources appear:

1