Plan estratégico de marketing para La Tour Operadora de Servicios Turísticos OTURS Travel de la Ciudad de Santa Ana

Guerra Ramírez, Iris Liliana

Quintanilla Aguilar, Patricia Adriana

Desde finales del s. XX, el sector turístico está inmerso en un proceso de profundas y constantes transformaciones asociadas al agotamiento de su tradicional modelo de desarrollo. El desarrollo turístico debe de gozar de una planificación estratégica de marketing considerándose una herramienta de gran utilidad para el sector empresarial, sin embargo, las pequeñas empresas no centran sus objetivos en realizar este tipo de estudios y por lo tanto no alcanzan a dimensionar los grandes beneficios. El turismo es un factor importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país; dada la diversidad de actividades favorables las que generan crecimiento económico. Es un instrumento creador de divisas, al ser una actividad que canaliza la inversión para producir y expandir la economía general; así mismo genera un proveedor de empleo diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía, generando una balanza de pagos favorable y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

Licenciatura Administración de Empresas, 2018.