CAPÍTULO 1

Planteamiento del problema

En este capítulo se habla sobre los antecedentes, síntomas, causas y la problemática del proyecto, se presentan los objetivos que se pretenden alcanzar, se señalan la importancia y las limitaciones del mismo, así como los beneficios que éste traerá para las comunidades rurales aledañas al rancho San Joaquín.

El objetivo inicial de la investigación fue recopilar y analizar la información histórica del lugar donde se encuentra el rancho San Joaquín y posteriormente recopilar información teórica sobre la imagen corporativa, la cultura organizacional y otros elementos que son útiles para la realización de los manuales propuestos dentro de este proyecto; posteriormente se buscó información sobre turismo rural y cómo se maneja en nuestro país, esto último es esencial para entender de que tipo de empresa se está hablando. Con todo lo antes mencionado se puede decir que el objetivo general del proyecto es el diseño de identidad e imagen corporativa mediante la creación de dos manuales, uno de identidad y otro de fundamentos.

1.1 Antecedentes del problema

El Hotel Rancho San Joaquín es un concepto de hotel turismo rural y ecológico en torno al ambiente de campo, así como a las actividades de un rancho (ordeña, cultivo y cosecha entre otras) y sin olvidar el relajamiento tanto físico como espiritual.

Uno de los motivos principales es que con la construcción de más proyectos como este se pueda rescatar al campo, trayendo consigo empleos, explotación moderada de los recursos naturales, así como el rescate de haciendas consideradas patrimonio de la humanidad. También se pretende mostrar la importancia del campo mexicano, como nuestra cultura e historia combinándola con el turismo tanto nacional como extranjero.

Las instalaciones donde se realizará este proyecto es actualmente un rancho con una actividad parcial, cuenta con caballerizas, establos, potreros, zona de ensille, zona de ordeña, campos de cultivo entre otras cosas, se harán modificaciones y adaptaciones para poder adecuarlo a lo que un hotel de turismo rural exige.

La imagen que aquí se propone representa lo que es la esencia del actual rancho San Joaquín y por lo consiguiente al constituirse éste cómo una empresa de turismo rural se deberán cuidar cada uno de los detalles internos así como la imagen que posteriormente se quiera dar hacia el exterior.

Dentro de una empresa es importante contar con una identidad corporativa funcional y el manual de la misma, en el cual se muestre la filosofía y la infraestructura que componen a la empresa, así como la correcta aplicación de los mismos.

Los manuales son indispensables para el buen funcionamiento de la empresa en base a los lineamientos previamente establecidos. La filosofía, misión y visión deberán ser puestos en práctica desde un inicio por parte de empleados y usuarios finales de los servicios de esta empresa, esto con el único motivo de que se cumpla la filosofía de la misma.

1.2 Síntomas

La comunidad del Bello Paisaje y el propietario del rancho San Joaquín se han propuesto poner en marcha un proyecto de conservación de recursos y generación de empleos basado en el turismo rural, con la finalidad de aprovechar 70 hectáreas de propiedad privada, en el cual se ubica el rancho San Joaquín y algunas extensiones de terreno propiedad del ejido, además de implementar proyectos agrícolas y de conservación todo esto con el motivo principal que es beneficiar a las comunidades aledañas. Se sabe que esta zona es altamente riesgosa por ser zona zapatista por ello es que el llegar a un acuerdo entre ambos, dueño y comunidades es crucial para el inicio del proyecto.

Al ser el Hotel Rancho San Joaquín un proyecto nuevo, aún no se cuenta con una filosofía, misión, visión y valores bien definidos, por ello, es que se hará un estudio a fondo sobre cuales son las expectativas de esta futura empresa y así poder proceder a la propuesta de un diseño de identidad e imagen corporativa.

1.3 Causas

Dentro del estado de Chiapas no existen muchos complejos parecidos al del Hotel Rancho San Joaquín, por ello la construcción de más proyectos como éste de tipo de turismo rural traerían beneficios de toda índole tanto a las comunidades como a la misma empresa.

La competencia siempre beneficia a las empresas en general y obliga a mejorar la calidad de los servicios que se ofrecen así cómo la imagen tanto interna como externa. Para el Hotel Rancho San Joaquín sería acertado que otras empresas se preocuparan por difundir dentro del Estado el turismo rural y los beneficios para la comunidad a corto, mediano y largo plazo.

1.4 Formulación de la pregunta de investigación

La creación de los manuales de identidad y de fundamentos que se proponen dentro de ésta investigación serán medulares para que una vez iniciado el proyecto como empresa se puedan cumplir los lineamientos previamente propuestos. Es importante mencionar que la misión, visión filosofía y

valores son elementos que conforman a los manuales forman parte de la cultura organizacional y que junto con la identidad corporativa se podrá hacer una evaluación completa de la imagen interna y externa que se propone para el Hotel Rancho San Joaquín.

Esta investigación responderá a las siguientes preguntas:

1.4.1 Preguntas de investigación

1.-¿Qué es una empresa de turismo rural?

2.-¿Qué importancia tienen los manuales que se proponen para la empresa?

3.- ¿Qué imagen se desea transmitir dentro y fuera de la empresa?

4.- ¿Qué beneficios traerá el Hotel Rancho San Joaquín a las comunidades aledañas?

5.-¿Qué importancia tiene la comunicación interna y externa en la empresa?

1.5 Objetivos

General:

- Diseñar los manuales de identidad y de fundamentos para el Hotel Rancho San Joaquín, con el fin de crear una imagen corporativa ideal para el tipo de proyecto, en este caso de tipo turístico rural.

Específicos:

- Lograr que las comunidades se sientan parte del proyecto y de la administración del mismo mediante la retroalimentación constante.
- La misión, visión, filosofía y valores de la empresa tendrán que ser evaluados, aceptados y comprendidos por los creadores, inversionistas y por las comunidades alrededor del proyecto.
- Una vez creados los manuales propuestos se tiene que dar una constante revisión de cada uno de los componentes de los mismos para así cumplir con las expectativas ahí mencionadas.

1.6 Importancia del estudio

A través de ésta investigación se pretende demostrar que tan importante es la imagen corporativa así como la cultura organizacional para cualquier empresa. La comunicación dentro de una empresa es básica para el buen funcionamiento de sus partes así como para la creación y permeación de la identidad tanto exterior como interior de la misma.

El objetivo principal de éste estudio es primero identificar y entender que es un proyecto de turismo rural, para que con ello posteriormente se puedan implementar los manuales de identidad y de fundamentos con los cuales se logre una comunicación tanto interna y externa de que se hace en la empresa. Con todo esto se pretende hacer énfasis en la importancia de la comunicación para proyectar una imagen coherente con la esencia de la empresa, esencia que queda impresa en el manual de fundamentos y lo que respecta con la imagen queda impreso en el manual de identidad.

1.7 Justificación de la investigación

El estudio y revisión de conceptos cómo identidad corporativa, imagen, cultura organizacional, etc., serán base para la propuesta de los manuales de ésta nueva empresa Hotel Rancho San Joaquín. Una vez conformada e iniciada como empresa se aplicarán todo lo previamente estudiado para que la imagen que se deseé proyectar realmente se logre y para que los sistemas de comunicación internos se realicen y renueven, si es necesario, constantemente para así tener un entendimiento y una retroalimentación entre empleados y directivo y con esto poder brindar un servicio de calidad a los que hagan uso de las instalaciones que conforman el complejo turístico rural.

1.8 Limitaciones

El Hotel Rancho San Joaquín es una empresa que aún no existe físicamente, por ello todo lo que en ésta tesis se ha propuesto formará parte de los planes previos a su construcción.

Una de las mayores limitaciones que se pueden observar dentro de este proyecto es el lugar donde se encuentra el rancho San Joaquín, Las Margaritas en el Estado de Chiapas, donde será construido el Hotel Rancho San Joaquín. Se sabe que éste Estado ha sufrido muchos eventos sociales motivo de la gran pobreza que lo azota, por ello se ha tomado en cuenta retardar la construcción del mismo por cuestiones de seguridad para los futuros huéspedes.

En otras palabras lo que se proponga en esta investigación podría o tendría que modificarse de acuerdo al lugar donde se construya dicho hotel y afectaría a la imagen e identidad del lugar ya que todo a sido propuesto con respecto a lugar elegido y analizado previamente.

1.9 Definiciones de términos

Imagen Corporativa:

"La imagen corporativa es una aglutinador emocional que mantiene unida a la empresa…es una mezcla de estilo y estructura. Afecta a lo que haces,

dónde lo haces y cómo explicas lo que haces." (Ludlow y Schmidt, 1991, pp. 41-42)

Diseño Corporativo:

El Diseño Corporativo (DC) consiste tan sólo en la comunicación visual de una organización, desde el logotipo y el estilo tipográfico a los sistemas de señales y el diseño del entorno.

Identidad Corporativa:

La Identidad Corporativa (IC) o Imagen Corporativa, por otra parte, incluye tanto manifestaciones visuales como expresiones no visuales: formas de comportamiento en relación con los asuntos sociales, empresariales y políticos, que se pueden hacer patentes.

Estrategia Corporativa:

La Estrategia Corporativa es la política de desplazamiento de una imagen corporativa en términos de relaciones con los empleados y los clientes, de

relaciones públicas, promoción, desarrollo del producto, publicaciones de embalaje y, por supuesto, marketing.

Comunicaciones Corporativas:

Las comunicaciones corporativas (CC) son los medios de hacer llegar esta estrategia a los grupos respectivos a los que va destinada.

Cultura Organizacional:

La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y entendimientos importantes que los integrantes de una organización tienen en común.

Turismo rural:

"Turismo rural es aquel que se realiza atraído por los recursos naturales y/o culturales de una región, que puede ofrecer una o varias posibilidades de esparcimiento, con bajo impacto ambiental en espacios no degradados; lejos de las multitudes; tierra adentro o en litorales no urbanizados; con frecuencia

cercanos o en pequeños poblados; en edificaciones a pequeña escala; en armonía con el medio ambiente; respetuoso de su entorno y en contacto directo con la población local" (Martínez, Tarragó, 2002, p. 15)