



CAPÍTULO I

1.1 Planteamiento del problema

El turismo es una herramienta muy importante para el desarrollo económico de los países. Lo cual ha generado que en la actualidad, estos enfrenten una gran competencia por atraer al mayor número de turistas. Para esto, los países necesitan de una imagen, ya que ésta es asociada con la calidad o seriedad de un producto o servicio, gracias a estos atributos el público puede definir la eficiencia del mismo. Cada país cuenta con una imagen creada o adquirida a través del tiempo, ya sea positiva o negativa.

Debido a los problemas sociales y políticos existentes en México, los cuales han traído como consecuencia el aumento de delitos e inseguridad, afectando directamente al sector turístico del país, éste ha adquirido una imagen negativa en algunos países. Por esta razón, el gobierno se ha preocupado y ha empezado una campaña para promover una imagen positiva y atrayente en el extranjero, donde se destaquen tanto sus riquezas naturales como su diversidad cultural. No obstante, para lograr que México se posicione con la imagen deseada, es importante que cada uno de sus Estados trabaje individualmente en la construcción de una imagen propia, lo que en conjunto le brindará la fuerza y consistencia al país para poder cambiar la percepción negativa que el turismo internacional tiene de él.

Desgraciadamente, la gran mayoría de los Estados Mexicanos no cuentan con una imagen estatal, o peor aún, cuentan con una negativa. El carecer de una imagen positiva les impide distinguirse de los demás al no poder destacar sus riquezas, tanto culturales como naturales. Esto representa un problema para el desarrollo económico del Estado, ya que al no darse a conocer, sus índices de turismo bajan al igual que sus ingresos. Por lo anterior, los posibles inversionistas no se ven interesados en éste, generando altos niveles de desempleo ocasionando así su estancamiento económico.



Un claro ejemplo de este problema es el Estado de Chiapas el cual cuenta con una gran riqueza natural y cultural. Además de estar situado en un lugar clave del país, ya que se le conoce como la puerta de entrada del sureste mexicano. Sin embargo, este Estado es más conocido por sus revueltas sociales y políticas que por sus atractivos turísticos. Esto lo ha orillado a un estancamiento económico con un alto índice de desempleo, desperdiciando así su industria turística.

Por lo anterior, este proyecto pretende desarrollar las bases para crear una campaña promocional que permita posicionar y promocionar al Estado de Chiapas como uno de los principales destinos turísticos de México y, de esta forma, con una imagen positiva poder desarrollarse económicamente. Atrayendo a todo público interesado en conocer, adquirir y aprovechar los recursos, riquezas y productos en los que el Estado se destaque y así promover la imagen que el país está buscando.

1.2 Objetivo General

Desarrollar las bases para crear una campaña promocional para posicionar al Estado de Chiapas como uno de los principales destinos turísticos de México, con la finalidad de incrementar la cantidad de turistas a este Estado.

1.3 Objetivos Específicos

1. Realizar un análisis del Estado de Chiapas.
2. Analizar la competencia.
3. Definir el mercado objetivo.
4. Establecer las estrategias de marketing que permitan alcanzar el posicionamiento deseado.
5. Desarrollar el programa de planeación de marketing (producto, precio, canales de distribución y promoción).

1.4 Justificación

Existe una gran competencia entre algunos países alrededor del mundo para atraer la mayor cantidad de turistas posible. Esto ocasiona que muchos de ellos busquen una imagen para



promoverse como destino turístico. Para construirla estos países necesitan que cada uno de sus elementos, en este caso los Estados, trabajen individualmente para alcanzar una imagen positiva que en conjunto generen una imagen en común, la cual beneficie al país dándole una ventaja competitiva.

México se encuentra inmerso entre los países competidores del sector turismo, es por ello que necesita que sus Estados se promuevan individualmente. Una de las estrategias para promover y posicionar a un Estado con una imagen positiva es implementando una campaña promocional la cual exponga los recursos que este tiene para ofrecer.

Llevando a cabo esta estrategia en el Estado de Chiapas se lograría un desarrollo económico, permitiéndole generar altos niveles de empleo, ya que más inversionistas estarían interesados en éste, lo que a su vez produciría un aumento en los ingresos económicos estatales y altos índices de turismo. Lo anterior lograría que el Estado se diera a conocer y se posicionara como uno de los principales destinos turísticos.

1.5 Alcances

- 1) La campaña promocional será dirigida al público mexicano.
- 2) Para la creación de la campaña de este proyecto de tesis, se tomará como ejemplo únicamente al Estado de Chiapas.
- 3) La fuente de datos primaria consistirá en encuestas aplicadas a agentes de viajes de las principales ciudades capitales emisoras de turistas, así como de los Estados aledaños a Chiapas. También se encuestarán a turistas o posibles turistas en la ciudad de México.
- 4) La investigación será llevada a cabo en las agencias de viajes de las ciudades más representativas del norte, centro y sur de México.
- 5) El presente proyecto de tesis permitirá establecer las bases para llevar a cabo una campaña promocional que posicione al Estado de Chiapas..

1.6 Limitaciones

- 1) La campaña promocional no incluirá a ningún otro país.



- 2) La campaña creada podrá ser implementada por cualquier Estado del País haciendo los ajustes pertinentes.
- 3) La única fuente de datos primaria, serán las agencias de viajes que se encuentren en la página www.zonaturistica.com de las tres ciudades capitales de los principales Estados emisores de turistas según la SECTUR y las tres ciudades capitales de los Estados aledaños a Chiapas, así como a los turistas o posibles turistas localizados en el Distrito Federal.
- 4) La investigación se realizará únicamente en la ciudad capital de los tres Estados más importantes del norte, centro y sur del país.
- 5) Las bases para crear la campaña promocional establecida no serán implementadas.

1.7 Organización de la investigación

La presente investigación consta de seis capítulos, los cuales se encuentran detallados a continuación:

En el capítulo uno se define el planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación de la investigación, así como los alcances y limitaciones del proyecto.

El capítulo dos presenta el marco teórico donde se hace referencia a los conceptos más importantes vinculados con los temas de marketing, marketing en el sector turístico, estrategias de promoción, imagen y posicionamiento, desde la perspectiva de diferentes autores.

En el capítulo tres se hablará acerca del Estado de Chiapas. Se dará una descripción de los recursos turísticos con los que cuenta.

El capítulo cuatro describe la metodología aplicada para elaborar la campaña promocional, se determina el diseño de la investigación, las fuentes de información, el diseño de la muestra y la recolección de datos.



El capítulo cinco presenta los resultados obtenidos en la investigación. Así como el análisis e interpretación de los mismos, los cuales son de gran importancia para conocer la imagen actual del Estado y determinar las bases para crear una campaña promocional.

El capítulo seis presenta las bases para la creación de una campaña promocional, que se sugiere debe de aplicar el Gobierno del Estado de Chiapas para promocionar a su Estado como destino turístico.

En el capítulo siete de acuerdo a los resultados obtenidos se ofrecen recomendaciones y se plantean las conclusiones del presente proyecto de tesis.