



## CAPÍTULO III

### Metodología

#### 3.1 Problema de Investigación

Identificar y analizar la percepción que los turistas nacionales tienen sobre el Estado de Chiapas, así mismo conocer, a los Estados percibidos como principales destinos turísticos.

#### 3.2 Objetivos de la Investigación

##### 3.2.1 Objetivo General

Crear las bases para realizar una campaña promocional para posicionar al Estado de Chiapas como uno de los principales destinos turísticos de México.

##### 3.2.2 Objetivos Específicos

1. Analizar la percepción que los turistas nacionales tienen del Estado de Chiapas.
2. Identificar la competencia del Estado de Chiapas.
3. Conocer los Estados posicionados como principales destinos turísticos de México.
4. Identificar los tipos de destinos más demandados.
5. Conocer si existe relación entre la opinión de los turistas y los agentes de viajes.

#### 3.3 Tipo de Investigación

En la investigación cuantitativa, según Sampieri, Fernández y Baptista (2006), existen cuatro tipos de investigación. A continuación se explicarán los casos o situaciones en las que se emplean, así como las características que las conforman, para poder determinar el tipo de investigación que se llevará a cabo en el presente proyecto de tesis.

1. *Investigación Exploratoria*: Se realiza cuando el objetivo consiste en examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.
  - Investigan problemas poco estudiados.



- Indagan desde una perspectiva innovadora.
  - Ayudan a identificar conceptos promisorios.
  - Preparan el terreno para nuevos estudios.
2. *Investigación Descriptiva:* Se emplea cuando el objetivo es el de detallar cómo son y cómo se manifiestan fenómenos, situaciones, contextos y eventos. Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para describir lo que se investiga. Describe tendencias de un grupo o población.
- Consideran a un fenómeno y sus componentes.
  - Miden conceptos.
  - Definen variables.
3. *Investigación Correlacional:* Se utiliza cuando se tiene como propósito conocer la relación existente entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo de pobladores.
- Ofrecen predicciones.
  - Explican la relación entre variables.
  - Cuantifican relaciones entre variables.
4. *Investigación Explicativa:* Pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian. Van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos físicos o sociales.
- Determinan las causas de los fenómenos.
  - Generan un sentido de entendimiento.
  - Combinan sus elementos de estudio.

La investigación que se llevará a cabo para el presente proyecto de tesis, será exploratoria y descriptiva. Se analizará la percepción de los turistas acerca del Estado de Chiapas, así como las características más importantes de los destinos turísticos. También serán analizados los Estados pertenecientes al mismo tipo de destino, con la finalidad de



definir su competencia. De este modo se identificará la imagen actual del Estado de Chiapas así como su posicionamiento.

### 3.4 Hipótesis de la Investigación

Ho: “El Estado de Chiapas no se encuentra posicionado como uno de los principales destinos turísticos de México a nivel nacional”.

Ha: “El Estado de Chiapas sí se encuentra posicionado como uno de los principales destinos turísticos de México a nivel nacional”.

Sampieri, Fernández y Baptista (2006), mencionan que pueden existir una o varias hipótesis, éstas son las guías para una investigación o estudio. Indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado.

No en todas las investigaciones cuantitativas se formulan hipótesis, únicamente en aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho.

**Tabla 3.1 Formulación de hipótesis en estudios cuantitativos con diferentes alcances**

Alcance del Estudio	Formulación de la hipótesis
Exploratorio	No se formulan hipótesis.
Descriptivo	Sólo se formulan hipótesis cuando se pronostica un hecho o dato.
Correlacional	Se formulan hipótesis correlacionales.
Explicativo	Se formulan hipótesis causales.

Fuente: *Sampieri, Fernández y Baptista (2006 p. 122).*

### 3.5 Fuentes de datos

Para determinar y analizar el posicionamiento del Estado de Chiapas, así como el de sus competidores, la principal fuente de datos será primaria. No obstante, el estudio se apoyará en gran medida en bases de datos secundarias, las cuales también serán utilizadas para proponer las estrategias promocionales que permitan posicionar al Estado.

Según Kinneary y Taylor (1998), existen dos tipos generales de datos de marketing los cuales se dividen de la siguiente forma:



1. *Fuentes Primarias:* Son los datos recolectados con la finalidad específica de satisfacer las necesidades inmediatas y específicas de la investigación. Por lo anterior, para conocer la imagen, y el posicionamiento de Chiapas, se aplicarán dos encuestas (ver anexo 1 y 2).

Una encuesta se aplicará a las agencias de viajes de las ciudades capitales de los 3 principales Estados emisores de turistas del país (según la secretaría de turismo), así también, se han elegido 3 Estados aledaños, puesto que debido a su cercanía tienen una mayor facilidad de visitar el Estado de Chiapas.

Para realizar la investigación, el único medio utilizado por razones de tiempo y presupuesto, será el correo electrónico de las agencias que se encuentren dentro de la página [www.zonaturistica.com](http://www.zonaturistica.com). Se eligió esta página por estar ligada a las asociaciones y confederaciones más importantes de agencias de viajes del país, tales como CONAAV, METRO, AFEET, AMATUR, AMAV y STN, y por que brinda información telefónica y de correo electrónico para facilitar la aplicación y seguimiento de las encuestas.

Las ciudades que se tomarán en cuenta para la realización de este estudio, son las siguientes:

**Tabla 3.2 Principales Estados Emisores de turistas**

<b>Principales Emisores</b>	<b>Aledaños</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Estado de México</li><li>• Jalisco</li><li>• Monterrey</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Oaxaca</li><li>• Veracruz</li><li>• Tabasco</li></ul>

Fuente: *SECTUR (2006)*.

La otra encuesta será aplicada directamente a turistas o posibles turistas, la cual será de forma personal y únicamente en la ciudad de México, esto último debido a dos razones, la primera es que es la principal ciudad emisora de turistas y la segunda es por tiempo y presupuesto.



2. *Fuentes Secundarias*: Son los datos ya publicados y recolectados para propósitos diferentes de las necesidades inmediatas y específicas de la investigación. Éstas a su vez pueden clasificarse como internas o externas. Las primeras están disponibles dentro de la organización y las segundas fuera de ésta.

Para este estudio se tomarán en cuenta únicamente datos secundarios externos, los cuales son los siguientes.

- *Secretaría de turismo*: Los datos obtenidos serán utilizados para identificar a las principales ciudades emisoras de turistas para llevar a cabo la recolección de datos. Así también, para conocer a los Estados posicionados como principales destinos turísticos. Esto con la finalidad de definir la competencia, así como identificar la imagen actual del Estado de Chiapas y su posicionamiento.
- *Páginas Web*: Serán utilizadas para ubicar a las agencias de viajes a las cuales se les aplicarán las encuestas. Será únicamente por correo electrónico como éstas serán localizadas, por razones de tiempo y presupuesto.
- *Libros de texto*: Estos nos ayudarán a realizar los análisis y las conclusiones, ya que se llevará a cabo una comparación de diferentes teorías de los expertos, para así obtener un resultado óptimo.

### **3.6 Diseño de la Investigación**

Sampieri, Fernández y Baptista (2006), definen al diseño como al plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza su diseño para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencia respecto a los lineamientos de la investigación (si es que no se tiene hipótesis).

#### **3.6.1 Clasificaciones de Investigación**

Sampieri, Fernández y Baptista (2006), afirman que es posible encontrar diferentes clasificaciones de los diseños sobre la investigación cuantitativa, éstas son:



1. *Investigación Experimental*: Requiere la manipulación intencional de una acción para analizar sus posibles resultados. Se lleva a cabo para analizar si una o más variables independientes afectan a una o más variables dependientes y por qué lo hacen. Así también se utilizan cuando el investigador pretende establecer el posible efecto de una causa que se manipula.

El experimento debe cumplir con tres requisitos:

- a) La manipulación intencional de una o más variables independientes.
  - b) Medir el efecto que la variable independiente tiene en la variable dependiente
  - c) Cumplir con el control o la validez interna de la situación experimental.
2. *Investigación no Experimental*: Es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. Se trata de estudios donde no hacemos variar de manera intencional las variables dependientes sobre otras variables.

Esta investigación se divide en:

- a) *Diseños transeccionales*: Son investigaciones que recopilan datos en un momento único.
  - *Exploratorios*: Es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una explicación inicial en un momento específico. Son aplicados por lo general a problemas nuevos.
  - *Descriptivos*: Indagan la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población, estudios puramente descriptivos.
  - *Correlacionales-Causales*: Describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto.



b) *Diseños longitudinales*: Son estudios que recaban datos en diferentes puntos del tiempo para realizar inferencias acerca del cambio, sus causas y sus efectos.

- *De tendencia*: Son los que analizan cambios a través del tiempo, dentro de una población en general.
- *De evolución de grupo*: Monitorean cambios en una población o subpoblación a través del tiempo, usando una serie de muestras que abarcan a grupos diferentes de participantes en cada ocasión.
- *Panel*: son similares a las dos anteriores, solo que el mismo grupo de participantes es medido u observado en todos los tiempos o momentos.

La decisión sobre qué clase de investigación y diseño específico seleccionar o desarrollar depende del planteamiento del problema, el alcance del estudio y las hipótesis formuladas.

Una vez explicados los tipos de investigación, la que se llevará a cabo, será no experimental, ya que se aplicarán encuestas a los agentes de viajes y a los turistas o posibles turistas, pero no se influirá en la percepción que estos tienen acerca del Estado de Chiapas. Así también el diseño será transeccional - exploratorio, ya que el estudio se llevará a cabo en un único momento y se desea explorar a la comunidad turística.

### **3.7 Selección de la Muestra**

La muestra es un subgrupo de la población de interés del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población.

#### **3.7.1 Tipo de Muestra**

La muestra es probabilística, en el caso de los turistas, ya que la elección de los encuestados depende de la probabilidad de ser elegidos. Lo anterior, es debido a que los turistas, son elegidos de manera aleatoria, a la salida de los principales centros comerciales. En el caso de los agentes de viajes, el muestreo es por conveniencia, ya que investigaciones anteriores han demostrado que la tasa de respuesta es muy baja, por lo que se enviarán correos



electrónicos a todas las agencias que se encuentren en la página [www.zonaturistica.com](http://www.zonaturistica.com) y que pertenezcan a las ciudades antes mencionadas.

### 3.7.2 Tamaño de la Muestra

Para conocer la imagen y el posicionamiento de Chiapas se llevará a cabo una investigación, la cual consiste en dos encuestas. Una que se aplicará a las agencias de viajes, ubicadas en las seis ciudades capitales mencionadas en las fuentes de datos, que se encuentren en la página [www.zonaturistica.com](http://www.zonaturistica.com). La otra encuesta se aplicará a turistas o posibles turistas del Estado de Chiapas que se encuentren en el Distrito Federal. Se decidió aplicar esta encuesta en el Distrito Federal por cuestiones de presupuesto y tiempo, y porque se le considera el Estado con mayor representatividad del país por ser el que cuenta con mayor número de población.

Para obtener la muestra del universo de las agencias de viajes de las ciudades de Monterrey, Guadalajara, Edo. de México, Veracruz, Oaxaca y Tabasco se seleccionó una fórmula en base a la respuesta de la pregunta principal de nuestro cuestionario. Esta pregunta es “¿Es Chiapas considerado un principal destino turístico para la mayoría de sus clientes?”

Tomando en cuenta que esta pregunta es dicotómica, ya que sus únicas posibles respuestas son sí y no, se decidió utilizar la fórmula para estimar la muestra para proporciones con corrección para un universo finito, la cual se muestra a continuación:

$$n = \frac{\frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2}}{1 + \left[ \frac{\frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2}}{N} \right]}$$

En donde:





$Z^2$  = nivel de confianza.

p = probabilidad de éxito.

q = probabilidad de fracaso.

$e^2$  = error estándar muestral.

N = Universo.

Para este estudio se utilizó un nivel de confianza del 95% y al no contar con algún tipo de historia acerca de este análisis, se decidió utilizar una p (probabilidad de éxito) del 50% y una q (probabilidad de fracaso) del 50%, ya que así se representa el peor escenario o bien se tiene la misma probabilidad de un éxito o de un fracaso.

Así mismo, se acordó un error del 10%. Este porcentaje se decidió por el tipo de estudio que se quiere llevar a cabo, tomando en cuenta los factores de tiempo y presupuesto con los que se cuenta.

Cabe mencionar que se incorporó a la fórmula el factor de corrección por finitud, pues siendo el total de las agencias de viaje menor a 5000, se considera un universo finito. Esta fórmula fue utilizada para obtener una muestra aleatoria simple para el universo total de las agencias de viajes, es decir, se sumó el total de agencias de todos los Estados y después se le asignó de proporcional a cada uno de estos, la cantidad de encuestas a aplicar, tal y como se muestra a continuación:

$$n = \frac{\frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2}}{1 + \left[ \frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2} \right]} = \frac{\frac{(1.96)^2 (.5 * .5)}{(.10)^2}}{1 + \left[ \frac{(1.96)^2 (.5 * .5)}{\frac{(.10)^2}{1260}} \right]} = 89$$



**Tabla 3.3 Tamaño de muestra.**

<b>Ciudad o estrato</b>	<b>U</b>	<b>ni</b>	<b>error i</b>
Monterrey	149	11	
Guadalajara	245	17	
Distrito Federal	742	57	
Veracruz	24	2	
Oaxaca	22	2	
Villahermosa	14	1	
<b>Total</b>	<b>1260</b>	<b>89</b>	<b>10%</b>
<b>ni=</b>	<b>89</b>		

Fuente: *Elaboración propia.*

Por otro lado, para obtener la muestra del universo de turistas o posibles turistas del Estado de Chiapas en el D.F. se investigó cuantos habitantes tenía el Distrito Federal y según el INEGI éste cuenta con 8'720,916 habitantes. Sin embargo, se sabe que por la situación económica del país, no todos sus habitantes tienen la posibilidad de realizar un viaje al Estado de Chiapas, por lo cual se tomó en consideración sólo la población que gana más de 10 salarios mínimos y que es mayor de 12 años de edad. Según el INEGI y de acuerdo al censo realizado en el año 2000, sólo 230,171 personas cumplen con estas especificaciones.

Habiendo encontrado nuestro universo y considerando que la pregunta principal de nuestro cuestionario para turistas o posibles turistas también es dicotómica, siendo ésta la de: “¿Considera a Chiapas uno de los 3 principales destinos turísticos de México?” se concluyó utilizar la fórmula para estimar la muestra para proporciones.

$$n = \frac{z^2 ( p \cdot q )}{e^2}$$

Así mismo, se decidió utilizar un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 8%. Con el fin de obtener una muestra más representativa y al no contar con ningún tipo de historia acerca de este análisis se llevó a cabo una prueba piloto para estimar la  $p$  (probabilidad de éxito) y la  $q$  (probabilidad de fracaso). Para obtener la prueba piloto se aplicaron 20 encuestas en el Estado de México.



Una vez realizada la prueba piloto se obtuvieron los valores de  $p$  y  $q$  en base a la pregunta principal, antes mencionada, de esta encuesta. El resultado de dichos valores dieron como resultado el peor escenario, ya que el 50% de las personas encuestadas respondieron que si y el otro 50% respondieron que no, a si consideraban a Chiapas uno de los 3 principales destinos turísticos de México.

Después de aplicar la fórmula se obtuvo una muestra aleatoria simple de 150 personas para el universo de 230,171 personas en el Edo. de México, siendo estos turistas y posibles turistas.

$$n = \frac{z^2 (p \cdot q)}{e^2} = \frac{(1.96)^2 (.5 * .5)}{(.08)^2} = 150$$

**Tabla 3.4 Tamaño de muestra.**

<b>Turistas o posibles turistas</b>	<b>U</b>	<b>N</b>	<b>error</b>
Habitantes del D.F. mayores de 12 años y ganando mas de 10 salarios mínimos al mes	230,171	150	8%

Fuente: *Elaboración propia.*

### 3.8 Recolección de Datos

La recolección de datos se llevará a cabo mediante encuestas aplicadas a los agentes de viajes de las ciudades antes mencionadas. La aplicación de éstas será mediante dos métodos. Los cuales son personales y por e-mail. Siendo el método más utilizado el e-mail. Esto debido a la falta de recursos económicos, ya que sería necesario incurrir en un gran gasto para poder viajar a cada una de las ciudades para aplicar las encuestas personalmente. Se realizará una prueba piloto de 36 encuestas, para corroborar que los encuestados han comprendido las preguntas y así mismo verificar que las respuestas, cubren las necesidades de información.



### **3.8.1 Instrumento de Medición**

El presente estudio es de tipo cuantitativo, ya que se desea conocer la percepción que tienen los turistas mexicanos con respecto al Estado de Chiapas. Por lo anterior, para la elaboración del instrumento, se utilizarán las escalas likert, ya que son éstas las que permiten medir percepciones, preguntas dicotómicas, con éstas se llevarán a cabo las pruebas de hipótesis para ambas encuestas y finalmente también se utilizarán preguntas de tipo ordinal y abiertas (ver anexos 1 y 2).

### **3.8.2 Prueba Piloto**

Para asegurarse de que el instrumento de medición ha sido bien diseñado, se llevará a cabo una prueba piloto con ambas encuestas (ver anexos 3 y 4). Para los agentes de viajes, serán aplicadas 15 encuestas en la ciudad de Puebla. Por razones de tiempo, éstas serán en papel y no vía electrónica. En el caso de los turistas o posibles turistas, se aplicarán veinte encuestas en el Distrito Federal.

### **3.9 Análisis de los datos**

Para llevar a cabo el análisis de los datos, las respuestas serán capturadas en Excel y analizadas en el mismo. Esto con la finalidad de lograr un mejor análisis y comprobar la confiabilidad de los mismos.