



## CAPÍTULO VII

### Recomendaciones y conclusiones

En este capítulo se presentarán las recomendaciones sugeridas así como las conclusiones a las que se llegaron, de acuerdo a los datos arrojados por la investigación. Es importante destacar que la recolección de los datos en el caso de las agencias de viajes, tomó mucho tiempo y fue necesario insistir constantemente para lograr su respuesta, ya que únicamente se utilizó la vía electrónica, por lo que se enviaron alrededor de 3,200 mails para lograr obtener las 90 respuestas. A diferencia de las encuestas aplicadas a turistas o posibles turistas, ya que como fueron aplicadas en las salidas de las plazas comerciales, la mayoría de las personas se encontraban con una más actitud positiva y disponían de tiempo.

#### 7.1 Recomendaciones:

En relación a los datos obtenidos en la investigación que se llevó a cabo, se le sugiere lo siguiente al Gobierno del Estado o al ente gubernamental que se encargue de la difusión turística de Chiapas:

- Debe asegurarse de que todos los esfuerzos promocionales y publicitarios, para fomentar el turismo en dicho estado, sea realizado única y específicamente en los segmentos turísticos en los que éste destaca, los cuales son medioambiental y cultural.
- También debe cerciorarse de que dichos esfuerzos y la información proporcionada acerca de Chiapas, esté en verdad llegando al target, ya que existe mucha falta de conocimiento acerca de la oferta turística del Estado.
- Definir y oficializar un logotipo y un slogan, el cual debe de ser permanente para lograr una verdadera identidad y un posicionamiento turístico.
- Reestructurar y oficializar la página web del sitio turístico del Estado de Chiapas, ya que existen muchas páginas y ninguna está bien estructurada, ni brinda la información de la manera adecuada.



- Utilizar herramientas de relaciones públicas con la finalidad de incrementar el número de eventos culturales, tales como, exposiciones de arte, obras teatrales reconocidas, conciertos, sinfónicas, entre otras.
- Difundir de manera efectiva los eventos que se realizan en el Estado, para asegurar una alta asistencia a los mismos.
- Crear alianzas con los diferentes medios de transporte que llegan al Estado, para que estos creen paquetes u ofrezcan promociones para viajar a Chiapas, contribuyendo así a mejorar la accesibilidad hacia el Estado.
- Fomentar una cultura turística hospitalaria a las personas que laboran en todos niveles de los servicios turísticos, así como también a los habitantes del Estado, ya que una buena actitud ayudará a crear una mejor imagen del Estado.

## 7.2 Conclusiones

Conforme a los datos obtenidos en la investigación, se concluye lo siguiente:

- Se corroboró que sí existe una relación entre la opinión que tienen los turistas acerca del Estado de Chiapas y la que tienen los clientes de los agentes de viajes.
- El tipo de destino turístico más demandado es el de “Sol y Playa”, seguido por el de “negocios”, en tercer lugar el “cultural” quedando el destino “medioambiental” y “deportivo” en cuarto y quinto lugar respectivamente.
- Los Estados mejor posicionados como destino de “Sol y Playa”, tanto para turistas como para agentes de viajes son Quintana Roo y Guerrero, con ese orden de importancia.
- Para los agentes de viajes, los Estados mejor posicionados como destino de “Negocios” están México, Nuevo León y Jalisco, respetando ese orden. Sin embargo, para los turistas primero sería Nuevo León, después México y por último Jalisco.
- Los Estados mejor posicionados como destinos de “Cultura”, tanto para turistas como para agentes de viajes son en primer lugar Guanajuato y en segundo Oaxaca.



Sin embargo, es importante destacar en la SECTUR Guanajuato no está señalado dentro de los principales destinos de este tipo.

- En cuanto al posicionamiento de destino “Medio Ambiental”, Chiapas ocupa el lugar número uno tanto para los agentes como para turistas, dejando por mucho a Veracruz en segundo lugar.
- El destino de “deportivo” más posicionado en la mente de los agentes y turistas resulta ser el Distrito Federal, seguido de Nuevo León para los turistas y Veracruz para los agentes.
- Los principales destinos turísticos del país a nivel nacional, son Quintana Roo, Guerrero y Baja California Sur.
- De acuerdo a la Secretaría de Turismo, se definieron los Estados que son competencia de Chiapas, conforme al tipo de destino turístico al que pertenecen. En este estudio, se reafirmó que los Estados de Puebla, Tabasco, Yucatán y Campeche, sin orden de importancia, sí son competencia de Chiapas por el tipo de destino turístico en el destacan, estos son medioambiental y cultural. Cabe mencionar que en la investigación, Guanajuato destacó como destino cultural a pesar de no ser mencionado como tal en la SECTUR.
- A pesar de que el Estado de Chiapas cuenta con muchos destinos turísticos, el análisis demostró que muy pocos de estos son conocidos y que hay una gran falta de conocimiento acerca de la oferta turística de este Estado.
- Las pruebas de hipótesis realizadas para los datos obtenidos de la encuesta de agentes de viajes y turistas o posibles turistas, determinaron que la hipótesis nula de este trabajo de investigación **se rechaza**. Lo cual quiere decir que con un 95% de confianza no existe suficiente evidencia para afirmar que el Estado de Chiapas no se encuentra posicionado como uno de los principales destinos turísticos de México a nivel nacional. Sin embargo, se sabe que al rechazarse la hipótesis nula, no necesariamente se acepta la hipótesis alternativa, la cual es que el Estado de Chiapas



sí se encuentra posicionado como uno de los principales destinos turísticos de México a nivel nacional.

Finalmente, de manera general se puede concluir que, los resultados de la investigación arrojaron evidencia suficiente para saber que el tipo de destino preferido es el de “Sol y Playa”, por ende los principales destinos turísticos de México a nivel nacional son los Estados pertenecientes a esa categoría. Por lo anterior, Chiapas se ve imposibilitado a competir en este segmento ya que no cuenta con los recursos necesarios.

Por otro lado, se pudo conocer que el posicionamiento nacional de Chiapas es muy bueno en el tipo de destino turístico medioambiental, así también se encontró que éste tiene una muy buena oportunidad para mejorar su posicionamiento en el tipo de destino cultural. Por lo tanto, las bases de la campaña promocional determinadas en el presente proyecto de tesis buscaron mejorar el posicionamiento del Estado en el segmento cultural, así como reforzar el cultural para incrementar la cantidad de visitantes a Chiapas.

