

Plan de
Marketing
Turístico
Pueblos Mágicos
05. MAZUNTE



Índice

I. Introducción	Pág. 03
II. Antecedentes	Pág. 04
III. Objetivo general y específicos	Pág. 06
IV. Metodología	Pág. 07
Capítulo 1. Marketing Estratégico	Pág. 09
1.1 Características de la localidad	Pág. 09
1.2 Inversión Realizada y beneficios esperados por la federación	Pág. 11
Capítulo 2. Análisis de la Oferta y Demanda	Pág. 13
2.1 Análisis interno	
A. Catálogo de productos turísticos comercializados hasta el momento.	Pág. 13
B. Servicios turísticos.	Pág. 14
2.2 Análisis externo	
2.2.1. Demanda Turística	Pág. 16
A. Perfil del turista actual	Pág. 19
B. Perfil del turista del mercado meta	Pág. 19
C. Segmentos de Mercado a diversificar	Pág. 19
Capítulo 3. Diseño y propuesta de estrategias	Pág. 21
3.1 Análisis FODA	Pág. 21
3.2 Matriz Ansoff	Pág. 24
3.3 Diseño de Estrategias	Pág. 25
A. Objetivos de Marketing	Pág. 25
B. Plan de estrategias de marketing	Pág. 26
Listado de Referencias Bibliográficas	Pág. 30

I. INTRODUCCIÓN

El programa “Pueblos Mágicos” nace en el año 2001, como una estrategia de desarrollo turístico del Gobierno Federal orientada a estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos históricos y culturales de las localidades; en este sentido, se busca que en un corto y mediano plazo, las localidades que reciben los beneficios del nombramiento de “Pueblo Mágico” puedan fortalecer la infraestructura, la calidad de los servicios, la diversificación de sus productos turísticos, la creación y modernización de herramientas comercializas, acciones que contribuirán a detonar el crecimiento del mercado interno.

En México 111 destinos han sido nombrados como “Pueblos Mágicos” entre ellos la localidad oaxaqueña de Mazunte. Cada uno de estos Pueblos Mágicos hace un esfuerzo por destacar entre todos los denominados a nivel nacional, mismo que en principio se apoyan en los esfuerzos conjuntos con la Secretaría de Turismo del Estado, sin embargo, para el turista y viajero que cada vez es más demandante en cuanto a sus necesidades, gustos y requerimientos, y el mercado turístico se vuelve más competitivo, estos esfuerzos en ocasiones son superados.

Por lo tanto la generación de un plan de mercadotecnia ayudaría sustancialmente como una herramienta básica para la gestión, desarrollo y comercialización, considerándose desde su base el análisis del contexto en el que se realiza la actividad correspondiente, en este caso la actividad turística, proponiendo así la determinación de objetivos a alcanzar, la elaboración de estrategias que fortalezcan un plan de acción; así como una metodología en general, localizando como logros; un posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional, fortalecimiento económico de dichas localidades y el fomento de la inversión privada.

Por lo anterior, la Dirección de Comercialización Turística perteneciente a la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Oaxaca, ha elaborado el presente plan de mercadotecnia con el objetivo de ofrecer una ruta concreta que asegure un exitoso desarrollo y posicionamiento del Pueblo Mágico de Mazunte.

II. ANTECEDENTES

Pueblos Mágicos es un Programa que actúa directamente sobre las localidades como una marca distintiva del turismo mexicano, por ello la Secretaría de Turismo Federal, busca mantenerla en un nivel de respeto y de cumplimiento de sus reglas de operación, para lograr los objetivos de desarrollo y hacer del turismo en las localidades una actividad que contribuya a elevar los niveles de bienestar, mantener y acrecentar el empleo, fomentar y hacer rentable la inversión.

Los Pueblos Mágicos, son localidades que requieren orientarse para fortalecer y optimizar el aprovechamiento racional de sus recursos y atractivos naturales y culturales, fortalecer su infraestructura, la calidad de los servicios, la innovación y desarrollo de sus productos turísticos, el marketing y la tecnificación, suma acciones que contribuirán a detonar el crecimiento del mercado turístico.

En este sentido se define como Pueblo Mágico al pueblo que a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado, valorado y defendido, su herencia histórica, cultural y natural; y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible. Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos únicos, simbólicos, historias auténticas, hechos trascendentes, cotidianidad, que significa una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico atendiendo a las motivaciones y necesidades de los viajeros.



Figuras 1,2,3 y 4) Imágenes promocionales del pueblo mágico Mazunte.

El programa “Pueblos Mágicos” tiene como labor fomentar el desarrollo sustentable de las localidades poseedoras de atributos de singularidad, carácter y autenticidad a través de la puesta en valor de sus atractivos, representados por una marca de exclusividad y prestigio teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del viajero actual. Para el alcance de ello, la secretaría de turismo federal ha desarrollado y delegado las siguientes funciones a las instancias estatales dedicadas a la actividad turística:

- Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el mercado, basada fundamentalmente en los atributos histórico – culturales y naturales de las localidades.
- Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación e innovación de los productos turísticos para diversos segmentos.
- Provocar un mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora.
- Alcanzar la excelencia de los servicios turísticos de las localidades.
- Profesionalizar el factor humano de las localidades.
- Fomentar la inversión de los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal) y del sector privado.
- Fortalecer la propuesta turística de México.
- Impulsar la consolidación de destinos en crecimiento.
- Apoyar la reconversión de las localidades maduras.
- Constituir al turismo como una herramienta de desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al Programa.

III. OBJETIVO GENERAL.

Se pretende generar e implementar un plan de marketing como herramienta de promoción y publicidad, con el objetivo de aumentar las llegadas de turistas al destino, dando identidad a Mazunte a nivel estatal, nacional e internacional. Lo cual generara una mayor difusión de promoción a cerca de Mazunte que permitirá la atracción de nuevos mercados potenciales para el destino, obteniendo con ello una mayor captación de recursos económicos para el municipio.

La innovación en el ámbito turístico es promisoras ya que la demanda del turista es cambiante, es por ello que al querer ofertar y promover un destino turístico se necesitan de diversas herramientas de Marketing, necesarias para llegar al turista interesado en el segmento de ecoturismo.

OG. Proveer de una dirección estratégica en base a acciones que permitan el desarrollo potencial y comercial del pueblo mágico de Mazunte, Oaxaca. A partir de un análisis de la situación actual, estudio de mercado, análisis FODA, desarrollo de un estudio de la oferta y la demanda en base a la información existente en la secretaría de turismo del estado de Oaxaca, determinación de los objetivos, selección de estrategias.

IV. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

Para el logro de dicho objetivo, se plantearon los pasos sistemáticos a seguir, los cuales han sido denominados como específicos. Dichos objetivos son:

- OE1.** Definir los intereses comerciales e infraestructura que cuenta la localidad de Mazunte, Oaxaca, en materia de turismo.
- OE2.** Desarrollar un análisis de la oferta y la demanda de actividad turística generada por la localidad de Mazunte, Oaxaca.
- OE3.** Diseñar estrategias y líneas de acción en base a la información obtenida del estudio de mercado que sirvan como guía para alcanzar los intereses comerciales en materia de turismo de la localidad de Mazunte, Oaxaca.

A partir de la consolidación de dicho plan de marketing se busca contar con un documento que sirva dentro del proceso de toma de decisiones en materia de turismo que beneficie comercialmente al pueblo mágico de Mazunte, además del estado de Oaxaca.

V. METODOLOGÍA

La metodología empleada para el desarrollo del presente plan de marketing, se basa en el cumplimiento de tres principales intereses operativos que beneficien al crecimiento de la actividad turística de la localidad de Mazunte que cuenta actualmente con la denominación de pueblo mágico, dichos intereses son:

- Definir los intereses comerciales en materia de turismo de la localidad de Mazunte, que permita aclarar el estado actual de su demanda frente a otros intereses turísticos.
- Obtener información de la oferta turística con la que cuenta la localidad de Mazunte; esto con la finalidad de ser utilizada para el proceso de diseño y toma de decisiones de proyectos futuros.
- Generar un documento que sirva de guía y cuente con propuestas de proyectos que sirvan para impulsar el desarrollo comercial de la localidad de Mazunte.

Partiendo de dichos principios, se consideró adaptar la metodología general abalada por McCarthy & Perreault (2001), que sirve para estructurar en forma un plan de marketing que proponga y ayude a desarrollar estrategias que impacten positivamente en la actividad comercial de cualquier negocio.

Dicha metodología general consiste en el desarrollo y cumplimiento secuencial de tres esquemas procedimentales que se enlistan y resumen a continuación.

1. MARKETING ESTRATEGICO. Es una metodología específica que tiene como objetivo destacar los intereses que la organización tiene, es decir, tener claro donde se encuentra situada y hacia donde se quiere avanzar.

Para el cumplimiento de dicha fase, se generó una descripción del escenario comercial actual del pueblo mágico de Mazunte, Oaxaca. Además, se obtuvo información de los intereses que se tienen con el programa de pueblos mágicos a nivel federal.

2. MARKETING MIX. Consiste en el proceso de analizar el comportamiento de la oferta y la demanda empleando las cuatro variables y enfoques propuestas por el Dr. Philip Kotler: (1) Producto, (2) Precio, (3) Plaza, y (4) Promoción.

Para el desarrollo de dicho procedimiento, se realizó un análisis interno de la oferta, además de una caracterización de la demanda que se enfrenta la localidad de Mazunte.

3. DISEÑO DE ESTRATEGIAS. A partir del desarrollo y uso de herramientas como la matriz FODA, la DAFO y la Ansoff, se generan líneas de acción, programas y acciones que permitan alcanzar los intereses propuestos de la localidad en materia turística.

CAPÍTULO No.1 MARKETING ESTRATEGICO

1.1 **CARACTERISTICAS DE LA LOCALIDAD**

Mazunte este Pueblo Mágico, se encuentra dentro del Municipio de Santa María Tonameca, localizado al sur del Estado de Oaxaca en la región de la Costa, colinda al sur con el Océano Pacífico; al norte con los municipios de San Bartolomé Loxicha, El Espinal y Santo Domingo. Mazunte se encuentra a 8 km al oeste de Puerto Ángel y a 250 Km de la ciudad de Oaxaca de Juárez, Tiempo aproximado de arribo entre 5 o 7 horas y de la Ciudad de México a Mazunte es de 720 kilómetros aproximadamente.

El Mazunte declarado pueblo Mágico de México el 28 de septiembre del 2015, como mundialmente se lo conoce, debe su nombre a un cangrejo de color rojo y azul que habita en el lugar. Aunque también en dialecto náhuatl “mazunte” significa “déjame verte desovar”, y esto se refiere a que las playas de este lugar son sitio de anidación de las tortugas marinas.

De ahí se desprende la historia de la población, ya que desde los años sesenta las playas vírgenes de Mazunte son visitadas por cientos de tortugas de la especie Golfina que desova por las noches en ciertas etapas lunares, en un fenómeno natural conocido como morriña. Cuenta con cinco productos atractivos turísticos con reconocimiento nacional e internacional

A. CENTRO MEXICANO DE LA TORTUGA: El Área Acuarística o acuario central del Centro Mexicano de la Tortuga de Mazunte, Oaxaca, México; es la de mayor atracción turística, ya que es el lugar de estancia y exhibición de las tortugas marinas, dulce-acuícolas y terrestres. El Centro Mexicano de la Tortuga, se creó ante la inminente desaparición de las diversas especies de tortugas marinas, el Gobierno Federal decretó su creación en septiembre de 1991; abriendo sus puertas al público en 1994. En este centro se exhiben todas las especies de tortugas marinas que habitan en los litorales de México; asimismo, están representadas seis especies de tortugas de agua dulce y dos especies terrestres, también de territorio mexicano.

B. LA VENTANILLA: Playa casi virgen, de arena casi negra por la abundancia de hierro y de que es factible de rentar cabañas para pasar la noche, el atractivo del lugar radica más bien en las lagunas de manglares en las que se pueden observar iguanas, tortugas, garzas reales, garzas tigre, cormoranes, martines pescadores, patos cuello de culebra y en especial a cocodrilos emperadores. Cuenta con un islote gracias al esfuerzo de los cooperativistas ha sido acondicionado como vivero para la reforestación del manglar, cuenta con actividades como el paseo en lancha de una hora y media aproximadamente.



Figuras 5 Y 6) Museo de la tortuga, Mazunte, Oax.
Figuras 7 Y 8) Playa Ventanilla, Mazunte, Oax.

C. PUNTA COMETA: Magnífica obra que incluye la única capilla abierta y que representa la única analogía entre el templo católico y el Teocalli indígena, además de está reconocida como la más grande de América Latina y funcionó para la evangelización de los indígenas por parte de los frailes dominicos. Punta Cometa actualmente es un recinto ecológico comunitario con una gran biodiversidad en su montaña y sus riscos marinos. En la época prehispánica fue un enclave militar de los aztecas, los que construyeron una pequeña muralla de piedra sobrepuesta. Los lugareños le llaman el “corral de piedra”. Durante la colonia fue un bastión español y también de los piratas. Su posición estratégica permite dominar el mar con 180 grados de visibilidad. Historias locales narran que el tesoro de los aztecas fue escondido en algún lugar de Punta Cometa. Actualmente la comunidad busca ante las instancias correspondientes recursos para reparar el corral de piedra y asegurar que Punta Cometa sea un patrimonio de los mexicanos.

Muchas personas del mundo tienen fe de sanación de este lugar y vienen a dejar ofrendas para pedir abundancia. Igualmente, el líder espiritual del Tíbet Dalai Lama mandó una vasija a Punta Cometa con cenizas, la cual recorrió 150 países del mundo pidiendo la paz mundial. Punta Cometa es considerado un lugar mágico y curativo. Su cuidado y protección está a cargo de la comunidad. Los visitantes pueden apreciarlo y disfrutarlo.



Figuras 9,10,11 y 12) Playa Punta Cometa, Maxunte, Oax.

D. PLAYA RICONCITO. Es una playa que se llama así porque está en un extremo de la bahía de Mazunte, donde el mar es tranquilo y te permite sumergirte sin preocupaciones.

El ambiente en la zona es predominantemente rústico, en el cual destacan construcciones hechas con materiales nobles como la palma, la madera y el adobe, lo cual permite tener un contacto directo con la naturaleza. Un lugar completamente alejado del bullicio de las playas más turísticas de Oaxaca como Huatulco o Puerto Escondido. Justo en el extremo del rinconcito hay uno más interesante, es una especie de “playa privada”, pues una roca, que solo los que se atreven a saltar, la separa. Lo que permite que tengas privacidad total para desprenderte de todas las prendas que están sobre tu cuerpo, pues está permitido el nudismo.

E. PLAYA MERMEJITA. Ubicada en Mazunte, Oaxaca. Es la primera playa al oeste de Punta Cometa y destaca por ser un lugar virgen. Hasta hace poco, el área estaba completamente deshabitada, pero ahora está atrayendo a los aventureros que construyen casas al estilo Robinson Crusoe. Utilizando materiales locales como palma, madera y adobe. Lo cual permite tener un contacto directo con la naturaleza. Es conocida como una playa nudista y uno de los dos únicos lugares en Oaxaca donde anidan las raras tortugas laúd. Playa Mermejita limita en su extremo este con Punta Cometa, el punto más al sur en el estado mexicano de Oaxaca, y en su extremo oeste con Punta Ventanilla, una formación rocosa de aspecto distinguido con una “ventana”, que se puede observar desde varias millas de distancia. Para llegar se necesita tomar una brecha que surge al poniente de la entrada a El Rinconcito.

Aparte de su aislamiento, esta playa es popular para ver las puestas de sol sobre el océano. En la roca de Torón, un promontorio rocoso al extremo este de la playa. Se pueden observar delfines, ballenas y orcas que nadan cerca del mar abierto. Esta playa no es apta para niños, puesto que su oleaje es bastante fuerte, incluso los adultos deben nadar con cuidado



Figuras 13 y 14) Playa el Rinconcito, Mazunte, Oax.

Figuras 15, 16 y 17) Playa la Mermejita, Mazunte, Oax.

Todas estas playas y lugares atractivos de gran vegetación, tranquilidad y vida silvestre conservada, otorgan a Mazunte el nombramiento de pueblo mágico en el año 2015.

F. FIESTAS DEL EQUINOCCIO DE PRIMAVERA

Con la finalidad de promocionar a Mazunte como un lugar de descanso con tendencias culturales, los prestadores de servicios turísticos de Mazunte a través de un comité que se renueva cada tres años, se ha dado a la tarea de organizar eventos muy importantes

Entre estos se encuentran El año del Sol o Equinoccio de Primavera realizado en Punta Cometa en el mes de marzo con asistencia de diferentes curanderos, y con diferentes tipos de danzas en la explanada de la Agencia Municipal.



Figuras 18) Festival del equinoccio de primavera de playas Mazunte, Oax.

1.2 INVERSIÓN REALIZADO Y BENEFICIOS ESPERADOS POR LA FEDERACIÓN

El nombramiento de pueblo mágico y preparación de Mazunte tuvo una inversión inicial de \$ 56,000, 000.00 (Cincuenta y seis millones de pesos), destinados para los esquemas de posicionamiento, promoción y difusión en los principales medios de comunicación, tanto locales como nacionales, con una fuente de financiamiento proveniente en esquematizada en la siguiente tabla.

INVERSIÓN INICIAL REALIZADA POR EL PRODERMÁGICO 2015		
ESTRUCTURA FINANCIERA	MONTO (M.D.P.)	PORCENTAJE
INVERSIÓN FEDERAL	28	50 %
INVERSIÓN ESTATAL	28	50 %
INVERSIÓN MUNICIPAL	0	0
INVERSIÓN DE LA INICIATIVA PRIVADA	0	0
TOTAL	56	100%

Hasta el momento, se ha requerido invertir en el mejoramiento de los espacios e infraestructura y equipamiento necesarios para brindar servicios de excelencia al turista. Esta inversión se define a continuación.

INVERSIÓN REALIZADA PARA EL MEJORAMIENTO DE ESPACIOS		
ESTRUCTURA FINANCIERA	MONTO (M.D.P.)	PORCENTAJE
REHABILITACIÓN DE ALUMBRADO PÚBLICO	3.6	100%
TOTAL	3.6	100%

Con dicha inversión, el gobierno federal mediante sus instancias gubernamentales tanto estatales como municipales, busca los siguientes beneficios:

BENEFICIOS ESPERADOS POR LA FEDERACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • INCREMENTO EN LA ESTANCIA PROMEDIO DEL VISITANTE EN EL MUNICIPIO. • AUMENTO DE LA DERRAMA ECONÓMICA POR CONCEPTO DE TURISMO EN EL ESTADO. • DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL ESTADO DE OAXACA.

El programa federal de pueblos mágicos de México, busca principalmente motivar la afluencia turística en los principales sitios con alto potencial comercial desaprovechado, este programa que consiste principalmente en promoción y comercialización busca crear una afluencia de visitantes provenientes de mercados nacionales e internacionales, mostrando con ello, los productos, la oferta y la diversidad en materia de turismo que el país ofrece al mundo.

Además, con dicha actividad turística potenciada, se espera mejorar la calidad de vida de entidades municipales en desarrollo; son acciones que motivan a la comunidad a formar parte de su propio crecimiento y desarrollo sostenible.

CAPÍTULO No.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

2.1 Análisis Interno

Mazunte cuenta con una amplia biodiversidad donde existen alrededor de 2,157 especies de flora y fauna. Donde anidan cuatro de las siete especies de tortugas marinas del mundo: prieta (*Chelonia mydas*), carey (*Eretmochelys imbricata*), laúd (*Dermochelys coriacea*) y golfina (*Lepidochelys olivacea*); Mazunte tiene un clima tropical, registrando una temperatura promedio anual de 27,4 °C. A continuación, se muestran los productos turísticos aprovechados por diversos proveedores certificados.

A. CATALOGO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMERCIALIZADOS HASTA EL MOMENTO.

PRODUCTO TURÍSTICO	DESCRIPCIÓN	PRECIO	PRESTADOR DE SERVICIO
Mazunte Mágico.	<p>Descripción del producto turístico por el proveedor: “Ven a esta localidad que te atraparás con su magia; recorre en canoa la laguna de La Ventanilla y conoce el manglar, donde anidan diversas especies de aves, y reptiles como iguanas y cocodrilos. Admira diferentes especies de tortugas marinas y no marinas en el Centro Mexicano de la Tortuga; disfruta asombrosos amaneceres y magníficas puestas del sol en el recinto ecológico de Punta Cometa, y sumérgete en la aventura de las playas más bonitas del estado de Oaxaca”.</p> <p>Incluye: Guía Certificado, Desayuno, entrada al cocodrilario y Centro Mexicano de Tortuga, Transportación Oaxaca – Mazunte- Oaxaca, traslado hotel – tour – hotel, seguro de viajero.</p>	<p>Precio Adultos: \$ 4,500.00 (Cuatro mil quinientos pesos 0/100 m.n.)</p> <p>Precio Especial para niños: \$ 4,300.00 (Cuatro mil trescientos pesos 0/100 m.n.)</p>	Agencia de viajes ANDADOR. Travel & Tours por México.
El Mazunte bajo el agua de Mazunte..	<p>Descripción del producto turístico por el proveedor: “Báñate de luz en la laguna de Manaltepec, que literalmente se enciende al tocarla gracias a la bioluminiscencia de sus aguas. Déjate atrapar por la magia de la laguna de La Ventanilla, a través de un recorrido en canoa para conocer el manglar, donde anidan diversas especies de aves, y reptiles como iguanas y cocodrilos”.</p> <p>Incluye: Guía Certificado, Desayuno, entrada al cocodrilario y Centro Mexicano de Tortuga, Transportación Oaxaca – Mazunte- Oaxaca, traslado hotel – tour – hotel, seguro de viajero.</p>	<p>Precio Adultos: \$ 5,000.00 (Cinco mil pesos 0/100 m.n.)</p> <p>Precio Especial para niños: \$ 4,800.00 (Cuatro mil ochocientos pesos 0/100 m.n.)</p>	Agencia de viajes ANDADOR. Travel & Tours por México.

<p>Mazunte Pueblo Mágico.</p>	<p>Descripción del producto turístico por el proveedor: <i>"Visita la cooperativa de cosméticos naturales de Mazunte. Admira una gran variedad de tortugas marinas, dulce-acuícolas y terrestres en el Centro Mexicano de la Tortuga, y disfruta nadando en la playa de Zipolite. Tras una caminata a Punta Cometa, disfruta un amanecer único y espectacular, y sumérgete en las cálidas aguas de las playas Mazunte y Ventanilla".</i></p> <p>Incluye: traslado terrestre redondo Oaxaca / Huatulco/ Puerto escondido, hospedaje.</p>	<p>Precio General Iniciando desde Oaxaca : \$ 6,060.00 (Seis mil sesenta pesos 0/100 m.n.)</p> <p>Precio Iniciando de Huatulco y Puerto escondido \$4,810.00 (Cuatro mil ochocientos diez pesos 0/100 m.n.)</p>	<p>AYUSO TRAVEL Recorridos Vivenciales Personalizados</p>
--------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------

B. SERVICIOS TURÍSTICOS.

Además, la comunidad cuenta con los siguientes servicios al turista:

SERVICIO DE HOTELES			
1	BAMBU ECOCABAÑAS	CARRETERA ZIPOLITE- MAZUNTE S/N SAN AGUSTINILLO Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9581157426
2	CABAÑAS "SINDI-RUBY"	SIN NOMBRE S/N SAN AGUSTINILLO Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9581131495
3	CASA PAN DE MIEL	CERRADA DEL MUSEO DE LA TORTUGA S/N Mazunte Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9585843509
4	EL EDÉN DE BUNGALOWS	Entrada a Mazunte S/N El Mirador Mazunte Santa María Tonameca Oaxaca	Tel.7751447539
5	LOS JACALITOS	La Barrita S/N Mazunte Santa María Tonameca Oaxaca	Tel.9585893794
6	POSADA "LAS AVES"	Paseo del Mazunte s/n Mazunte Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9581157442

SERVICIO DE RESTAURANTES			
1	BAMBU ECOCABAÑAS	CARRETERA ZIPOLITE- MAZUNTE S/N SAN AGUSTINILLO Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9581157426
2	COMEDOR MARVIC	Andador Golfina s/n Mazunte Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9581181539
3	RESTAURANT TANIA	Principal, S/N Mazunte Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9541150415
4	VISTA MÁGICA MAZUNTE	Calle Sin Nombre, S/N Mazunte Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9581068319

SERVICIO DE TRANSPORTE			
1	VISTA MÁGICA MAZUNTE	Calle Sin Nombre, S/N Mazunte Santa María Tonameca Oaxaca	Tel. 9581068319

Además de los servicios públicos:

- 1 Mercado Público Alternativo Artesanal.
- 3 Cajeros automáticos.
- 1 Gasolinera.
- 1 Clínica rural.

Al respecto de las festividades y ferias que se celebran en la Agencia de Mazunte, cuenta con un gran número de eventos donde locatarios y prestadores de servicios turísticos aprovechan la afluencia del turismo, destacando las siguientes:

FIESTAS Y CELEBRACIONES DE LA COMUNIDAD

FIESTA PRINCIPAL del pueblo se celebra el día 11 de mayo en honor a la virgen de la Asunción, así como el 24 de junio y 25 de agosto.

FIESTA POPULAR La población de Mazunte venera al Santo Patrón de Esquipulas, cuyas fiestas son el 15 de enero. Durante la festividad hay, entre otras actividades, conciertos musicales, bailes folclóricos, profusión de fuegos artificiales, festival gastronómico regional y muestras artesanales.

FIESTA DEL EQUINOCCIO DE PRIMAVERA. un evento cultural con reminiscencias prehispánicas. Tiene lugar en torno al 21 o 22 de marzo y sobresale por su muestra de danzas de todos los tipos, como prehispánicas, folclóricas, belly dance y break dance. En Punta Cometa se realizan rituales precolombinos y recargas de energía.

FESTIVAL INTERNACIONAL DE JAZZ. Este evento celebra año con año, es el foro más estable en la promoción del jazz en Oaxaca, se celebra el último fin de semana de noviembre en el marco de la Semana Nacional de Conservación y dura tres días.

2.2 Análisis Externo

2.2.1. Demanda Turística

A continuación, se muestra la evolución del flujo ocupacional del periodo del 2017, 2018 y 2016 de la ventanilla uno de los principales lugares de Mazunte

Ventanilla Puerto Ángel	Ocupación Promedio %	Llegada de Turistas			Gasto Promedio	Estadía Promedio	Derrama Económica (M.D. P.)
		Nacionales	Extranjeros	Total	Total	Total	
2018							
Enero	32.47	26,383	997	27,380	709	1.55	30
Febrero	28.39	17,416	4,520	21,936	750	1.38	23
Marzo	28.42	19,953	3,645	23,598	763	1.44	26
Abril	34.82	28,652	232	28,884	647	1.75	33
Mayo	27.41	17,768	1,582	19,350	647	1.80	23
Junio	12.44	4,839	685	5,524	873	2.01	10
Julio	28.44	20,995	1,657	22,652	954	1.45	31
Agosto	31.97	16,674	3,675	20,349	773	1.87	29
Septiembre	14.11	6,300	1,252	7,552	777	2.07	12
Octubre	17.84	7,717	2,494	10,211	753	2.07	16
Noviembre	40.31	24,159	3,980	28,139	742	1.69	35
Diciembre	41.40	27,033	2,833	29,866	788	1.75	41
Total	28.20	217,889	27,552	245,441	754	1.67	309

Ventanilla Puerto Ángel 2017	Ocupación Promedio %	Llegada de Turistas			Gasto Promedio Total	Estadía Promedio Total	Derrama Económica (M.D. P.)
		Nacionales	Extranjeros	Total			
Enero	31.98	25,484	1,009	26,493	681	1.55	28
Febrero	28.26	17,146	4,510	21,656	729	1.37	22
Marzo	26.54	17,923	3,713	21,636	791	1.43	24
Abril	36.04	30,432	253	30,685	631	1.74	34
Mayo	26.91	17,950	1,619	19,569	692	1.77	24
Junio	12.03	4,419	677	5,096	863	2.13	9
Julio	26.11	19,221	1,706	20,927	772	1.44	23
Agosto	31.36	17,302	3,690	20,992	757	1.79	28
Septiembre	13.49	5,343	1,261	6,604	759	2.22	11
Octubre	17.27	7,358	2,519	9,877	734	2.09	15
Noviembre	39.80	22,827	3,982	26,809	723	1.73	34
Diciembre	41.37	26,342	2,841	29,183	761	1.77	39
Total	27.60	211,747	27,780	239,527	725	1.68	292

Ventanilla Puerto Ángel 2016	Ocupación Promedio %	Llegada de Turistas			Gasto Promedio Total	Estadía Promedio Total	Derrama Económica (M.D. P.)
		Nacionales	Extranjeros	Total			
Enero	37.56	33,377	1,515	34,892	392	1.46	20
Febrero	31.33	20,352	1,040	21,392	442	1.56	15
Marzo	44.82	40,606	1,422	42,028	401	1.56	26
Abril	31.04	27,615	876	28,491	495	1.29	18
Mayo	27.34	22,320	1,040	23,360	459	1.46	16
Junio	17.01	8,976	872	9,848	485	1.83	9
Julio	27.06	26,210	511	26,721	456	1.52	19
Agosto	23.06	25,628	502	26,130	461	1.34	16
Septiembre	20.36	16,528	626	17,154	435	1.43	11
Octubre	24.26	21,120	921	22,041	428	1.41	13
Noviembre	34.69	31,092	877	31,969	411	1.42	19
Diciembre	43.83	36,958	814	37,772	489	1.57	29
Total	30.24	310,782	11,016	321,798	440	1.48	210

Además, con ayuda de los registros obtenidos por la lista de visitantes a la localidad pueblo mágico de mazunte se obtuvo un estimado del origen de los visitantes.

- El 36% del turismo cultural nacional oscila entre los 35 y 49 años, en tanto que el 29% de Internacional, está entre los 25 y 34 años de edad.
- Los principales emisores de turismo cultural provienen de la Ciudad de México (29%) y Jalisco (27%).

- Estados Unidos representa el 68% del total de turistas internacionales del mercado cultural en México, y los principales emisores de ese mercado son de California, Texas y Florida, mientras que Canadá 6%. Europa el 14%, América latina 5%.
- El ingreso promedio mensual hasta el 2016 del turismo cultural nacional es de \$ 23,227 pesos, el equivalente a \$25,339 USD anuales.
- El ingreso promedio anual del turismo cultural extranjero es de \$80,509 USD.
- Los turistas internacionales suelen acompañarse en sus viajes de cultura con amigos o familiares (30 y 29% respectivamente)
- Los turistas de cultura mexicana se acompañan de sus familiares o amigos (57%).
- El tamaño de grupos de los turistas de cultura internacionales es de 3.8 personas, mientras que el grupo de los turistas nacionales es de (4.5).
- El turismo cultural internacional, planea su viaje con anticipación de uno a tres meses (35%), en tanto que en México, la mayoría lo hace con menos de quince días (29%).
- La estancia promedio de los turistas culturales de origen extranjero es de mayor a la del nacional. (6.5 y 4.6 noches, respectivamente).
- El principal medio consultado para realizar un viaje de turismo cultural son las recomendaciones de amigos y familiares para nacionales y extranjeros (56% y 35%, respectivamente).
- El segmento cultural adquiere sus servicios por separado tanto nacionales como extranjeros (71 y 59%, respectivamente hasta el año 2006).

A. Perfil del turista.

La relación de llegadas de visitantes nacionales como internacionales al estado de Oaxaca y directamente a Bahías de Huatulco y Puerto Escondido, tiene mucho que ver con la captación de turistas que recibe Mazunte, dado que el visitante al llegar al estado, empieza a explorar los atractivos con los que cuenta el estado; el porcentaje que recibe Mazunte no es conocido, pero se tiene un visión general de la importancia de la promoción para este destino, y que en un futuro puede repercutirá de manera positiva al desarrollo del turismo y del pueblo mágico, dejando de ser solo un lugar de paro o integrado de paquetes de excursión con servicios guiados, posicionándose en un destino principal de muchos turistas amantes de la naturaleza que ofrece y abunda en Mazunte.

Las motivaciones del turista de los segmentos cultural y de ecoturismo antes mencionados aspiran al conocimiento y reconocimiento del patrimonio turístico oaxaqueño, integrado principalmente por su historia, cultura, tradiciones, costumbres, artesanías y gastronomía, complementadas por actividades de turismo de naturaleza.

Por lo antes mencionado, las estrategias producto del presente trabajo, se realizaron considerando dichas motivaciones, además de los intereses del perfil del turista.

CAPÍTULO No.3 DISEÑO Y PROPUESTA DE ESTRATEGIAS

3.1 Análisis FODA

A continuación, se muestra el análisis FODA que se construye a partir de la información del marketing estratégico (intereses identificados de la localidad y del gobierno federal con el programa de pueblos mágicos), además del marketing mix, también denominado mezcla promocional o estudio de la oferta y demanda (Análisis que se desarrollaron de los factores internos y externos). Con la creación del análisis FODA se espera tener un parteaguas para el diseño de estrategias de mercadeo a ser tomadas en futuras líneas de acción.

FORTALEZAS	
<u>OFERTA TURÍSTICA</u>	
F01.	Cuenta con el nombramiento de "Pueblos mágicos de México". Es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.
F02.	Cuenta con operadores turísticos registrados que tienen la misión de brindar calidad de servicio en materia de hospedaje y alimentación.
F03.	Se consolida como un lugar en pleno apogeo turístico, con una excepcional belleza natural, riqueza histórica y gastronómica que lo hacen un lugar paradisiaco.
F04.	Cuenta con un gran número de eventos, festividades de talla nacional e internacional.
F05.	Se utiliza la naturaleza como capital y al mismo tiempo es preservada, con poco impacto natural.
F06.	Conservación de la cultura ecológica que ha desarrollado una solidaridad con objetivos comunes.
F07.	Se cuentan con venta y comercio de productos de origen natural.
F08.	Imagen local de entorno seguro

<u>DESARROLLO ECONÓMICO</u>
F09. Remesas y existencia de poder adquisitivo entre familias y organizaciones comunitarias que permiten el auto-financiamiento dedicado a mejora de la vivienda y comercios privados.
F10. Existencia de esquemas de organización por usos y costumbres que crean mecanismos idóneos para la acción pública.
F11. El ecoturismo permite que se satisfagan las necesidades básicas de la población.
F12. Cuentan con los esquemas de servicios básicos al turista.
F13. Se tiene un sector económico alternativo y sustentable
F14. Poca fuga de dinero al ser administrado por la población local.
F15. Cuenta con planes de desarrollo municipal y proyecciones de planes maestros de urbanización.
<u>APOYO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</u>
F16. La población se encuentra comprometida con el nombramiento de pueblos mágicos, apoyando el impulso económico de su comunidad.
F17. Cuenta con la conexión al aeropuerto internacional de Huatulco que está a 40 kilómetros de distancia y a 47 minutos en tramo de carretera.
F18. Buena accesibilidad por vía terrestre, carreteras en excelentes condiciones, cuenta con autopistas tanto federales como locales.
F19. Trabajo coordinado por la autoridad en temas de inversión para el desarrollo turístico en conectividad, urbanización.

OPORTUNIDADES
<u>DESARROLLO TURÍSTICO</u>
001. Aprovechar la singularidad de las localidades para la generación de productos turísticos basados en las diferentes expresiones de la cultura local.
002. Construcción y término de la carretera Oaxaca - Costa que conectará a la capital con la costa, acortando la distancia y tiempo, impulsando al turismo local.
003. Hay un aumento en la autoestima gracias al interés de los turistas en sus comunidades, en sus tradiciones, en sus lugares y lo que tienen para ofrecer.
004. Interés del sector privado en invertir a partir del nombramiento de pueblo mágico.
005. Construcción de nueva autopista que conectará Guanajuato y San Miguel de Allende con el Bajío, con salida a Dolores Hidalgo. Oportunidad para acortar distancias y tiempos, e impulsar el turismo local.

DESARROLLO ECONÓMICO
005. Mayor participación de la inversión privada.
006. Consolidar y/o reforzar los atractivos de la localidad, fomentando así flujos turísticos que generen mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora.
006. Existe una relación simbiótica entre la naturaleza, la comunidad y los eco turistas. (Equilibrio en el entorno).
007. Creación de nuevos negocios de sector privado que incrementan el número de servicios ofertados a los visitantes de la localidad.
008. Innovación de productos turísticos constante como punto promisor para satisfacer al sector turístico cambiante.
009. Detonar industria popular o de pequeña escala, que fortalezca la proveeduría turística.
010. Cuentan con recurso natural, e iniciativas de la localidad para hacer su uso comercial responsable. Lo que puede influenciar en un crecimiento de la localidad.
APOYO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
008. Posibilidad de acceder y calificar a programas de organizaciones no gubernamentales y bancarias interesadas en apoyar a pequeños y medianos negocios en la localidad.
009. Diversificación de la actividad turística hacia el ecoturismo, turismo de aventura y el gastronómico. Esto debido a sus recursos todavía desaprovechados.

DEBILIDADES
OFERTA TURÍSTICA
D01. Falta de cantidad y calidad de servicios turísticos, hoteles, restaurantes, así como la Falta de consolidación de productos y servicios
D02. Falta de infraestructura en vías y caminos rurales que conectan con la mayoría de productos turísticos naturales con el centro de la localidad.
D03. Bajos niveles de inversión para la creación, ampliación y modernización de pequeñas y medianas empresas comunitarias (PyMEs).
D04. No cuentan con medios de promoción y difusión propios, creando una dependencia de los órganos estatales con funciones relacionadas al turismo y economía.
DESARROLLO ECONÓMICO
D05. La franja costera y en particular Mazunte requiere de inversión y de proyectos de turismo sustentable para la conservación del atractivo de sus ambientes naturales.
D06. Los productos no han evolucionado (son los mismos productos ofertados hace 10 años)
D07. Bajos niveles educativos y de capacitación para el trabajo.
D08. Gran porcentaje de la comunidad se dedica al comercio informal.
D09. Falta de seguridad alimentaria.

<u>ACTIVIDAD TURÍSTICA</u>
D10. Falta de planes de desarrollo urbano a nivel municipal que integren los rubros de turismo.
D11. No se cuenta con los esquemas de organización suficientes que permitan el funcionamiento de los productos turísticos existentes de manera autónoma; no cuentan con filosofía empresarial que motive a la población de apropiarse de sus propios recursos turísticos.
D12. El flujo repartido de turistas y la poca estancia por encontrarse en medio de puerto escondido y Bahías de Huatulco.
D13. No cuenta con infraestructura y equipamiento urbano rural insuficiente para mejorar el atractivo turístico de la localidad.

AMENAZAS
<u>DESARROLLO TURÍSTICO</u>
A01. Crisis económicas de nivel nacional y mundial que pueden reducir la actividad turística.
A02. Percepción de inseguridad a nivel nacional.
A03. Destinos turísticos altamente competitivos en el mercado de turismo natural, cultural como los de Puebla y Veracruz.
A04. Falta de continuidad de programas y desarrollos turísticos planeados para la localidad.
<u>DESARROLLO ECONÓMICO</u>
A05. Poca inversión del sector privado en la actividad turística.
A06. Conflictos sociales existentes en el estado.
A07. Desconocimiento en temas de finanzas personales y empresariales entre locatarios, que impiden el crecimiento de sus negocios.
A08. Crecimiento y desarrollo de otros destinos cercanos, bloqueando el flujo de visitantes
<u>APOYO A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</u>
A09. Manifestaciones de grupos sociales que inhiben la visita de los turistas nacionales y extranjeros.
A10. Migración de jóvenes con educación profesional que podrían incentivar la actividad turística y comercial de su comunidad.

3.2 Matriz ANSOFF

Después de tener un panorama de la situación actual con ayuda del análisis FODA, se desarrolló una matriz Ansoff, también denominada como matriz de estudio de mercado, la cual tuvo como tarea desarrollar ejes que sirvan a crear las estrategias del plan de marketing de la localidad de Mazunte, y que también tuvo en consideración el marketing estratégico y el marketing mix desarrollado en capítulos anteriores

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	<p>A. POSICIONAMIENTO DE MERCADO</p> <p>A1. Sensibilización y capacitación en materia de buenas prácticas a los principales actores involucrados en la actividad turística que asegure un mejor y óptimo servicio a los visitantes.</p> <p>A2. Generar estrategias de promoción social medias constantes que posicione a Mazunte en nuevos mercados.</p> <p>A3. Crear esquemas de apoyo y de comercialización que permitan a la población contribuir con negocios manejados dentro de la formalidad. Que dignifiquen y contribuyan a la economía de los comerciantes locatarios y potencialicen a la experiencia brindada a los visitantes.</p> <p>A4. Crear las políticas necesarias que estimulen las competencias de los prestadores de servicios, además que inviertan en el mejoramiento de los productos turísticos existentes.</p>	<p>B. APROVECHAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS.</p> <p>B1. Diseño de recorridos temáticos y de experiencias que cumplan con los segmentos y nichos de mercados metas.</p> <p>B2. Organizar sesiones informativas, promocionales y famtrips entre inversionistas de sector privado y operadores nacionales e internacionales de los mercados meta, para promover financiamiento e inversión privada que fortalezcan los esquemas turísticos actuales de la localidad de Mazunte.</p>
	NUEVOS	<p>C. APROVECHAMIENTO DE NUEVOS MERCADOS</p> <p>C1. Desarrollar estudios de mercado y de comercialización que sirvan a identificar la oferta de productos turísticos que pueden ser aprovechados a nuevos mercados.</p>	<p>D. DIVERSIFICACIÓN</p> <p>D1. Promover alianzas entre empresas relacionadas para crear nuevos servicios turísticos que sean innovadores y llame a nuevos mercados (Por ejemplo. El ecoturismo, el turismo cultural y el gastronómico).</p> <p>D2. Desarrollar muestras de turismo experimental en grupos de para evaluar la viabilidad de nuevos productos en la zona.</p> <p>D3. Mejoramiento de infraestructura y capacitación para atender a nuevos mercados. Por ejemplo, turismo de tercera edad.</p>

3.3 Diseño de estrategias

El presente proyecto denominado como plan de marketing tiene como esencia la elaboración de estrategias a partir de un estudio de marketing estratégico y de marketing mix, ya elaborados y reportados en capítulos anteriores, a continuación, se presentan las estrategias producidas después de dichos análisis.

A. Objetivos de marketing

El objetivo general del plan de marketing, ya antes mencionado, fue “Proveer de una dirección estratégica en base a acciones que permitan el desarrollo potencial y comercial del pueblo mágico de Mazunte, Oaxaca. A partir del desarrollo de un estudio de la oferta y la demanda en base a la información existente en la secretaría de turismo del estado de Oaxaca”. Para el alcance de dicho objetivo se definieron acciones específicas, como: (01) Definir los intereses comerciales y la infraestructura que cuenta la localidad de Mazunte, Oaxaca, en materia de turismo; (2) Desarrollar un análisis de la oferta y la demanda de actividad turística generada por la localidad de Mazunte, Oaxaca; (3) Diseñar estrategias y líneas de acción en base a la información obtenida del estudio de mercado que sirvan como guía para alcanzar los intereses comerciales en materia de turismo de la localidad de Mazunte, Oaxaca. Para el desarrollo del tercer punto, se tuvo que definir los sub-intereses en materia de mercadotecnia, es decir, ejes transversales que ayuden a la creación de dichas estrategias. A continuación, se muestran los ejes transversales (EJE), además de objetivos de marketing, también denominados líneas de acción (LA) y que fueron obtenidos a partir de la interpretación de la matriz de Ansoff y del FODA.

Objetivos de Marketing (Ejes transversales):

EJE 1. CAPACITACIÓN.

LA1. Sensibilización y capacitación en buenas prácticas a actores de la actividad turística.

Eje 2. CONECTIVIDAD.

LA2. Promover alianzas entre empresas dedicadas en el sector turístico que desarrollen conexión entre el centro del estado y Mazunte.

Eje 3. DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.

LA3. Desarrollar análisis de factibilidad y estudios de mercado que ayuden a identificar potencialidad en nuevos productos turísticos de la localidad y en nuevos mercados.

LA4. Desarrollar nuevos esquemas que involucren el turismo experimental, ecoturismo, turismo cultural, gastronómico y turismo de tercera edad.

Eje 4. PROMOCIÓN.

LA5. Estrategias social-media

Eje 5. FINANCIAMIENTO.

LA6. Esquemas de apoyo y comercialización que promuevan a los comerciantes actuales a manejarse dentro de la formalidad.

LA7. Creación de políticas necesarias que motiven a la innovación a los prestadores de servicios actuales.

Eje 5. ESQUEMAS DE INVERSIÓN PRIVADA.

LA8. Diseño de recorridos temáticos y organización de eventos informativos y famtrips dirigidos a la inversión privada.

B. Plan de estrategias de marketing

En base a los ejes y líneas de acción antes diseñados, se realizó el siguiente plan de marketing, que contiene el número de estrategias pertinentes para mejorar los esquemas comerciales turísticos del pueblo mágico de Mazunte.

PLAN ESTRATEGICO							
No.	EJE	LÍNEA DE ACCIÓN	PROYECTO O PROGRAMA	DESCRIPCIÓN	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	MONTO DE INVERSIÓN	ÁREA INVOLUCRADA
01	CAPACITACIÓN	LA1. Sensibilización y capacitación en buenas prácticas a servidores turísticos.	Curso de capacitación de buenas prácticas a servidores turísticos de Mazunte.	Diseño y ejecución de un programa de capacitación que permita mejorar el servicio de los prestadores turísticos de Mazunte	- No. De Cursos de capacitación diseñados. - No. De asistentes a los cursos de capacitación	<u>\$ 150,000.00</u>	SECTOR Oaxaca
02	CAPACITACIÓN	LA1. Sensibilización y capacitación en buenas prácticas a servidores turísticos.	Creación de sistema de monitoreo digital permanente de los servicios turísticos y grado de satisfacción del turista.	Un sistema de monitoreo permanente que permita la creación de nuevos cursos de buenas prácticas para los prestadores de servicios en de Mazunte.	Sistema de monitoreo digital diseñado.	<u>\$ 600,000.00</u>	SECTOR Oaxaca
03	CONECTIVIDAD	LA2. Desarrollar alianzas con agencias turísticas que desarrollen promuevan tours a Mazunte.	Sistema de alianzas y convenio con agencias turísticas y otros actores para promover el pueblo mágico de Mazunte.	Se requiere la realización con operadores turísticos que ayuden a promover la conectividad entre la capital del estado y la localidad.	- No. De alianzas realizadas.	<u>\$ 150,000.00</u>	SECTOR Oaxaca

04	DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	LA3. Desarrollar diagnósticos que ayuden a identificar nuevos productos turísticos y mercados.	Análisis de viabilidad de nuevos productos turísticos del pueblo mágico de Mazunte.	Se requiere de un diagnóstico que ayude a identificar nuevo producto turístico en la zona, además de un análisis que permita con ayuda del mercado a identificar su viabilidad comercial.	- Diagnóstico realizado. - Análisis de viabilidad comercial realizado.	<u>\$ 150,000.00</u>	SECTUR Oaxaca
05	DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	LA4. Desarrollar nuevos esquemas turísticos.	Plan de negocios de ecoturismo para el pueblo mágico de Mazunte.	Desarrollo de un plan de negocios que ayude a identificar los requerimientos técnicos, la inversión requerida y las estrategias de mercado que permitan la creación de nuevos esquemas turísticos.	Plan de negocios realizado.	<u>\$ 300,000.00</u>	SECTUR Oaxaca
06	DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	LA4. Desarrollar nuevos esquemas turísticos.	Plan de negocios de turismo de deportes extremos para el pueblo mágico de Mazunte.	Desarrollo de un plan de negocios que ayude a identificar los requerimientos técnicos, la inversión requerida y las estrategias de mercado que permitan la creación de esquemas turísticos.	Plan de negocios realizado.	<u>\$ 300,000.00</u>	SECTUR Oaxaca

07	DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	LA4. Desarrollar nuevos esquemas turísticos.	Plan de negocios de turismo cultural para el pueblo mágico de Mazunte.	Desarrollo de un plan de negocios que ayude a identificar los requerimientos técnicos, la inversión requerida y las estrategias de mercado que permitan la creación de nuevos esquemas turísticos.	Plan de negocios realizado.	<u>\$ 300,000.00</u>	SECTUR Oaxaca
08	DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	LA4. Desarrollar nuevos esquemas turísticos.	Plan de negocios de turismo de tercera edad para el pueblo mágico de Mazunte.	Desarrollo de un plan de negocios que ayude a identificar los requerimientos técnicos, la inversión requerida y las estrategias de mercado que permitan la creación de nuevos esquemas turísticos.	Plan de negocios realizado.	<u>\$ 300,000.00</u>	SECTUR Oaxaca
09	PROMOCIÓN	LA5. Plan estratégico social media	Plan social media 2020 para el Pueblo Mágico de Mazunte.	Realización de un plan social media, que permita establecer pautas y sugerencias para hacer uso de las redes sociales con el objetivo de posicionar a Mazunte en nuevos mercados más jóvenes.	Plan social media realizado.	<u>\$ 200,000.00</u>	SECTUR Oaxaca

10	FINANCIAMIENTO	LA6. Esquemas de apoyo para comercio formal	Programa de apoyo y orientación para la formalización de negocios comerciales en pueblos mágicos (Caso: Mazunte).	Creación de programas que motiven a los pequeños y medianos comerciantes a formalizar su negocio.	No. De comercios inscritos en el programa.	<u>\$ 100,000.00</u>	SECTUR Oaxaca
11	FINANCIAMIENTO	LA7. Políticas alicientes a la innovación de prestadores de servicios actuales.	Programa de innovación a prestadores de servicios de pueblos mágicos (Caso: Mazunte).	Creación de programa que motiven a los prestadores de servicios a mejorar e innovar su trato y productos turísticos de Mazunte.	- No. De prestadores de servicios calificados. - No de alicientes entregados.	<u>\$ 300,000.00</u>	SECTUR Oaxaca
12	INVERSIÓN PRIVADA	LA8. Creación de recorridos temáticos a inversionistas de sector privado	Viajes de familiarización a pueblos mágicos a agentes turísticos del sector privado.	Desarrollo de tours que tengan la misión de promover los pueblos mágicos con el sector privado.	No. De viajes famtrip realizados No. De organizaciones del sector privado invitadas.	<u>\$ 250,000.00</u>	SECTUR Oaxaca

CONCLUSIÓN.

Es una realidad que Mazunte es un destino con una experiencia turística importante favorecido, en gran medida, por el crecimiento y desarrollo de destinos consolidados como Santa María Huatulco y la Ciudad de Oaxaca de Juárez. Esta situación ha contribuido naturalmente a incrementar el flujo de visitantes hacia este destino y los beneficios económicos derivados de la actividad turística.

Uno de los principales hallazgos de esta investigación es que a pesar del alto potencial que tiene Mazunte para consolidarse como un destino turístico importante, parece haber caído en una etapa de estancamiento por diversos factores tanto endógenos como exógenos. Sin duda que la atención principal de las acciones sugeridas en este destino están dirigidas a generar un proceso de renovación que sea altamente incluyente y participativo. Habrá que dirigir los esfuerzos a habilitar aquellos elementos que sean susceptibles de ser aprovechados para construir una mejor experiencia turística sin embargo éstas deben estar más orientadas hacia el ámbito correctivo.

En la actualidad se presentan nuevos retos en materia de turismo. Sin duda existe un clima más competitivo donde sobrevivirán solo aquellos destinos que capitalicen mejor sus fortalezas y trabajen en disminuir sus debilidades.

Aun cuando los destinos posean atractivos excepcionales, sin una planificación adecuada y el establecimiento de una estrategia de mediano y largo plazo, su continuidad estará en grave riesgo. Se debe tener en consideración el trabajo colaborativo como una oportunidad a explotar. Ahora se ve un turista más exigente demandando productos y servicios más especializados que los Pueblos Mágicos tienen el potencial de ofrecer.

LISTADO DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [01] **INAFED** (2019). Enciclopedia de los municipios Turísticos y delegaciones de México.
- [02] **INEGI** (2019). Banco de información de actividad turística y censos de población y la vivienda: Oaxaca.
- [03] **KOTLER, P. & Armstrong, G.** (2003). Fundamentos de marketing, Sexta Edición, Editorial Pearson, Cdmx, México.
- [04] **MCCARTHY, E.j. & Perreault, W.D.** (1996). Marketing, 11ª Edición, Editorial Irwin, Santa Fé, Bogota.
- [05] **Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico** (2015). Ruta de la Costa, Primera Edición, Oaxaca, Oax.