

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

**Estudio de mercado. Michoacán promotores turísticos**

**Autor: Larissa D. Sánchez Gutierrez**

**Diplomado en mercadotecnia para obtener el título de:  
Lic. en Diseño Gráfico**

**Nombre del asesor:  
Javier Chávez Ferreiro**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





---

**UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA**

**ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO**

TITULO: ESTUDIO DE MERCADO  
"MICHOACAN PROMOTORES TURISTICOS"

**DIPLOMADO EN MERCADOTECNIA**

PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN DISEÑO GRAFICO**



**PRESENTA: LARISSA D. SANCHEZ GUTIERREZ**

ASESORES: LIC. JAVIER CHAVEZ FERREIRO  
LIC. MANUEL A. GUTIERREZ AGUILAR

MORELIA, MICHOACAN, 1998

---



## INTRODUCCION

Hoy en día los conceptos estratégicos más valiosos que deben considerarse es el de la Mercadotecnia y la Imagen de la Identidad de las organizaciones, productos o servicios, según sea el caso. Aquella organización que consciente de dar este paso desarrolla un estudio de mercado y proyecta una imagen de excelencia hacia sus diversos receptores y consumidores, tiene como respuesta en el medio y largo plazo grandes beneficios que van desde el reconocimiento, penetración, posicionamiento y confianza hasta la obtención de importantes disminuciones en los costos de operación, así como la posibilidad de evitar de manera oportuna y sustentada diversos problemas que se presentan en toda organización.

Un ejemplo muy claro, es la presentación del proyecto "MICHOACAN PROMOTORES TURISTICOS ", empresa que se dedica a realizar excursiones por los diferentes lugares más representativos del Estado. Ya que aquí se conjugan las más típicas poblaciones llenas de cultura, arquitectura, arte, gastronomía, y música; dando lugar a un paraíso de color donde se contrasta el verde de los bosques y montañas y el azul de sus lagos y manantiales.

Para poder llevar acabo está difusión y promoción, es necesario un estudio de Marketing, así como la creación de una Imagen de Identidad Corporativa, este proyecto contendrá la aplicación de conceptos mercadológicos y de diseño gráfico que son indispensables en toda organización para saber del segmento, precio, plaza y promoción que se debe de contemplar para llegar a cumplir nuestra Misión.

## ANTECEDENTES HISTORICOS

Michoacán es un apasionante estado con paisajes, historia, cultura, artesanías y por supuesto el calor de sus habitantes .

Ubicado entre la costa del Pacífico y la Meseta Central, con una superficie de 59.864 kms. cuadrados. Limita al norte con Guanajuato, al este con el Estado de México, al sur con Guerrero y el Océano Pacífico, al noroeste con Querétaro, al suroeste con Colima y Jalisco.

En el Estado se encuentran todos los paisajes y climas, desde la cálida costa con vegetación tropical donde crecen hermosas y esbeltas las palmas reales, hasta la abrupta sierra, con sus frescos bosques de coníferas y tropicales aguaceros, reconocidos por sus bellezas naturales, los paisajes de Michoacán brindan una gran variedad de centros recreativos con servicios de hospedaje, alimentación, salud; entre los cuales se encuentran:

Pátzcuaro, Los Azufres, Morelia, Uruapan, Quiroga, Tlalpujahuá, Cuitzeo, Angangueo, Tzintzuntzan, Santa Clara del Cobre, Zirahuén, entre otros.

Cuando se contempla el panorama general de las artesanías mexicanas sobresalen las michoacanas por la gran variedad y riqueza de su colorido, así como la imaginación y destreza de quienes la realizan; entre ellas podemos encontrar, alfarería y cerámica, el cobre, la forja, hilados y tejidos, tule y paja, cuero, metales preciosos, maderas, lacas y juguetería.

En cuanto a la cultura podemos hablar de la música michoacana, danza regional, literatura, pintura, escultura, arquitectura y la variedad de la cocina regional michoacana, que parece no tener límites.

La infraestructura turística actual coloca a Michoacán en el octavo lugar nacional por su planta de hospedaje por el mejoramiento de sus instalaciones y por los servicios y las atracciones turísticas naturales y culturales.



# INDICE

1 Tema

2 Objetivo

3 Introducción

4 Marco Teórico

- antecedentes históricos

5 Hipótesis

6 Desarrollo del Tema

7 Estudio de Mercado

- misión
- segmentación
- posicionamiento
- oferta del servicio
- precio
- canales de distribución
- programa promocional
- personal de servicios
- procesos

8 Imagen Corporativa

- logotipo
  - logo pantone
  - retícula de reproducción
  - medidas de proporción y área de restricción
- papelería básica
  - tarjeta de presentación
  - hoja membretada
  - sobre oficio
  - sobre bolsa



- papelería administrativa
  - memorandum
  - hoja de registro
  - contrato
  - factura
  
- medios publicitarios
  - cartel
  - tríptico formal
  - tríptico práctico
  - anuncio sección amarilla
  - anuncio prensa
  - punto de venta
  - espectacular
  
- souvenir
  
- justificación

9 Conclusiones

10 Bibliografía

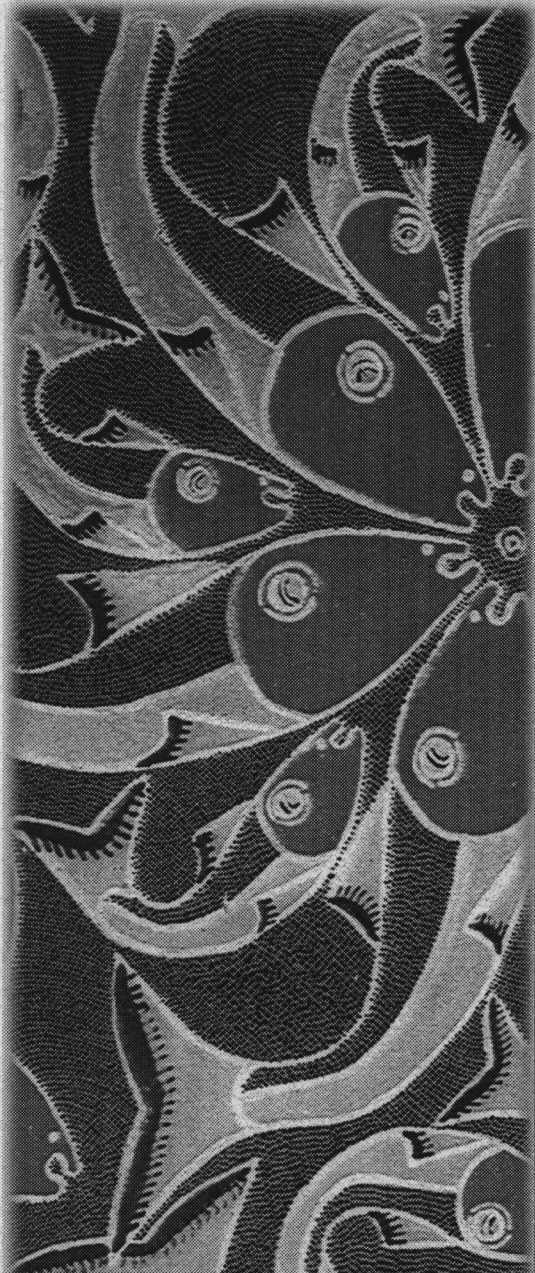


**TEMA**

**MICHOACAN  
PROMOTORES TURISTICOS**

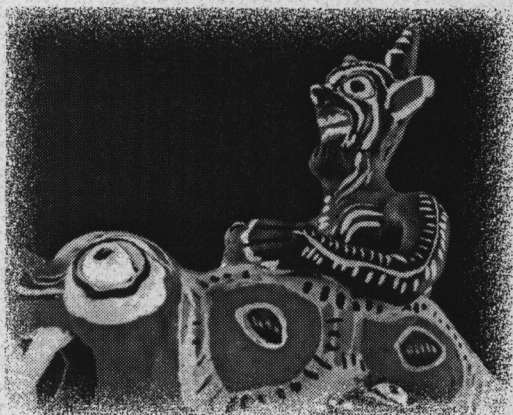
ESTUDIO DE MERCADO





## OBJETIVO

Ofrecer el servicio de un recorrido turístico, y dar a conocer algunos de los lugares más representativos y atractivos del Estado de Michoacán, incluyendo aspectos culturales, históricos y de entretenimiento para promover el mismo, propiciando así la comercialización de servicios y una mayor afluencia de visitantes.



OCUMICHO

---



**INTRODUCCION**





**MARCO TEORICO**

**4**



## HIPOTESIS

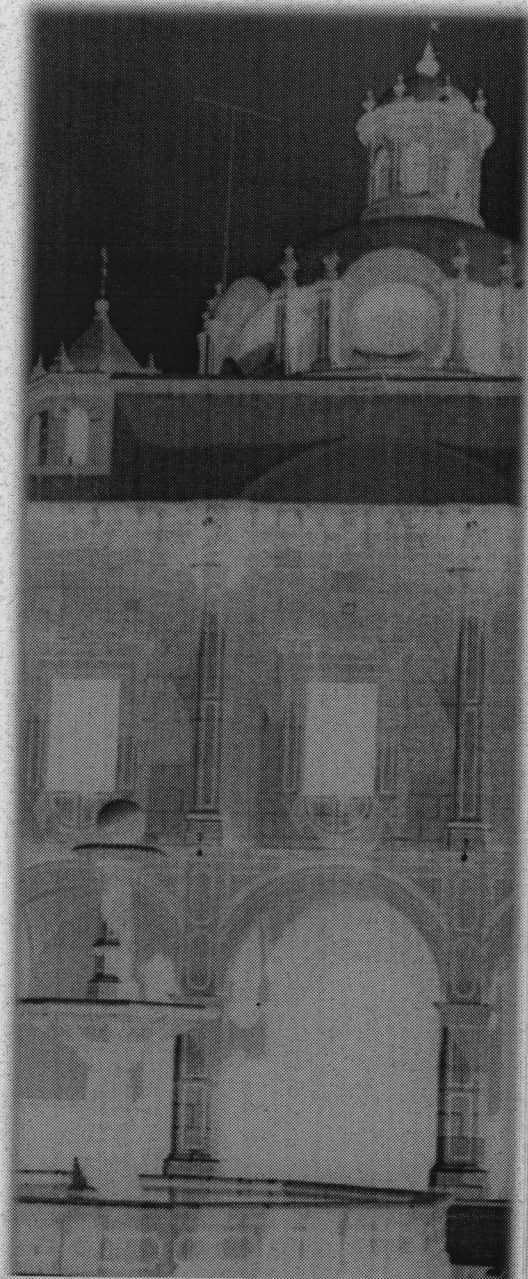
Mediante la ayuda de una promotora bien establecida, se mostrará las bellezas michoacanas; realizando recorridos, excursiones, paseos, campamentos y viajes de aventura.

Realización de un estudio de mercado, que determinará el real funcionamiento del servicio que ofrece la promotora, el cual estará fundamentado en Mercadotecnia y Diseño Gráfico.

Elaboración de una intensa campaña promocional turística, para fortalecer la imagen de Michoacán, através de medios gráficos impresos.







El proyecto se refiere a una empresa privada que ofrece un servicio de recorridos turísticos, al público consumidor de la aventura. Por lo tanto se empezará por definir que es Mercadotecnia de Servicios.

## **MERCADOTECNIA DE SERVICIOS**

La mayor parte de las ofertas de productos son una combinación de bienes tangibles y de servicios intangibles sin que predominen ni unos ni los otros.

Los servicios son actividades identificables e intangibles que constituyen el objeto principal de una transacción cuyo fin es satisfacer las necesidades o deseos del cliente.

### **Tipos de servicios de empresas lucrativas:**

Son vivienda, cuidado de la casa, recreación y entretenimiento, cuidado de la empresa, atención médica, educación privada, servicios empresariales y otros servicios profesionales, seguros, servicios bancarios y financieros, transporte y comunicación.

### **Tipos de servicios de empresas no lucrativas:**

Son educativas, culturales, religiosas, caritativas y filantrópicas, causas sociales, atención médica y políticas-sociales.

Los servicios son intangibles e inseparables del vendedor, también son heterogéneos muy perecederos y su demanda fluctúa mucho. Todas estas características tienen varias consecuencias para el marketing.

Muchas de las empresas dedicadas a ofrecer servicios han adoptado lentamente las técnicas del marketing que en la comercialización de los bienes han dado satisfacción a los consumidores y ganancias a los productores; sobre todo en las organizaciones sin lucro.

Muchos no entienden el marketing, ni las ventajas que pueden obtener del desarrollo de un programa para vender servicios, consiste en que los ejecutivos lo primero que hacen es identificar el mercado meta, aplicando especialmente las estrategias de segmentación y luego diseñan una mezcla de marketing para satisfacer las necesidades del segmento.

En la etapa de planeación del producto, las empresas de servicios se valen de varias estrategias de la mezcla de productos y deberán de usar marcas en sus servicios, mantener un nivel uniforme de la calidad que espera el cliente, esto es esencial para el éxito de éstas compañías, así como también deben de determinar el precio base y seleccionar las estrategias adecuadas de fijación de precios, los canales de distribución, son muy simples en el marketing de servicios ya que rara vez se recurre a intermediarios, el principal reto de la distribución física consiste en ubicar la compañía en un lugar donde atienda bien a sus mercados; en cuanto a la promoción se usan ampliamente la venta personal y la publicidad a menudo de una manera agresiva y con mucha eficacia.

Este tipo de compañías empiezan a reconocer la importancia de los encuentros de servicio y del personal que tiene contacto con el cliente.

Para dar inicio a la investigación y planteamiento del problema se establecerán los pasos que hay que seguir para la realización de un estudio de mercado que en este caso se refiere a una promotora que su finalidad es precisamente la de promover y dar a conocer el Estado de Michoacán, que realmente tiene mucho que ofrecer.

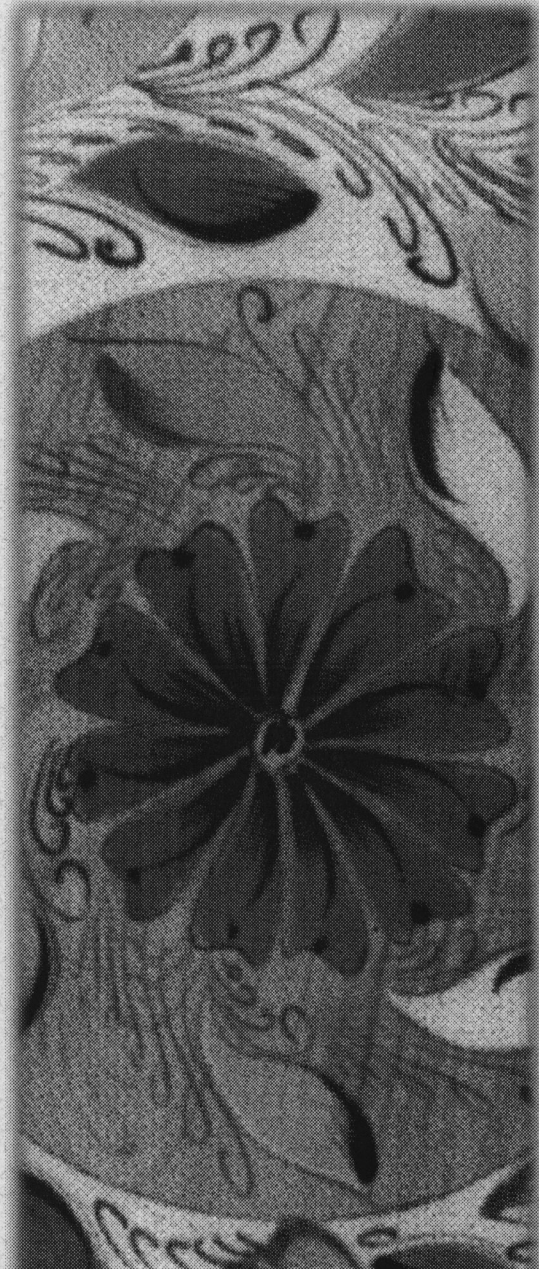


Algo que es importante destacar es que el estudio está basado solo en los lugares más representativos del Estado, esto con la finalidad de englobar la investigación y evitar así desviaciones en cuanto a las hipótesis planteadas.



**AHUIRAN**

---



Para la realización de un estudio de mercado, primero que nada se tiene que saber: ¿Qué es lo que queremos transmitir al público en cuanto al Servicio?. Para esto se deberán de tomar en cuenta las necesidades y deseos del mercado al que pensamos dirigirnos, es por eso que lo primordial a plantear serán nuestros Objetivos-Misión.

A continuación se dará una breve explicación de lo que significa cada etapa del estudio de mercado seguido de la descripción y enfoque que dará "MICHOACAN PROMOTORES TURISTICOS".







**misión**

## MISION

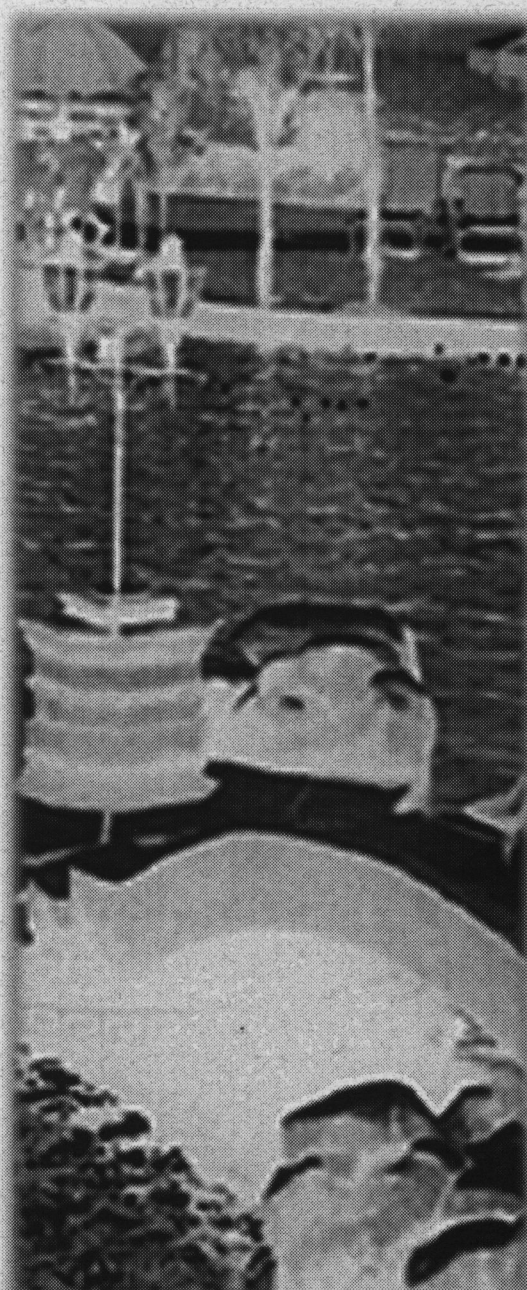
Se refiere a la declaración perdurable de propósitos que proporcionan una visión clara de las actividades vigentes y futuras de una empresa, en términos de producto, servicio y mercado así como sus valores, creencias y puntos de diferencia con respecto a sus competidores.

Una misión ayuda a determinar relaciones en cada uno de los mercados clave, con éstas, la institución interactúa y proporciona un sentido de dirección y propósito que conduce a una mejor toma de decisiones en todos los niveles de la empresa.

La Misión en el proyecto es:

Dar a conocer los lugares más representativos de nuestro Estado a través de recorridos, excursiones, campamentos y actividades recreativas. La mayoría de las agencias de viajes ofrecen estos mismos servicios, sin embargo éste no es su objetivo principal ya que éstas promueven viajes en general, mientras que "MICHOACAN PROMOTORES TURISTICOS ", se encarga de promocionar la cultura que existe en cada uno de los rincones de nuestro bello Estado.

El servicio no solo consiste en proporcionar información (como se hace en algunas agencias de viajes o en la secretaría de turismo) sino también incluye visita guiada a sitios de interés turístico, con transporte, alimentación, hospedaje, actividades, promociones, etc.



**segmentación**



## SEGMENTACION DEL MERCADO META

Consiste en la investigación sobre los componentes de la población y el ingreso económico, factores demográficos y como repercuten en el mercado de un servicio, así como el comportamiento de compra del consumidor, sus motivos y hábitos de compra, sus determinantes psicológicos (motivación, percepciones, actitudes, personalidad), adquieren más importancia cuando se venden servicios que bienes, así como los factores de la estructura de la clase social y de los grupos de referencia, afectan de modo importante al comportamiento de compra en los mercados de servicios.

**“MICHOCAN PROMOTORES TURISTICOS ”** ofrece un servicio con la finalidad de motivar al consumidor a que conozca el Estado Michoacano, sin embargo basicamente este servicio estará dirigido al turismo a nivel nacional y a nivel local.

Tomando en cuenta el nivel local, se comenzará por dirigirlo al segmento joven, ya que Morelia cuenta con una gran población juvenil, debido a que es la capital del Estado y en la cual se encuentran muchas universidades y por lo tanto hay muchos estudiantes.

Las características de nuestros segmentos serán:

Perfil del Consumidor: Personas economicamente bien establecidas considerando clase media, media-alta, con conocimientos que le permitan tener una percepción más amplia sobre la cultura general, con actividades de buena educación, que tengan un espíritu aventurero todo esto con la finalidad de despertar en ellos la inquietud por conocer uno de los estados más fascinantes de la República Mexicana.



**posicionamiento**

## POSICIONAMIENTO

Algunos de los puntos claves y básicos en el establecimiento de la posición son:

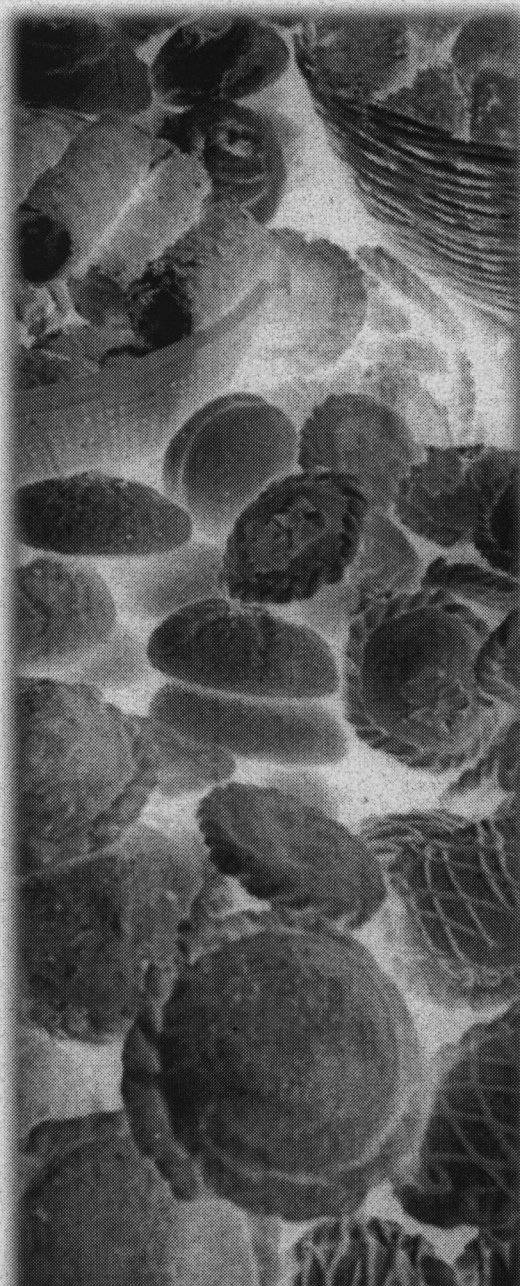
- \*Encontrar la posición actual en el mercado y fortalecerse en ella.
- \*Identificar una posición de mercado que no ha sido ocupada y por lo tanto ocuparla, encontrando una ventaja competitiva y ocupar un lugar en la mente del consumidor.
- \*Reposicionamiento de la competencia, es decir hacer a un lado a la competencia, encontrando las diferencias en cuanto a ésta.

El servicio que ofrece la promotora ya existe, pero de cierta manera no es reconocido formalmente ni con la importancia que merece ya que se ha tomado como un complemento de las agencias de viajes, es por eso que este servicio se considera un Servicio Nuevo dentro de un mercado presente.

La alternativa de servicio que se ofrece:

Recorrido Turístico por los lugares más representativos del Estado, incluyendo aspectos culturales, históricos y de entretenimiento, para que se conozca y se promueva Michoacán.





**oferta del servicio**

## DEFINICION DE LA OFERTA DE SERVICIO

### OFERTA

Es determinar lo que se va a ofrecer o se está ofreciendo, tomando en cuenta si se trata de:

Servicio esencial o genérico

Servicio esperado (condiciones mínimas que espera el cliente).

Servicio alimentado (establece la ventaja competitiva).

Servicio potencial ( se puede hacer uso o no del servicio se aplica solo a algunos clientes).

Aquí se debe de determinar, la marca y nombre del servicio, que hablará de lo que la empresa está ofreciendo así como también la representación de la imagen que va a dar.

Calidad Buena, Mala, Regular.

La Promotora ofrece:

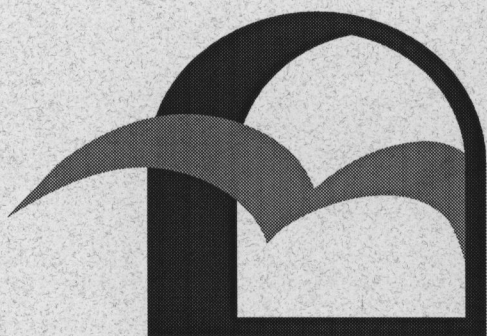
Hacer un reconocimiento de los lugares turísticos que ofrece Michoacán, a través de un recorrido, haciendo una promoción de la cultura, tradiciones y forma de vida de la gente michoacana.

Es por esta razón que el servicio se identifica con el nombre de:

**“MICHOCAN PROMOTORES TURISTICOS ”** (marca del servicio).

A nivel local se creó esta oferta con la finalidad de que se valore nuestra cultura michoacana, ya que en la mayoría de las veces solo se aprecian las cosas de afuera y lo que se tiene a cortas distancias y al alcance no.

Por lo tanto y mediante un ambiente agradable, atractivo y sobre todo enriquecedor se fomentará el buen gusto de viajar.



# Michoacán

PROMOTORES TURÍSTICOS

IMAGEN Y MARCA DEL SERVICIO

---



A diferencia de las agencias de viajes o de la Secretaría de Turismo que solo cuenta con folletos informativos acerca de los atractivos que nos brinda el Estado.

“MICHOACAN PROMOTORES TURISTICOS ” te lleva de la mano a conocerlo a través de sus multiples recorridos, e incluso da la oportunidad de que el propio cliente forme sus itinerario de acuerdo a sus necesidades.

Servicios:

Hospedaje

Transporte

Alimentación

Actividades Recreativas

Integración y Motivación en Grupos

Diversiones extras

Guia Turística

Cada uno de estos factores estará condicionado dependiendo de la clase de recorrido que se lleve acabo y de acuerdo a las necesidades del cliente.



**precio**

## **PRECIO**

Establecimiento del precio. Dado que los servicios son perecederos , no es posible almacenarlos y su demanda fluctúa de manera considerable, de modo que esto influye mucho en el momento de fijar los precios.

Existe el método basado en el costo total unitario y el precio basado en el mercado que viene siendo el precio establecido que está marcando la competencia.

La elasticidad de la demanda de un servicio, influye también en la determinación del precio.

Para realizar el establecimiento de un precio de un servicio, se debe de tomar en cuenta como base, los costos que implica el ejecutar o llevar acabo la realización del servicio.

En el caso del precio que establecerá la promotora, está fundamentado en los costos que implica el realizar un recorrido turístico por algunos de los lugares representativos de la Región Central, como ejemplo se citará un Recorrido y un segundo tipo de servicio que se refiere a un Campamento.



## **ITINERARIO REGION CENTRAL**

### **PRIMER DIA**

- 9:00 Salida de Morelia
- 9:30 Llegada a Capula
- 10:00 Salida a Quiroga
- 10:30 Llegada a Quiroga
- 11:30 Camino a Santa Fé de la Laguna
- 11:45 Santa Fé de la Laguna
- 12:15 Salida Isla Yunuén
- 12:30 Llegada Isla Yunuén
- 13:00 Salida a Tzintzuntzan
- 13:30 Tzintzuntzan
- 14:00 Salida a Pátzcuaro
- 14:30 Embarcar hacia Janitzio
- 15:00 Llegada a la Isla Janitzio
- 18:00 Regreso a Pátzcuaro
- Resto del día Libre.

### **SEGUNDO DIA**

- 9:00 Pátzcuaro (visita lugares importantes)
- 13:00 Salida a Santa Clara del Cobre
- 13:30 Llegada a Santa Clara del Cobre
- 14:30 Salida a Zirahuén
- 15:00 Llegada a Zirahuén (comida)
- 16:30 Salida a Tingambato
- 17:30 Llegada a las Ruinas deTingambato
- 19:00 Salida a Uruapan
- 19:00 Uruapan (resto del tiempo Libre)

## **TERCER DIA**

10:00 Uruapan (recorrido por la ciudad)  
14:00 Comida ( Restaurante de Antojitos)  
15:30 Salida a la Tzararacua  
16:00 Llegada a la Tzararacua  
18:00 Regreso Morelia  
20:00 Llegada a Morelia

## **GASTOS**

Tomando en cuenta solo el recorrido del primer día que incluye:

- Transporte del primer día ( autobus de primera clase, con t.v., aire acondicionado, w.c.)  
costo \$ 2,000.00 mn., \$ 250.00 dls.
- Guía (persona encarga de dirigir el recorrido)  
costo \$ 300.00 mn., \$ 37.50 dls.
- Total \$ 2,300.00 mn., \$ 287.50 dls.

El autobus tiene un cupo de 39 personas, sin embargo se considera un número menor como mínimo que será de 25 personas, así de esta manera dividiendo el número total de gastos entre el número de gentes, el viaje costaría \$ 92.00 mn., \$ 11.50 dls. por persona, es el costo base, sin embargo hay que agregar la ganancia que le quedará a la Promotora, la cual aumentará un porcentaje equivalente a \$ 130.00 mn., \$ 16.25 dls., quedando así una ganancia de \$ 38.00 mn., y \$ 4.75 dls.

## CAMPAMENTO

### SERVICIO:

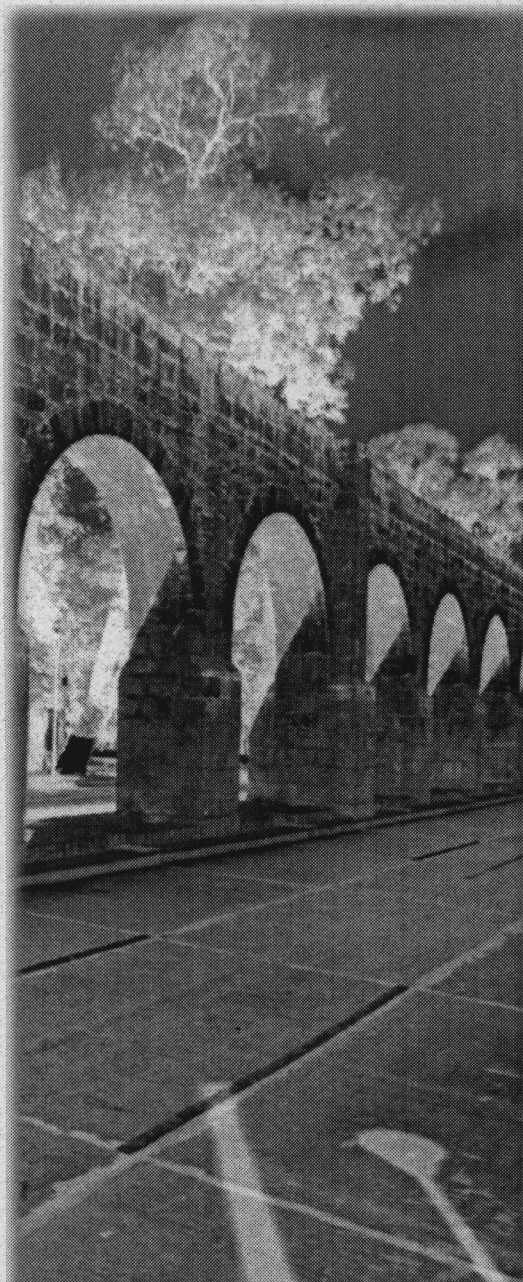
Hospedaje, Transporte y Comida ( platillo típico de la región).

Este paquete es considerado muy económico, ya que va dirigido esencialmente a estudiantes, o bien gente joven.

### LOS AZUFRES ( Laguna Larga )

Cabaña para					
6 personas	\$ 500.00	mn.	\$ 62.50	dls.	por noche
Chofer	\$ 200.00	mn.	\$ 25.00	dls.	por día viáticos
Combi (gasolina)	\$ 400.00	mn.	\$ 50.00	dls.	
Comida	\$ 300.00	mn.	\$ 37.50	dls.	
Cocinera	\$ 100.00	mn.	\$ 12.50	dls.	
Total de Gastos	\$ 1500.00	mn.	\$ 187.50	dls.	
Dividido en 6 personas			\$ 250.00	mn.	\$ 31.25 dls.
Precio de la Promotora			\$ 300.00	mn.	\$ 37.50 dls.
Ganancia			\$ 50.00	mn.	\$ 6.25 dls.





**canales de distribución**

## **CANALES DE DISTRIBUCION**

Una buena ubicación es indispensable cuando se distribuye un servicio directamente del productor al usuario, sobre todo hoy en estos tiempos cuando el público consumidor busca ante todo la comodidad.

En cuanto al ambiente físico (admisfera), influye mucho en la percepción del servicio. Como los servicios son intangibles, el consumidor observa detenidamente la instalación y a los empleados, cuando realiza una evaluación antes de realizar cualquier compra y sobre todo cuando se trata de un servicio que va a consumir.

Se debe prestar atención al diseño interior , en el cual entran la iluminación, el olor, la ubicación, y las facilidades de acceso para llegar a adquirir el servicio.

### **“MICHOACAN PROMOTORES TURISTICOS ”**

Se encuentra ubicado en Av. Acueducto No. 265 esquina Diego de Basalenque, Centro. C.P. 58000 Tel/Fax (43) 13 6699 e-mail: mpt@sec-tur.com.mx. (página abierta en internet donde solo se podrá encontrar información básica de los servicios que ofrece la promotora., con datos anexos donde pueden adquirir mayor información y detalle sobre los recorridos.

Se instalaran PUNTOS DE VENTA donde se podrá dar información amplia sobre los servicios que ofrece la Promotora, como lo son los recorridos, campamentos, diversiones, etc., haciendo una demostración sencilla de los lugares que se pueden visitar asi también se harán recomendaciones y sugerencias para formar paquetes al gusto del cliente en caso de que los que se promocionen en ese momento no cubran sus necesidades. Estos puntos de venta estarán ubicados en los centros comerciales de mayor importancia en la ciudad como lo son Plaza Fiesta Camelinas, Plaza Morelia y Plaza las Américas.

Contacto del cliente al proveedor se refiere a la distribución a nivel local, mientras que el contacto de consumidor y proveedor será a nivel nacional.

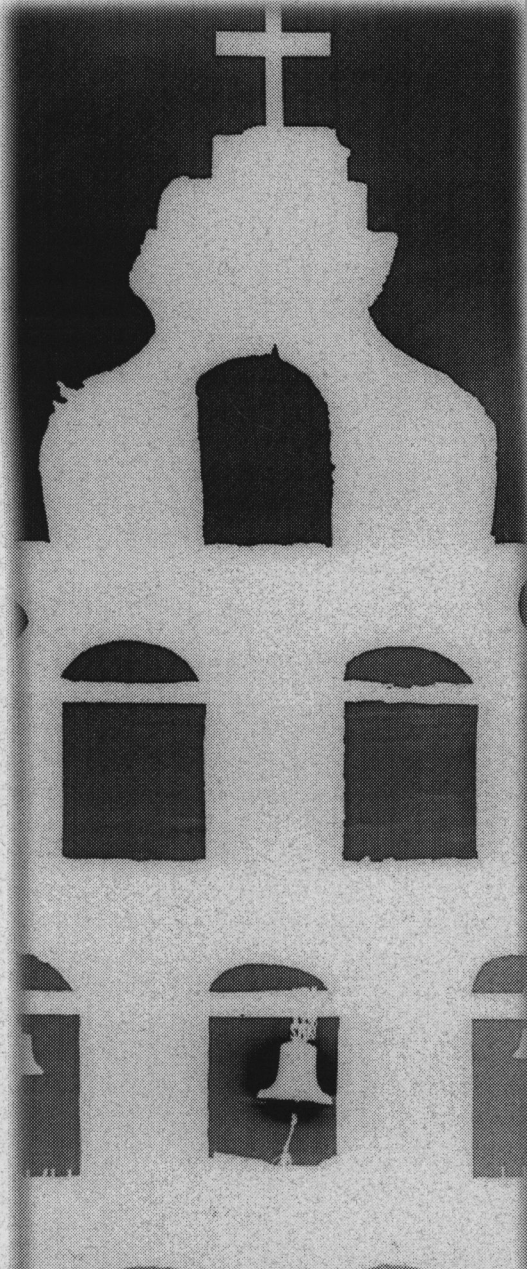
## **INSTALACIONES**

Debido a que el cliente en lo primero que se fija es en la presentación que tengan las instalaciones del local donde se vende el servicio, es necesario manejar un ambiente agradable, limpio y confiable y no solo en apariencia sino que realmente exista.

Descripción de la promotora: Oficina pequeña diseñada de tal forma que sea acogedora , pintada de colores muy representativos y llamativos utilizados en las artesanías michoacanas. En cuanto al inmueble, se encuentran muebles rústicos y típicos también correspondientes a la artesanía que se fabrica aquí en el Estado, y que son diseñados por los habitantes de Tzintzuntzan y para ir acorde a ello, también habra artesanía tradicional que se produce en varios de los pueblos más representativos.

Equipo accesorio: computadora, impresora, internet, fax, teléfono, escritorio, mesas, sillas, cafetera, papelería, entre otras cosas indispensables.





**programa promocional**

## **PROMOCION**

La promoción es la parte de la mezcla de marketing con que están más familiarizadas las empresas de servicios y también es la que más usan.

Puede emplearse la venta personal, ya que desempeña un papel dominante en los programas de promoción, por ejemplo: los empleados de una empresa de servicios que entran en contacto con el cliente son en realidad parte de la fuerza de ventas.

A menudo los clientes se hacen una opinión de una compañía y de su servicio, a partir de Encuentros de Servicio, es decir, la integración del cliente con un empleado o con un elemento tangible como el ambiente físico, donde se presta el servicio, por lo tanto la gerencia deberá de preparar, al personal de contacto y al ambiente físico, dicha preparación incluye reclutamiento, capacitación y supervisión.

### **Publicidad**

Es una comunicación masiva e impersonal, las formas más conocidas de publicidad son los anuncios que aparecen en los medios electrónicos ( televisión, radio, internet, etc.) y en los impresos (editoriales, prensa, entre otros.), sin embargo hay muchas otras alternativas, desde el correo directo, los espectaculares hasta anuncios de sección amarilla.

### **Promoción de Ventas**

Actividad estimuladora de la demanda, cuya finalidad es complementar la publicidad y facilitar la venta personal.

Es un incentivo temporal que estimula la compra, ésta promoción puede ser dirigida al consumidor o bien a los canales de distribución, que incluye: Concursos, exhibiciones comerciales, exhibiciones en la tienda, bonificaciones, muestras gratuitas, premios, descuentos y cupones.

“MICHOACAN PROMOTORES TURISTICOS”, en cuanto al programa promocional, su objetivo principal es, convencer al cliente de que en Michoacán existen lugares atractivos y que la mejor forma de disfrutarlos es con la promotora, contratando el servicio que ésta ofrece.

El principal plan de promoción es: Ofrecer un excelente servicio, con la finalidad de que el cliente sea el principal promotor, apoyado por los diferentes medios gráficos que a continuación se presentan.

## **MEDIOS PROMOCIONALES**

### **IMPRESOS**

Para el mercado joven, que es el mercado meta, se da información acerca del servicio que se ofrece, mediante un:

**FOLLETO PRACTICO** que se distribuye en las universidades, prepas, secundarias y agencias de viajes.

**FOLLETO FORMAL** se utilizará para dar información solo que a diferencia del folleto práctico este será utilizado para otro segmento, como lo son los organismos gubernamentales, secretaría de turismo, agencias de viajes y hoteles, con la finalidad de que la ciudadanía en general tenga acceso a estos folletos informativos y se de cuenta de los servicios que se presentan.

**ANUNCIO SECCION AMARILLA** publicación que se hace en un tamaño de un cuarto de página, donde se ofrecerá un mensaje sencillo pero sustancioso.



**ANUNCIO DE PRENSA** al igual que en la sección amarilla se presentará un anuncio de media plana, con un mensaje sustancioso y sencillo, la diferencia que habrá en estos es que éste anuncio sólo se publicará eventualmente en temporada alta y promociones, para manejar cupones de descuento.

**CARTEL** la aplicación de éste es también de suma importancia debido a que por medio del cual se darán a conocer las promociones que se estén manejando según la temporada, se ubicarán en las principales avenidas de la ciudad y así como en las tiendas de autoservicio y las de mayor afluencia de gente de acuerdo al segmento al que vaya dirigido. De esta forma la publicidad estará uniformada y saldrán al mismo tiempo todos los medios impresos para fortalecer la campaña promocional.

**ESPECTACULARES** anuncios que son de una gran dimensión, en cuanto a la ubicación de estos es importante ubicarlos en los diferentes accesos que tiene Morelia, así el turismo que llegue a la ciudad, lo aprecie, se interese y se comunique a la promotora, de esta manera se percatará de que existe un lugar donde pueden darle información sobre los lugares turísticos que Michoacán le ofrece. Se establecerán en :

Salida a Guadalajara

Salida a Pátzcuaro

Salida a México

Salida a Mil Cumbres

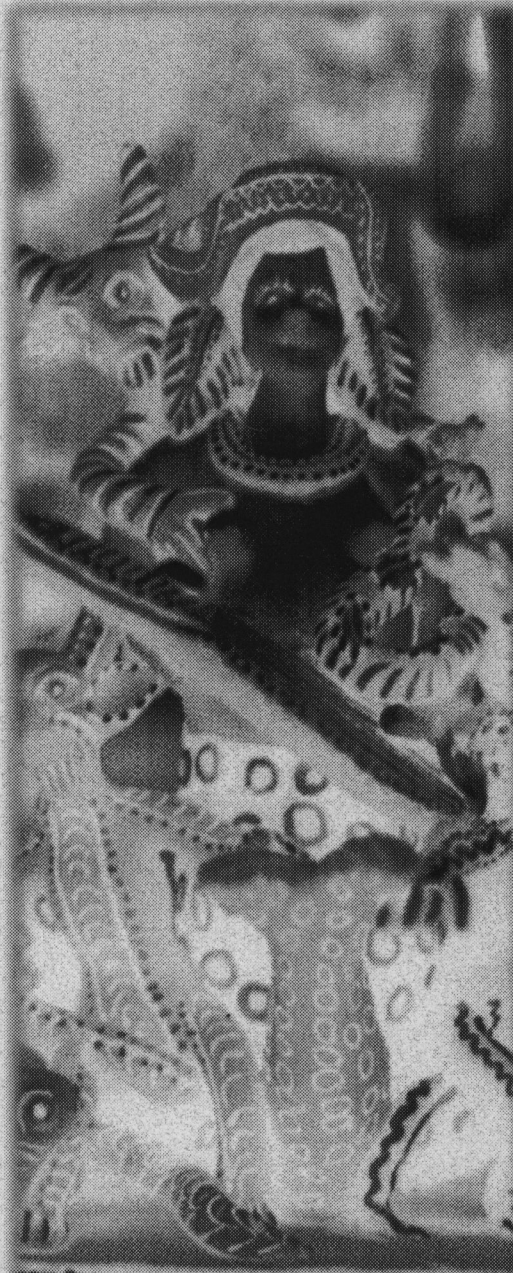
**SOUVENIRS** son artículos que sirven como herramienta promocional, estarán en venta en la promotora y también al finalizar algún recorrido. Estos serán utilizados como ganchos en la promoción de ventas, por ejemplo: en grupos mayores de 20 personas se rifará algún souvenir. Entre los objetos promocionales se encuentran, las tazas, gorras, playeras y bolsas.

## **OTRAS FORMAS DE PROMOCION**

**INTERNET** se encuentra abierta una página de internet donde aparecerá información acerca de los servicios que se ofrecen en la promotora, posteriormente se abrirán más páginas según las necesidades que se vayan presentando.

Algo importante que debe mencionarse es que no se hará uso de los medios de comunicación como lo es, radio ni televisión, porque se considera que a nivel local, estos medios son deficientes en la localidad y perjudicarían la imagen de la empresa y no tendría ningún efecto positivo o multiplicador.

**PROMOCION DE VENTAS** se ofrecen descuentos a grupos mayores de 40 personas, en temporada baja, entre las promociones que se manejan están el famoso 2X1, una comida gratis, etc., esto está sujeto a cambios y dependerá del tipo de servicio, es decir de acuerdo al paquete elegido, las promociones se darán a conocer en el anuncio de prensa, por mencionar algunos: Cupones de descuento, de comida gratis y de sorpresas.



**personal de servicios**



## **PERSONAL DE SERVICIOS**

En el caso de la promotora, el contacto directo será con las agencias de viajes, así como con el turismo que acuda a la ciudad de Morelia, entre otros.

Para la elección del personal que colabora en la promotora y que hace posible la realización del servicio, se tomaron en cuenta varios aspectos:

- Apariencia personal
- Desenvolvimiento personal
- Deseos de superación
- Disposición a actividades extras
- Ganas de trabajar.

El personal de Servicios lo constituye:

### **Secretaria**

Será la intermediaria entre la empresa y el cliente, la cual deberá ser capacitada, con un programa de atención al cliente y un curso de relaciones públicas, esta persona es bilingue y estará sometida a varios cursos de idiomas, ya sea para reafirmar sus conocimientos así como nuevos idiomas.

### **Agente de ventas**

Persona que se encargará de promocionar los paquetes de los recorridos, ya sea en las agencias de viajes, escuelas y hoteles. Recibe cursos de capacitación en cuanto a relaciones públicas y mercadotecnia.

### **Guía**

Persona que está en contacto directo con el turista, recibe capacitación de información sobre los diferentes datos históricos y culturales de los pueblos que incluyen los recorridos.

Se trata también de una persona que es bilingüe y está sumamente bien preparada y perfeccionada en el idioma inglés que es el más utilizado después del español. Esta sometido a cursos de relaciones públicas, es muy dinámica y activa con capacidad de dominar y controlar a grupos grandes de turistas.

### **Chofer**

Persona amable que se encarga del servicio de transporte y de trasladar al turista a los diferentes lugares del Estado.

Está capacitado de acuerdo a las normas de vialidad, trato amable al turista, es muy confiable y muy responsable, con educación suficiente para saber convivir con el cliente.

### **Cocinera**

Persona responsable que sabe guisar varios platillos que son representativos del Estado, es muy limpia, confiable, responsable y también tiene la característica de ser muy sociable con todos los turistas (clientes) que participan en el recorrido.



**procesos**



## **PROCESOS**

Se refiere a las etapas , pasos, lineamientos que hay que seguir en un orden. Intervienen: Personas, lugares, tecnología, etc.

Através de estos funcionan las organizaciones, tiene que haber relación entre mercadotecnia y el proceso productivo.

El proceso deberá ser un servicio al cliente.

Para adquirir la contratación de algún recorrido "X", solo necesita el cliente, saber ¿Qué es lo que busca o desea?, para mostrarle los diferentes paquetes.

La oficina maneja un horario de 9:30 am. a 2:30 pm. turno matutino y en el vespertino es de 4:30 pm. a 8:00 pm.

Aquí se atiende a todo el público que esté interesado en aventurarse y salir de la rutina, realizando un recorrido por Michoacán.

Tanto en la oficina como en los diferentes puntos de venta que se instalarán podrán obtener cualquier tipo de información referente al servicio que se ofrece, así como también podrán realizar cualquier operación en cuanto a los paquetes, como lo es contratación del servicio.

### **Paquetes**

Contienen los lugares que se pueden visitar como lo son los pueblos y lo que estos ofrecen, aspectos culturales, históricos y recreativos.

### **Itinerario**

Varían de acuerdo al tipo de paquete aquí pueden encontrar las actividades diarias, horarios, lugares a visitar, así como sugerencias.

Cuando el cliente ha elegido ya el recorrido, el siguiente paso es establecer las reglas del servicio, donde se pide un 50% de anticipo y 3 días antes del viaje liquidar el resto, en caso de cancelar tendrá que ser con una semana de anticipación la cual se castigará con un 20% del

anticipo dado, en cuanto se haya llegado a un acuerdo sigue hacer la firma de contrato.

## **SERVICIO A CLIENTES**

### **ANTES DE LA COMPRA**

Se otorgan folletos con información acerca de los servicios.

### **DURANTE LA COMPRA**

Se aceptan tarjetas de crédito, efectivo, siempre y cuando se realicen los pagos de acuerdo a como se establece en el contrato. (50% anticipo)

### **DESPUES DE LA COMPRA**

Al final del recorrido se les entrega una hoja membretada para que escriban sus sugerencias y opiniones acerca del viaje y aventura que se realizó.



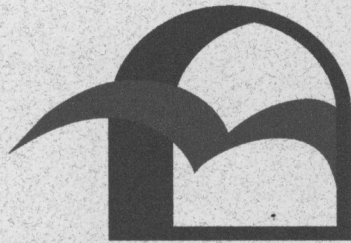


## **IMAGEN CORPORATIVA**

Cuando se habla de una organización, empresa, institución, etc., se está refiriendo a un conjunto de departamentos, actividades y producciones , que su fin es vender un producto y/o servicio al mercado consumidor.

Para poder llegar a ello necesitan de una imagen que los represente así mismo los distinga de las demás negociaciones similares.

Cuando la organización tiene una imagen y un nombre, necesita de una imagen corporativa, para saber del manejo gráfico que debe seguirse cuando se requiera de la reproducción y de la aplicación de la marca del servicio en los diferentes medios de comunicación.



**Michoacán**  
**PROMOTORES TURÍSTICOS**

**IMAGEN DE LA EMPRESA**

---



# LOGOSIMBOLO

## SIGNIFICADO DEL SIMBOLO

El emblema de Michoacán Promotores Turísticos está constituido por un arco que simboliza una ventana, sobre ésta se encuentra un Ave estilizada que representa la libertad de volar y viajar.

La promotora hace una invitación a conocer el Estado de Michoacán a través de un recorrido turístico que llevará a vivir una aventura y esto se ha representado en el momento en el que la figura del ave parece salir del contorno de la ventana para dejar encerrada la rutina y salir a conocer ¿QUE HAY, MÁS ALLÁ DE LO QUE MICHOCACAN PRESENTA?.

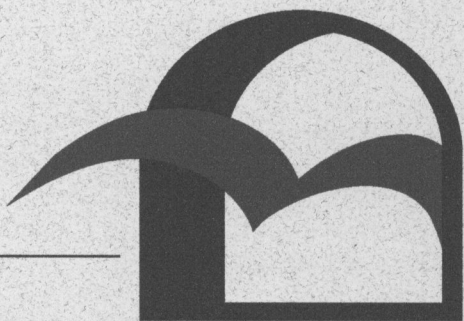
## SIGNIFICADO DEL LOGOTIPO

Es una imagen muy sencilla pero a la vez representa la calidad y seriedad de la empresa, basada en una tipografía de catálogo llamada Gill Sans. Para darle personalidad y hacer distintivo al logotipo, se hizo un tratamiento en los caracteres "A", que consiste en una ligera separación que denota un camino o carretera los cuales son conceptos que hacen referencia a la idea de viajar.

"Promotores Turísticos" lleva una tipografía lineal (Gill Sans Light) mientras que la de "Michoacán" es más pesada y más grande para resaltar el nombre de la empresa, ésta mezcla representa la formalidad y calidad de la empresa con los rasgos lineales y firmes.

COLOR, básicamente son dos tintas. Son Verde pantone 347 y Azul pantone 287, ya que son los elementales cuando se habla de aspectos naturales. El verde representa los bosques y montañas haciendo contraste con el azul, que simboliza las cristalinas aguas de sus innumerables manantiales de aguas termales, lagos, islas, presas y balnearios. Ambos colores manifiestan que en Michoacán se conjugan las más típicas Zonas Naturales.





# Michoacán

PROMOTORES TURISTICOS



PANTONE 287



PANTONE 347

**RETICULA DE REPRODUCCION**



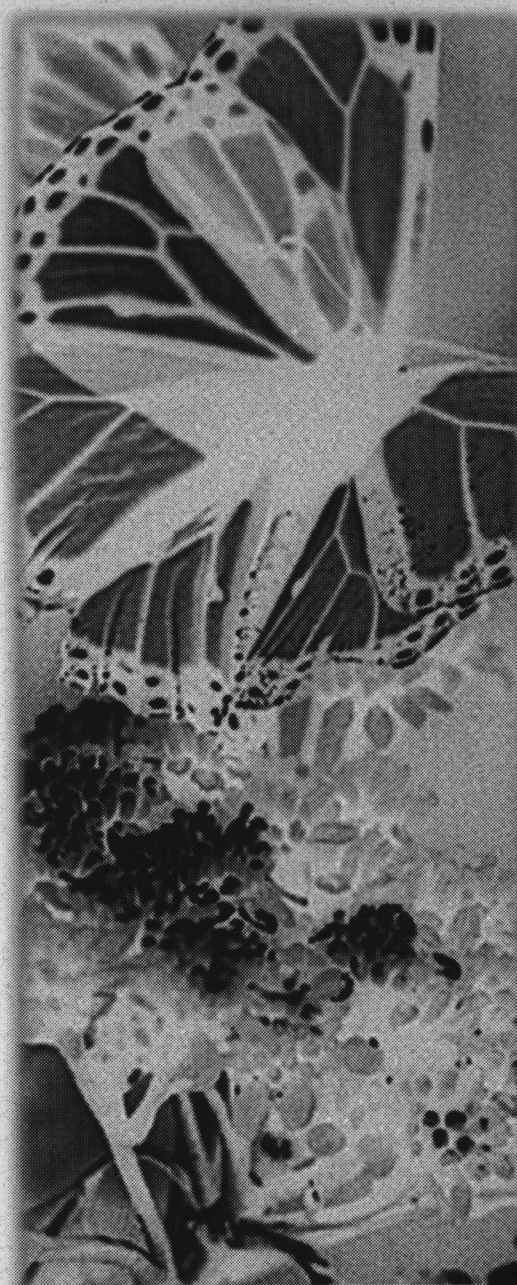
Para que el Logosímbolo pueda ser reproducido-fielmente se debe usar una reticula de cuadros que sirve como guía para ampliar o reducir el emblema proporcionalmente

## MEDIDAS DE PROPORCION Y AREA DE RESTRICCION



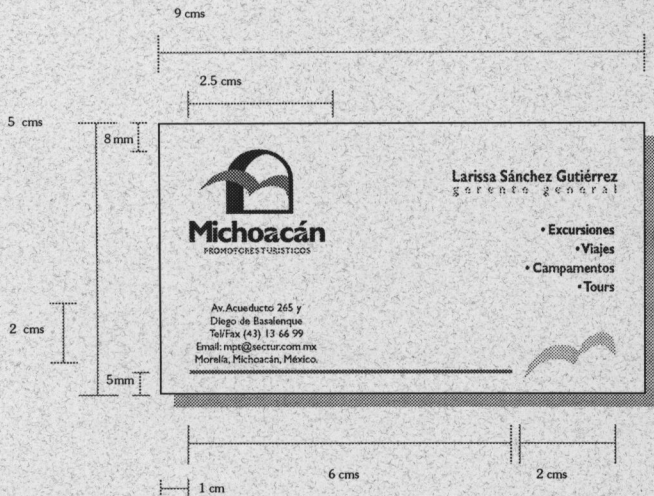
Alrededor del Logosímbolo existe un área imaginaria en la cual está prohibido colocar elementos gráficos, con el fin de dar una percepción correcta del mismo sin nada que desvíe su percepción. Las medidas de proporción de la imagen están basadas en 1X tomadas del centro de la letra "O".





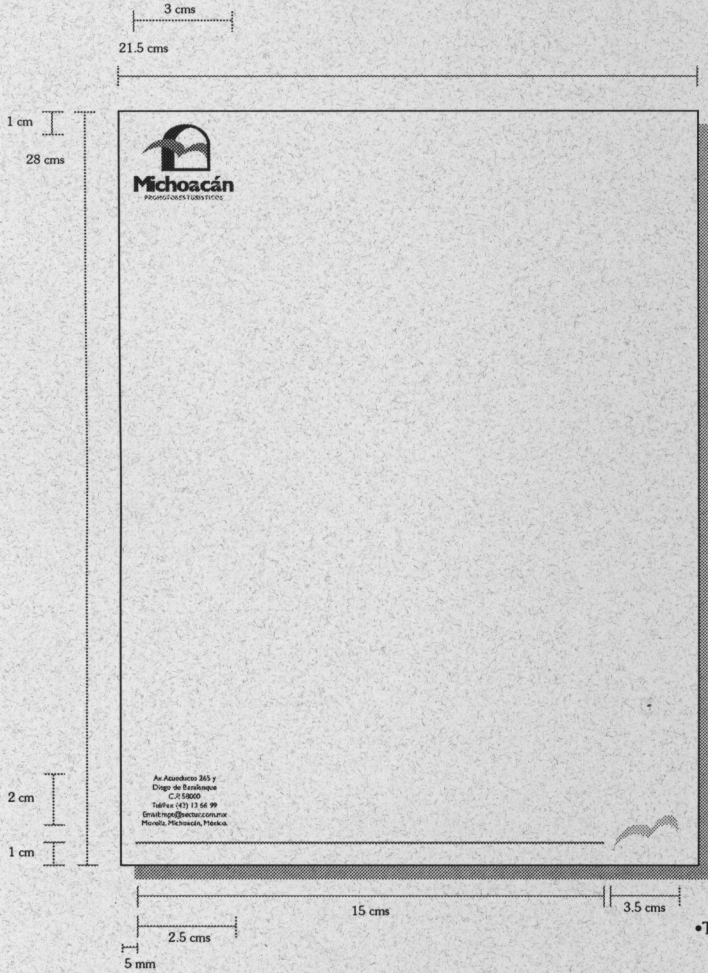
**PAPELERIA BASICA**

## TARJETA DE PRESENTACION



- Tipografía: Gill Sans 10pts. y 5pts.
- Tipo de Papel: Magno Mat Gramaje 300grs.
- Impresión: Serigrafía
- Tintas: Lustre azul 288 verde 347

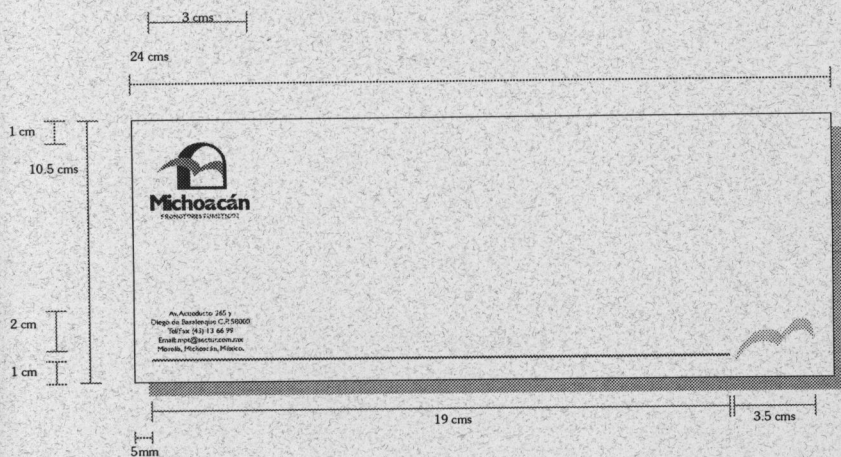
# HOJA MEMBRETADA



- Tipografía: Gill Sans 7pts.
- Tipo de Papel: Couche Mate paloma gramaje 100grs.
- Impresión: Offset
- Tintas: azul 287 verde 347

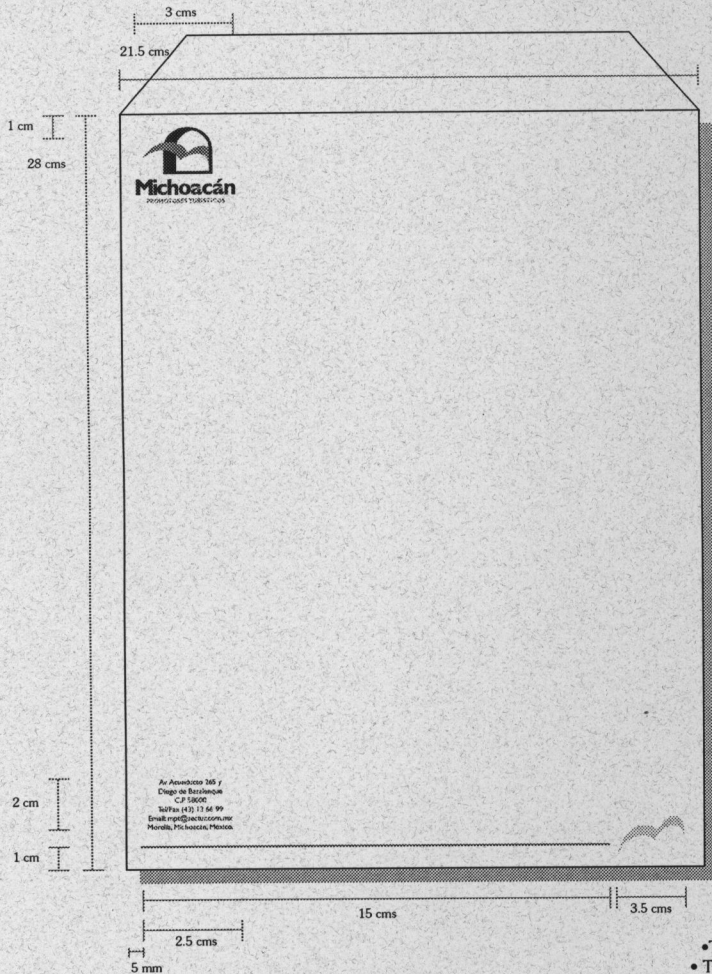


## SOBRE BOLSA



- Tipografía: Gill Sans 8pts.
- Tipo de Papel: Sobre tamaño oficio color blanco
- Impresión: Offset
- Tintas: 2 azul 287 verde 347

## SOBRE BOLSA



- Tipografía: Gill Sans 8pts.
- Tipo de Papel: Sobre bolsa tamaño carta blanco
- Impresión: Offset
- Tintas: 2 azul 287 verde 347



**papelería administrativa**




# MEMORANDUM

10.5 cms

14 cms

MEMORANDUM



**Michoacán**  
PROMOTORES TURÍSTICOS

**MICHOACÁN  
PROMOTORES TURÍSTICOS**

NOMBRE .....

TEL .....

MENSAJE .....

.....

.....

.....


- Tipografía: Gill Sans
- Tipo de Papel: Bond Gramaje 75grs.
- Impresión: Offset
- Tintas: 2 azul 287 verde 347

# HOJA DE REGISTRO

21.5 cms

14 cms.

2.5 cms



**MICHOACÁN**  
PROMOTORES TURÍSTICOS

HOJA DE REGISTRO

Nombre: \_\_\_\_\_  
 Domicilio: \_\_\_\_\_  
 Ciudad: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
 R.F.C. \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

TIPO DE SERVICIO	DESCRIPCIÓN	COSTO
• Viaje Redondo <input type="checkbox"/>		
• Tours <input type="checkbox"/>		
• Campamento <input type="checkbox"/>		
• Excursión <input type="checkbox"/>		
• Recorrido Ciudadino <input type="checkbox"/>		
• Recorrido con Guía <input type="checkbox"/>		
• Viaje Express <input type="checkbox"/>		
• Viaje Completo <input type="checkbox"/>		

OBSERVACIONES \_\_\_\_\_

Subtotal \_\_\_\_\_  
 I.V.A. \_\_\_\_\_  
 Total \_\_\_\_\_

Av. Acapulco 265 y  
 Calle de Basileense  
 C.P. 58000  
 Tlalpax (43) 13 66 99  
 Email: mpt@sectur.com.mx  
 Morelia, Michoacán, México.  
 G TITM

2.5 cms

- Tipografía: Gill Sans
- Tipo de Papel: Bond gramaje 90grs.
- Impresión: Offset
- Tintas: 2 azul 287 verde 347

# CONTRATO


21.5 cms

2.5 cms

28cms

6 mm

2.5 cms



**MICHOACÁN  
PROMOTORES TURÍSTICOS**

30-06-2002 / 0-02-2006

**CONTRATO**

---

Nombre: \_\_\_\_\_  
 Domicilio: \_\_\_\_\_  
 Ciudad: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
 R.F.C.: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

TIPO DE SERVICIO	DESCRIPCIÓN	COSTO
• <input type="checkbox"/> Viaje Redondo		
• <input type="checkbox"/> Tours		
• <input type="checkbox"/> Campamento		
• <input type="checkbox"/> Excursión		
• <input type="checkbox"/> Recorrido Ciclista		
• <input type="checkbox"/> Recorrido con Gallo		
• <input type="checkbox"/> Vaso Expres		
• <input type="checkbox"/> Vaso Completo		

---

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_

Subtotal: \_\_\_\_\_  
 I.V.A: \_\_\_\_\_  
 Total: \_\_\_\_\_

---

DESCRIPCIÓN: \_\_\_\_\_

---

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_

---

\_\_\_\_\_  
FIRMA CLIENTE

\_\_\_\_\_  
FIRMA PROMOTORA

Air Asociación 365 y  
 Dirección de Turismo  
 C.P. 58000  
 Teléfono (42) 13 56 77  
 Email: michoacan@promotorturistico.com.mx  
 Avenida Pátula, Pátula

- Tipografía: Gill Sans
- Tipo de Papel: Couche  
Mate paloma  
gramaje 1000grs.
- Impresión: Offset
- Tintas: 2 azul 287 verde 347








**MEDIOS PUBLICITARIOS**

CARTEL

28 cms

43 cms



Tus próximas vacaciones...

**Michoacán**

...¿Qué planeas hacer?

**Disfruta el encuentro con la Naturaleza...**

• EXCURSIONES • CAMPAMENTOS • TOURS  
• Y MUCHA DIVERSION •

**Michoacán**  
PROMOTORES TURÍSTICOS

Av. Acueducto 265, era. Diego de Bustamante  
C.P. 58000 • Telfax (43) 13 66 99  
• Email: [mp4@sectur.com.mx](mailto:mp4@sectur.com.mx) • Maribela, Michoacán, México.

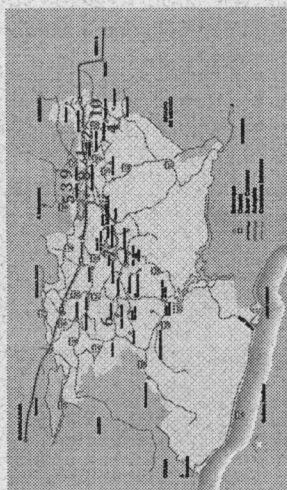
- Tipografía: Gill Sans
- Tipo de Papel: Couche Nacional Gramaje 230g
- Impresión: Offset
- Terminado en barniz UV
- Tintas: Selección de color



# TRIPTICO FORMAL FRENTE

43 cms

21.5 cms



**Señalización Turística**

- 1 AZULEJO
- 2 MAMAYAN
- 3 LANTERNA
- 4 PAVILLO
- 5 FOGONCILINDRO
- 6 SEMAFORO ALIADO
- 7 PERSONA

**Abstracción de distancias**

0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200
0-200	0-200	0-200	0-200

## información



**Disfruta  
el encuentro  
con la Naturaleza...**



**Información y Contrataciones:**  
 Av. Acueducto 265 Tel. 01 (41) 13 66 99  
 e-mail: mpt@sactur.com.mx

- Tipografía: Gill Sans
- Tipo de Papel: Couche Gramaje 135 grs.
- Impresión: Offset Terminado barniz UV
- Tintas: Selección a color

# TRIPTICO FORMAL VUELTA

43 cms

21.5 cms

**E**n Michoacán se crean las más bellas y variadas Bases de cultura, arqueológicas, etno, geográficas y etnicas donde hoy a un paso de estar dando su contribución al mundo de los tiempos y momentos con el uso de sus lagos y manantiales.

En estas lugares llenos de vida y abundancia, encontramos diversidad, disfrutando de actividades culturales e involucrando a las casas de campo, y aprovechando en las ciudades zonas de los monumentos, monumentos de estas terminales.

## 1 los azufres

**CAMPAMENTO TURISTICO "LOS AZUFRES"**  
Reserva de monumentos declarados patrimonio de la humanidad y de las que se han de hacer a nivel mundial de aguas termales, de masas por sus propiedades curativas. Este terreno fue creado con abundancia y disponibilidad con aguas termales con temperaturas de 20° centígrados, agua de cascadas, zona para campamento de zonas de campo, juegos infantiles, medicación, canchales, piscinas y estacionamiento.



## 2 laguna larga

**CAMPAMENTO TURISTICO "LAGUNA LARGA"**  
Basta ir a la zona de las Azufres, en la zona de las Azufres, en cualquier zona de campo, donde se puede observar un hermoso paisaje y una variedad de abasco de aguas termales. Para que siempre, disfrutes de: senderos, miradores y juegos infantiles.



## 3 vista bella

**CENTRO TURISTICO "VISTA BELLA"**  
Ubicado en Huachichilco, Jalisco. El punto de vista ofrece una vista de la ciudad del volcán desde las montañas, en un área rodeada de campos por. Cuenta también con áreas para campamento y mirador, ideal al momento con aguas termales, restaurantes, hoteles y estacionamiento.



## 4 presa pucuató

**CAMPAMENTO TURISTICO "PRESA PUCUATÓ"**  
Cerca de Ciudad Hidalgo, Jalisco, punto del cruce de la carretera y la zona de Pucuató, se encuentra la Presa de Pucuató, sitio ideal para el campamento, pesca y la zona deportiva de la zona turística. Cuenta con aguas para consumo, restaurantes, canchales deportivos y estacionamiento. Ideal al momento con aguas termales y estacionamiento.



## 5 los arcos

**MIRADOR "LOS ARCOS"**  
En Huachichilco, Michoacán, se encuentra este punto turístico que cuenta con juegos para niños, piscinas, miradores y estacionamiento. Ideal al momento con aguas termales y estacionamiento.



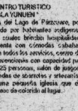
## 6 angahuan

**CENTRO TURISTICO DE "ANGAHUAN"**  
Ubicado en la zona de las Azufres, en la zona de las Azufres, se encuentra el punto de vista. Parque recreativo con áreas para campamento y estacionamiento. Cuenta con juegos para niños, piscinas, miradores y estacionamiento. Ideal al momento con aguas termales y estacionamiento.



## 7 isla yunión

**CENTRO TURISTICO "ISLA YUNION"**  
Ubicado en la zona de las Azufres, en la zona de las Azufres, se encuentra el punto de vista. Cuenta con juegos para niños, piscinas, miradores y estacionamiento. Ideal al momento con aguas termales y estacionamiento.



## 8 agua caliente

**CENTRO RECREATIVO "AGUA CALIENTE"**  
Ubicado en la zona de las Azufres, en la zona de las Azufres, se encuentra el punto de vista. Cuenta con juegos para niños, piscinas, miradores y estacionamiento. Ideal al momento con aguas termales y estacionamiento.



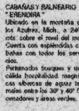
## 9 reino atzimba

**BARAJA AGUATICO "REINO DE ATZIMBA"**  
Ubicado en la zona de las Azufres, en la zona de las Azufres, se encuentra el punto de vista. Cuenta con juegos para niños, piscinas, miradores y estacionamiento. Ideal al momento con aguas termales y estacionamiento.



## 10 eréndira

**CASA DE BALNEARIO "ERENDIRA"**  
Ubicado en la zona de las Azufres, en la zona de las Azufres, se encuentra el punto de vista. Cuenta con juegos para niños, piscinas, miradores y estacionamiento. Ideal al momento con aguas termales y estacionamiento.



Este es MICHOACÁN es el destino de una semana y un fin de semana y recreo ideal.

Con la oportunidad de una vida. Esperamos.

Así que con nosotros y el punto de vista...

¡TE ESPERAMOS!

\*\*\*\*\*

- Tipografía: Gill Sans
- Tipo de Papel: Couche Gramaje 135grs.
- Impresión: Offset Terminado barniz offset
- Tintas: Selección a color

FOLLETO PRÁCTICO

VUELTA

FRENTE

14 cms

5 cms



7 cms

5 cms



DOBLEZ 3 PARTES

- Tipografía: Gill Sans
- Tipo de Papel: Couche Gramaje 135g
- Impresión: Offset
- Terminado en barniz offset
- Tintas: Selección a color



ANUNCIO SECCION AMARILLA

14.5 cms

12 cms



**Michoacán**  
PROMOTORES TURISTICOS

**Disfruta el encuentro  
con la Naturaleza...**

- TOURS
- EXCURSIONES
- CAMPAMENTOS
- Y MUCHA DIVERSION ...

**¡Sólo llámanos!**

Av. Acueducto 265 esq. Diego de Basalengué C.P. 58000 • Tel/Fax (43) 13 66 99  
• Email: [mpt@sectur.com.mx](mailto:mpt@sectur.com.mx) • Morelia, Michoacán, México.

ANUNCIO PRENSA

24 cms

31.5 cms



Tus próximas vacaciones...

# Michoacán

...¿Qué planeas hacer?

Disfruta el encuentro con la Naturaleza...

• EXCURSIONES • CAMPAMENTOS • TOURS  
• Y MUCHA DIVERSIÓN...

Av. Anillo Periférico 263 con Diagonal de Balambrón  
C. P. 58009 • Toluca (Méx) 55 46 59\*  
\* Sitio: [www.michoacan.com](http://www.michoacan.com) • Morelia, Pátzcuaro, México.

---

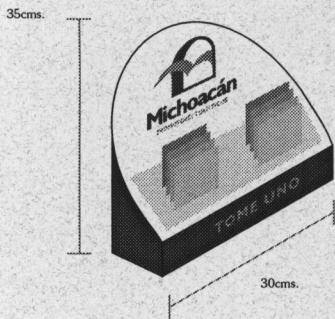
 PRESENTA ESTE CUPÓN EN TUS RESERVACIONES **DESCUENTO 50%**

**NO ACUMULABLE • VÁLIDO HASTA AGOSTO 1996**

- Tipografía: Gill Sans
- Fotografía en Escala de Grises
- Tamaño una plana completa

## PUNTO DE VENTA Y MOVIL

### MOVIL



### STAND

- Tipografía: Gill Sans
- Tipo de Papel: Corrugado
- Impresión: Offset
- Tintas: 2 azul 287  
verde 347

- Material: Madera
- Rotulación en 3 colores  
verde, azul y gris



ESPECTACULAR

5 mts.

3 mts.



**¡BIENVENIDOS!**

Disfruta  
el encuentro  
con la Naturaleza



**13 66 99** **Michoacán**  
PROMOTORES TURÍSTICOS

- Tipografía: Gill Sans
- Impresión: Electrostática
- Tintas: Selección de Color

ESPECTACULAR

7 mts.

3 mts.



**Michoacán**  
PROMOTORES TURISTICOS

**Disfruta el encuentro  
con la Naturaleza**

**13 66 99**

- Tipografía: Gill Sans
- Rotulación
- Colores 3 azul, verde y gris



**SOUVENIRS**



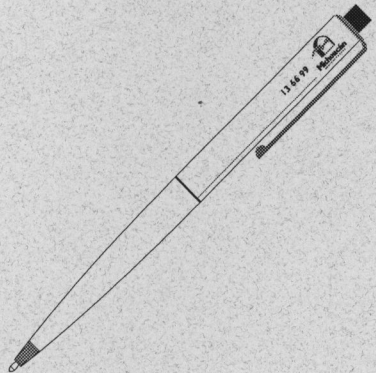
**PLAYERA**



**GORRA**



**LAPICERO**





**JUSTIFICACION**

## **JUSTIFICACION**

### **LOGOSIMBOLO**

La elección del logotipo se debe a que es una forma sencilla, clara y muy representativa del "Arte de viajar, conocer y aventurarse", y esto es lo que proyecta éste., ya que se trata de descubrir algo que muy probablemente se sabe que se tiene pero se desconoce.

La imagen que se proyecta va dirigida esencialmente al turismo y a la juventud, mediante los trazos legibles y de fácil retención.

En cuanto a los colores son muy representativos del Estado, además son propios de la naturaleza que es parte de lo que hay que admirar en Michoacán.

Así mismo la tipografía usada fue diseñada de manera simple para que fuera visible, entendible y se integrara al símbolo.

### **PAPELERIA BASICA**

Está diseñada para uso interno y externo de la promotora, dándole así unificación en su imagen.

La tarjeta de presentación, factura, hoja membretada, etc., tienen diseño sencillo pero a la vez le da calidad e importancia a la promotora ya que se resalta la imagen del logotipo otorgándole créditos a la empresa.

El segmento al que se dirige éste servicio requiere de formalidad, confianza y seriedad y esto se refleja en las aplicaciones del logotipo en la papelería ya que está libre de elementos que puedan llegar a distraer y existe limpieza en su totalidad.



## JUSTIFICACION

### MEDIOS PUBLICITARIOS

Las publicaciones son muy importantes dentro de una empresa que ofrece y vende un servicio. Estas se manejan de acuerdo a la necesidad que se tenga.

Para la aplicación de la imagen corporativa en los diferentes medios publicitarios se adicionó un elemento secundario, el cual se trata de un collage que presenta en parte la diversidad de lugares y atracciones que Michoacán ofrece, y que por medio de la promotora se puede descubrir. Apoyado así mismo por dos slogan que le dan la pauta final, para causar impacto y llamar la atención del público consumidor.

En el caso del Cartel, Anuncio de Prensa, se emplea: "Tus próximas vacaciones... Qué planeas hacer?"; debido a que está dirigido basicamente al segmento juvenil que reside en la ciudad de Morelia. Para el Tríptico Formal y Práctico, Anuncio Sección Amarilla y Espectacular se utiliza "Disfruta el encuentro con la Naturaleza.", con el fin de invitar a que conozcan el Estado, y va dirigido exclusivamente al turismo, y es una propuesta que le puede servir al mismo en sus vacaciones o bien simplemente para que los residentes disfruten de un buen fin de semana.

Todos los medios impresos manejan los colores institucionales que son el verde pantone 347 y azul pantone 287 para lograr la integridad y uniformidad de la empresa así como selección de color en el caso en el que se maneje el collage dentro de las aplicaciones.





## CONCLUSIONES

La Mercadotecnia y el Diseño Gráfico son esenciales para el buen funcionamiento de cualquier tipo de empresa, producto, servicio u organización, ya que seguir los pasos y lineamientos que ambos nos marcan, nos permitirán llegar a la base del éxito.

La Mercadotecnia nos ayuda a conocer el Mercado al que se va a dirigir desde su comportamiento hasta el poder de adquisición.

Mientras que el Diseño Gráfico contribuye a comunicar de una forma gráfica el Mensaje que como empresa se quiere transmitir al público consumidor, creando una imagen corporativa, así como estrategias publicitarias a través de medios impresos.

Este Proyecto que ahora presento es una excelente alternativa para conocer La Herencia Humana de Michoacán, que es de genio y grandeza . Aquí la gente es prodigiosa, participativa, comprometida, innovadora y alegre, gente universal que trasciende, como las piezas de artesanía que brotan de sus manos es por esto que es necesario hacer un esfuerzo en **PROMOVER NUESTROS VALORES** a través de los servicios que ofrece: Michoacán Promotores Turísticos.





## **BIBLIOGRAFIA**

**EL PROCESO DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA**

Mario Tamayo y Tamayo.

**MICHOACAN TIERRA DE AGUA Y FUEGO**

Luis Suárez

Editorial Everest, S.A.

**EL TRABAJO DEL PUEBLO MICHOACANO**

Gobierno del Estado de Michoacán

Febrero de 1996.

**EL RUMBO ES MICHOACAN**

Gobierno del Estado de Michoacán

Octubre de 1993.

**EL QUEHACER DE UN PUEBLO**

Artesanías de Michoacán

Gobierno del Estado de Michoacán

2a. Edición Septiembre de 1990.

**MORELIA**

Fonapas, Michoacán

1a. Edición

## **BIBLIOGRAFIA**

### **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

Juan Alvarez Coral  
Primera Edición 1994

### **MARKETING INTERNACIONAL**

Michael R. Czinkota  
Cuarta Edición 1996

### **FUNDAMENTOS DEL MARKETING**

William J. Stanton  
Décima Edición 1996

### **COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS**

John Murphy / Michael Rowe  
Cuarta Edición 1989

### **DISEÑO DE ESCAPARATES Y PUNTOS DE VENTA**

Stafford Cliff  
Primera Edición

### **DISEÑO Y MARKETING**

Alan Swann  
Segunda Edición

### **RECETARIO DE DISEÑO GRAFICO**

Leonard Koren / R. Wippo

### **TRABAJO DEL PUEBLO MICHOACANO**

Gobierno del Estado de Michoacán  
Febrero 1996