



**Universidad del Mar**

*Campus Huatulco*

---

---

Análisis comparativo del Marketing Digital Turístico de  
Mazunte y Capulálpam de Méndez como Pueblos  
Mágicos del Estado de Oaxaca

**T E S I S**

Que para obtener el Título de  
Licenciada en Administración Turística

Presenta  
Dulce Cristel Cruz Aragón

Directora de tesis  
Dra. Berenice Castillejos López

Bahías de Huatulco, Oaxaca 2023.

## Introducción

El propósito de la presente investigación es analizar las similitudes y diferencias que existen respecto al marketing digital de la marca Pueblos Mágicos en Mazunte y Capulálpam de Méndez. La selección de este tema está justificada, debido a que en la última década el programa ha cobrado relevancia no solo en el país sino en la entidad oaxaqueña, y a raíz de la pandemia denominada COVID-19, la Secretaría de Turismo (SECTUR) ha creado nuevas estrategias digitales que han servido de apoyo para impulsar la afluencia turística.

Es importante identificar todo lo relacionado a la política pública y las estrategias de promoción y comercialización que se diseñan para este tipo de productos turísticos. Hoy en día con la irrupción de las tecnologías en el mercado turístico, es importante considerar las herramientas *online* disponibles y las estrategias de marketing digital.

Ahora bien, la tesis se encuentra seccionada en cuatro capítulos, en el primer apartado se ubican los antecedentes que integra la revisión de la literatura, estado del arte, problema de investigación, preguntas, objetivo, hipótesis y justificación. Esta sección sentó las bases para el desarrollo del trabajo de investigación, además dio a conocer la historia y evolución del programa Pueblos Mágicos.

El segundo capítulo refiere al marco teórico conceptual, el cual tuvo como propósito identificar las teorías, modelos y conceptos clave que permitieron desarrollar la articulación teórica conceptual en la que se guió la investigación. Se toma como referencia la Teoría de Redes Sociales, Teoría de Uso Gratificaciones y el Modelo de Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos.

El capítulo tres está enfocados en explicar el diseño metodológico CUALI-cuanti, cuyas técnicas de investigación fueron la revisión documental, la observación digital, el monitoreo de redes sociales, el análisis de datos de fuentes secundarias, así como las entrevistas semiestructuradas a informantes clave. Por último, el capítulo cuatro presenta el desglose de los resultados obtenidos, así como la sección de discusión y conclusiones. Como parte complementaria a este documento se ubican las referencias y anexos.