



CAPÍTULO IV

Análisis de Resultados

Este capítulo tiene como objetivo presentar los resultados que se obtuvieron a través de la entrevistas con: los mexicanos residentes en Estados Unidos, el Delegado Regional en el estado de Puebla del Instituto Nacional de Migración, el Presidente Municipal de Izúcar de Matamoros y el Secretario de Turismo de Puebla; la información obtenida se examinó por medio del análisis del contenido, Microsoft Excel y Le Sphinx Plus. Por otro lado se presenta la función del Consejo de Promoción Turística, la participación de la Secretaría de Turismo y el programa Bienvenido Poblano

A continuación se analizarán cada uno de los diferentes estudios realizados para dicha investigación.

4.1. Análisis de los Resultados de las entrevistas aplicadas a los mexicanos residentes en Estados Unidos



La guía de la entrevista que se aplicó constó de 24 de preguntas: siete preguntas de opción múltiple y diecisiete preguntas abiertas acerca de los lugares que visitan, las actividades, los anuncios publicitarios de los destinos turístico, las tradiciones; las cuales respondieron con los objetivos planteados al inicio de esta investigación.

4.1.1. ¿Nació en México?

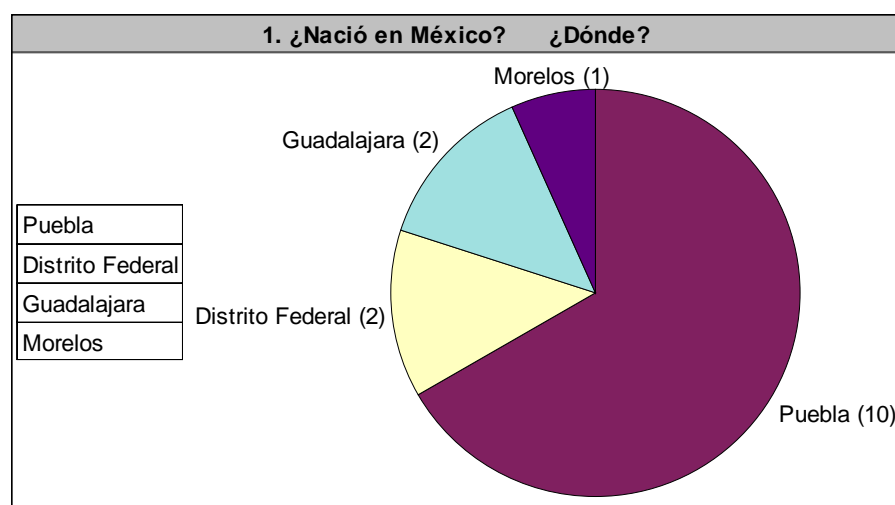


Figura 4.1.1. Lugares de origen de los mexicanos residentes en Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia

La figura 4.1.1 muestra que las personas entrevistadas nacieron en México; los estados donde nacieron son: Distrito Federal, Guadalajara, Morelos y Puebla; las personas originarias del estado de Puebla pertenecen a los municipios de Acatlán de Osorio, Izúcar de Matamoros, Tulcingo, Tecamachalco y el resto en la ciudad de Puebla; Zacatepec es el municipio al que pertenece la persona nacida en Morelos.



4.1.2. *En qué ciudad, condado o estado vive en Estados Unidos*

Tabla 4.1.2 Principales Estados de Estados Unidos donde viven mexicanos

Estado	Condado	No.
California	Bakersfield	3
	Santa Barbara	
	San Francisco	
Connecticut	Stamford	1
Florida	Atlantis	2
	Jacksonville	
Georgia	Atlanta	1
Nevada	Las Vegas	3
New York	Queens	4
	Bronx	
	Middletown	
Texas	Austin	1
Total		15

Fuente: Elaboración propia

En la 4.1.2 las quince personas entrevistadas radican en diferentes estados de la Unión Americana, siendo California, Nevada y Nueva York donde la mayoría de estos sujetos de estudio están ubicados; después se encuentran distribuidos en los estados de Connecticut, Florida, Georgia y Texas.

4.1.3. *Con qué frecuencia viene a México*

Tabla 4.1.3 Frecuencia que regresan a México



Con qué frecuencia viene a México	
	No
Una vez al año	7
Dos veces al año	6
Hace tres años que no venia	1
Más de tres veces al año	1
Total	15

Fuente: Elaboración propia

Los connacionales que viven en la Unión Americana que regresan una vez al año son los siguientes meses: a) cinco personas en los meses de julio o agosto; b) tres personas en diciembre. En cuanto a los paisanos que regresan dos veces al año son: a) en los meses de julio y diciembre, cuatro de ellos tienen la oportunidad de regresar y b) otra más en Semana Santa y diciembre. Sin embargo dos de las personas entrevistadas mencionaron que con la familia viajan una vez al año, pero ellos está viajando una vez a la semana uno porque tiene una organización que ayuda a los migrantes y la otra persona cada quince días porque tiene un negocio de comida en New York y necesita hacer compras.

La persona que después de tres años regresó a México, estuvo desde mediados de marzo a finales de mayo. Finalmente la persona que regresa más de tres veces al año lo hace en Semana Santa, Agosto y Diciembre. Estos meses pueden variar, dependiendo de las vacaciones que les dan en sus trabajos, las vacaciones escolares de sus hijos, tiempo libre, compromisos y solvencia económica para regresar.

4.1.4. ¿Cuánto tiempo se quedan en México?

Las personas entrevistadas mencionaron lo siguiente:

- Una persona mencionó que se queda una semana (7 días)



- Mientras que tres personas estuvieron dos semanas (14 días)
- Seis personas respondieron que se quedaron de 15 a 20 días
- De 20 a 30 días estuvieron en el país tres personas
- Más de dos meses, solo fueron dos personas las que se quedaron

4.1.5. Estado Civil:

En la tabla 4.15 se presenta el estado civil de los mexicanos que viven en la Unión Americana que fueron entrevistados cuando regresan a México.

Tabla 4.1.5 Estado Civil de los mexicanos que regresan al país

	No.
Casada(o)	10
Soltera	4
Divorciada	1
Total	15

Fuente: Elaboración propia

4.1.6. Sus hijos nacieron en

En la tabla 4.1.6 se presenta de manera detallada el número de hijos que tiene cada persona entrevistada de los hijos de los mexicanos que nacieron en México o Estados Unidos; en



total son treinta niños, de los cuales quince nacieron en Estados Unidos y once en México.

Dos de las personas entrevistadas no tienen hijos.

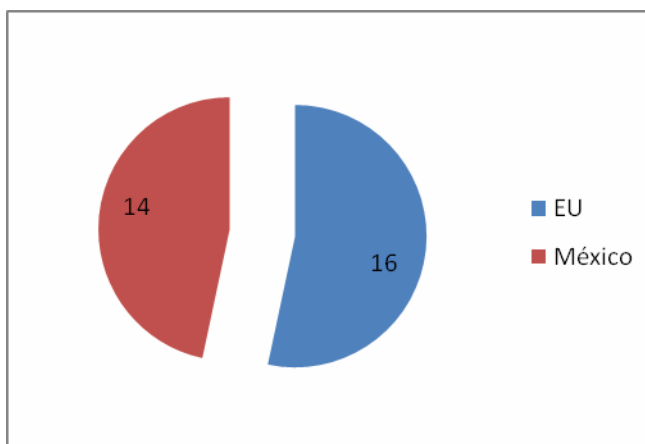
Tabla 4.1.6. Hijos de mexicanos residentes en Estados Unidos que nacieron en México o Estados Unidos

	EU	México
1	1	1
2	2	
3	No tiene hijos	
4		2
5	1	
6	1	2
7	No tiene hijos	
8	4	
9	2	
10	1	
11	2	1
12		4
13	1	1
14		3
15	1	

Fuente: Elaboración propia

Con los datos de la tabla 4.1.6 el total de los hijos de los mexicanos residentes en Estados Unidos se

continúa en



presenta a en la figura 4.1.6.



Figura 4.1.6. Total de los hijos de mexicanos residentes en Estados Unidos

Fuente: Elaboración propia

4.1.7. *¿Cuál es la razón de su viaje?*

Tabla 4.1.7 Razones por las que los connacionales regresan a México

	No. de Personas que respondieron
Vacaciones (Descansar) y estar con la familia	7
Celebración de fiestas navideñas y visitar a la familia	3
Visitas familiares y eventos sociales	2
Los padres que regresan a visitar a sus hijos y familiares	2
Visitar a la familia, vacaciones y compras de artículos mexicanos	1
Total	15

Fuente: Elaboración propia

Las razones por la que regresan los connacionales al país se presentan en la tabla 4.1.7; su motivo principal son las visitas a sus familias, además aprovechan para vacacionar por lo que visitan lugares turísticos. Por otro lado, se menciona que acuden a eventos sociales



destacando bodas, bautizos y celebraciones de cumpleaños. Asimismo, las personas que viajen en el mes de Diciembre, asisten a celebraciones religiosas, por ejemplo el 12 de Diciembre, posadas o fiestas en sus comunidades de origen.

4.1.8. Por lo general, ¿Quiénes son sus acompañantes?

El número de acompañantes de los entrevistados son entre 3, 4 o 6 personas; a excepción de las personas que viajan solas.

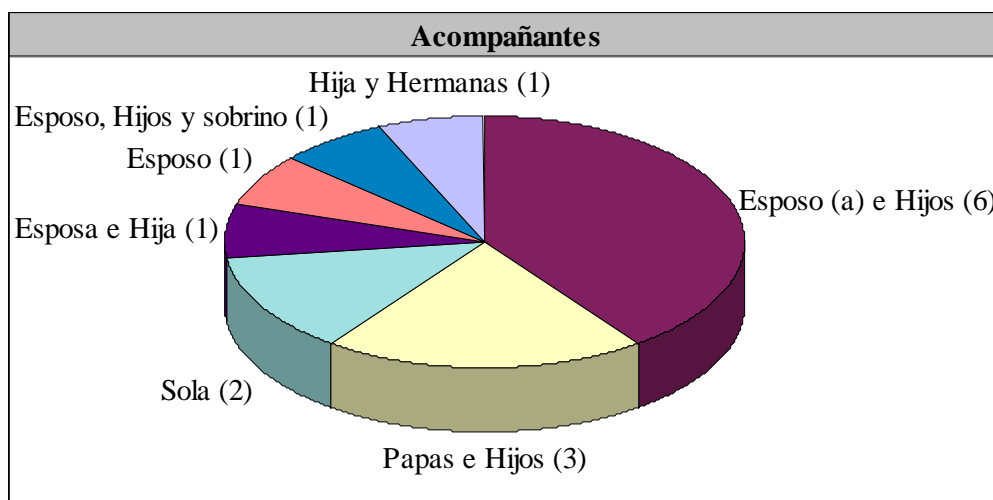


Figura 4.1.8. Personas que vienen a los viajes cuando los connacionales regresan al país

Fuente: Elaboración propia

4.1.9. Sus acompañantes conocen México

Doce de las personas que contestaron la entrevista dijeron que sus acompañantes sí conocen México porque han venido varias veces. También una de las personas que viaja sola, sus



hijos no han regresado por cuestiones laborales, pero les gustaría regresar sus hijos y nietos a Puebla porque hace más 10 años no han venido; sin embargo como viven cerca de la frontera, han ido de vacaciones a Baja California. Por otro lado, dos de las personas mencionaron que sus acompañantes es la primera vez que venía a México.

4.1.10. ¿Qué lugares turísticos, estados o municipios ha visitado cuando regresa a México?

Tabla 4.1.10.1 Total de lugares que visitaron en su estancia en México

Sujeto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total
No. lugares que visitaron	5	7	6	3	4	6	5	5	6	6	6	4	5	3	5	76

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.1.10.1 se muestra el total de número de lugares mencionados que han visitado cuando regresan a México. Los estados y municipios que visitan las personas entrevistadas al regresar al país se presentan en la tabla 4.1.10.2

Tabla 4.1.10.2 Estados o municipios que han visitado

	No. Visitantes que acudieron
Guadalajara	2
Puerto Vallarta	1
Distrito Federal	10
La Villa, Zócalo, Bellas Artes	
Monterrey	1
Michoacán	1
Puebla	12
Tepeaca	1



CAPÍTULO IV

Análisis de Resultados

Tecamachalco	1
Acatlán	1
Cholula	5
Zacatlán	1
San Martín Texmelucan	1
Tulcingo del Valle	1
Cuetzalan	1
Atlixco	5
Guanajuato	1
Baja California	
Ensenada	1
Rosarito	1
Tijuana	1
Querétaro	1
Estado de México	
Toluca	1
Valle de Bravo	1
Hidalgo	1
Veracruz	5
Córdoba, Martínez de la Torre, Casitas, El Tajin	1
Oaxaca	3
Juquila	1
Puerto Escondido	1
Huajuapán	1
Acapulco	1
Taxco	1
Chilpancingo	1
Cancún	3
Morelos	3
Cuernavaca	1
Tlaxcala	
Huamantla	2

Fuente: Elaboración propia

El medio de transporte que ocupan los connacionales cuando regresan de Estados Unidos a México doce de las personas entrevistadas dijeron el avión, mientras que las otras dos ocupan el avión y el automóvil y uno contestó que regresa manejando desde las Vegas.



4.1.11. ¿Qué actividades, por lo general, realiza cuando regresa a su lugar de origen?

Tabla 4.1.11.1 Actividades que llevan a cabo en sus lugares de origen

	No. de veces que se mencionó
Convivencia familiar	13
Acuden a fiestas: bautizo, boda, XV años, cumpleaños	7
Ir de paseo con sus acompañantes para conocer la ciudad, sitios históricos, tradiciones y cultura de México	6
Realizar compras de souvenirs y productos alimenticios	5
Asistir a lugares de esparcimiento: playas, parques, balnearios	5
Comer los platillos típicos de la región	4
Revisión médicas	3
Visita a sus amistades que viven en México	3
Nada en especial, solo descansar	2

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4.1.11.1 muestra las diversas actividades cuando los connacionales regresan a sus comunidades de origen, las personas entrevistadas realizan entre tres y cuatro actividades. En la tabla 4.1.11.2 se muestra detalladamente como los sujetos de estudios respondieron de acuerdo a las diversas actividades que llevan a cabo en su estancia en el país.

Tabla 4.1.11.2 Actividades que llevan a cabo en sus lugares de origen

	SUJETOS DE ESTUDIO QUE RESPONDIERON															Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Convivencia familiar con: padres, hermanos, etc.	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X	X	13
Ir de paseo con sus acompañantes para	X		X	X				X		X	X					6



conocer la ciudad, sitios históricos, tradiciones y cultura de México																	
Acuden a fiestas: bautizo, boda, XV años, cumpleaños		X	X					X	X			X	X		X		7
Realizar compras de suvenires, productos alimenticios, etc.				X	X			X		X		X					5
Asistir a lugares de esparcimiento: playas, parque, balnearios					X		X	X				X			X		5
Comer los platillos típicos de la región				X	X	X								X			4
Visita a sus amistades que viven en México	X			X			X										3
Nada en especial, solo descansar					X	X											2
Revisión médicas		X				X					X						3

Fuente: Elaboración propia

4.1.12. ¿Qué lugares visitó en la ciudad de Puebla?

De las quince personas entrevistadas, solo una de ellas no ha visitado el estado Puebla y la otra solo llegó a conocer Palmarito. Los lugares mencionados por las otras trece personas que visitaron la ciudad de Puebla son los siguientes: el Centro Histórico; los Sapos; el Jardín de Anasco; el Parían; el Museo Amparo; restaurantes de comida típica; los fuertes de Loreto y Guadalupe; centros comerciales, Africam Safari y las iglesias ubicadas en el centro, como: la Catedral, Santa Clara, Capilla del Rosario, la Compañía de Jesús. En cuanto a las otras personas hicieron el recorrido en el turibús manifestando que era una manera rápida de conocer la ciudad. Otros de los lugares que visitaron en el estado de Puebla destacan: Cholula, la iglesia, la pirámide y los portales; San Martín Texmelucan; Cuetzalan; la zona arqueológica de Cantona.



4.1.13. Los lugares que visito contaba con información acerca del lugar (trípticos, señalización, mapas, etc.)

Diez personas respondieron que los lugares que visitaron si contaban con información acerca del lugar. Por otro lado, cuatro de ellas dijeron que había poca información en lugar; mientras que una persona mencionó que antes de salir de Estados Unidos ya trae información de los lugares que va a visitar.

4.1.14. En su opinión, ¿Qué le hace falta a los lugares que visito?

Tabla 4.1.14 Deficiencias de lugares visitados por los connacionales

	No. de veces que se mencionó
Limpieza en las calles, baños, restaurantes	9
Poca amabilidad de la gente y abusos de la autoridad	3
Poca seguridad	3
Nada, los lugares que visitó estaban limpios, había guías y módulos de información	2
Dar a conocer los lugares que hay para visitar	2
Información turística, capacitación al personal de Secretaría de Turismo	2
Mejora en el transporte público	1
Señalización en las calles	1
Infraestructura: baños, tiendas, restaurantes	1

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4.1.14 se indica las opiniones de los paisanos cuando visitan los lugares turísticos; mencionando en primer lugar la limpieza de los lugares ya que si los lugares están sucios



dando mala imagen y las personas no regresan; además es importante que la gente les ayude proporcionándoles información y no quitándoles lo que traen, como lo comentó una persona “que los policías son unos rateros y cobran multas por todo”.

4.1.15. En televisión, radio o internet de Estados Unidos, hay anuncios publicitarios de los lugares turísticos en México

De las trece personas entrevistadas comentaron que sí hay anuncios publicitarios de los lugares turísticos en México; en los canales de habla hispana de la televisión, radio, camión, revistas, agencias de viajes, paradas de autobuses, internet, líneas aéreas, tiendas donde venden boletos de camión y paqueterías. Una de las personas comentó que desde el año pasado comenzaron a transmitirse los comerciales de “Visite México”; mientras que otra de las personas dijo que el motivo que haya anuncios publicitarios de México porque “en Estados Unidos hay más mexicanos que americanos”. Por el otro lado dos personas dijeron que no hay anuncios publicitarios, uno de ellos mencionó que cuando se transmitía el noticiero de televisión azteca en New York, había difusión de los lugares turísticos pero lo dejaron de transmitir

4.1.16. ¿Qué destinos turísticos promocionan?

Tabla 4.1.16 Destinos Turísticos promocionados

No. de veces que se mencionó



Cancún	8
Distrito Federal	5
Acapulco	5
Playas mexicanas	4
Guadalajara	3
Norte del país/ Estados de la frontera	3
Puebla	3
Oaxaca	3
Los Cabos	3
Chiapas	2
Puerto Vallarta	2
Las pirámides de Teotihuacán	2
Veracruz	1
Chichen Itzá	1

Fuente: Elaboración propia

Los destinos turísticos que se promocionan es Estados Unidos se muestran en la tabla 4.1.16; donde destaca Cancún como el principal destino que se promociona. Una de las personas mencionó que en la televisión han transmitido reportajes de Huamantla, Puebla y todas las iglesias que hay en Cholula.

4.1.17. ¿Cuál es su percepción del turismo cuando regresa México como visitante?

Tabla 4.1.17 Percepción de la actividad turística en México

No. de veces que se mencionó



CAPÍTULO IV

Análisis de Resultados

Deberían dar información de la cultura, tradiciones mexicanas, actividades y espectáculos en los lugares que vistamos; así los acompañantes conocen y pueden recomendarlos	6
La gente no es amable y las mismas personas que viven aquí (México) deberían de conocer para decirnos a donde podemos ir	5
Falta información de los lugares, cuando estás en México	5
Como venimos de Estados Unidos las autoridades nos van a robar	4
En México hay lugares bonitos, pero no hacen publicidad ni dan información	4
Las autoridades deben mantener en buen estado las instalaciones, carreteras, anuncios	3
La gente es atenta y te da información en lo que necesites	3
Tiene mucha publicidad, pero en la realidad hay deficiencias y no les dan seguimiento	1
Así como vienen a visitar a la familia deberían fomentar el conocer los lugares turísticos	1

Fuente: Elaboración propia

La percepción de los mexicanos que regresan al país se presenta en la tabla 4.1.17. De acuerdo con una de las personas entrevistada comento “lo primordial cuando regresamos a México cierto es venir a visitar a la familia, sin embargo si hubiera actividades o espectáculos acudiríamos”. Asimismo, otra de las personas se sorprendió cuando llegó al aeropuerto de la ciudad de México y recibió información por parte de un funcionario de la Secretaria de Turismo.



4.1.18. Cree que le hace más falta publicidad o información de los lugares turísticos

Las quince personas entrevistadas respondieron que si le hace falta publicidad e información a los lugares turísticos que visitan; las razones se presentan a continuación en la tabla 4.1.18

Tabla 4.1.18 Publicidad e información en los lugares turísticos

	No. de veces que se mencionó
Contar con trípticos, información, mapas y vuelos en las oficinas mexicanas en el exterior y agencias de viajes en Estados Unidos	8
Hacer más publicidad a otras ciudades porque la gente cree que en México solo existe Cancún, los Cabos y Acapulco	4
Debe haber más campañas publicitarias en Estados Unidos para los mexicanos y sea un atractivo venir a visitar México	4
Proporcionar información de hoteles o lugares donde pueda ir	3
El gobierno debe promocionar otros estados y sus atractivos	2
Se atrae al turismo y se genera empleos; además hay ingresos México	2
Hay gente que prefiere conocer los lugares naturales y no las ciudades	1

Fuente: Elaboración propia

Entre las observaciones que se hicieron por parte de las personas entrevistadas fueron las siguientes: una de las personas prefiere información para conocer lugares naturales porque “¿qué le conoces a la ciudad? tráfico, gentío, tiendas...lo que debes conocer es algo que te pueda llamar la atención algo donde te puedas sentir libre un parque o donde hay un paisaje y que digas ahí me quedo”. Por otro lado una de las personas que viven en New York



mencionó que fue al consulado y en la oficina de pasaportes hay una mesa dónde promociona varios destinos turísticos, pero hace falta más información; sin embargo otra de las personas que viven en Austin dijo que no había información en el consulado mexicano.

4.1.19. En Estados Unidos celebra sus tradiciones mexicanas

En la tabla 4.1.19 se presentan las tradiciones y fiestas mexicanas que celebran los mexicanos en la Unión Americana, siendo el Cinco de Mayo la celebración más representativa. Como comentaron tres personas “celebran lo mismo que en México, las fiestas familiares o buscan cualquier pretexto para reunirse”. Sin embargo con el paso del tiempo opina otra persona que la gente “aquí es más fría”.

Tabla 4.1.19 Tradiciones mexicanas que celebran en la Unión Americana

	No. de veces que se mencionó
5 de mayo	15
Navidad- Posadas	8
Día de independencia	8
Fiestas religiosas (12 Diciembre, ferias, día de la candelaria, Semana Santa)	6
Día de muertos	5
Día de la madre/padre	3
Año nuevo	2

Fuente: Elaboración propia

4.1.20. ¿En promedio cuánto gasta en sus vacaciones o recorridos turísticos?

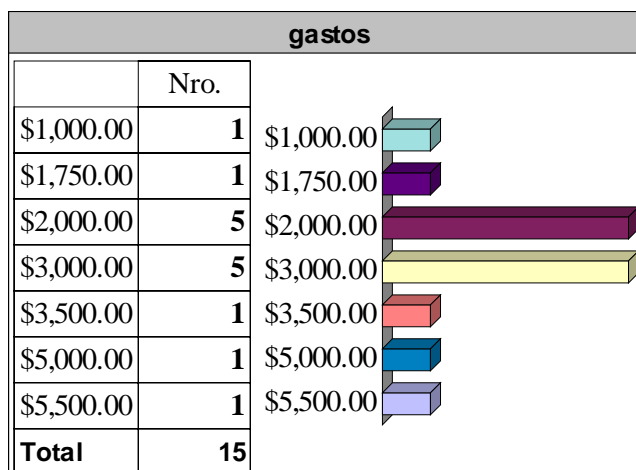


Figura 4.1.20. Gastos promedio en dólares de los connacionales cuando regresan a México

Fuente: Elaboración propia

4.1.21. Está inscrito en alguna organización o club de mexicanos en Estados Unidos

Las catorce personas entrevistadas contestaron que no están inscritas en ningún tipo de organización. Solo una de ella es el presidente de una fundación (ver análisis entrevista). También mencionaron que estas organizaciones están para ayudar a las personas indocumentadas y que tienen problemas legales.

4.1.22. Acude a los eventos o festejos realizados por las organizaciones de mexicanos

Seis de las personas entrevistadas contestaron que sí asistían a los festejos realizados por las organizaciones de mexicanos; entre los festejos a los que acuden son: desfile del Cinco de



Mayo porque asisten varios artistas mexicanos; día de muertos; 15 de Septiembre; bailes y kermeses. Las otras ocho personas respondieron que no acuden a los eventos porque no se enteran o no les interesa. Mientras que el presidente de la fundación “Que Chula es Puebla” más adelante se describirá los eventos que ha organizado.

4.1.23. Tiene algún proyecto para poner algún negocio en su comunidad origen

En cuanto a inversiones de los mexicanos residentes en Estados Unidos, una persona desde el año pasado está sembrando limones; otra persona más acaba de abrir una panadería y taquería en New York y le gustaría abrir una sucursal de su negocio en Acatlán; la otra persona está por firmar un convenio de comedor industrial en el aeropuerto de Huejotzingo y con el club de futbol Puebla FC para que las esposas de los migrantes trabajen vendiendo cemitas.

En cambio, cuatro personas más respondieron que si le gustaría abrir un negocio en sus lugares de origen, por ejemplo: restaurantes de comida mexicana, tienda de abarrotes o unos departamentos en Puerto Vallarta, pero los trámites burocráticos para abrir un restaurante o quienes serian los encargados del negocio en México, podrían ser los impedimentos de no hacerlo. En contraste, ocho personas no piensan hacer alguna inversión en México, una de las razones fueron: “hay mucho ratero, el gobierno debería de darles trabajo”.

4.1.24. ¿Qué opina del programa paisano?

Tabla 4.1.24 Comentarios acerca del programa paisano



	No. de veces que se mencionó
Saben que su función principal es la de orientarlos cuando regresan y los mantienen informados	8
Personas hacen comentarios negativos cuando viajan en automóvil porque les piden mordidas.	5
Les han quitado cosas que les llevan a la familia y les han robado	4
Es una guía confusa y falta información	2
Recibes todo tipo de información en caso de emergencia	2
El programa no sirve	2
Extorsión por parte de las autoridades	2
Han recibido buen trato de algunos funcionarios	1
Han visto los anuncios en Televisión	1
Casi no lo ocupan	1
Creen que el programa está bien	1
El personal que está en el modulo del programa paisano no inspira confianza a preguntar	1

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.1.24 son los comentarios de los mexicanos que viven en la Unión Americana del programa paisano cuando regresan. Diversas personas comentaron que los agentes y policía creen que traen mucho dinero, sin embargo con los ahorros que han hecho a lo largo de un año es posible regresar a visitar a sus familiares y las autoridades los quieren estafar o quitar sus pertenencias que les traen a sus familias. Con este tipo de hecho lo único que están provocando es que las personas ya no quieran regresar por ser víctimas de la corrupción de los funcionarios públicos.

4.1.25. Ingresos generados por los mexicanos residentes en Estados Unidos



Tabla 4.1.25 Ingresos generados migrantes entrevistados que regresan a México

	No. visitas	Gastos	Ingresos al país por su
			No. visitas
1	2	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
2	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
3	3	\$ 3,000.00	\$ 9,000.00
4	1	\$ 1,750.00	\$ 1,750.00
5	1	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
6	2	\$ 3,000.00	\$ 6,000.00
7	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
8	2	\$ 5,500.00	\$ 11,000.00
9	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
10	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
11	1	\$ 3,500.00	\$ 3,500.00
12	2	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
13	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
14	1	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
15	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
	Total	\$41,250.00	\$60,750.00
10.85 Tipo de cambio			
	Ingresos en dólares		\$60,750.00
	Ingresos en pesos		\$ 659,137.50

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.1.26 se presentan los ingresos de las quince personas entrevistadas. El cálculo de los ingresos que dejan al país los connacionales se hizo mediante los datos que se obtuvieron de las visitas y gastos en las entrevistas; posteriormente se multiplicaron el número de vistas por los gastos promedios dando como resultado los ingresos en dólares.



4.1.26. Relación entre los días de estancia con el número de lugares visitados

La relación existente entre los días de estancia de los connacionales entre el número de lugares visitados se presenta en la tabla 4.1.27. Esta relación que se presenta es cuando mayor tiempo están en el país tienen la oportunidad de visitar más lugares.

Tabla 4.1.26 Número de lugares visitados por los entrevistados

No. visitas	Días de Estancia	No. lugares visitados	
1	2	21 días	5
2	1	Dos meses y medio	7
3	3	dos semanas	6
4	1	de 20-30 días	3
5	1	dos semanas	4
6	2	7 días	3
7	2	15-20	5
8	2	14-20	5
9	1	60 días	6
10	1	21 días	6
11	1	14 días	5
12	2	14-21	4
13	1	15-20	5
14	1	dos semanas	3
15	1	15-20 días	4

Fuente: Elaboración propia



4.1.27. Datos Socio demográficos

El número total de personas entrevistadas en esta investigación fueron quince, trece personas pertenecen al género femenino y dos al masculino. Los sujetos de estudio fueron originarios de los estados de Puebla, Distrito Federal, Jalisco y Morelos, como se presenta en la figura 4.1.27.1

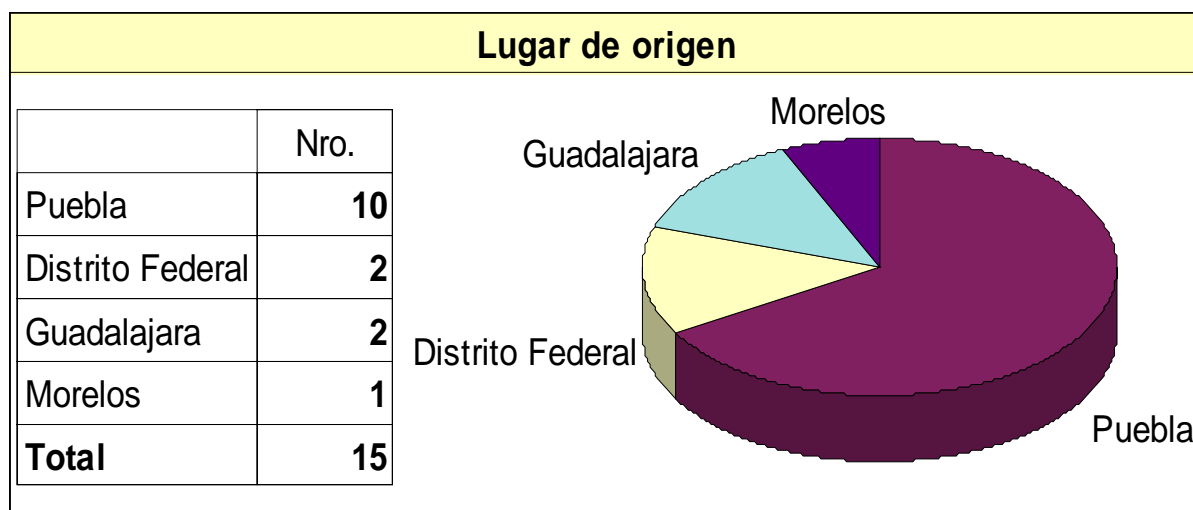


Figura 4.1.27.1 Lugar de los mexicanos residentes en Estados Unidos entrevistados

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.1.27.2 se presenta la edad de los sujetos estudios entrevistados que radican en la Unión Americana. Por otro lado en la figura 4.1.27.4 es el tiempo de residencia en los Estados Unidos de los entrevistados.



Tabla 4.1.27.2 Edad de los mexicanos residentes en Estados Unidos entrevistados

Estado	No.
20-30 años	4
31-40 años	5
41-50 años	3
51-60 años	3
Total	15

Fuente: Elaboración propia

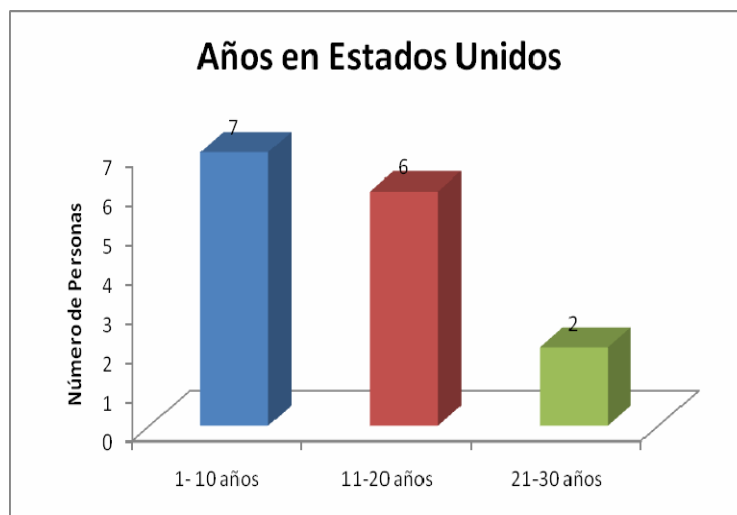


Figura 4.1.27.3 Tiempo de residencia de los mexicanos residentes en Estados Unidos entrevistados

Fuente: Elaboración propia



4.2. Análisis de la Entrevista con el Delegado Regional en el Estado de Puebla del Instituto Nacional de Migración

De acuerdo con el Lic. Eduardo Morales Garduño se tiene estimado que hay más de dos millones de poblanos en la Unión Americana ya que no existe un censo de todos los mexicanos que radican en Estados Unidos; concentrándose principalmente en el estado de Nueva York.

La frecuencia con la que regresan los mexicanos residentes en Estados Unidos es cada dos a tres años; en el mes de diciembre el 70% regresa, mientras que el 27% los hace en vacaciones de verano y el 3% en otras fechas. Asimismo, el titular de esta dependencia mencionó que los motivos por los que regresan son a visitar a sus familias, paseo, vacaciones y los que regresan en el mes de diciembre son a pasar las fiestas navideñas con sus familias. Se tiene registrado que los connacionales llegan al estado de Puebla de forma terrestre, ya sea que el vuelo en el que venían procedentes llegó a la ciudad de México o traigan sus automóviles; entre los municipios a los que arriban son Izúcar de Matamoros, Atlixco, San Martín.

El apoyo que les brinda el gobierno federal a los migrantes, se creó el Programa Paisano con el fin de erradicar la corrupción cuando los paisanos regresaban a México; siendo el objetivo principal del programa es orientarlos y resolverles las dudas que tengan antes de regresar. El programa “Bienvenido Paisano” se implementa en la temporada vacacional en coordinación con las dependencias municipales, estatales y federales. Al mismo tiempo en las representaciones consulares en Estados Unidos se entrega los folletos de la Guía Paisano. Se colocan módulos de atención para los paisanos en la ciudad de



Puebla y al interior del estado. En la ciudad de Puebla los módulos están ubicados en la estación de autobús de la cuatro poniente, capú, centro histórico y en las principales entradas a la ciudad.

Finalmente el gobierno está impulsando programas de inversión a los migrantes exitosos con el fin de que haya empleo en las comunidades y no tengan la necesidad de emigrar en busca de mejorar su calidad de vida; Sedesol lleva a cabo el programa el programa 3 X 1 donde participan los gobiernos federal, estatal y municipal. Se puede mencionar la inversión a los proyectos productivos que han realizado son: tres proyectos, dos de ellos son agrícolas y el otro es la elaboración de carne seca.

4.3. Análisis de la Entrevista al encargado de Turismo en Izúcar de Matamoros

En el municipio de Izúcar de Matamoros no se tiene registro cuando los migrantes regresan a visitar a su familia ni de los gastos que realizan en su estancia, comento el encargado de Turismo “sabemos que regresan porque algunos traen sus camionetas con placas de Norteamérica”. Por otro lado en los meses de noviembre y diciembre la afluencia de los migrantes es mayor porque regresan a celebrar las fiestas religiosas o son asignados como mayordomos; después celebran las fiestas navideñas y año nuevo con su familia. Asimismo en este periodo de verano también regresan; un número menor de personas regresan en Semana Santa y 10 de Mayo. Se quedan de dos a tres meses en el municipio. Por lo general regresan acompañados con su familia, esposa e hijos.



Cuando regresan los connacionales a Izúcar de Matamoros, se implementa los programas Bienvenido Paisano/Poblano donde les proporcionan información de todo tipo, salud, seguridad y turismo. Los módulos están ubicados en la entrada de la ciudad y en la presidencia municipal.

Cuando regresan los migrantes están con su familia algunos traen su automóvil, por lo tanto van a conocer los alrededores, sus viajes que realizan son de ida y vuelta, a veces no necesitan hotel. En algunos casos las personas organizan los XV años de sus hijas y bodas en el municipio y regresa toda la familia que vive en la Unión Americana. Por parte el Ayuntamiento de Izúcar de Matamoros no organiza actividades especiales cuando regresan, a veces se mandan la promoción de los eventos religiosos a las organizaciones de mexicanos en Estados Unidos. Asimismo el presidente municipal el Lic. Guevara ha realizado distintos viajes a los estados de la Unión Americana para promocionar la visita de los migrantes a Izúcar de Matamoros, sin embargo los connacionales no quieren regresar por miedo a los secuestros y robos que hay en la región.

En cuestión de inversiones turísticas están la apertura del hotel Atlanta, la gerente trabaja en turismo municipal y su esposo radica en Estados Unidos y el hotel boutique el Descanso, estas dos últimas personas están interesadas en promocionar el municipio.

4.4. Análisis de la Entrevista al Secretario de Turismo de Puebla

El número de extranjeros que visitan el estado de Puebla anualmente es de un millón de turistas, procedentes de Estados Unidos, Francia y Centro/Sur América. Por otro lado a los



mexicanos residentes en la Unión Americana en el estado de Puebla no son considerados como turistas porque ellos vienen principalmente a visitar a sus familias y no a conocer los lugares; por lo que no están considerados un segmento de mercado al que deban dirigirse. Sin embargo, la participación de la Secretaria de Turismo en el programa Paisano o Bienvenido Poblano es la instalación de módulos que les brinda información de los atractivos turísticos de Puebla; de manera que la Secretaria de Turismo no les proporciona Kits especial de información a los connacionales porque vienen a “visitar a su familia y no a turistar” como lo señala el Lic. Juan José Bretón Avalos, Secretario de Turismo; por esta razón se les entrega la misma información que a los turistas nacionales y extranjeros.

Los atractivos turísticos con los que se tienen en cada uno de los municipios son diferentes, se encuentra las cactáceas de Zapotitlán Salinas, los fósiles de Tepexi de Rodríguez, en Izúcar de Matamoros el ex convento y sus balnearios. En esta región se pueden encontrar diferentes atractivos como: cascadas, iglesias, cavernas, zonas arqueológicas, ex-conventos, tianguis, manantiales, construcciones civiles, lagunas, fiestas y balnearios. Se ofrecen a los visitantes tres recorridos turísticos: la Ruta Del Aguacate (Atlixco, Tianguismanalco, Tochimilco, Huaquechula, Tlapanalá, Izúcar de Matamoros, San Juan Epatlán, Chietla, Chiautla de Tapia, Acatlán de Osorio), la Ruta del Ónix (African Safari, Cuauhtinchan, San Salvador Huixcolotla, Tecali de Herrera, Tecamachalco, Tepeaca) la Ruta del Maíz (Tehuacán, Santa María del Monte, Zapotitlán de Salinas) y la Ruta Paleontológica (Atoyatempan, Santa Clara Huitziltepec, Molcaxac, Huatlatlauca, Chigmecatitlán, Tepexi de Rodríguez, San Juan Ixcaquixtla) (ver anexo 10)



En cuanto a promoción del estado de Puebla se lleva a cabo a través del Consejo de Promoción Turística de México y los consulados en Estados Unidos trabajan conjuntamente en la promoción turística; cuando realizan giras de trabajo por la Unión Americana, ellos ya tienen todas las actividades que se realizarán con los medios de comunicación y agencias de viajes con las que se tienen convenios para la promoción del estado. Algunos de los convenios que se tienen firmados con Apple Vacation, Vacation to go, Aeroméxico entre otros; por otro lado, rara vez asisten a las organizaciones de mexicanos, como Casa Puebla. Para finalizar hasta el momento solo se tiene conocimiento de una inversión turística con capital proveniente de los Estados Unidos, en Izúcar de Matamoros el Hotel Atlanta; se tenía contemplado dos proyectos más, uno balneario en Tehuacán sin embargo se canceló y el otro en Epatlán un campo de golf.

4.5. Análisis de la entrevista al Presidente de la Fundación “Que Chula es Puebla”

El presidente de la fundación “Que chula es Puebla”, el Sr. Ricardo Andrade o mejor conocido como el “Rey de la Cemita” mencionó cuales fueron sus razones para la creación de esta organización; él fue otro de los mexicanos que emigró hacia los Estados Unidos por falta de una oportunidad laboral en México, en su travesía a la Unión Americana tuvo vivencias en el desierto, viendo a la gente suicidándose o muerta; con base a lo anterior y las carencias que tienen los mexicanos que han ido a buscar el “sueño americano” y por otro lado los consulados y las representaciones son insuficientes para atender a la mayoría de la gente. Los objetivos de la fundación “Que chula es Puebla” es darle la orientación y los medios necesarios a los mexicanos, en especial a los poblanos; para que los tengan



migrantes sus documentos, una identificación, matrícula consular o el pasaporte. También, comento que se les ayuda pagándoles fianzas, dándoles despensas en casos de alguna contingencia, se está promoviendo el seguro de vida para los migrantes, ya que diariamente mueren 45 personas y a veces la familia tiene que pedir dinero en las calles porque no tienen para repatriar el cuerpo de su familiar a México. Su fundación se encuentra ubicada en los estados de Nueva York, Nueva Jersey, Atlantis, Carolina del Norte y Sur.

La fundación “Que Chula es Puebla” lleva a cabo eventos, el más reciente fue el Cinco de Mayo, denominado la feria latina; realizada en Atlanta, donde asistieron más de 650 mil personas, en este evento tocan grupos musicales, cantantes y se difunde la gastronomía mexicana, como: la cemita, tacos, tostadas, chalupas y otros platillos ya que se cuenta con una variedad de productos mexicanos. En cuanto a su negocio de las cemitas en Estados Unidos comenzó hace 9 años, “regresaba dos o tres veces a la semana a Puebla para comprar las cemitas y barbacoa; me las llevaba en las maletas. Después invite a un amigo que es panadero y es así como iniciamos, además los ingredientes ya se pueden encontrar en la Unión Americana”. En promedio sus ventas son 1000 cemitas diarias y le gustaría superar a Burger King.

En cuanto a los proyectos que tiene para Puebla comentó acerca del comedor industrial turístico en el aeropuerto de Huejotzingo, beneficiando a las esposas de los migrantes que fueron detenidos en la Unión Americana dando un empleo temporal a 300 personas. Asimismo, se firmará un convenio con los directivos del equipo de Puebla para que mujeres que fueron deportadas vendan cemitas en el estadio Cuauhtémoc. Conjuntamente está trabajando con la Confederación Internacional de Mexicanos en el



Exterior (CIME) en busca de impulsar la comercialización de productos de la región de Izúcar de Matamoros y Acatlán de Osorio en Estados Unidos

Por lo que se refiere a la promoción turística de Puebla, a través de la Secretaría de Turismo del Ayuntamiento se le proporciona un disco y él imprime los trípticos y se los entrega a las personas que van a la fundación “lamentablemente no todos pueden venir, solo el 3% regresa a sus lugares de origen” comenta el Sr. Andrade; pero los americanos que visitan el negocio se les da orientación e información turística. Sin embargo la falta de información y los comunicados de prensa de las embajadas americanas de violencia en México, afecta a la afluencia de turistas y da una mala imagen. Esta organización se encarga de promocionar principalmente “el estado de Puebla, ya que Cancún, Acapulco o Los Cabos ya están posicionados entre los americanos y no necesitan más información”

4.6. Consejo de Promoción Turística de México

El Consejo de Promoción Turística de México fue creado para diseñar y operar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, con la participación de los diversos sectores de la actividad turística. A continuación se destacan las funciones principales de este organismo gubernamental son: la colaboración en el diseño de planes, programas, estrategias y prioridades en materia turística; así como proporcionar la información turística a nacionales y extranjeros por cualquier medio; impulsar la colaboración de los sectores público y privado que promuevan los atractivos y servicios turísticos de México; tener convenios de con entidades federativas, municipios, sector privado (nacional y extranjero), órganos gubernamentales y organizaciones internacionales



con el propósito de promover al país, entre otras (Consejo de Promoción Turística [CPTM]; 2007).

El Consejo de Promoción Turística cuenta con 17 oficinas distribuidas en Norteamérica, Europa, Latinoamérica y Asia; estas oficinas fueron establecidas con el fin de: “Identificar, comunicar y apoyar el aprovechamiento de las oportunidades de mercado” (CPTM, 2007, párrafo, 3]. En Estados Unidos hay seis oficinas del CPTM, una oficina ubicada en Washington como la unidad estratégica de negocios; en la tabla 4.7 se presenta las cinco oficinas del CPTM que tienen asignados los estados de la Unión Americana a los que se debe dirigir la promoción turística de México

Tabla 4.6 Oficinas del Consejo de Promoción Turística en el Exterior

Cobertura	
CHICAGO	Dakota del Norte, Dakota del Sur, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Michigan, Minnesota, Missouri, Nebraska, Ohio y Wisconsin
HOUSTON	Arkansas, Colorado, Louisiana, Nuevo México, Oklahoma y Texas.
LOS ÁNGELES	Alaska, Arizona, California, Hawai, Idaho, Montana, Nevada, Oregón, Utah, Washington y Wyoming
NUEVA YORK	Connecticut, Delaware, Distrito de Columbia, Maine, Maryland, Massachusetts, New Hampshire, Nueva Jersey, Nueva York, Pennsylvania, Rhode Island, Vermont, Virginia y West Virginia
MIAMI	Alabama, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Florida, Georgia, Mississippi, Tennessee

Fuente: Elaboración propia



4.6.1. Categorías de Productos Turísticos

El CPTM agrupa la oferta turística de México. Por lo que se han desarrollado a partir de la percepción del consumidor categorías específicas por las que viajan; los tipos de productos turísticos son: turismo de sol y playa; turismo de congresos y convenciones; turismo cultural; turismo de naturaleza; turismo Premium; turismo para todos; proyectos especiales.

La categoría que le corresponde a este tema de investigación es el Turismo de Segmentos Especiales, se define “como el conjunto de productos turísticos consumidos por personas que por su edad, origen étnico, modo de desplazamiento, intereses específicos u otras características requieren de un apoyo diferenciado en medios o en el diseño del producto”. Se divide en:

- **Hispanos:** Viajes realizados por personas con estancia legal y residente en los Estados Unidos y que tienen vínculos étnicos y culturales con México (80%) u otros países de América Latina. Tienen diversos grados de integración a la cultura anglosajona; este tipo de turistas se sienten atraídos por la cultura, gastronomía, tradiciones y actividades que pueden realizar en México. Gozan de los suficientes ingresos para visitar México en plan turístico, con consumo pleno de servicios aéreos, hotelería, gastronomía, excursiones, etc.
- **Fronterizos:** Viajes realizados por los norteamericanos que ven en los destinos a corta distancia de la franja fronteriza una oportunidad de conocer algo de la gastronomía, compras, tradiciones y sol & playa de México internándose por sus propios medios al país. (CPTM, 2007)



4.6.2. Campañas Publicitarias del Consejo de Promoción Turística en Estados Unidos

Figura 4.6.2.1 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

FORGET ABOUT THE STRESS OF YOUR WEDDING IN MÉXICO.

Because only in México you'll discover paradisiac sites to enjoy your honeymoon such as secluded beaches, boutique hotels, spas, archaeological sites full of magic, as well and traditional towns. Wherever you go, you will find the unique Mexican hospitality, which will make you enjoy your honeymoon like no other place in the world.

1 800 44 MEXICO www.visitmexico.com

Fuente: Consejo de Promoción Turística



Figura 4.6.2.2 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos



Fuente: Consejo de Promoción Turística

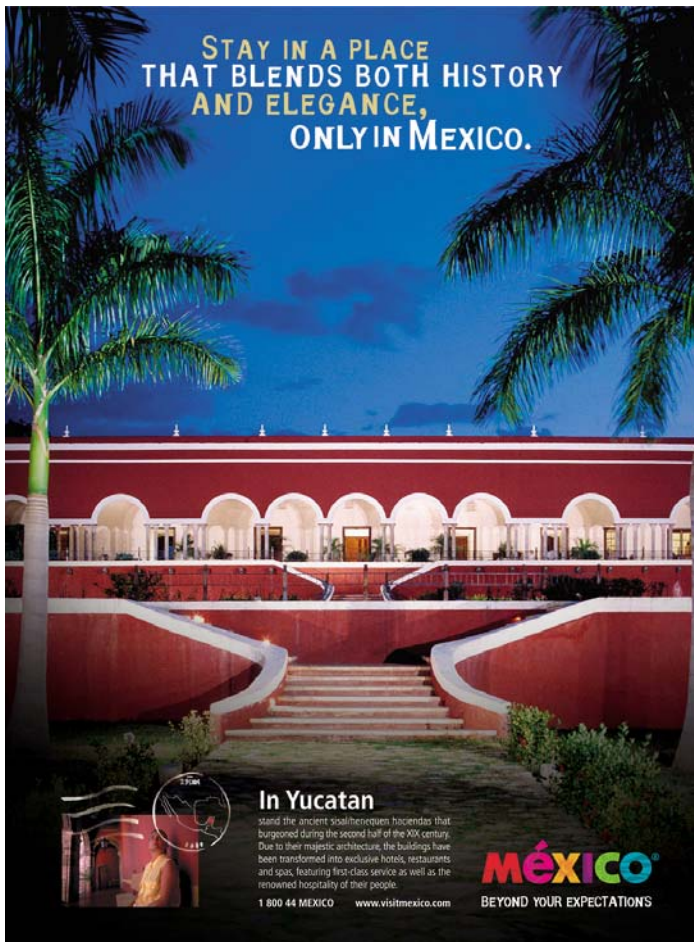
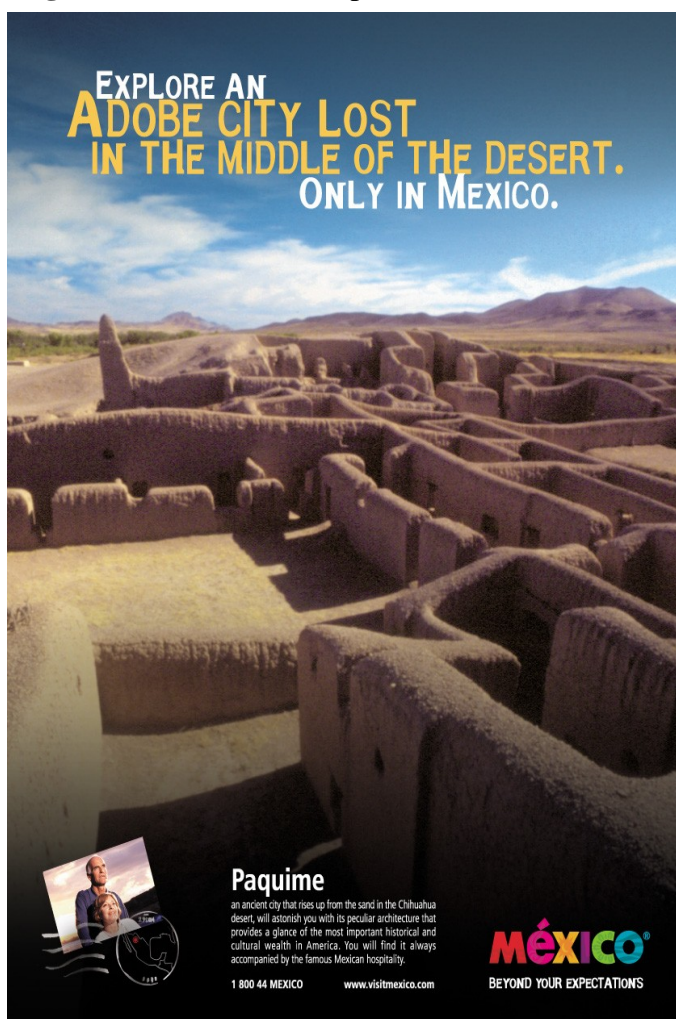


Figura 4.6.2.3 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

Fuente: Consejo de Promoción Turística



Figura 4.6.2.4 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

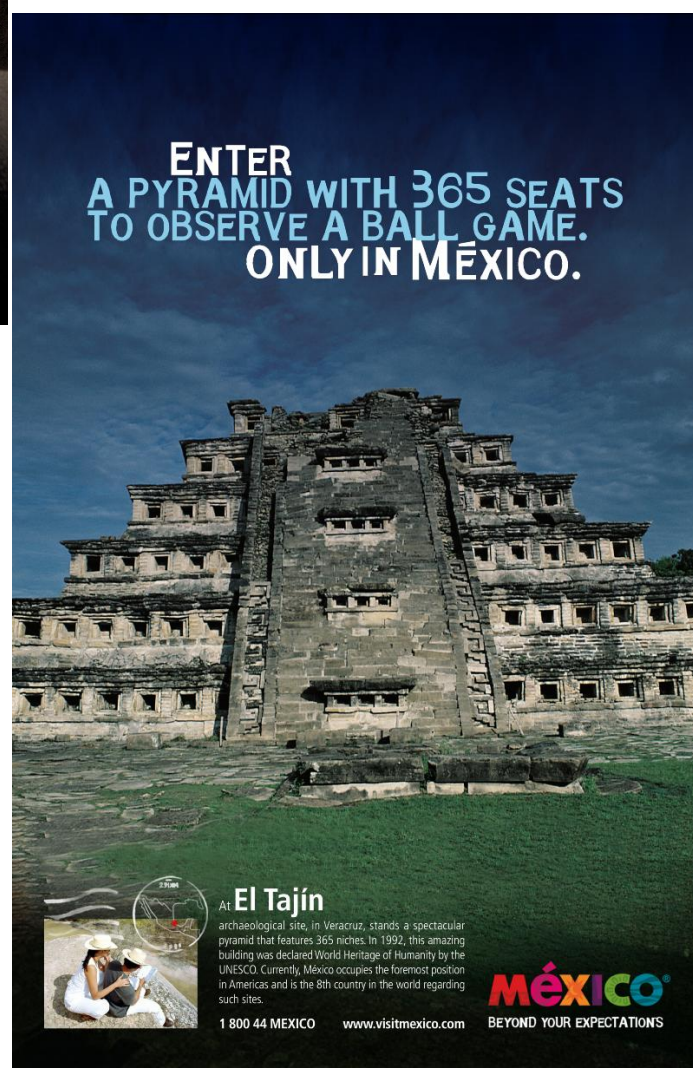


Fuente: Consejo de Promoción

Turística

Figura 4.6.2.5 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

Fuente: Consejo de Promoción Turística



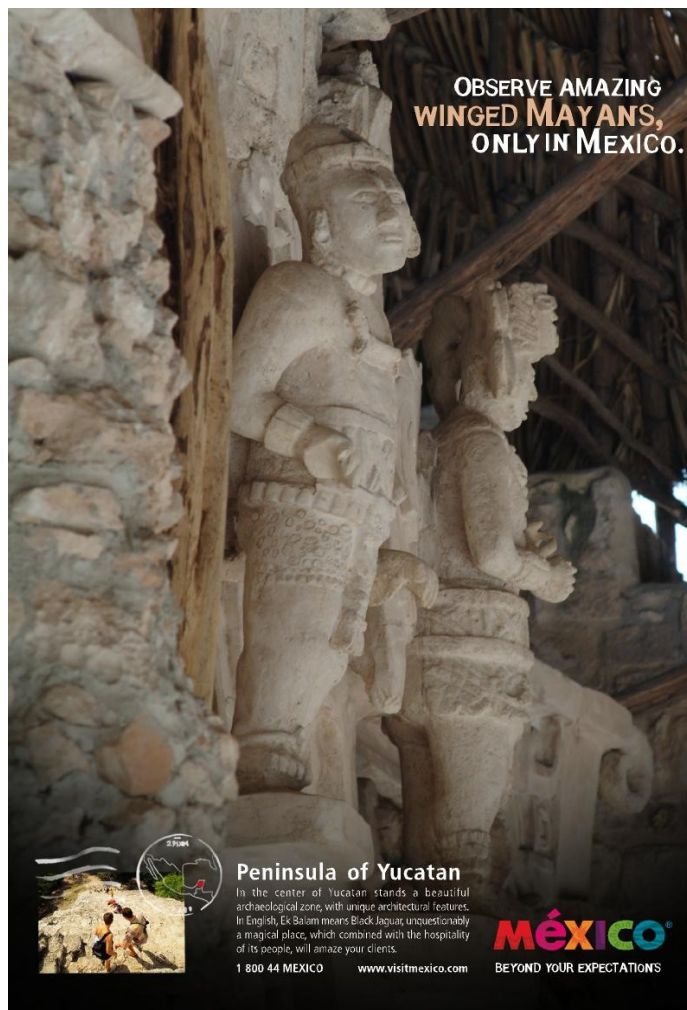


Figura 4.6.2.6 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

Fuente: Consejo de Promoción Turística

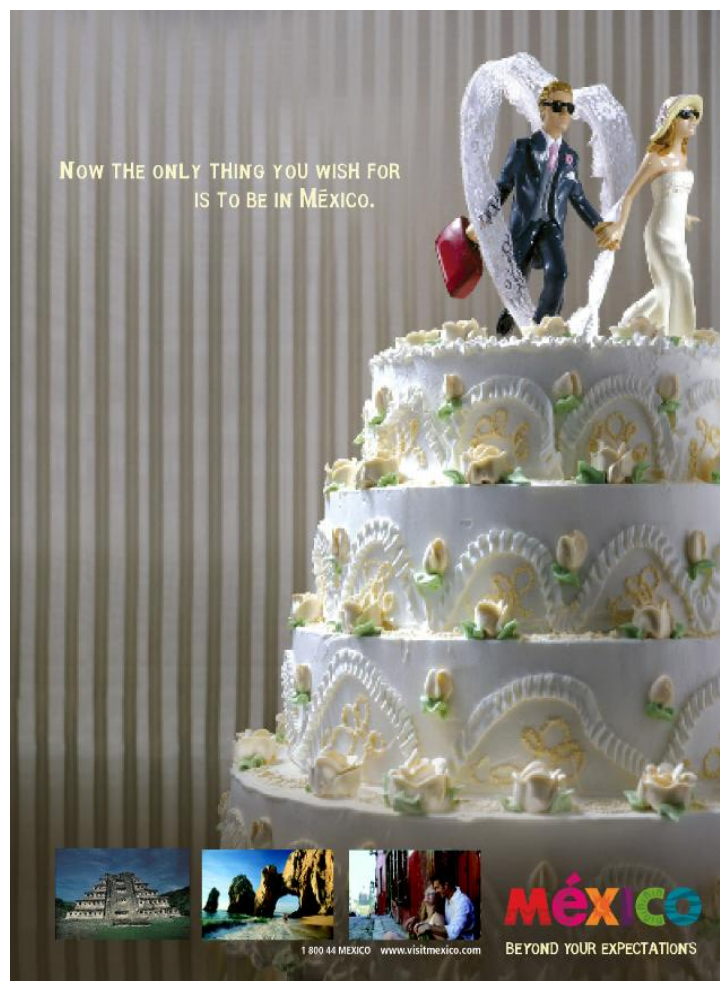


Figura 4.6.2.7 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

Fuente: Consejo de Promoción Turística



Figura 4.6.2.8 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

WALK AROUND
THE MOST IMPORTANT CULTURAL
CITIES IN LATIN AMERICA.
ONLY IN MEXICO.

Central Mexico
Your clients will love the experience of a lifetime walking along cobblestoned streets, admiring colonial architecture and discovering national treasures. A place where you can stand in front of the biggest cathedral in the continent and then walk a few steps away to an ancient Aztec temple. Enjoy its vast array of museums, along with the hospitality of its people.

1 800 44 MEXICO www.visitmexico.com **México** BEYOND YOUR EXPECTATIONS

Fuente: Consejo de Promoción Turística

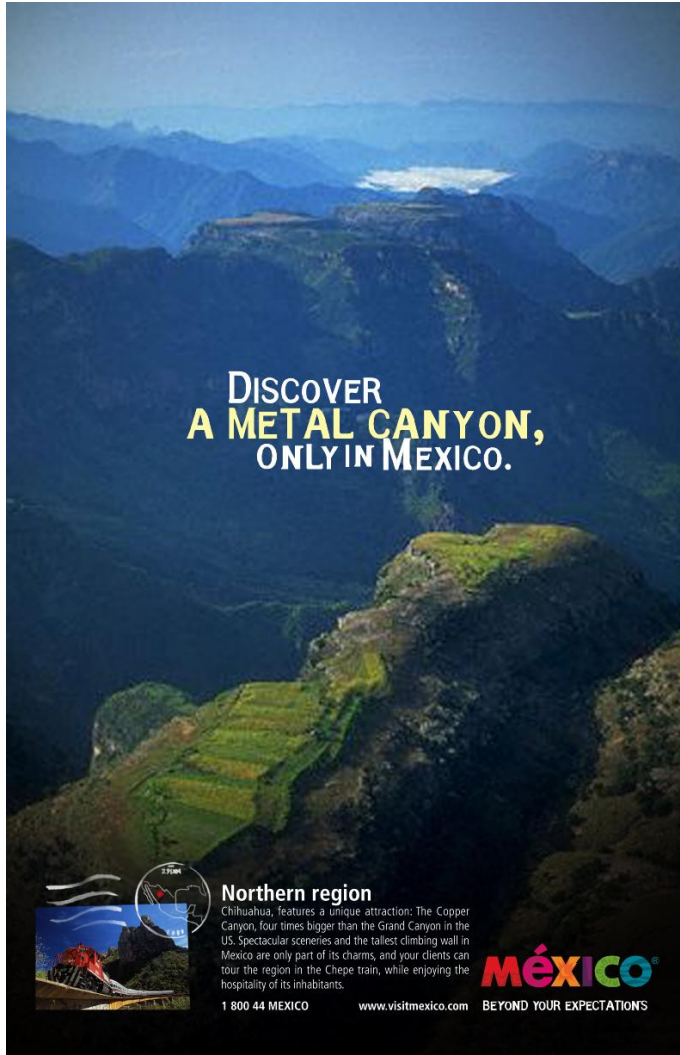


Figura 4.6.2.10 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

Fuente: Consejo de Promoción Turística

Figura 4.6.2.9 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

Fuente: Consejo de Promoción Turística



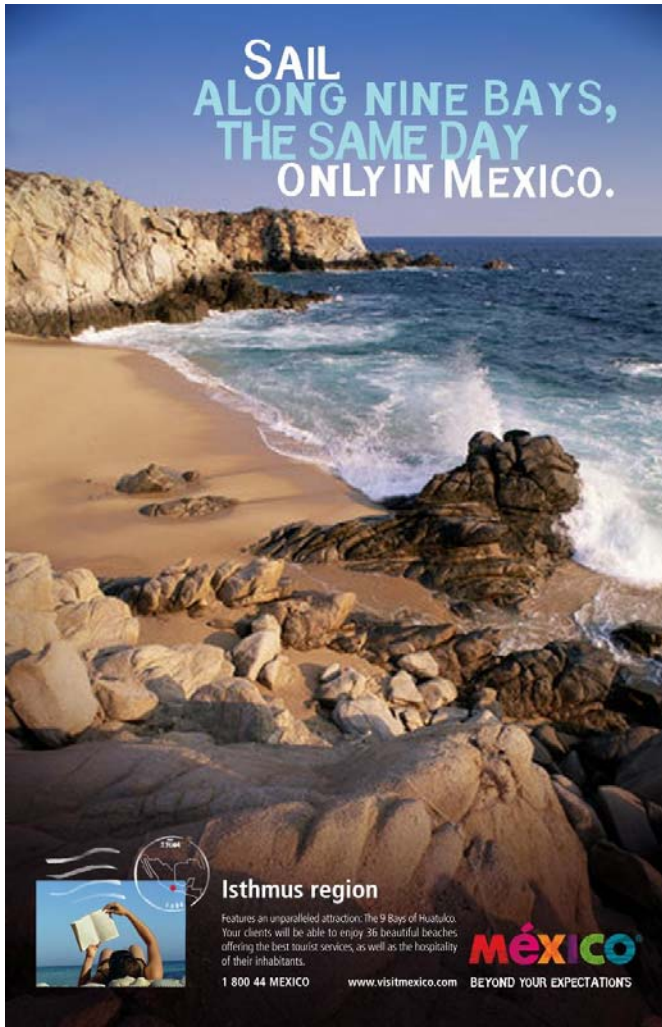
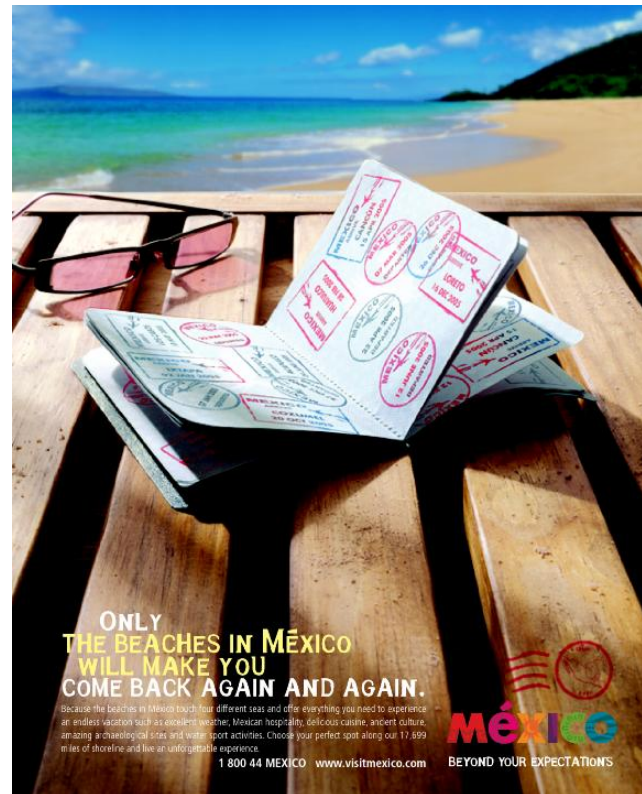


Figura 4.6.2.11 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos

Fuente: Consejo de Promoción Turística

Figura 4.6.2.12 Anuncios publicitarios de México en Estados Unidos



Fuente: Consejo de Promoción Turística



4.7. Participación de La Secretaría de Turismo por medio del Centro Integral de Atención al Turista

El Centro Integral de Atención al Turista ofrece un servicio de calidad para que los turistas conozcan los atractivos turísticos y riquezas naturales; por medio de este centro se brinda información y orientación sobre los destinos, atractivos y servicios turísticos de las siguientes maneras: telefónicamente los 365 días, las 24 horas; correo; correo electrónico y acudiendo a los módulos. Informando acerca de:

Actividades Deportivas	Aeropuertos de la República Mexicana
Arrendadoras de autos y autobuses	Atractivos Turísticos
Agencias de Viaje	Balnearios
Campamentos	Centros de Convenciones y Congresos
Dependencias de Gobierno	Directorio Interno de la Secretaría
Descripción de Recorridos Turísticos	Destinos de Líneas de Autobuses
Embajadas y Consulados de México en el Extranjero	Ferias, Fiestas, Eventos y Exposiciones
Hoteles	Información General
Guías de Turistas	Hospitales y Cruz Roja
Instituciones Privadas	Monografías Turísticas
Museos	Servicios de Recorridos Turísticos
Red Nacional de Carreteras Tiempos y Distancias	Restaurantes
Servicios de Transportación terrestre, marítima y aérea	Servicios Migratorios
Vida Nocturna	Zoológicos



4.7.1. Asistencia a Connacionales

Desde 1989 la Secretaría de Turismo participa en el Programa Paisano, con la finalidad de simplificar trámites y servicios a los connacionales; brindándoles información, orientación y asistencia de los servicios públicos relacionados con su internación al país. Con el propósito de facilitar el regreso y estadía de los connacionales en el país; lleva a cabo acciones a través de 51 Módulos de Atención, ubicados en las principales áreas fronterizas, aeropuertos internacionales y centrales camioneras en 20 entidades federativas. (SECTUR, 2007)

4.8. Programa de apoyo “Bienvenido Poblano”

El gobierno del estado de Puebla implementó el programa Bienvenido Poblano en el periodo vacacional de Semana Santa, verano y navidad en el que las personas que regresan de Estados Unidos; en este programa se integran dependencias y organismos estatales con el objetivo de “difundir nuestras riquezas turísticas, orientarle y, sobre todo, erradicar cualquier práctica de corrupción o maltrato de servidores públicos”. Los servicios que ofrecen: información de servicios en general que ofrece el gobierno del estado, evitar abusos de autoridad sobre los migrantes en las carreteras de la entidad, información de los principales lugares de interés turístico en el Estados, entre otros. Las dependencias que participan son: Secretaría de Gobernación, Organismo Estatal de Carreteras y Cuotas, Secretaría de Turismo, Servicios de Salud del Estado de Puebla, Procuraduría del Ciudadano, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Seguridad Pública, Comisión



Estatad para Atención al Migrante Poblano, Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla, Aeropuerto Hermanos Serdán, Comisión de Derechos Humanos de Puebla y el Ayuntamiento de Puebla. De acuerdo con las cifras proporcionadas por la Secretaría de Gobernación de Puebla (2007) en el periodo de vacacional de 2005 y 2006, se atendieron a un número aproximado de 31 mil 109 personas de las cuales 2 mil 494 fueron migrantes poblanos; donde 2 mil 130 fueron poblanos provenientes de los Estados Unidos y 416 de deferentes países. Los servicios más solicitados por los visitantes en los módulos son: 91% Turísticos; 6% Vialidad; 2% Jurídicos y 1% de Salud.

El 07 de julio del 2007 se inauguró el programa Bienvenido Poblano que estará vigente hasta el día 19 de agosto; participando 250 servidores públicos de 15 dependencias estatales atendiendo migrantes en los 34 módulos de programa cuya función principal es la de atender de manera digna a los migrantes que regresan. A continuación se presentan imágenes de la inauguración del programa en la central de camiones (CAPU) donde asistió el Secretario de Gobernación Lic. Javier López Zavala acompañado del secretario de Seguridad Pública, Mario Ayón Rodríguez y del Alto Comisionado para la Atención del Migrante Poblano, Carlos Olamendi Torres y el representante de casa Puebla en Nueva York Jaime Lucero



Figura 4.8.1 Inauguración del Programa “Bienvenido Poblano”



Figura 4.8.2 Inauguración del Programa “Bienvenido Poblano”



Figura 4.8.3 Inauguración del Programa “Bienvenido Poblano”



Figura 4.8.4 Inauguración del Programa “Bienvenido Poblano”

