



CAPITULO IV

Análisis de Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada en los 10 países incluidos en la muestra. Esta información está solo en función a las personas que contestaron la encuesta y no pretende dar una descripción de la perspectiva del total de los habitantes de estos países. La información es presentada en tablas y figuras para mayor entendimiento de los resultados.

4.1 Resultados de las encuestas

Como se mencionó en el capítulo anterior la encuesta fue contestada en línea. En la Tabla 4.1 se muestra el total de las encuestas entregadas que fue de 293, lo cual representa, el número de veces que se abrió la encuesta aunque no se haya contestado. El número de encuestas con al menos 1 respuesta contestada, fue de 187 y dado que muchas encuestas se encontraron incompletas, se eliminaron aquellas que tuvieran menos del 50% de las preguntas contestadas. El número final de encuestas utilizadas en la recolección de datos fue de 129.

Tabla 4.1 Número de encuestas enviadas y recibidas



Encuestas Entregadas	293
Encuestas Contestadas	187
Eliminadas	58
Encuestas utilizadas	129

En esta investigación se presentan los resultados tomando en consideración que al preguntarle a una persona sobre un determinado destino, la percepción que esta tiene y la cantidad de información que conoce puede variar, dependiendo de si esta ha visitado el lugar o no, pues dentro de las fuentes de información de las cuales se obtienen dichos conocimientos, se encuentran las experiencias propias vividas en el lugar visitado, cómo lo mencionan Akomahl y Crompton (citados en Castaño et al., 2006). En la Tabla 4.2 se presenta el número de personas encuestadas en cada país, mostrando los porcentajes de personas que han visitado México y las que no lo han hecho, de cada uno de los países.

Tabla 4.2 Número de personas encuestadas por país, porcentajes de las que han visitado México y las que no lo han hecho.

Países	Personas encuestadas	Han visitado México (%)	No han visitado México (%)
Europa			
Inglaterra	6	67%	33%
Alemania	14	21%	79%
Francia	19	42%	58%
España	23	30%	70%
Italia	7	29%	71%
Norteamérica			
EUA	36	83%	17%
Canadá	6	50%	50%



Latinoamérica			
Argentina	9	44%	56%
Chile	2	0%	100%
Brasil	7	57%	43%
Total	129	50%	50%

De la pregunta 1 se obtuvo que del total de encuestados, el 50% no ha visitado por ningún motivo el país y el 50% si lo ha hecho. Así mismo de la pregunta 2 que fue: ¿Planea realizar un viaje a México en este año?, se obtuvo que de las personas que no han visitado el país el 9% tiene planeado realizar un viaje a México en este año, el 27% podría realizarlo y el 64% no desea realizar un viaje a México definitivamente. Posiblemente las personas que planean realizar un viaje a México próximamente conozcan más información sobre el país que los que no planean un viaje, pues como menciona Schiffman y Kanuk (2001), en la fase previa a la compra, los consumidores realizan una búsqueda de información sobre el lugar a visitar.

Del 50% de personas que ya han visitado México, el 37% planea volver a visitar el país en el mismo año. Sobre esto Alegre y Cladera (2006) mencionan que el hecho de que se repita una visita a un destino, puede ser indicativo de que estas personas hayan tenido un alto nivel de satisfacción respecto a su experiencia vacacional, aunque no se descartan actitudes turísticas como la aversión al riesgo, actitud compensatoria o vinculación al lugar. El 22% de estas que han visitado México, posiblemente realizará otro viaje a México y el 41% no piensa realizar un viaje a México en el año siguiente.

4.1.1 Imagen de México

La pregunta 3 tiene como objetivo presentar una idea de la imagen que se tiene de México en las zonas en que se realizó la encuesta. Para esto se hizo la pregunta abierta: ¿Qué es lo



primero que imagina en su mente al escuchar la palabra *México*? De esta pregunta se obtuvieron diferentes descripciones entre las cuales se repitieron ciertos conceptos que fueron los que se tomaron en cuenta para realizar el análisis tal como se llevo a cabo el análisis hecho por Govers, Go & Kumar (2007) sobre la imagen de 7 diferentes ciudades. No se incluyen en el análisis, las palabras que se mencionaron solo una vez, la lista completa se puede observar en el Apéndice D. En esta pregunta, fue preciso dividir los datos obtenidos entre las personas que han visitado el país y las que no lo han hecho, con el objetivo de realizar una comparación de las 2 imágenes que se tienen.

4.1.1.1 Imagen de México descrita por europeos

En el caso de Europa en la Tabla 4.3 la imagen que tienen las personas que ya han visitado el país, no comprende conceptos, como el sombrero, los aztecas, cactus, entre otros que si fueron mencionados por las personas que no han visitado el país, que se muestran en la Tabla 4.4. Estos conceptos no aparecen como descriptores de la imagen después de la visita, posiblemente porque son ideas erróneas, creadas por estereotipos de la sociedad que se eliminan al visitar el país. En cambio, sí se repiten ciertos conceptos, que muestran que las personas después de visitar el país mantienen imágenes sobre playas blancas o bonitas, sol, gente amistosa y Tequila, incluidos en la Tabla 4.4 que refiere los conceptos mencionados por personas que no han visitado México.

**Tabla 4.3 Descripción de la imagen de México por europeos que han visitado el país.**

Europa (n=24, descriptores=54)	% Personas	% de 25 descriptores principales
Playas	29%	28%
Sol	25%	24%
gente (amistosa/cordial)	17%	16%
culturas (antiguas)	13%	12%
Tequila	13%	12%
paisajes (naturales/increíbles)	8%	8%
mayas (ruinas)	8%	8%

*En esta Tabla se muestran solo los principales conceptos que fueron mencionados, *n* corresponde al número de personas encuestadas en Europa que ya han visitado México, los 54 descriptores son el total de palabras utilizadas por estas personas. En la columna siguiente se muestra el porcentaje de personas que mencionaron un determinado descriptor y en la última columna el porcentaje de veces que se repitió uno de los conceptos en cuanto al total de veces que se repitieron los principales.



Tabla 4.4 Descripción de la imagen de México por europeos que no han visitado el país.

Europa (n=45, descriptores=101)	% Personas	% de 65 palabras principales
Playas	27%	18%
Sol	20%	14%
Tequila	18%	12%
Sombrero	13%	9%
Aztecas	9%	6%
Cactus	9%	6%
Pirámides	9%	6%
Historia/ cultura	9%	6%
Mariachis	7%	5%
música (latina)	7%	5%
Alegría	4%	3%
Cancún	4%	3%
Color	4%	3%
Gastronomía	4%	3%

*En esta Tabla se muestran solo los principales conceptos que fueron mencionados, n corresponde al número de personas encuestadas en Europa que no han visitado México, los 101 descriptores son el total de palabras utilizadas por estas personas. En la columna siguiente se muestra el porcentaje de personas que mencionaron un determinado descriptor y en la última columna el porcentaje de veces que se repitió uno de los conceptos en cuanto al total de veces que se repitieron los principales.

Las playas y el sol son los descriptores más utilizados, tanto por personas que han visitado el país, como por las que no lo han hecho. Inclusive un destino de sol y playa Cancún, es mencionado como lo primero que se piensa al escuchar México. Con esto se puede apreciar la importancia tan grande que tienen este tipo de atractivos y destinos turísticos para el país. No de la misma forma la gastronomía, la cual fue mencionada solo por un 4% de las personas que no han visitado México, por lo cual no es parte importante de la imagen que tienen los europeos de México aun cuando ya hayan visitado el país o conozcan sobre esta.

4.1.1.2 Imagen de México descrita por latinoamericanos



Como se muestra en la Tabla 4.5 en cambio, para la mitad de los latinoamericanos que ya han visitado el país, Tequila es la palabra más usada al describir México, lo mismo que para el 40% de las personas que no han visitado el país. Esto confirma el hecho de que los productos exportados con denominación de origen, influyen de manera importante en la formación de la imagen que se tiene de este, y no solo sus destinos turísticos. Por otro lado, los latinoamericanos que no han visitado el país, también mencionan el chile y los tacos en un 20% como se muestra en la Tabla 4.6. Estos tres conceptos (tequila, chile y tacos), son productos representativos de la gastronomía mexicana, por lo cual se puede decir que para estos, la gastronomía sí forma parte de la imagen de México.

Tabla 4.5 Descripción de la imagen de México por latinoamericanos que ya han visitado el país.

Latinoamérica (n=8, descriptores=16)	% Personas	% de 7 palabras principales
Tequila	50%	57%
Playas	38%	43%

*En esta Tabla se muestran solo los principales conceptos que fueron mencionados, n corresponde al número de personas encuestadas en Latinoamérica que no han visitado México, los 16 descriptores son el total de palabras utilizadas por estas personas. En la columna siguiente se muestra el porcentaje de personas que mencionaron un determinado descriptor y en la última columna el porcentaje de veces que se repitió uno de los conceptos en cuanto al total de veces que se repitieron los principales.

Tabla 4.6 Descripción de la imagen de México por latinoamericanos que no han visitado el país.



Latinoamérica (n=10, descriptores=22)	% Personas	% de 12 descriptores principales
Tequila	40%	3%
Chile	20%	2%
Hermoso (playas/lugares)	20%	2%
Playa	20%	2%
Tacos	20%	2%

*En esta Tabla se muestran solo los principales conceptos que fueron mencionados, *n* corresponde al número de personas encuestadas en Latinoamérica que no han visitado México, los 22 descriptores son el total de palabras utilizadas por estas personas. En la columna siguiente se muestra el porcentaje de personas que mencionaron un determinado descriptor y en la última columna el porcentaje de veces que se repitió uno de los conceptos en cuanto al total de veces que se repitieron los principales.

Entre las diferencias que se pueden apreciar entre latinoamericanos y europeos se encuentra el hecho de que los latinoamericanos no mencionan descriptores como música, alegría o color. En cierta forma, puede ser que exista una similitud entre los países latinoamericanos, que los diferencia de los europeos, que son los que encuentran estas características diferentes.

4.1.1.3 Imagen de México descrita por norteamericanos

En la descripción de la imagen por parte de los norteamericanos que ya han visitado el país, los descriptores más utilizados que se muestran en la Tabla 4.7 son: las playas, la comida descrita como increíble o buena y la pobreza mencionada en una ocasión como injusta. Para los norteamericanos la comida ha sido importante, pues han adoptado productos mexicanos y en cuanto a visitar México, una de las cosas más importantes siempre, ha sido probar la gran variedad de platillos de la Gastronomía. Las playas por otro lado también son parte importante de la imagen, no porque estos países no cuenten con litorales, sino tal vez por ser más blancas y calurosas como mencionan algunas personas. Un descriptor que da paso a la formación de una imagen negativa y que fue repetido constantemente por los norteamericanos, es la pobreza. El hecho de que haya personas en las calles sin vivienda, ambulantes, mendigos, etc. impacta de tal forma al



turismo, que estas imágenes se graban en la mente y son asociadas directamente con nombre del país y lo mismo ocurre en este caso con los inmigrantes ilegales que también son parte esta imagen negativa como se muestra en la misma Tabla 4.7.

Tabla 4.7 Descripción de la imagen de México por norteamericanos que ya han visitado el país

Norteamérica (n=33, descriptores=62)	% Personas	% de 41 descriptores principales
Playa (blancas)	21%	17%
comida (increíble/buena)	18%	15%
pobreza (injusta)	12%	10%
Amigos	9%	7%
clima (caluroso/bueno)	9%	7%
gente amistosa	9%	7%
idioma español	9%	7%
Bandera	6%	5%
Cultura	6%	5%
Diversión	6%	5%
Inmigrantes ilegales	6%	5%
Sol	6%	5%
Tequila	6%	5%

*En esta Tabla se muestran solo los principales conceptos que fueron mencionados, *n* corresponde al número de personas encuestadas en Norteamérica que no han visitado México, los 62 descriptores son el total de palabras utilizadas por estas personas. En la columna siguiente se muestra el porcentaje de personas que mencionaron un determinado descriptor y en la última columna el porcentaje de veces que se repitió uno de los conceptos en cuanto al total de veces que se repitieron los principales.

Por otro lado los norteamericanos que no han visitado México como se muestra en la Tabla 4.8, todavía ven como imagen de México el típico sombrero mexicano, además se



imaginan mexicanos hablando español muy rápido, un ambiente musical con trompetas, comida o playas. Además mencionaron encontrar al llegar al país una banda de música mexicana tocando, gente bailando o en otros casos a una persona con sombrero, montada en un burro, en un clima árido o desértico (ver Apéndice D).

Tabla 4.8 Descripción de la imagen de México por norteamericanos que no han visitado el país.

Norteamérica (n=9, descriptores=20)	% Personas	% de 10 descriptores principales
Sombreros	22%	20%
hablar español(rápido)	22%	20%
música (mexicana/con trompetas)	22%	20%
comida (buena)	22%	20%
playa (blancas)	22%	20%

*En esta Tabla se muestran solo los principales conceptos que fueron mencionados, n corresponde al número de personas encuestadas en Norteamérica que no han visitado México, los 20 descriptores son el total de palabras utilizadas por estas personas. En la columna siguiente se muestra el porcentaje de personas que mencionaron un determinado descriptor y en la última columna el porcentaje de veces que se repitió uno de los conceptos en cuanto al total de veces que se repitieron los principales.

4.1.2 Concepto más característico de México

A diferencia de la pregunta 3 en la que se mencionaron los descriptores más importantes de la imagen de México, el propósito de la pregunta 4 fue el de conocer el concepto general considerado como el más característico de México, dentro de una lista de 9 conceptos propuestos, que no necesariamente deben ser lo primero que imaginan las personas. En esta pregunta no se hizo una distinción entre los que han visitado el país y los que no lo ha hecho, ya que como se mencionó se busca un concepto generalizado. Estos conceptos se pueden apreciar en la Figura 4.1, se incluyen: tacos, mariachi, chile, Tequila, sombrero, trajes típicos, sol y playa, cultura y otro.



En Europa, identifican a México en mayor proporción que otros conceptos con el Tequila, esta palabra en este caso si es parte de la descripción mencionada por los europeos de la imagen del país, en la pregunta anterior. Posiblemente estos, relacionen más el Tequila pues es uno de los atractivos turísticos que ha sido exportado mundialmente, a diferencia de otros atractivos que para conocerlos es necesario visitar el país.

Para los norteamericanos en cambio, la Cultura de México es lo más representativo. Los norteamericanos reciben continuamente información de México debido a la cercanía geográfica, además muchos ya han visitado el país, esto posiblemente les proporcione una visión más clara, que les permite identificar no solo los símbolos o íconos mexicanos más representativos como el Tequila o los tacos, sino conocer más a fondo sobre la historia, cultura, costumbres, etc.; de tal forma que consideran a la cultura como un concepto aún más característico de México que el Chile o cualquier otro.

Es contradictorio el hecho de que la palabra Cultura, no haya sido también la palabra más utilizada como descriptor de la imagen de México por los norteamericanos. A pesar de esto, es trascendental que para el principal mercado objetivo de México, que es Estados Unidos por ser el país del cual se recibe la mayor cantidad de turistas, haya quedado como imagen más importante las playas y como el concepto más característico la cultura, pues de hecho son los principales atractivos turísticos que se tratan en esta investigación.

Por otro lado, las personas de Latinoamérica creen que lo más característico de México es el Mariachi, quizás por un cierto interés debido a la similitud en algunos géneros musicales o a que en la mayor parte de Latinoamérica se habla el mismo idioma.



En cuanto a los porcentajes menores obtenidos que también mostrados en la Figura 4.1, las personas encuestadas en Europa, identifican en menor proporción a México con el Sol y la Playa, a diferencia de la pregunta anterior en la que este concepto fue el más mencionado. Esto puede deberse a que *playa* como descriptor de imagen podría corresponder también a la de otro país como Puerto Rico o República Dominicana por ejemplo, por lo que no es identificado como lo más característico solo de México. Ningún norteamericano encuestado identifica a México con el Sombrero de Charro y así mismo ningún Latinoamericano encuestado identifica México con los Trajes Típicos. El hecho de que ningún norteamericano relacione a México con el sombrero de Charro puede ser una cuestión contradictoria a lo que normalmente se cree, esto puede deberse a una redefinición de la imagen de México en la mente de los norteamericanos, posiblemente gracias a la apertura del turismo, pues como se puede observar en la pregunta anterior, los norteamericanos que ya han viajado a México no utilizan este concepto en su descripción. En la Figura 4.1 se muestra el resto de los porcentajes de cada zona para los demás conceptos sugeridos en la lista.

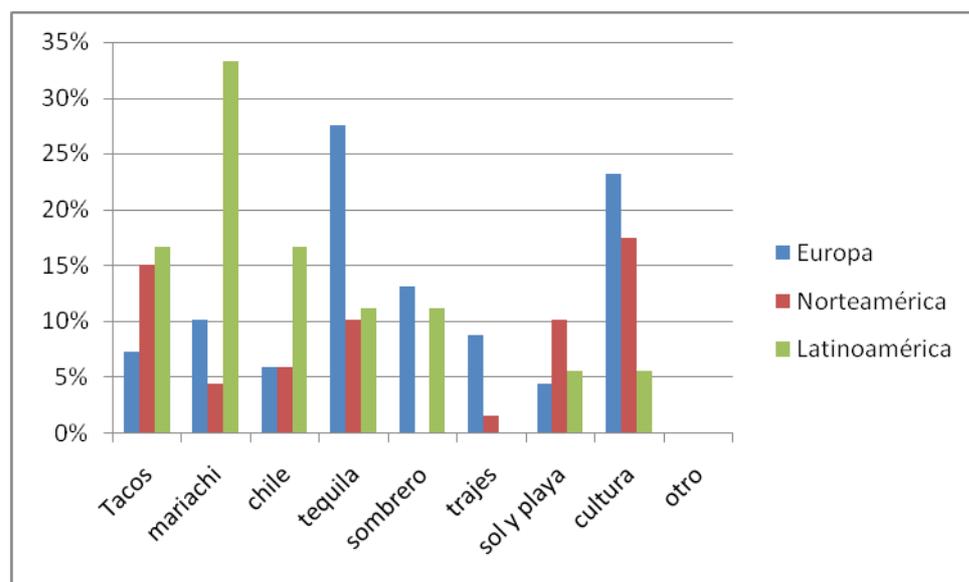




Figura 4.1. Porcentajes de los diferentes conceptos identificados con la imagen de México, por cada zona geográfica.

Una cuestión importante de resaltar en cuanto a los conceptos identificados por las diferentes zonas geográficas, es que por ejemplo los trajes típicos no son vistos como algo muy característico de México. Todos los países tienen trajes típicos, sin embargo en México existe una variedad muy extensa que en muchos casos le llama mucho la atención a las personas, por los coloridos y la extravagancia de estos, lo cual podría distinguir al país de alguna forma y en cambio esto no sucede.

4.1.3 Nivel de posicionamiento de los atractivos turísticos de México

Las preguntas 5, 6, 7, 8, y 9 se realizaron con 3 finalidades específicas. La primera de estas fue conocer si existe un posicionamiento de los atractivos turísticos de sol y playa y culturales de México en la mente de las personas, es decir, saber si las personas tienen en mente o no los diferentes atractivos turísticos disponibles en cuanto a estas categorías de producto, que son las que se revisan en esta investigación, que incluyen: playas, ciudades coloniales, zonas arqueológicas, ciudades patrimonio y gastronomía. La segunda finalidad fue conocer cuál es el conjunto conocido de los atractivos turísticos mencionados, es decir, saber cuáles son estos atractivos que están en la mente y por último proponer cuál es el *Top of mind* de las diferentes categorías de producto que se toman en cuenta, es decir, la primera opción que mencionan las personas al consultárseles sobre el producto. En esta pregunta también se presentan los datos divididos entre las personas que ya visitaron el país y el las que no lo han hecho por zona geográfica.

Cada pregunta corresponde a una categoría de producto diferente y para cada una se pidieron 3 respuestas.



Para contestar si existe un posicionamiento de los atractivos turísticos de Sol y playa y Culturales se obtuvo el porcentaje de respuestas contestadas en cada pregunta por país y por zona.

Según Ries y Trout (2002) los conjuntos conocidos, considerados como extensos, no rebasan un conocimiento de 4 o 5 marcas sobre una categoría de producto en particular, que en este caso son atractivos turísticos. Alegre y Cladera (2006) consideran que para un producto durable el conjunto conocido está formado por solo 2 marcas. Debido a esto se consideró un buen posicionamiento o conocimiento de los atractivos turísticos cuando se mencionaron 2 o 3 de ellos, un bajo posicionamiento cuando se mencionó solo 1 respuesta y ningún posicionamiento cuando no se respondió ningún atractivo correctamente.

Debido a que para Chile no se cuenta con un porcentaje de personas que ya haya visitado México, no se incluye en las gráficas ni en el análisis de los que han visitado México.

4.1.3.1 Posicionamiento de las playas de México

Los siguientes resultados corresponden a la pregunta 5: Mencione 3 playas de México.

Resultados de las personas que ya han visitado México.

A continuación se analizan los datos de las personas que ya han visitado el país que corresponden al 50% del total de las encuestas. En la Figura 4.2 se observan los datos divididos por zonas geográficas. Las playas se encuentran bien posicionadas en Latinoamérica, pues el 100% de las personas contestaron las 3 respuestas, de igual forma en el 90% de los europeos con 3 y 2 respuestas. Por su parte en Norteamérica las playas



también se encuentran posicionadas en el 79% de las personas pero el 21% solo mencionó 1 o 0 respuestas.

Esto no quiere decir que Estados Unidos, que es el país más cercano a México y el que podría tener mayor influencia, sea en el que menos se encuentren posicionadas las playas, pues como se muestra en la gráfica este 21% de personas que contestó solo 1 o 0 respuestas en Norteamérica esta dado en su mayor parte por los Canadienses. Sin embargo, sí existe un 3% de encuestados Estadounidenses que no conocen ninguna playa mexicana, o dicho de otra manera, no tienen ningún posicionamiento en cuanto a las playas de México.

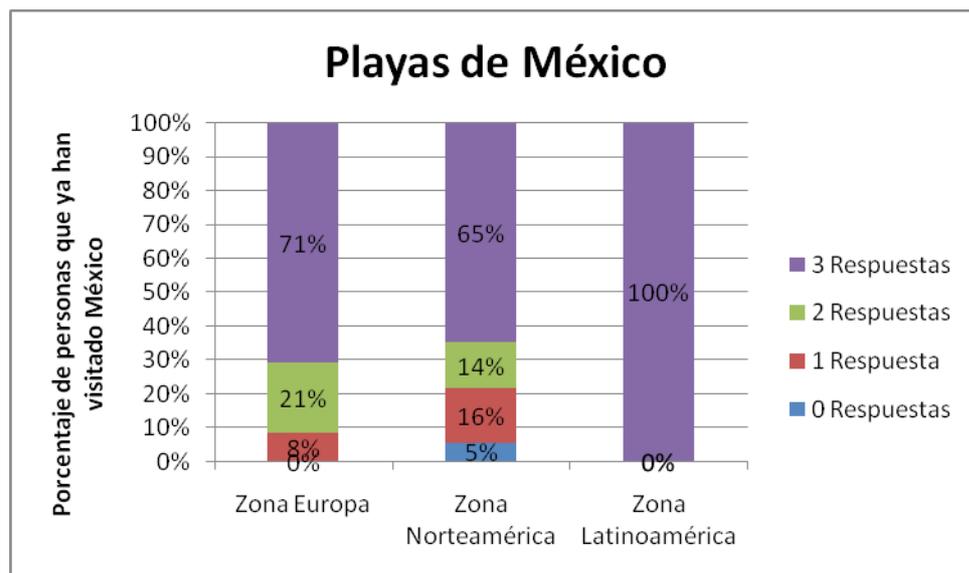


Figura 4.2. Porcentajes del número de respuestas acertadas que las personas de cada zona geográfica, que ya han visitado México, contestaron a la pregunta:

Menciona 3 playas de México.

Al analizar los datos por país, se observa en la Tabla 4.9 que las personas de Brasil, Argentina y Francia, tienen el mayor posicionamiento de playas de México cuando ya han visitado el país, pues el 100% contestó las 3 respuestas. En general se puede decir que las



playas de México están posicionadas en el 100% de las personas encuestadas de Inglaterra, Alemania, Francia, Italia, Argentina y Brasil que ya han visitado México pues todas mencionaron 2 o 3 playas. En cuanto al resto de los países (España, EUA y Canadá) se tiene un buen posicionamiento en más de la mitad de las personas. Solo un pequeño porcentaje de personas en estos países (29%, 7% y 33% respectivamente) tiene un posicionamiento bajo o ninguno de las playas de México.

Tabla 4.9 Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: Menciona 3 playas de México.

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas encuestadas
Inglaterra	0%	0%	50%	50%	4
Alemania	0%	0%	33%	67%	3
Francia	0%	0%	0%	100%	8
España	0%	29%	14%	57%	7
Italia	0%	0%	50%	50%	2
Argentina	0%	0%	0%	100%	4
Brasil	0%	0%	0%	100%	4
EUA	7%	13%	13%	67%	30
Canadá	33%	0%	0%	67%	3

Los conjuntos conocidos de playas identificados para cada país se presentan en la Tabla 4.10. Estos están constituidos por los destinos que fueron mencionados la mayor cantidad de veces, no se incluyeron como parte de los conjuntos conocidos los destinos que se indicaron en una sola ocasión en cada país. Debido a que existieron respuestas muy variadas, no fue posible definir para todos los países un conjunto conocido común.

En la Tabla 4.10 los números al lado de cada destino representan el número de veces que cada destino fue mencionado y el número entre paréntesis corresponde al número de



veces que fue mencionado en primer lugar, es decir, el *top of mind* de una persona. Para Europa, éste es Cancún, pues se refirió 5 veces en la primera opción. Por otro lado, Acapulco también es de los lugares más conocidos por las personas que ya han venido de Europa. De Alemania e Italia otras respuestas sugeridas en una sola ocasión fueron Acapulco, Puerto Escondido, Huatulco, Cozumel, entre otras. Cabe mencionar que por ejemplo, por parte de los españoles se obtuvieron respuestas como Mazunte, Zipolite, Melaque y Barra de Navidad; playas del Estado de Oaxaca que no son tan turísticas como otras pero que hacen de Oaxaca un Estado muy importante, no solo por ser Ciudad Patrimonio sino también por la gran variedad de playas con las que cuenta. En la Tabla 4.10 se presentan también los conjuntos conocidos identificados para los países de Latinoamérica. En estos, están incluidas las playas de Puerto Vallarta y Los Cabos como destinos conocidos, las cuales no fueron de las más mencionadas por los europeos, pues estos mencionan una mayoría de playas de la península de Yucatán. Para los latinos nuevamente Cancún está a la cabeza del conjunto conocido.

En cuanto a los norteamericanos que ya han visitado México, solo para el caso de Estados Unidos fue posible definir un conjunto conocido. Éste se encuentra conformado por Cancún, Veracruz y Acapulco. Entre las respuestas de canadienses solo se repitió Cancún, aunque otras playas mencionadas fueron Los Cabos, playa del Carmen y Acapulco. A diferencia de los europeos y latinoamericanos que mencionaron pocas veces Veracruz, para los estadounidenses este es un destino casi tan posicionado como Cancún.

Se cree que debería haber un cierto equilibrio entre el número de turistas que visitan las diferentes playas, pues al menos estas 3 playas mencionadas en el conjunto conocido de los norteamericanos, se han ido deteriorando en pocos años. Probablemente, una



mayor promoción de otros destinos de sol y Playa permitiría un desarrollo sustentable en todos estos.

Tabla 4.10 Conjuntos conocidos de playas, identificados para cada país, de las personas que ya han visitado México.

i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	Cancun4(1)	Cancun2	Acapulco5(1)	Playa del Carmen2(2)	Cancun2(1)
2o. Lugar	Acapulco2(2)		Cancun4(3)	Cancun2	
3er. Lugar	Veracruz2		Playa del Carmen4	Tulum2	
ii	Argentina		Brasil		
1er. Lugar	Cancun3(2)		Cancun4(3)		
2o. Lugar	Playa del Carmen2(1)		Acapulco4		
3er. Lugar	Puerto Vallarta2		Los Cabos2		
iii	EUA		Canadá		
1er. Lugar	Cancun14(8)		Cancun2(1)		
2o. Lugar	Veracruz13(7)				
3er. Lugar	Acapulco11(2)				

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 24

ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 8

iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 33

Resultado de las personas que no han visitado México

Para el otro 50% de personas que no ha visitado el país, los datos se muestran por zona geográfica en la Figura 4.3. En los resultados se observa que Europa tiene el menor posicionamiento en cuanto a playas respecto a las otras dos zonas, pues el 62% de las personas mencionó solo 1 o 0 de estas e incluso el 49% no conoce ninguna playa en México. Es posible que esta falta de información influya sobre la cantidad de turistas



extranjeros de Europa que llegan a México. Los latinoamericanos son los que más posicionamiento tienen en cuanto a las playas con un 60% de 3 respuestas. En cuanto a los norteamericanos el 55% de las personas si tienen posicionadas las playas mexicanas pues mencionaron 2 o 3 respuestas, pero un 9% conoce solo 1 playa y el 36% restante no conoce ninguna lo que quiere decir que el 45% de las personas de Norteamérica que no han visitado el país, no tienen un claro posicionamiento de las playas mexicanas. Se piensa que los porcentajes obtenidos son muy bajos, pues al menos los estadounidenses que son el principal mercado objetivo de México deberían conocer en un mayor grado esta información, de tal forma que al elegir un destino vacacional se tuvieran en consideración las playas mexicanas. Sin embargo también es posible que aunque no se conozcan ciertos destinos en particular, se incluyan dentro de la elección imágenes y percepciones que favorezcan al país, lo cual reafirma la importancia de tener una imagen positiva.

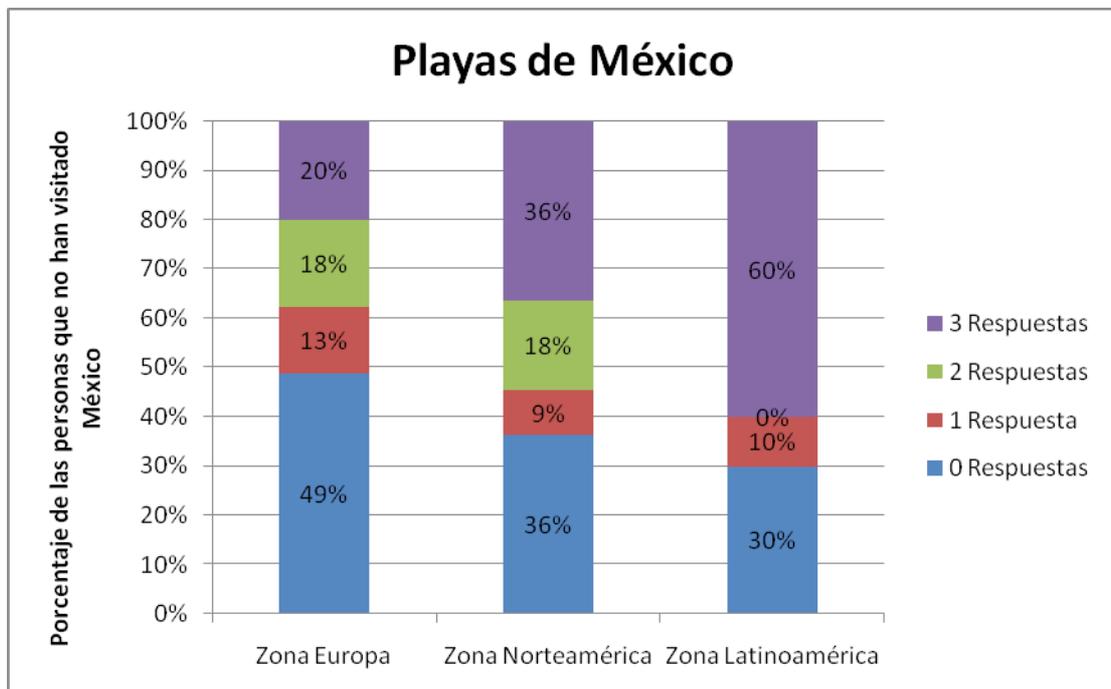




Figura 4.3. Porcentajes del número de respuestas acertadas que las personas de cada zona geográfica, que no han visitado México, contestaron a la pregunta:

Menciona 3 playas de México.

Así mismo, se presentan en la Tabla 4.11 los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a personas que no han visitado México separados por países de origen, estos reflejan que Brasil nuevamente es el país que tiene un mayor posicionamiento de las playas mexicanas, pues el 100% de las personas contestaron las 3 respuestas. También más de la mitad de las personas de Argentina y España tienen posicionadas las playas pues contestaron 2 o 3 respuestas. Por otro parte, aunque Estados Unidos no es de los países con el mayor posicionamiento, supera a Argentina y España al tener menor cantidad de personas que no conocen ninguna playa de México. Aunque como se mencionó esta cifra debería de ser aún menor.

Tabla 4.11 Porcentajes del número de respuestas acertadas que las personas de cada país, que no han visitado México, contestaron a la pregunta: Menciona 3 playas de México.

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas encuestadas
Inglaterra	50%	50%	0%	0%	2
Alemania	64%	27%	9%	0%	11
Francia	45%	0%	27%	27%	11
España	38%	6%	25%	31%	16
Italia	60%	20%	0%	20%	5
Argentina	40%	0%	0%	60%	5
Brasil	0%	0%	0%	100%	3
Chile	50%	50%	0%	0%	2
EUA	33%	17%	0%	50%	6
Canadá	67%	0%	0%	33%	3



Al observar los porcentajes no se encuentra una razón por la que en algunos países se conozcan más playas que en otros, por esto se cree que el nivel de conocimiento no depende del país, sino del interés de cada persona por atender a los estímulos informativos que se presentan. La única coincidencia consistente en cuanto a los datos es que Brasil es en los dos casos (de personas que han visitado México y las que no) el país que tiene el mejor posicionamiento de las playas de México.

Sobre las respuestas obtenidas de las personas que no han estado en México, se propone un conjunto conocido para los países de Europa en la tabla 4.12, la playa más mencionada en el primer lugar por los europeos que no han venido, al igual que para los europeos que ya han visitado México, fue Cancún seguido de Acapulco como el segundo lugar más conocido. Otro dato importante es el de la percepción que se tiene en España acerca de la Riviera Maya, pues fue mencionado como lugar de playa y no como zona arqueológica. En Inglaterra e Italia no hubo ningún destino que se repitiera, sin embargo Cancún sí se mencionó entre otros destinos de playa, pero no es posible proponer un conjunto conocido para estos dos países. Además, para Alemania por ejemplo, el conjunto conocido solo se encuentra conformado por 2 lugares que fueron los más mencionados.

En Latinoamérica se obtuvieron 2 sitios que fueron los más populares en las personas que no han visitado el país, Cancún y Acapulco. El *top of mind* que se propone es Acapulco pues se mencionó más veces en primer lugar que Cancún. En Brasil hubo otras respuestas como Cozumel y los Cabos pero que se mencionaron en una sola ocasión.

Por otra parte, el conjunto conocido que se obtuvo para los estadounidenses que no han venido, es el mismo que el encontrado para los que ya han venido, con Cancún en el primer lugar, Acapulco después y Veracruz en tercer lugar. No se puede decir nada en



general de Norteamérica, pues en las respuestas de Canadá no se obtuvieron coincidencias.

Tabla 4.12 Conjuntos conocidos de playas, identificados para cada país, de las personas que no han visitado México.

i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	-	Cancun3 (2)	Cancun5(4)	Cancun9 (4)	-
2o. Lugar	-	Acapulco2 (2)	Acapulco4	Acapulco5(2)	-
3er. Lugar	-	-	Playa del Carmen2	Riviera Maya4(2)	-
			Puerto Escondido 2		

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

- i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 45
- ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 10
- iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 9

4.1.3.2 Posicionamiento de las Ciudades Patrimonio de México



Los siguientes resultados fueron los obtenidos de la pregunta 6: ¿Sabe ud. que México cuenta con 9 ciudades reconocidas por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad? ¿Podría mencionar 3 de ellas? En esta pregunta el panorama de respuestas contestadas es totalmente diferente al de las playas, es notable que el número de respuestas es más bajo.

Resultados de las personas que ya han visitado México

Se analizan primero los datos de las personas que ya han visitado México, presentados en la Figura 4.4. Los europeos son las personas con el mayor grado de posicionamiento en cuanto a Ciudades Patrimonio aunque realmente, el porcentaje sea bajo (34%) en comparación al posicionamiento de las playas (70%). Latinoamérica a diferencia de la pregunta anterior es la zona geográfica con el menor posicionamiento de las 3 zonas, con más del 85% de respuestas totalmente desconocidas. El posicionamiento en Norteamérica también es bajo pues, solo un 21% que ha visitado el país tiene posicionadas las ciudades patrimonio, es decir un 78% de desconocimiento total por parte de esta zona, de las Ciudades Patrimonio.

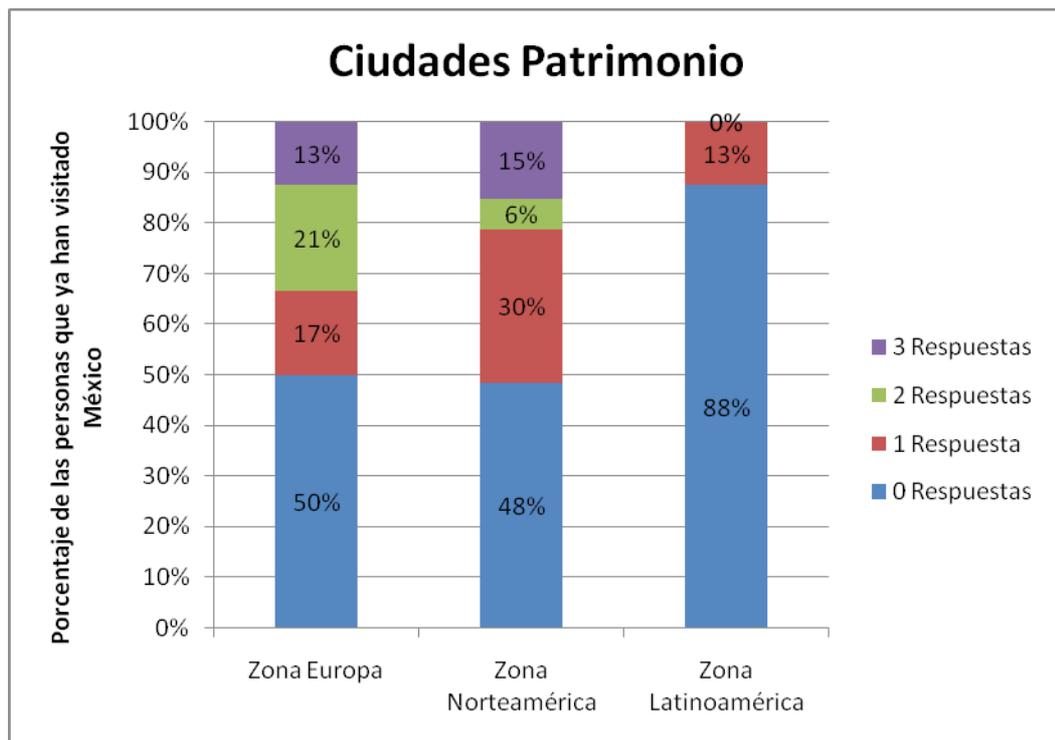


Figura 4.4. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada zona geográfica, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: ¿Sabe ud. que México cuenta con 9 ciudades reconocidas por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad? ¿Podría mencionar 3 de ellas?

Es posible que el posicionamiento de las Ciudades Patrimonio sea mayor en europeos que ya han viajado a México porque este sea un tipo de turismo en su mayor parte cultural, a diferencia del turismo proveniente de Norteamérica y Latinoamérica. Los Norteamericanos al haber identificado en la pregunta 4 la cultura como el concepto más representativo del país, sería normal que tuvieran el mayor posicionamiento en cuanto a estos destinos, sin embargo, no ocurre así, quizá porque es solo una imagen que tienen, pero que en realidad no conocen la información sobre los destinos culturales detalladamente.



En cuanto a los datos por país mostrados en la Tabla 4.13, dos de Europa son los que tienen el mejor posicionamiento de Ciudades Patrimonio, considerando 2 y 3 respuestas, que son Alemania y Francia. Posteriormente se analizan todas las respuestas ya que se obtuvo una gran cantidad de respuestas incorrectas, lo cual muestra que existe una gran confusión en cuanto a las Ciudades Patrimonio, por lo que es posible que no es que no se conozcan las ciudades sino que quizá, en la mayoría de los casos, no son identificadas como tal. Es por esto que tal vez no se puede distinguir una razón clara por la que un país tenga un mayor porcentaje en las respuestas que otro. Sin embargo apegándose a los resultados de las encuestadas, se encontró que en Italia y Brasil no existe ningún tipo de posicionamiento pues no se respondió una sola pregunta correcta.

Tabla 4.13 Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: ¿Sabe ud. que México cuenta con 9 ciudades reconocidas por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad? ¿Podría mencionar 3 de ellas?

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas encuestadas
Inglaterra	25%	50%	25%	0%	4
Alemania	67%	0%	0%	33%	3
Francia	50%	0%	25%	25%	8
España	43%	29%	29%	0%	7
Italia	100%	0%	0%	0%	2
Argentina	75%	25%	0%	0%	4
Brasil	100%	0%	0%	0%	4
EUA	50%	27%	7%	17%	30
Canadá	33%	67%	0%	0%	3

En cuanto a las ciudades que fueron mencionadas por los europeos que ya han visitado México, mostradas en la Tabla 4.14, el conjunto conocido lo conforman Puebla, la Cd. De México y Oaxaca, los *Top of mind* de toda la zona son Puebla y México para



los cuales se obtuvo el mismo número de respuestas en primer lugar. Es importante mencionar que a pesar de que no fue posible conformar conjuntos conocidos en Inglaterra, Alemania y España, por la poca cantidad de respuestas, si hubo algunas correctas como Oaxaca, la Cd. De México o Puebla, aunque solo se hayan mencionado por una persona. Otros datos relevantes es que en Alemania se mencionó Tulum como Ciudad Patrimonio a pesar de no serlo y que en Italia no se obtuvo ninguna respuesta.

En Latinoamérica la cantidad de respuestas correctas fue tan bajo que solo una persona mencionó acertadamente Puebla, de tal forma que no se puede proponer un conjunto conocido para esta zona en general. Se mencionaron otras respuestas que no correspondían a Ciudades Patrimonio como Teotihuacán, Palenque, Chiapas, Chichen Itzá, entre otros.

Por otro lado, el conjunto conocido en Norteamérica se conforma por los mismos destinos del conjunto conocido por los europeos, solo que en diferentes posiciones, Puebla es el *top of mind* de los estadounidenses, siguiendo Oaxaca y la Cd. De México. Oaxaca se presenta como un destino muy importante culturalmente hablando y muy conocido por las personas que visitan México, se encuentra dentro de las 3 principales Ciudades Patrimonio conocidas, a pesar de la distancia que hay entre esta y las otras dos. Por otro lado, si se toman en cuenta los dos países como una sola zona, el *top of mind* es la Cd. De México siendo el destino más mencionado en primer lugar.

Es importante el hecho de que por parte de los estadounidenses se obtuvieron dos respuestas correctas que no fueron mencionadas en ningún otro país, que son Campeche y Querétaro. De la misma forma que en las otras dos zonas, en esta se mencionan respuestas



incorrectas que corresponden a sitios arqueológicos o a Ciudades Coloniales como San Luis Potosí.

Tabla 4.14 Conjuntos conocidos de ciudades patrimonio, identificados para cada país, de las personas que ya han visitado México.

i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	México DF2(2)		Puebla3(1)	Puebla3(1)	-
2o. Lugar			México DF2(1)		-
2o. Lugar			Oaxaca2		-
ii	Argentina		Brasil		
1er. Lugar	-		-		
2o. Lugar	-		-		
3er. Lugar	-		-		
iii	EUA		Canadá		
1er. Lugar	Puebla8(5)		México DF 2 (2)		
2o. Lugar	Oaxaca7(5)		-		
3er. Lugar	MexicoDF6(4)		-		

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 24

ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 8

iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 33

Resultados de las personas que no han visitado México

En cuanto a las personas que no han visitado México, el posicionamiento es aún más bajo como se observa en la Figura 4.5, solo en latinoamérica el 30% y en norteamérica el 22% tiene un posicionamiento de la Ciudades Patrimonio. Más del 60% de todas las personas encuestadas que no han visitado México no tienen un posicionamiento de las Ciudades Patrimonio o es un posicionamiento bajo.

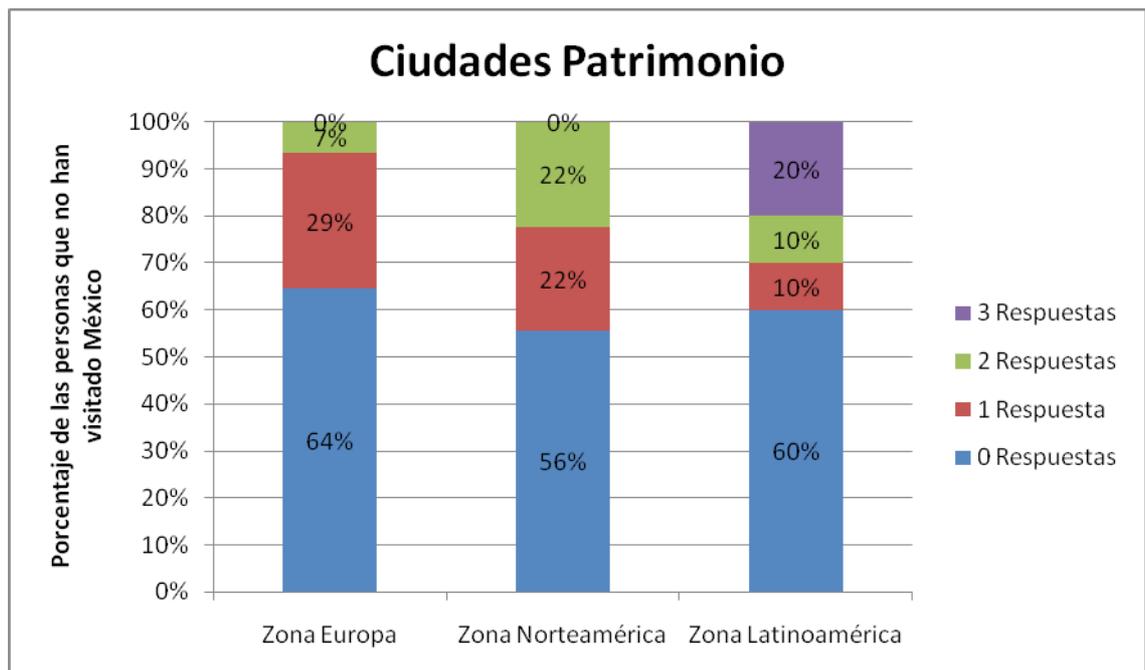


Figura 4.5. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada zona geográfica, que no han visitado México, mencionaron a la pregunta: ¿Sabe ud. que México cuenta con 9 ciudades reconocidas por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad? ¿Podría mencionar 3 de ellas?

En la Tabla 4.15 donde se muestran los datos por país de las personas que no han visitado México, se observa que en países como Inglaterra e Italia no existe el posicionamiento de las Ciudades Patrimonio. Los más altos posicionamientos son los de Latinoamérica con 30% en Brasil y el 20% en Argentina que pudieron responder 3 ciudades correctamente, 50% de Chile respondió 2 y 33% de Canadá que respondió 2 de la misma manera. Estos porcentajes en realidad son bajos en comparación con el posicionamiento de las playas. Las Ciudades Patrimonio podrían ser conocidas mundialmente ya que están reconocidas por una organización internacional, siendo los tesoros del país tal vez se podrían promocionar más para que fueran tan conocidas como la gastronomía o las playas de México.



Tabla 4.15 Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que no han visitado México, mencionaron a la pregunta: ¿Sabe ud. que México cuenta con 9 ciudades reconocidas por la UNESCO como patrimonio cultural de la humanidad? ¿Podría mencionar 3 de ellas?

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas encuestadas
Inglaterra	100%	0%	0%	0%	2
Alemania	82%	9%	9%	0%	11
Francia	45%	45%	9%	0%	11
España	69%	25%	6%	0%	16
Italia	40%	60%	0%	0%	5
Argentina	60%	20%	0%	20%	5
Brasil	67%	0%	0%	33%	3
Chile	50%	0%	50%	0%	2
EUA	67%	17%	17%	0%	6
Canadá	33%	33%	33%	0%	3

En la tabla 4.16 se encuentran las pocas ciudades mencionadas en Europa, en el conjunto conocido se incluyen la Cd. de México, Puebla, Oaxaca, que son los más conocidos. Solo en Inglaterra no se obtuvo ninguna respuesta correcta, en los demás países no se muestran conjuntos conocidos, pero las respuestas correctas incluyen a Puebla, Oaxaca y la Cd. De México y además a Guanajuato y Zacatecas mencionadas en alguna ocasión lo cual es interesante tomando en cuenta que estas personas no han visitado México.

Por otro lado para Latinoamérica no se obtuvo más que una respuesta acertada en el primer lugar que es México DF, las demás respuestas mencionadas Monterrey, Guadalajara, y zonas arqueológicas como Teotihuacán, Palenque y el Tajín por lo que no se muestra ningún conjunto conocido común.



En el conjunto conocido de Ciudades Patrimonio de los norteamericanos que no han venido, se encuentran la Cd. De México y Puebla que fue mencionada por un estadounidense y un canadiense, a pesar de que esta no se muestra como parte de los conjuntos conocidos por país. El *top of mind* es la Cd. De México. Otros lugares que se mencionaron fueron Monterrey, Tijuana y Cholula, que son respuestas incorrectas.

Tabla 4.16 Conjuntos conocidos de ciudades patrimonio, identificados para cada país, de las personas que no han visitado México.

i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	-	-	México DF 3(3)	Puebla3(2)	-
2o. Lugar	-	-	Puebla 2(1)	-	-
2o. Lugar	-	-	-	-	-
ii	Argentina			Brasil	
1er. Lugar	México DF1(1)			-	
2o. Lugar	-			-	
3er. Lugar	-			-	
iii	EUA			Canadá	
1er. Lugar	México DF2(1)			México DF2(2)	
2o. Lugar	-			-	



3er. Lugar	-	-
------------	---	---

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

- i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 45
- ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 10
- iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 9

4.1.3.3 Posicionamiento de las Zonas Arqueológicas de México

A continuación se analizan los resultados de la pregunta 7 que corresponde a: Mencione 3 Zonas Arqueológicas de México.

En esta pregunta al igual que la anterior solo se tomaron en cuenta las respuestas que indicaron exactamente el nombre de la zona arqueológica, eliminando las respuestas en las que se contestó el nombre del estado o el nombre de la cultura que se desarrolló en dicha zona, aunque a diferencia de la pregunta anterior en esta fueron pocas las respuestas incorrectas y de cualquier forma estas serán revisadas posteriormente.

Resultados de las personas que ya han visitado México

Según las respuestas de las personas que ya han visitado México la zona geográfica que tiene el mayor posicionamiento de Zonas arqueológicas es nuevamente Europa como se puede observar en la Figura 4.6, un 46% de las personas identifican más de 2 zonas arqueológicas de México. Los latinoamericanos y norteamericanos por otro lado mantienen un porcentaje bajo del 39% y 38% respectivamente; el porcentaje más alto de ningún tipo de posicionamiento corresponde a Norteamérica.

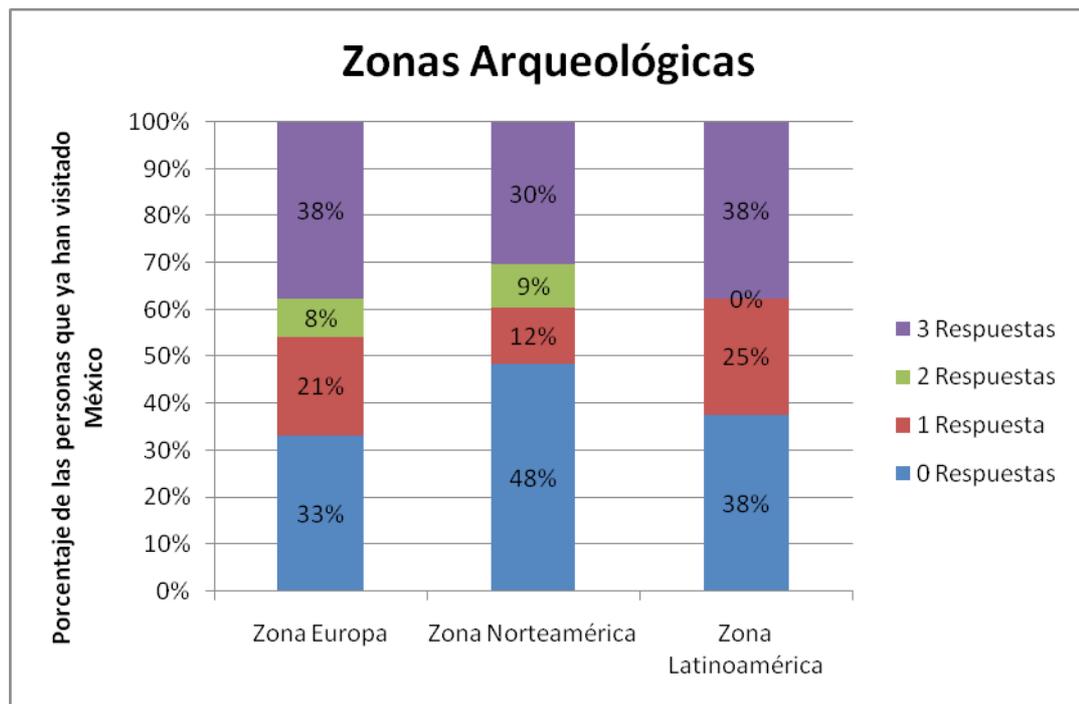


Figura 4.6. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada zona geográfica, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: Mencione 3 zonas arqueológicas de México.

Analizando cada país en la Tabla 4.17, nuevamente 2 de los países europeos son los que tienen el mayor posicionamiento de zonas arqueológicas, estos son Alemania con un 67% y Francia con un 63% considerando 3 y 2 respuestas correctas. En Argentina y Canadá, todas las personas contestaron al menos 1 zona arqueológica. Los porcentajes en cuanto a la ausencia total de posicionamiento son más altos en Inglaterra y Brasil el cuál es nuevamente el país que menos conoce sobre la categoría de producto mencionada. Es contradictorio por ejemplo en el caso de Brasil y Argentina que no tengan un posicionamiento la mayoría de las personas aún cuando ya han visitado el país, esto puede deberse a que el tipo de turismo proveniente de estos países no sea un turismo cultural o a que no se realicen viajes de estancias prolongadas que les permitan recordar los nombres, no obstante, no se pretende implicar que los desconocen en su totalidad.



Tabla 4.17 Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: Mencione 3 zonas arqueológicas de México.

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas encuestadas
Inglaterra	75%	0%	25%	0%	4
Alemania	0%	33%	0%	67%	3
Francia	25%	13%	13%	50%	8
España	29%	29%	0%	43%	7
Italia	50%	50%	0%	0%	2
Argentina	0%	50%	0%	50%	4
Brasil	75%	0%	0%	25%	4
EUA	53%	7%	7%	33%	30
Canadá	0%	67%	33%	0%	3

Las respuestas que mencionaron las personas que ya han venido a México sobre las zonas arqueológicas en la Tabla 4.18, proponen un conjunto conocido conformado por Tulum, Chichen-Itzá y Teotihuacán, en el cual Chichen-Itzá es la zona arqueológica más conocida por los europeos que han venido a México, pues se encuentra en todos los conjuntos conocidos propuestos e incluso entre las respuestas de Inglaterra e Italia para los que no se tienen conjuntos conocidos. Tulum y Teotihuacán por otra parte son las zonas arqueológicas más mencionadas en primer lugar. Otras respuestas obtenidas en Alemania fueron Cobá, Uxmal, Palenque.

En Latinoamérica, Teotihuacán y Tulum son los más conocidos por las personas que respondieron la encuesta y que ya han visitado México, pues Tulum también fue mencionado en Brasil a pesar que de no fue posible proponer un conjunto común.

En Norteamérica no se encuentran los mismos resultados para los dos países, en Estados Unidos Teotihuacán es el lugar más popular y junto con Palenque conforman el



top of mind de los encuestados, en Canadá Tulum es el primer lugar y Chichen Itzá en cambio solo se mencionó en una ocasión.

Tabla 4.18 Conjuntos conocidos de zonas arqueológicas, identificados para cada país, de las personas que ya han visitado México.

i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	-	Chichen itza2(1)	Tulum4(1)	Tulum3(2)	-
2o. Lugar	-	-	Chichen Itzá 3(1)	Chichen itza2	-
3er. Lugar	-	-	Teotihuacan2(2)	Tenochtitlan2	-
ii	Argentina		Brasil		
1er. Lugar	Teotihuacan2(1)		-		
2o. Lugar	Tulum2(1)		-		
2o. Lugar	-		-		
iii	EUA		Canadá		
1er. Lugar	Teotihuacan9(3)		Tulum2(2)		
2o. Lugar	Palenque7(3)		-		
3er. Lugar	Monte Alban5		-		

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 24

ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 8

iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 33

Resultados de las personas que no han visitado México

Ahora, en cuanto a las personas que no han visitado México, podemos observar en la Figura 4.7 que de nuevo Latinoamérica es la zona geográfica que tiene el mayor posicionamiento cuando no han visitado el país aún, esta vez en cuanto a las zonas arqueológicas. De cualquier forma, el porcentaje de 0 respuestas que equivale a no tener ningún tipo de posicionamiento, sigue siendo muy alto en todas las zonas geográficas, pues en donde se conoce más es Latinoamérica, solo con 30% de personas que conocen 2 o 3 zonas arqueológicas. Europa y Norteamérica se encuentran por debajo de esta cifra,

Norteamérica es el que tiene el nivel más bajo de posicionamiento de las Zonas Arqueológicas de México en las personas que no han viajado al país.

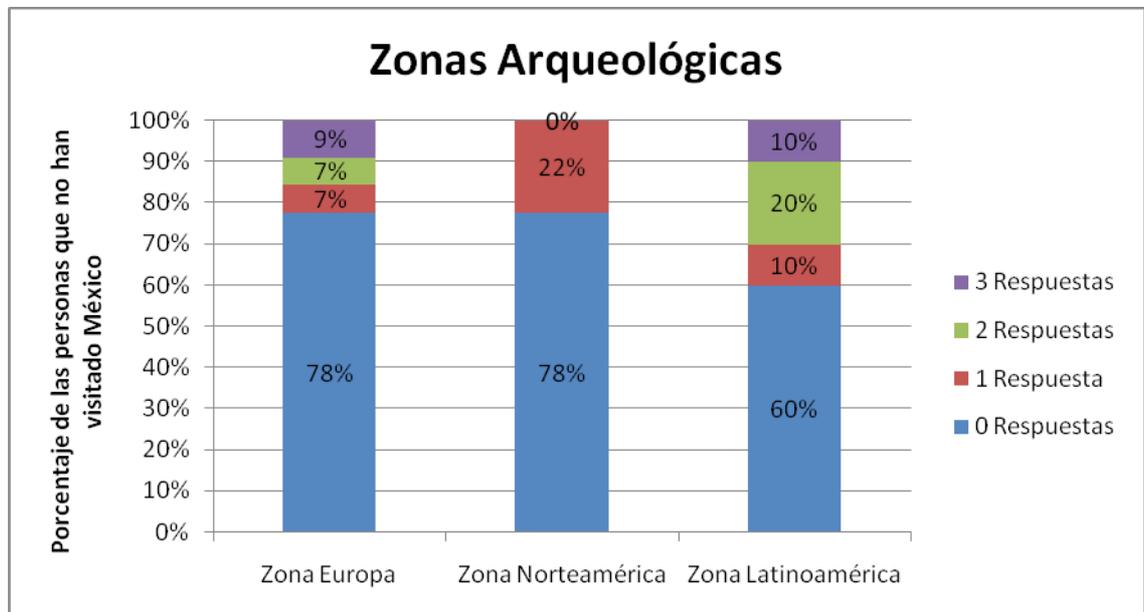


Figura 4.7. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada zona geográfica, que no han visitado México, contestaron a la pregunta: Mencione 3 zonas arqueológicas de México.

Analizando los datos por países en la Tabla 4.19 se aprecia que los que tienen el mejor posicionamiento sin haber visitado el país son los brasileños, en un 67% de las personas encuestadas pues conocen 2 zonas arqueológicas y Francia pero con un porcentaje mucho más bajo del 27%. Ninguna de las personas en Canadá, Inglaterra o Chile tiene un posicionamiento de Zonas arqueológicas de México. En realidad en casi todos los países es muy bajo el porcentaje de personas que mencionan más de 0 o 1 zona arqueológica, excepto como ya se mencionó, Brasil.



Tabla 4.19 Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que no han visitado México, contestaron a la pregunta: Mencione 3 zonas arqueológicas de México.

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas encuestadas
Inglaterra	100%	0%	0%	0%	2
Alemania	91%	0%	9%	0%	11
Francia	64%	9%	9%	18%	11
España	75%	6%	6%	13%	16
Italia	80%	20%	0%	0%	5
Argentina	80%	0%	0%	20%	5
Brasil	0%	33%	67%	0%	3
Chile	100%	0%	0%	0%	2
EUA	67%	33%	0%	0%	6
Canadá	100%	0%	0%	0%	3

Las respuestas que se obtuvieron de las personas encuestadas que no han venido a México sobre zonas arqueológicas en la Tabla 4.20 de Europa muestran que el *top of mind* es Chichen Itzá pues fue el lugar más mencionado y además el que se mencionó el mayor número de veces en 1er. Lugar, en Inglaterra no se obtuvo ninguna respuesta, en Francia además de Chichen Itzá se mencionaron una vez Xochicalco, Uxmal, Palenque, Teotihuacán y Tajín. Bonampak por otro lado, no fue incluido en los conjuntos conocidos de las personas que ya han visitado México, en cambio, en este caso si fue mencionado en las encuestas recibidas de los españoles. En Italia y Alemania se obtuvieron respuestas correctas como Chichen Itzá, Uxmal y Palenque y otras respuestas incorrectas como la Cd. De México. En realidad sí existe una zona arqueológica dentro de la ciudad, sin embargo, esta respuesta no fue tomada en cuenta pues no se mencionó el nombre.

En Latinoamérica se obtuvieron dos respuestas que mencionan Chichen Itzá en Brasil, nuevamente a pesar de que estas personas no han visitado el país y que en realidad



no es un nombre fácil de recordar, Chichen itzá se encuentra entre las primeras respuestas de esta pregunta. En Argentina no se pudo proponer un conjunto común, pues solo una persona mencionó Tenochtitlán y Bonampak. Esta última zona arqueológica, se repitió en varias ocasiones por personas que no han visitado México pero y en diferentes zonas geográficas. Cuilco no fue mencionada por ninguna otra persona en la encuesta y es interesante observar como una persona que no ha visitado el país sabe sobre ese lugar. Las demás personas no contestaron a la pregunta, como se mostró en los resultados por preguntas contestadas.

En Norteamérica que es donde se conoce el menor porcentaje de respuestas, solo se mencionó Tenochtitlán y Tepoztlán en Estados Unidos en una ocasión y en Canadá no se obtuvieron respuestas, por lo que no existe un conjunto conocido, debido a la falta de conocimiento de zonas arqueológicas.

Tabla 4.20 Conjuntos conocidos de zonas arqueológicas, identificados para cada país, de las personas que ya no visitado México.

i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	-	-	Chichen itza3(3)	Chichen Itzá 2 (1)	-
2o. Lugar	-	-	-	Palenque2	-
2o. Lugar	-	-	-	Bonampak2	-
ii	Argentina			Brasil	
1er. Lugar	-			Chichen itza2(2)	
2o. Lugar	-			-	
2o. Lugar	-			-	
iii	EUA			Canadá	
1er. Lugar	-			-	
2o. Lugar	-			-	
3er. Lugar	-			-	



*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

- i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 45
- ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 10
- iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 9

4.1.3.4 Posicionamiento de las Ciudades Coloniales de México

La siguiente pregunta se realizó nuevamente sobre los destinos culturales y fue la pregunta 8 que concierne a: ¿Conoce o ha escuchado de Cds. Coloniales en México? Por favor mencione 3 de ellas.

Del mismo modo que se mencionó en la pregunta a cerca de la Cds. Patrimonio, en esta es preciso decir que se obtuvo un alto nivel de respuestas incorrectas entre las Cds. que son consideradas por el CPTM como coloniales y las respuestas que se obtuvieron. Solo se contabilizaron las respuestas que fueran correctas en base a lo que el CPTM propone.

Resultados de las personas que ya han visitado México

Sobre todo en el caso de las personas que ya han visitado el país se obtuvieron muchas respuestas fallidas. Los porcentajes de las respuestas correctas se muestran en la Figura 4-8. En este caso Europa y Latinoamérica son los que tienen el mayor porcentaje de posicionamiento en las personas que ya han visitado el país, aunque en realidad es un porcentaje bajo de 12% y 13% respectivamente, que mencionaron 2 o más Ciudades Coloniales. En todas las zonas más de la mitad de las personas que ya han visitado México no tiene un posicionamiento de Ciudades Coloniales, lo cual puede deberse a que no se distingan como tal y no precisamente a que no sean conocidos estos destinos turísticos.

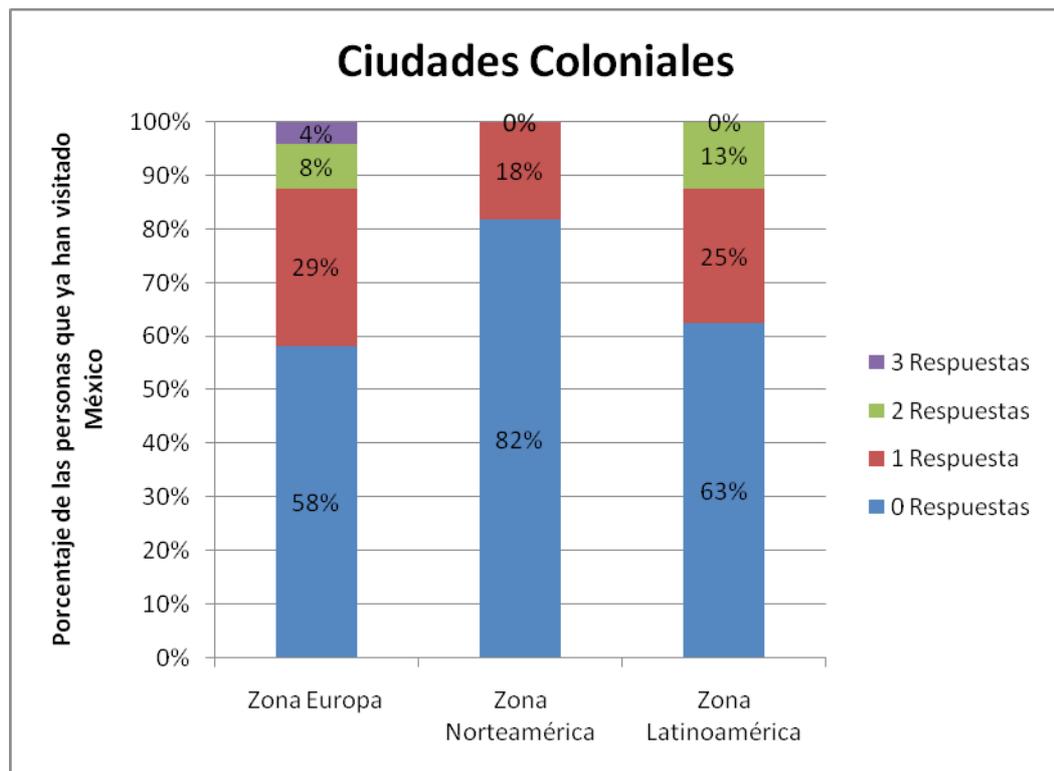


Figura 4.8. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada zona geográfica, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: ¿Conoce o ha escuchado sobre Ciudades Coloniales en México? Por favor mencione 3 de ellas.

Resultados agrupados por zonas geográficas.

Por otro lado en la Tabla 4.22 por país, Alemania es por 3^a. vez en el que mejor se encuentra posicionada una categoría de producto turístico de México, cuando ya se visitó el país, en este caso de Ciudades Coloniales. Incluso es el único país en el que se obtuvieron 3 respuestas correctas. Esto podría ser posible si a diferencia de los otros países, el turismo proveniente de Alemania fuera cultural, lo cual podría ser la causa de que en las 3 categorías culturales sean los que tienen el mejor posicionamiento. Así mismo Canadá e Italia siguen siendo de los países con el menor posicionamiento, pues no se obtuvieron respuestas correctas.



Tabla 4.22. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: ¿Conoce o ha escuchado sobre Ciudades Coloniales en México? Por favor mencione 3 de ellas. Resultados agrupados por zonas geográficas.

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas encuestadas
Inglaterra	50%	50%	0%	0%	4
Alemania	0%	33%	33%	33%	3
Francia	75%	13%	13%	0%	8
España	57%	43%	0%	0%	7
Italia	100%	0%	0%	0%	2
Argentina	75%	25%	0%	0%	4
Brasil	50%	25%	25%	0%	4
EUA	80%	20%	0%	0%	30
Canadá	100%	0%	0%	0%	3

Ya que en esta categoría de producto se obtuvieron muy pocas respuestas, no fue posible proponer los conjuntos conocidos por país, como se muestra en la Tabla 4.23.

En Europa los únicos lugares repetidos en general son Mérida, Querétaro y Guadalajara, otras ciudades mencionadas fueron Taxco, Tlaxcala, San Miguel de Allende y San Cristóbal de las Casas. A pesar de que fueron pocas respuestas, se obtuvo una gran variedad de sitios y se mencionan más de la mitad de todas las Ciudades Coloniales que considera el CPTM. Entre las ciudades que no se tomaron en cuenta por ser respuestas erróneas, se encuentran Puebla, Cuernavaca, Guanajuato, Acapulco, Oaxaca, Cd. De México, entre otras que son consideradas por las personas como Coloniales. En muchas de ellas, sí existe una arquitectura Colonial, sin embargo, no se reconocen como tal. De Italia no se obtuvo ninguna respuesta correcta.



En Latinoamérica solo se mencionaron 4 Ciudades Coloniales en una ocasión (San Miguel de Allende, San Cristóbal de las Casas, Querétaro y Tlaxcala), solo Puebla fue mencionado 2 veces, no obstante ésta no es una ciudad Colonial según el CPTM.

Por parte de los estadounidenses San Miguel de Allende es el lugar más conocido, sin embargo el *top of mind* está ocupado por otras ciudades que no son coloniales y sin embargo se mencionan en 1er. Lugar, como son Veracruz, Cholula, Cuernavaca, Puebla, Zacatecas, entre muchas otras. De Canadá no se obtuvieron respuestas correctas.

Tabla 4.23 Conjuntos conocidos de ciudades coloniales, identificados para cada país, de las personas que ya han visitado México.



i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	-	Mérida ² (1)	Querétaro ² (1)	-	-
2o. Lugar	-	-	-	-	-
2o. Lugar	-	-	-	-	-
ii	Argentina		Brasil		
1er. Lugar	-		-		
2o. Lugar	-		-		
2o. Lugar	-		-		
iii	EUA		Canadá		
1er. Lugar	San Miguel de Allende ²		-		
2o. Lugar	San Luis Potosí ¹		-		
2o. Lugar	-		-		

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 24

ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 8

iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 33

Resultados de las personas que ya no visitado México

Continuando con los datos de las personas que no han visitado México, en la Figura 4.9 se observan los menores porcentajes de posicionamiento que se han obtenido de todos los atractivos turísticos. Solo el 20% en Latinoamérica tiene un posicionamiento de las Cds. coloniales o las identifica claramente. Esta zona nuevamente es en la que se encuentra mejor posicionado un atractivo, antes de que se visite el país. Por parte de los norteamericanos no se obtuvo ni una sola respuesta, es decir los norteamericanos que nunca han venido a México no tienen posicionados de ninguna forma los destinos turísticos de Ciudades Coloniales. El hecho de que no los conozcan puede ser proveniente de una falta de interés o de una falta de fuentes de información. Sin embargo, posiblemente debido a que no se conocen mucho, las ciudades coloniales no son los destinos más visitados en México.

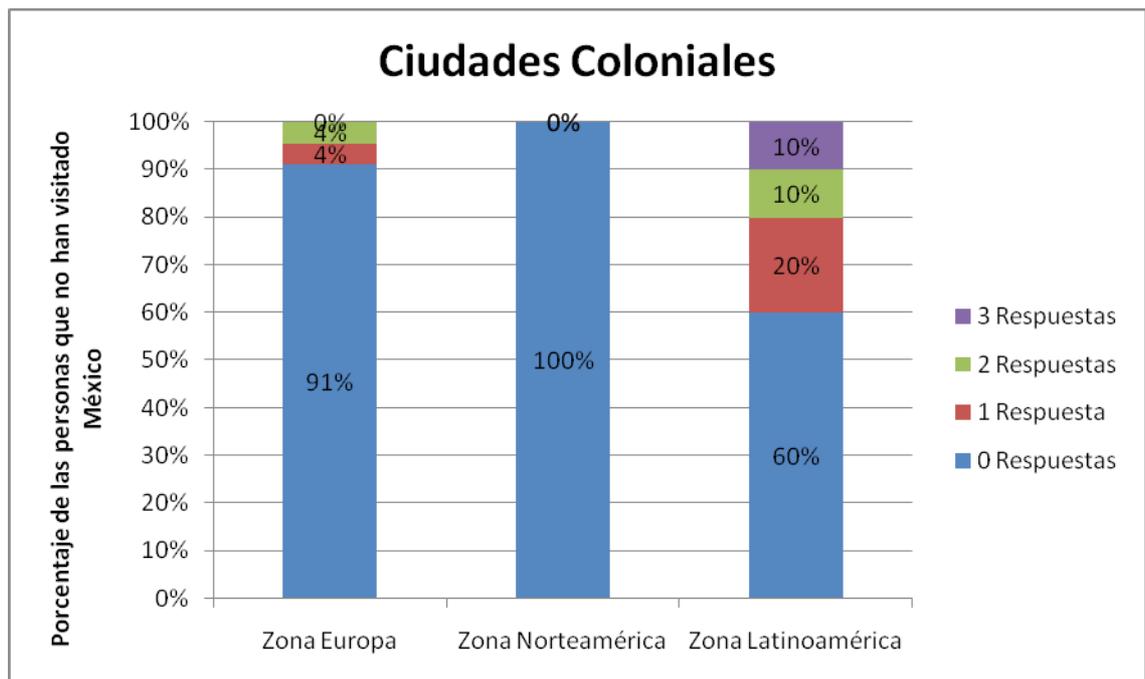


Figura 4.9. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada zona geográfica, que no han visitado México, mencionaron a la pregunta: ¿Conoce o ha escuchado sobre Ciudades Coloniales en México? Por favor mencione 3 de ellas.

Resultados agrupados por zonas geográficas.

Con los datos por países de las personas que no han visitado México en la Tabla 4.24 se observa que solo en Brasil 33%, Argentina 20% y en España el 13%, se conocen 2 o 3 Ciudades Coloniales. Brasil es el país con el menor porcentaje de personas sin ningún posicionamiento. En cuanto al resto de países, las personas que no han visitado México no tienen posicionadas las Ciudades Coloniales. En países como Inglaterra, Alemania, Italia, Chile, Estados Unidos y Canadá, no existe el posicionamiento de las Cds. Coloniales o podrían no ser identificadas como tal, pues como se mencionó anteriormente hubo respuestas incorrectas.

Tabla 4.24 Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que no han visitado México, mencionaron a la pregunta: ¿Conoce o ha escuchado



sobre Ciudades Coloniales en México? Por favor mencione 3 de ellas. Resultados agrupados por zonas geográficas.

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas enuestadas
Inglaterra	100%	0%	0%	0%	2
Alemania	100%	0%	0%	0%	11
Francia	82%	18%	0%	0%	11
España	88%	0%	13%	0%	16
Italia	100%	0%	0%	0%	5
Argentina	60%	20%	20%	0%	5
Brasil	33%	33%	0%	33%	3
Chile	100%	0%	0%	0%	2
EUA	100%	0%	0%	0%	6
Canadá	100%	0%	0%	0%	3

En la Tabla 4.25 se observa, que las respuestas en Europa fueron muy pocas, no se encontró un destino turístico colonial común en el primer lugar, solo en España se repitió San Luis Potosí y algunas ciudades coloniales mencionadas en primer lugar fueron Guadalajara y Querétaro, pero en una sola ocasión. En Francia se obtuvieron respuestas correctas como Querétaro y Mérida mencionadas por una persona unicamente. Dentro del conjunto conocido solo San Luis Potosí fue importante pues se repitió en 2 ocasiones, algunas otras respuestas que no se tomaron en cuenta fueron Veracruz, Guanajuato, Puebla, Izamal. En Francia el *top of mind* erróneo fue Puebla, pues se mencionó más de una vez en el 1er. Lugar.

Para Latinoamérica tampoco se encontró un *top of mind* en común, algunos mencionados en primer lugar fueron Querétaro y San Miguel de Allende, este último es el más popular pues se mencionó en los dos países. Otras respuestas correctas fueron San Luis Potosí y Guadalajara. En cuanto a Norteamérica no se registraron respuestas.



El hecho de que tanto las Ciudades Coloniales como las Patrimonio no sean muy conocidas puede ser un indicio de que, si México es identificado en gran medida por europeos y norteamericanos como un país con mucha cultura, es posible que se deba a las zonas arqueológicas, a la gastronomía, las costumbres que aún se mantienen o a algún otro tipo de atractivo cultural y no dichas ciudades. Entre los resultados obtenidos en cuanto a la imagen de México se encontraron razones para creer que México sea más famoso por las zonas Arqueológicas entre otras cosas, pues se mencionaron algunos descriptores y estos fueron aztecas, pirámides, mayas, entre otros y en cambio ningún descriptor sobre edificios antiguos, arquitectura colonial o algo parecido.

Tabla 4.25 Conjuntos conocidos de ciudades coloniales, identificados para cada país, de las personas que no han visitado México

i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	-	-	Queretaro1	San Luis Potosi2	-
2o. Lugar	-	-	Mérida1	Guadalajara1(1)	-
3er. Lugar	-	-		Queretaro1(1)	-
ii	Argentina			Brasil	
1er. Lugar	-			-	
2o. Lugar	-			-	
2o. Lugar	-			-	
iii	EUA			Canadá	
1er. Lugar	-			-	
2o. Lugar	-			-	
2o. Lugar	-			-	

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.



- i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 45
- ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 10
- iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 9

4.1.3.5 Posicionamiento de la Gastronomía de México

Los siguientes resultados corresponden a la pregunta 9 que fue: Mencione 3 platos típicos de la gastronomía mexicana.

Por último, en cuanto a la gastronomía de México, si se obtuvo un amplio porcentaje de respuestas, tanto de las personas que no han visitado México, como de las que ya lo han visitado.

Resultados de las personas que ya han visitado México

Primero se presentan en la Figura 4.10 los porcentajes de las respuestas por zonas geográficas, de las personas que ya visitaron México. Europa es por 4^a. vez la zona con el mejor posicionamiento del atractivo turístico en cuestión, de las personas que ya han visitado el país. Una razón de esto podrían ser las estancias prolongadas, que permiten visitar más lugares y ver más cosas en una sola visita. Es lógico que se realicen viajes más largos, pues estos no se pueden realizar tan a menudo debido a las distancias, los precios de avión, etc. por otro lado parece existir un interés por las cuestiones culturales.

En todas las zonas el porcentaje de respuestas fue muy alto, para Europa y Norteamérica, incluso más que el obtenido en el posicionamiento de playas.

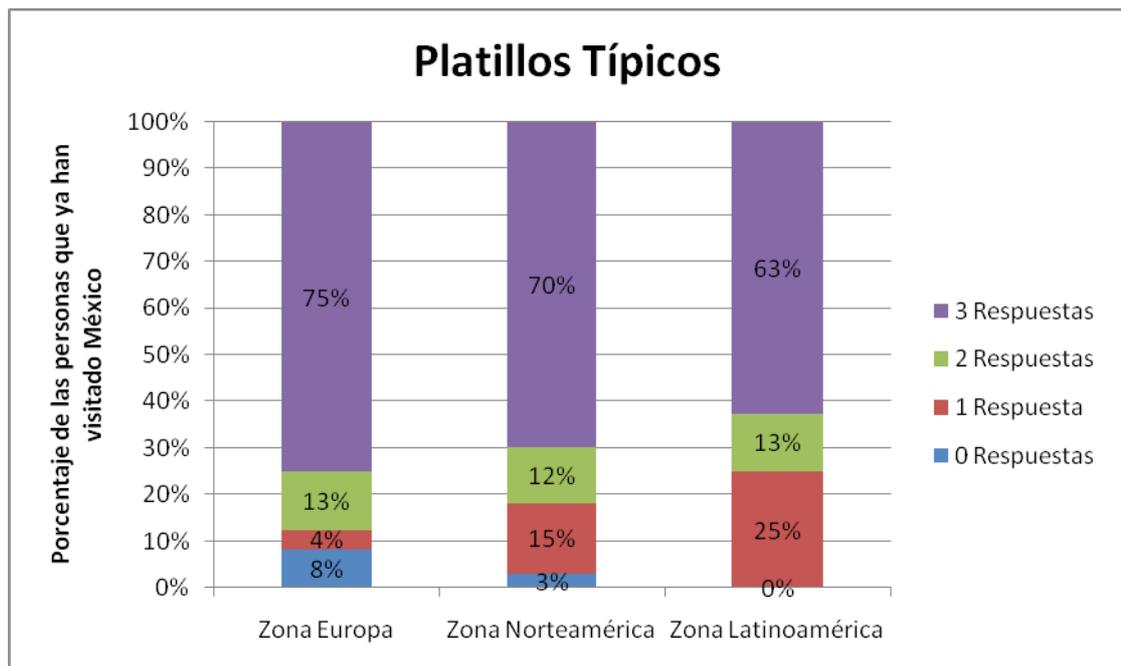


Figura 4.10. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada zona geográfica, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: Mencione 3 platillos típicos de la Gastronomía mexicana.

En la Tabla 4.26 donde se obtienen los resultados por países, se puede apreciar que las personas que no recuerdan ningún platillo a pesar de ya haber visitado México son los Ingleses, Italianos y Canadienses. En todos los demás países son recordados 2 o 3 platillos mexicanos por más de la mitad de las personas. Incluso, todos los alemanes encuestados contestaron 3, lo que demuestra que en Alemania y Francia nuevamente se tiene el mejor posicionamiento, en este caso, respecto a la gastronomía.



Tabla 4.26 Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que ya han visitado México, mencionaron a la pregunta: Mencione 3 platillos típicos de la Gastronomía mexicana.

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas encuestadas
Inglaterra	25%	0%	0%	75%	4
Alemania	0%	0%	0%	100%	3
Francia	0%	0%	25%	75%	8
España	0%	14%	0%	86%	7
Italia	50%	0%	50%	0%	2
Argentina	0%	25%	25%	50%	4
Brasil	0%	25%	0%	75%	4
EUA	0%	13%	13%	73%	30
Canadá	33%	33%	0%	33%	3

En la Tabla 4.27 se presentan los conjuntos conocidos en Europa de las personas que ya han venido a México, en cuanto a la gastronomía, donde el *top of mind* en toda la zona son los Tacos. Son bien conocidos además el Mole que fue repetido varias veces en 1er. Lugar y las enchiladas, en Inglaterra se mencionaron 9 platillos diferentes por lo que no se encontró un conjunto común, lo mismo que para Alemania e Italia donde sí se mencionaron platillos pero con una sola vez, como el mole, las enchiladas y los tacos. En cuanto a Francia y España se presentan en tercer lugar todos los platillos con la misma cantidad de menciones. Cabe destacar que el chili con carne parece ser muy famoso como platillo mexicano, posiblemente esto se deba a percepciones creadas por los medios de comunicación, pues no existe un platillo mexicano con ese nombre, no obstante se toma en cuenta por que el Chile si forma parte de la gastronomía.

En los países de Latinoamérica además de los tacos y el Guacamole, se mencionaron en una sola ocasión los tamales, tortillas, mole, chiles en nogada, gorditas, entre muchos otros. Debido a esto el *top of mind* nuevamente son los tacos para las personas que ya han



venido a México y el conjunto conocido no se encuentra muy definido debido a la gran variedad de respuestas que se obtuvieron.

En Norteamérica sí se definió un conjunto conocido común para Estados Unidos que son los tacos, el mole y las enchilas, siendo el *top of mind* los tacos. En esta pregunta destaca la gran variedad de respuestas obtenidas de los estadounidenses, pues son platillos que no se mencionan por personas de ningún otro país, como las Tlayudas, el Pozole, los Tamales jarochos, Chalupas, entre otros.

Estos platillos son grandes representantes de la cocina mexicana y sin embargo son desconocidos en las demás áreas geográficas, una mayor difusión de esta información podría atraer a una mayor cantidad de turistas.

Es importante destacar que igual que con el sombrero de charro, los burritos ya no son tan mencionados, siendo que muchas veces se piensa que para los estadounidenses, éste es el platillo más conocido.

Tabla 4.27 Conjuntos conocidos de platillos mexicanos, identificados para cada país, de las personas que ya han visitado México.



i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	-	Mole2(1)	Tacos7(2)	Tacos4(4)	-
2o. Lugar	-	-	Enchiladas3	Guacamole3	-
3er. Lugar	-	-	Mole3(3)	Nachos3	-
			Burritos3	Frijoles3	
			Quesadillas3	Chili con carne3	
			Fajitas3	Burritos3	
ii	Argentina		Brasil		
1er. Lugar	Tacos3(2)		Tacos4(4)		
2o. Lugar	-		Guacamole2(1)		
3er. Lugar	-		-		
iii	EUA		Canadá		
1er. Lugar	Tacos20(12)		Tacos2(2)		
2o. Lugar	Mole10(4)		-		
3er. Lugar	Enchiladas6		-		

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 24

ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 8

iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 33

Resultados de las personas que ya no han visitado México

A continuación en la Figura 4.11 se muestran los porcentajes de las respuestas obtenidas por zonas de las personas que no han visitado el país. En este caso son los países de Norteamérica los que tienen el mejor posicionamiento de la gastronomía mexicana, pues todos los encuestados respondieron al menos 1 platillo y el 80% contestó 2 o 3 de ellos. Lo mismo en Latinoamérica, la mayor parte conoce 3 platillos de la gastronomía de México y aunque un 33% conoce solo 1 platillo, no hubo personas que no contestaran al menos 1 respuesta en Latinoamérica. Esto resulta lógico al pensar en la gran cantidad de

restaurantes mexicanos que hay en Estados Unidos que dan pie a que se conozcan platillos aunque no se visite el país. Por otra parte los porcentajes de posicionamiento son muy altos en todas las zonas, más de la mitad de las personas conocen 2 o 3 platillos sin haber visitado México.

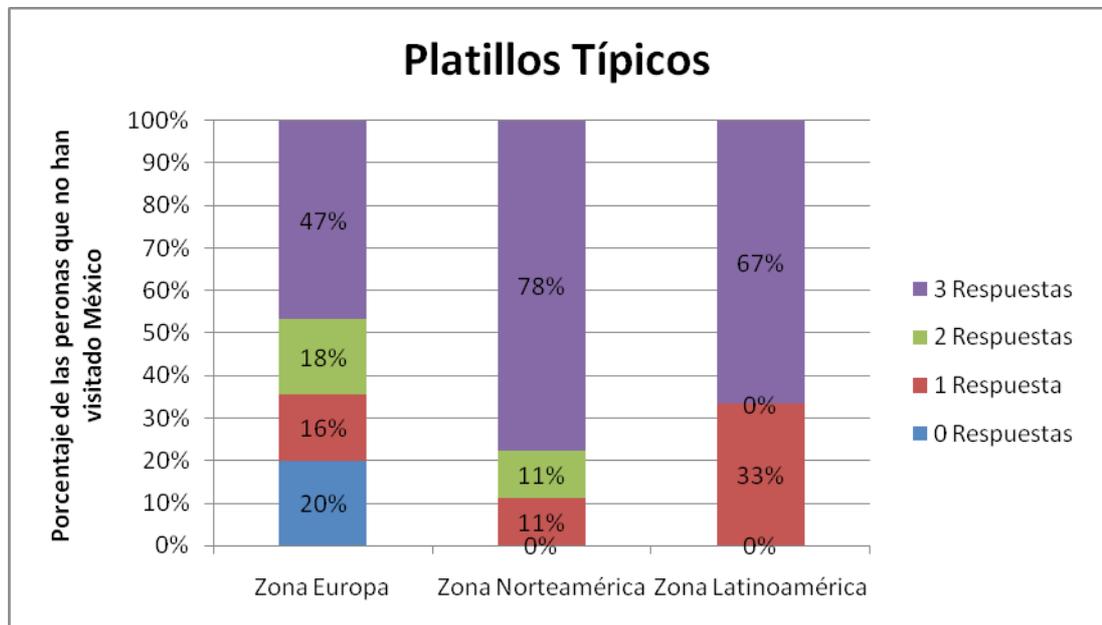


Figura 4.11. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada zona geográfica, que no han visitado México, mencionaron a la pregunta: Mencione 3 platillos típicos de la Gastronomía mexicana.

Para analizar mejor los datos se presentan en la Tabla 4.28 los resultados por países. Por ejemplo en el caso de los países Europeos en todos existe un porcentaje que no tiene posicionada la gastronomía, esto es posible relacionarlo con el número de restaurantes y productos gastronómicos mexicanos disponibles en Europa. Brasil es el país con el mejor posicionamiento de la gastronomía pues el 100% contestaron las 3 respuestas, sigue



Estados Unidos con el 83%, siendo de los países con el mayor posicionamiento, al igual que en Canadá que todas las personas mencionaron 2 y 3 respuestas. Más de un 50% de las personas en todos los países excepto Francia y Chile, tienen un posicionamiento de la gastronomía de México aún sin haber visitado el país.

Tabla 4.28. Porcentajes del número de respuestas que las personas de cada país, que no han visitado México, mencionaron a la pregunta: Mencione 3 platillos típicos de la Gastronomía mexicana.

	0 Respuestas	1 Respuesta	2 Respuestas	3 Respuestas	Personas enuestadas
Inglaterra	0%	50%	0%	50%	2
Alemania	9%	18%	27%	45%	11
Francia	27%	27%	9%	36%	11
España	19%	6%	13%	63%	16
Italia	40%	0%	40%	20%	5
Argentina	0%	25%	0%	75%	5
Brasil	0%	0%	0%	100%	3
Chile	0%	100%	0%	0%	2
EUA	0%	17%	0%	83%	6
Canadá	0%	0%	33%	67%	3

Los conjuntos conocidos encontrados se muestran en la Tabla 4.29, en la que se muestra que lo más conocido y que representa el *top of mind* en Europa son los tacos, otros platillos conocidos son las enchiladas, los burritos, las tortillas, el chili con carne y el Guacamole. A diferencia del conjunto conocido por las personas de Europa que ya han visitado el país, en este no se incluye el Mole, por lo cual se puede decir que este es casi desconocido, hasta que se visita el país. En Italia e Inglaterra se mencionaron además los frijoles, que también son conocidos en los demás países aunque no en gran medida.

Para Latinoamérica los Tacos es el *top of mind* y además se conocen en Argentina las quesadillas.



Nuevamente para Estado Unidos el conjunto conocido son los Tacos, el Mole y las enchiladas, a diferencia de la pregunta anterior que en Canadá se mencionaron más los tacos, para las personas que no han venido son más conocidas las enchiladas.

Tabla 4.29 Conjuntos conocidos de platillos mexicanos, identificados para cada país, de las personas que no han visitado México.

i	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
1er. Lugar	tacos2(2)	Tacos6(5)	Tacos4(4)	Tacos12(6)	Tacos2(2)
2o. Lugar	-	Chili con carne3(1)	Burritos4(1)	Enchiladas4	-
3er. Lugar	-	Tortillas3(1)	Quesadillas2	Guacamole3	-
ii	Argentina		Brasil		
1er. Lugar	tacos3(3)		Tacos3(3)		
2o. Lugar	quesadillas2		-		
3er. Lugar	-		-		
iii	EUA		Canadá		
1er. Lugar	Tacos4(4)		Enchiladas2		
2o. Lugar	Mole2(1)		-		
3er. Lugar	Enchiladas3(2)		-		

*El número presentado al lado del nombre del destino turístico se refiere al número de veces que fue mencionado y el número entre paréntesis representa el número de veces que se mencionó en primer lugar. Los espacios en blanco representan que no fue posible definir un conjunto conocido.

- i El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 45
- ii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 10
- iii El número de respuestas posibles para esa zona geográfica fue de 9

4.1.4 Ventajas y Desventajas percibidas para visitar México

Las siguientes 2 preguntas (10 y 11), se hicieron con el propósito de conocer las ventajas y desventajas que ven los turistas para viajar a México. Se pidieron 3 respuestas en cada una y los datos se agruparon en ciertos atributos positivos y negativos sugeridos por Driscoll, Lawson y Niven (1994), en su investigación en cuanto a la medición de la



imagen. Se añadieron algunos atributos, de acuerdo al tipo de respuestas que se obtuvieron.

4.1.4.1 Ventajas y Desventajas percibidas por europeos

En la tabla 4.30 se muestran los atributos positivos más mencionados en los países de Europa. Para los ingleses la primera ventaja fue el clima que se puede deber a que el clima de su país es lluviosos y frío. Para Alemania la primera ventaja fue conocer la cultura o historia de México; tal como se pudo apreciar en las preguntas anteriores, Alemania fue el país con el mejor posicionamiento cultural, lo cual puede indicar que los alemanes guardan un cierto interés con este tipo de destinos. Un alto porcentaje obtenido en España para *otros* atributos, fueron RBD, Monterrey, mujeres, compra de souvenirs, gusto por México, entre otros (Apéndice B).

Tabla 4.30 Atributos positivos que los europeos mencionaron como ventajas, para visitar de México.

Atributos Positivos	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
Buen Clima/sol	22%	8%	12%	6%	11%
Cultura/Historia Interesante	17%	31%	18%	27%	28%
Buen valor por dinero/barato	17%	10%	0%	6%	0%
Paisajes Naturales/playa/mar	11%	15%	21%	19%	17%
Visitar amigos o familiares	11%	3%	14%	2%	6%
Gastronomía	11%	0%	0%	10%	6%
Gente Amistosa/amable	6%	3%	2%	6%	6%



Practicar/aprender idioma	6%	3%	5%	2%	0%
Experiencia diferente/disfrutar	0%	5%	7%	0%	0%
Cercano	0%	3%	0%	2%	0%
De interés religioso	0%	0%	2%	0%	0%
Entretenimiento	0%	5%	4%	0%	0%
nocturno/Música					
No tiene otra ventaja	0%	5%	5%	0%	11%
Gran diversidad de	0%	3%	5%	3%	17%
destinos/atracciones					
Practicar un deporte	0%	0%	2%	0%	0%
Otro	0%	8%	4%	17%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Por el lado negativo en la Tabla 4.31 se puede apreciar que tanto en Inglaterra como en Francia y España la mayor desventaja es la inseguridad, este es un grave problema de imagen que tiene México y por el cual se pierde la visita de muchos turistas, aunque en realidad en muchos de los destinos culturales y de playa en México los índices de inseguridad por robos, narcotráfico, crímenes no son tan altos. Lo que sucede es que este es el panorama de las grandes capitales que se dispersa en las noticias, comentarios y películas en las que se tratan estos temas, que afectan a todo el país.

El porcentaje que concierne a que no se tiene otra desventaja, representa a las personas que después de mencionar una o dos, mencionaron que no tenían otra desventaja para no visitar México, lo cual en realidad no es una desventaja en sí como en Italia, en donde éste es el porcentaje más alto. Otros porcentajes altos también en Italia, son la lejanía y razones personales de falta de dinero o tiempo. La falta de dinero, no fue tomada como atributo propio del destino en cuanto a que fuera no accesible, sino a lo fue mencionado por las personas como *no tengo dinero por falta de trabajo*. Para los



alemanes por otro lado, la primera desventaja es que el país está lejos o que son muchas horas de vuelo, sin embargo contra esta desventaja no se tienen opciones.

Tabla 4. 31 Atributos negativos que los europeos mencionaron como desventajas por las cuales no visitarían México.

Atributos Negativos	Inglaterra	Alemania	Francia	España	Italia
Contaminación	0%	0%	5%	6%	0%
Inseguridad (narcotráfico, robos)	39%	18%	26%	22%	11%
Corrupción	11%	0%	5%	2%	0%
Barrera del idioma	0%	0%	5%	0%	0%
Falta de higiene/enfermedades	6%	3%	2%	3%	0%
Sucio	6%	0%	0%	2%	0%
Falta de Infraestructura/Tecnología	11%	3%	4%	2%	0%
Lejos/horas de vuelo	17%	23%	12%	13%	17%
Caro vuelo de avión / viaje	0%	5%	5%	10%	6%
Falta de dinero/tiempo/ razones personales	6%	21%	5%	8%	17%
No tiene otra desventaja	0%	21%	12%	8%	33%
Pobreza	0%	3%	4%	8%	0%
Desastres naturales	0%	3%	2%	0%	6%
Ciudades Grandes/mucha gente	0%	3%	0%	3%	0%
Muchos Turistas	0%	0%	4%	0%	0%
Gastronomía	0%	0%	2%	3%	0%
Formas de vida	0%	0%	5%	2%	0%
Otro	6%	0%	2%	10%	11%
Total	100%	100%	100%	100%	100%



En general se muestran en la Figura 4.12 los porcentajes de los atributos positivos más mencionados en Europa, siendo la ventaja más importante que es un lugar interesante en cultura, lo que corresponde según lo que se ha visto en esta investigación, a un interés por las civilizaciones antiguas de los aztecas y mayas principalmente. Esto debido, a fue mencionado también en la pregunta 3 sobre la imagen de México y en la pregunta 7 correspondiente a las zonas arqueológicas. Las playas siguen como ventaja más importante y el clima caluroso o sol, que es una ventaja clara que tiene México en relación a Europa.

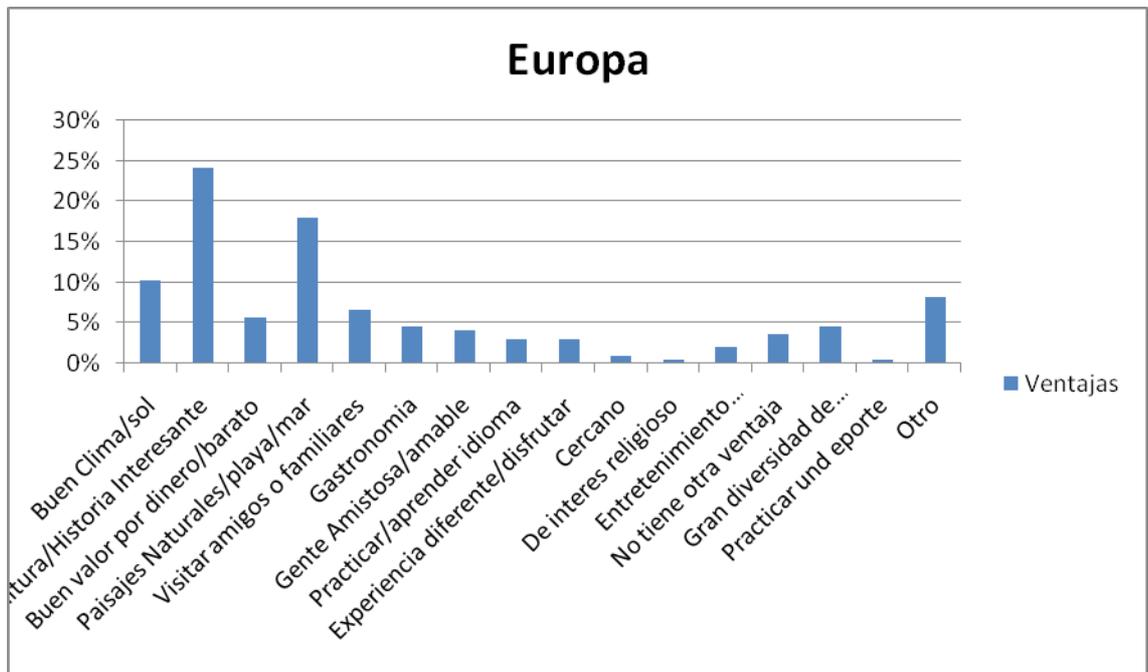


Figura 4.12. Porcentajes de los atributos positivos mencionados en Europa

En cuanto a los atributos negativos o desventajas, mostrados en la Figura 4.13, el principal inconveniente es la inseguridad, segundo la lejanía y en tercer lugar no se tiene otra desventaja, lo cual como se mencionó anteriormente es positivo y se debería de lograr fuera la respuesta de mayor porcentaje.

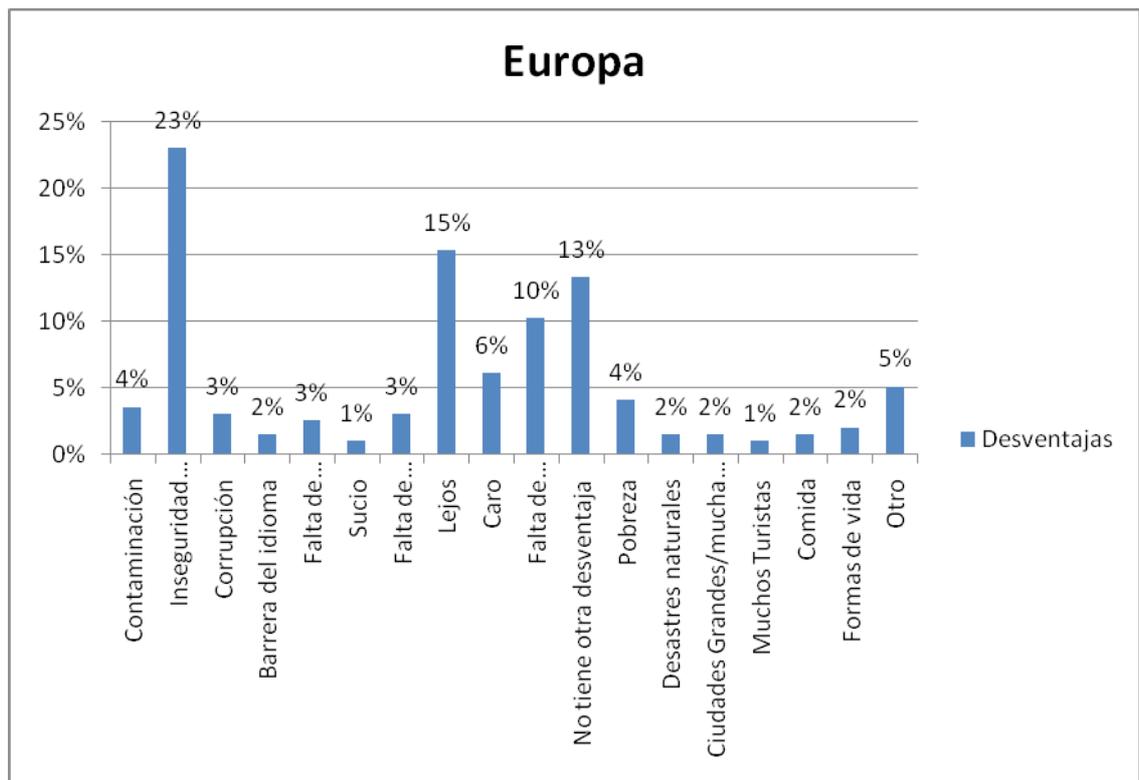


Figura 4.13. Porcentajes de los atributos negativos mencionados en Europa

4.1.4.2 Ventajas y Desventajas percibidas por latinoamericanos

A continuación se analizarán las ventajas y desventajas mencionadas por los latinoamericanos.

Las ventajas que estos mencionaron se aprecian en la Tabla 4.32, a diferencia de los países de Europa las principales atributos para los de Latinoamérica fueron por ejemplo, para los argentinos los paisajes, playas. En estas últimas, México también tiene una cierta ventaja al ser las de Argentina más frías. Los chilenos mencionan gran diversidad de destinos en cuanto a tener todo en un mismo país, desiertos, montañas, playas preciosas, etc. Y para los brasileños, la ventaja más importante fue la gastronomía que en realidad es de las atracciones más importantes de México, aunque en algunas ocasiones fue



mencionada como desventaja para la visita. Otros atributos positivos mencionados en Chile fueron avanzada tecnología, bonito, entre otros.

Tabla 4.32 Atributos positivos que los latinoamericanos mencionaron como ventajas para visitar México.

Atributos Positivos	Argentina	Chile	Brasil
Buen Clima/sol	4%	0%	0%
Cultura/Historia Interesante	15%	17%	6%
Buen valor por dinero/barato	4%	0%	11%
Paisajes Naturales/playa/mar	30%	0%	17%
Visitar amigos o familiares	0%	0%	11%
Gastronomía	7%	0%	22%
Gente Amistosa/amable	4%	0%	6%
Practicar/aprender idioma	0%	17%	0%
Experiencia diferente/disfrutar	7%	0%	11%
Cercano	0%	0%	0%
De interés religioso	0%	0%	0%
Entretenimiento nocturno/Música	4%	0%	11%
No tiene otra ventaja	0%	0%	0%
Gran diversidad de destinos/atracciones	11%	33%	6%
Practicar un deporte	4%	0%	0%
Otro	11%	33%	0%
Total	100%	100%	100%

Por otra parte en relación a los atributos negativos en la Tabla 4.33 se tiene que para dos países, Argentina y Chile el porcentaje más alto de respuestas es que no se tienen desventajas, aunque también es claro que una de las desventajas más mencionadas como en el caso de Brasil es la inseguridad. Entre otras desventajas importantes se encuentran las grandes ciudades o mucha gente y la falta de dinero, que corresponde a razones personales. Los *otros* atributos negativos mencionados por chilenos fueron la falta de hospedaje, no conocer a nadie, entre otros.



Tabla 4.33 Atributos negativos que los latinoamericanos mencionaron como desventajas por las cuales no visitarían México.

Atributos Negativos	Argentina	Chile	Brasil
Contaminación	11%	0%	0%
Inseguridad (narcotráfico, robos)	19%	0%	22%
Corrupción	0%	0%	6%
Barrera del idioma	0%	0%	0%
Falta de higiene/enfermedades	4%	0%	6%
Sucio	0%	0%	0%
Falta de Infraestructura/Tecnología	0%	0%	0%
No accesible/lejos	4%	0%	0%
Caro	7%	0%	0%
Falta de dinero/tiempo/razones personales	7%	17%	17%
No tiene otra desventaja	30%	50%	17%
Pobreza	4%	0%	0%



Desastres naturales	0%	0%	0%
Ciudades Grandes/mucha gente	4%	0%	11%
Muchos Turistas	0%	0%	0%
Comida	7%	0%	6%
Formas de vida	0%	0%	6%
Otro	4%	33%	11%
Total	100%	100%	100%

En total la ventaja más clara para visitar México para los latinoamericanos encuestados son los paisajes naturales y las playas de México como se muestra en la Figura 4.14, también es positivo que nadie crea que no hay otra ventaja para venir a México. Por otro lado tampoco nadie cree que sea de interés religioso ni que sea cercano.

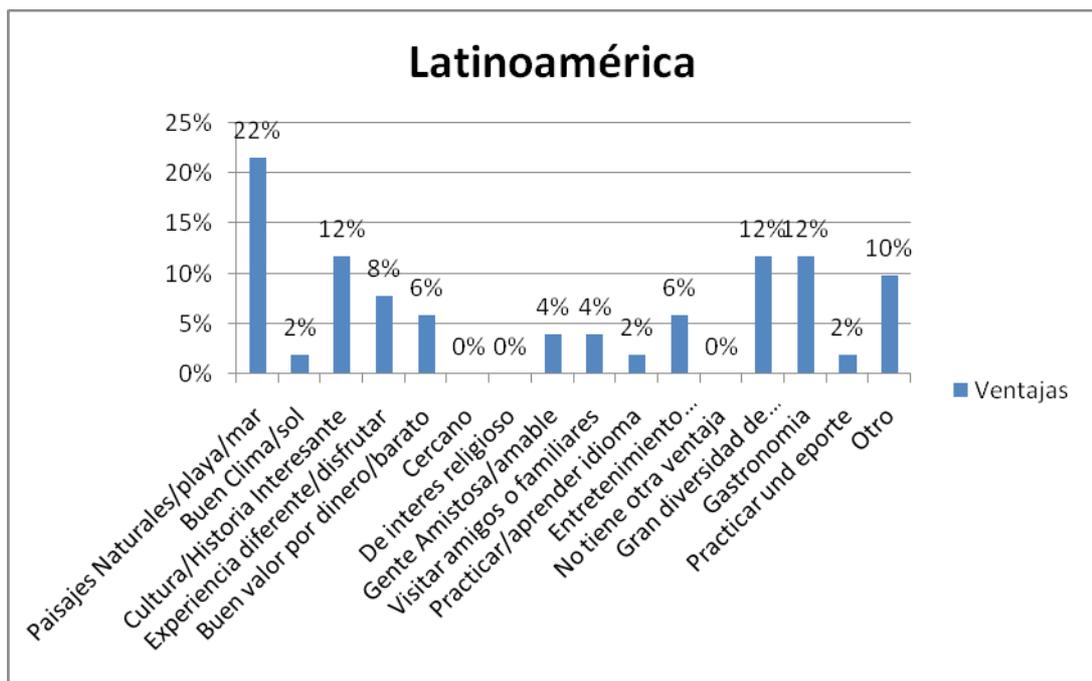


Figura 4.14. Porcentajes de los atributos positivos mencionados en Latinoamérica

En la Figura 4.15 se refleja que más del 25% de los latinoamericanos en cuestados no tienen 3 desventajas que mencionar para no visitar México, por otro lado la inseguridad es

una desventaja importante al igual que para los europeos y otra desventaja son las razones personales, que no son atributos negativos propios del destino.

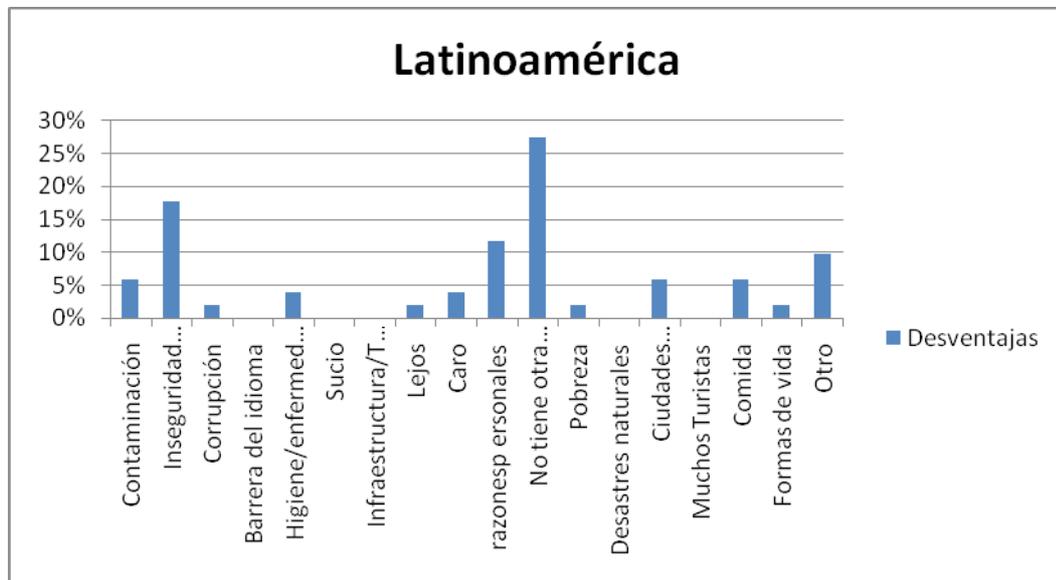


Figura 4.15. Porcentajes de los atributos negativos mencionados en Latinoamérica

4.1.4.2 Ventajas y Desventajas percibidas por norteamericanos

Por último queda analizar las ventajas y desventajas que mencionan los norteamericanos, las cuales se encuentran reflejadas en la tabla 4.34 Aquí se observa que nuevamente como a lo largo de esta investigación la cultura es de las ventajas más importantes para visitar el país. Además el 20% de los canadienses piensa que es barato y que hay gente amistosa. Este último atributo aunque no se encontró entre los mayores porcentajes de la descripción de imagen en la pregunta 3, también fue mencionado en repetidas ocasiones y en general, en todos los países en esta pregunta, al menos una persona mencionó esta característica, a excepción de Chile que en realidad puede deberse simplemente a la falta de personas encuestadas en este país y no a que los chilenos no crean amistosos a los mexicanos.



En sí no se observa una mayoría clara hacia ningún atributo positivo, pues las respuestas fueron muy variadas. Entre los atributos positivos más mencionados por los estadounidenses, se encuentran que es un destino barato, percepción que se da por el valor de las divisas entre los dos países; los paisajes y las playas y también se menciona que venir les permitiría practicar o aprender el idioma.

Tabla 4.34 Atributos positivos que los norteamericanos mencionan como ventajas para visitar México.



Atributos Positivos	EUA	Canadá
Buen Clima/sol	8%	13%
Cultura/Historia Interesante	20%	13%
Buen valor por dinero/barato	15%	20%
Paisajes Naturales/playa/mar	10%	13%
Visitar amigos o familiares	3%	0%
Gastronomía	8%	7%
Gente Amistosa/amable	7%	20%
Practicar/aprender idioma	10%	0%
Experiencia diferente/disfrutar	1%	0%
Cercano	2%	7%
De interés religioso	0%	0%
Entretenimiento nocturno/Música	4%	0%
No tiene otra ventaja	5%	7%
Gran diversidad de destinos/atracciones	4%	0%
Practicar un deporte	0%	0%
Otro	5%	0%
Total	100%	100%

En cuanto a los atributos negativos mostrados en la Tabla 4.35, las desventajas más prominentes son inseguridad en un 17% para los estadounidenses y en un 33% para los canadienses, seguido de la falta de higiene o la posibilidad de enfermarse. Sobre este último atributo negativo, se mencionan aspectos como no poder tomar agua de la llave, falta de higiene en restaurantes, enfermarse de diarrea e incluso se mencionó en una ocasión la posibilidad de contagiarse adquirir alguna ETS (Enfermedades de Transmisión Sexual). La mala higiene puede llegar a ser una razón importante por la que no se visite el país, incluso ya para algunas personas el país es considerado como sucio, lo cual genera una mala imagen. Sería de gran importancia controlar más la higiene en la comida sobretodo porque aunque no se ha convertido en algo que imposibilite a los turistas a visitar México, muchos se llevan ideas como la “revancha de Moctezuma” promocionada en parte por los mismos mexicanos.



Tabla 4.35 Atributos negativos que los norteamericanos mencionaron como desventajas por las cuales no visitarían México.

Atributos Negativos	EUA	Canadá
Contaminación	1%	0%
Inseguridad (narcotráfico, robos)	17%	33%
Corrupción	2%	0%
Barrera del idioma	9%	7%
Falta de higiene/enfermedades	11%	20%
Sucio	6%	0%
Falta de Infraestructura/Tecnología	7%	0%
No accesible/lejos	3%	0%
Caro	9%	13%
Falta de dinero/tiempo/razones personales	3%	7%
No tiene otra desventaja	7%	20%
Pobreza	3%	0%
Desastres naturales	3%	0%
Ciudades Grandes/mucha gente	3%	0%
Muchos Turistas	3%	0%
Comida	1%	0%
Formas de vida	5%	0%
Otro	9%	0%
Total	100%	100%



Es importante aclarar que por ejemplo en el atributo mencionado como *caro*, en un 9% por estadounidenses y un 13% para canadienses, no corresponde a que el país en sí sea caro, sino que este atributo se obtuvo principalmente en relación a lo que se menciona de los precios de los boletos de avión a México, por lo que tal vez se fueran más bajos se tendrían mayor cantidad de llegadas al país.

En resumen, de las ventajas más importantes para los norteamericanos mostradas en la Figura 4.16, se encuentra que México parece un país interesante por la cultura e historia, barato y donde encuentran playas y paisajes naturales del agrado de los norteamericanos. Por otro lado casi nadie ve en México la ventaja de poder practicar un deporte y sin embargo esto es algo que se podría explotar pues existe una gran variedad de deportes extremos disponibles en este país.

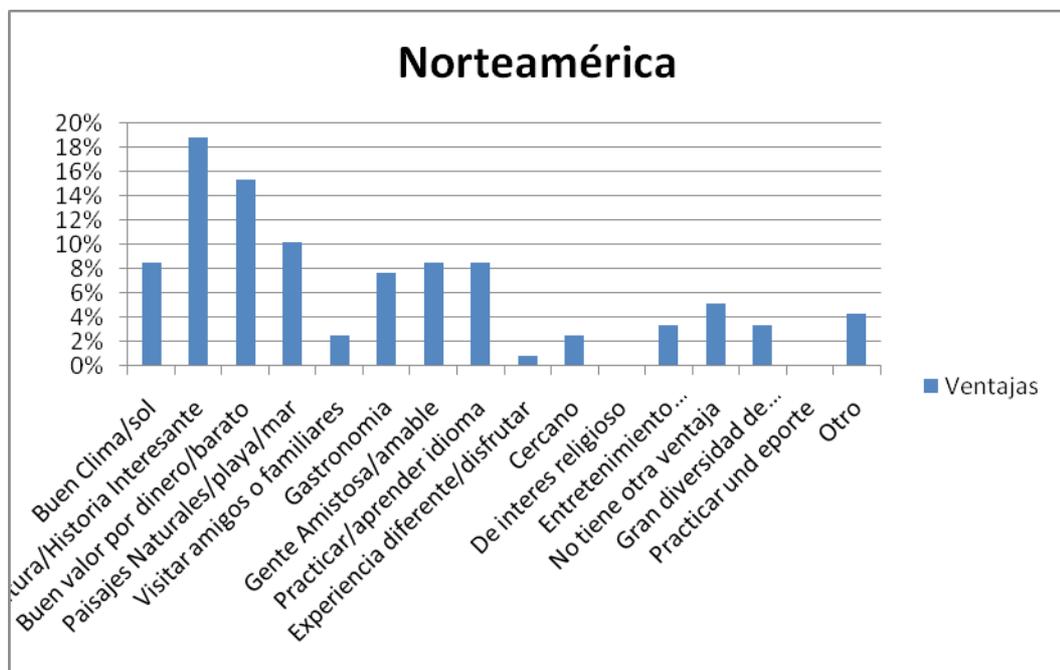


Figura 4.16. Porcentajes de los atributos positivos mencionados en Norteamérica

En cuanto a las desventajas percibidas por los norteamericanos se encuentran en la Figura 4.17 la inseguridad, la falta de higiene y la posibilidad de enfermarse, el precio también representa una desventaja, y algo positivo dentro de las respuestas es que más de un 10% no tienen otra desventaja para no visitar el país. Los conceptos mencionados en formas de vida, corresponden a injusticias en precios por ser extranjeros, el calor, el clasismo, las costumbres que se tienen como la impuntualidad, entre otras. A cerca de la falta de infraestructura se tomaron en cuenta las condiciones del transporte, las carreteras y caminos que les imposibilita viajar dentro del país.

Es importante que se siga manteniendo la característica de los mexicanos de ser gente amistosa, pues mientras se trate bien a los extranjeros, los comentarios serán en su mayor parte positivos que negativos.

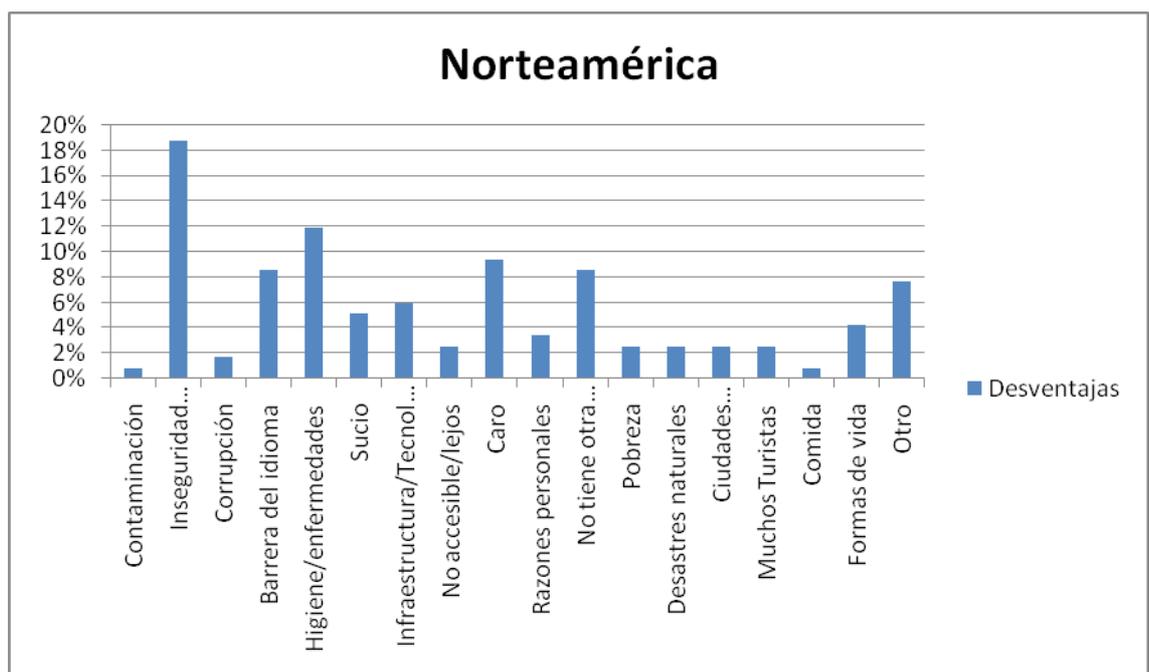




Figura 4.17. Porcentajes de los atributos negativos mencionados en Norteamérica

4.1.5 Competencia de las playas de México

El concepto de posicionamiento incluye también conocer la competencia. Para esto se hizo la pregunta 12 a todas las personas encuestadas, sobre qué destino de sol y playa elegirían si tuviera que ser diferente a México y de una lista propuesta por el CPTM de acuerdo a la principal competencia de México, en Europa se obtuvo una preferencia por Australia de un 11% y por Hawaii, Bahamas y Cuba con un porcentaje del 9%. Latinoamérica prefiere Hawaii con un 29% y las islas del Caribe en un 18%. Por otro lado Norteamérica muestra una preferencia por el Mediterráneo en un 21% y Hawaii con un 18%. En realidad todas las cifras son bajas debido a que existe una gran dispersión en los datos o dicho de otro modo, en las preferencias de cada persona. Sin embargo Hawaii aparece en las 3 zonas como una de las playas preferidas y principal competencia de México. El lado positivo de que la competencia principal en cuanto a playas sea Hawaii, es que México tiene junto a las playas muchos otros tipos de turismo que posiblemente en Hawaii no estén disponibles, como el gran turismo cultural de México.

En realidad los destinos preferidos por cada zona geográfica no concuerdan con los mencionados por el CPTM como competencia principal por zonas, no obstante esto puede obedecer a que lo que las personas contestaron en la encuesta, representa simplemente una preferencia y no la posibilidad como tal de visitar esos destinos.

4.1.6 Datos demográficos

Según las respuestas a la pregunta 13 la información mencionada por las personas que no ya han venido a México proviene principalmente de comentarios de amigos y familiares,



la televisión y el internet, además de las experiencias propias. Y para los que no han venido los principales medios de comunicación para enterarse de México como destino turístico fueron del mismo modo, los comentarios de amigos y familiares, la televisión y por último el Internet. Además se propusieron el cine, el cual al parecer sí influye de alguna forma en las percepciones, incluso más que las revistas y folletos.

Los datos estuvieron repartidos equitativamente entre mujeres y hombres, con un porcentaje de los que han venido del 51% y 49% respectivamente y de los que no han venido con un 58% y 42%.

Más del 80% de los encuestados que ya han visitado el país y los que no lo han hecho, se encontraron en los rangos de edades de 21 a 24 y 25 a 34.

De las personas que ya han visitado México, el 62 % ha estudiado hasta la universidad, el 14% solo hasta preparatoria y otro 14 % cuenta con Maestría. Y de las personas que no han visitado el país el 39% ha estudiado hasta la universidad, el 26% preparatoria y un 18% tiene maestría. En realidad estos porcentajes no afectan claramente a las respuestas pues en general, más del 80% tiene estudios entre preparatoria y maestría.