



## **CAPÍTULO IV**

### **Análisis de Resultados**

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada de forma personalizada a los estudiantes nacionales y extranjeros de la Universidad de las Américas-Puebla en el período de Verano 2008, así como la información recabada en conjunto para realizar las comparaciones correspondientes entre ambos grupos de estudio; los cuáles están representados a través de tablas y figuras para ser interpretados con mayor claridad.

Para usos estadísticos descriptivos en el análisis de datos se empleó el paquete SPSS (Statistical Package for Social Sciences), por lo que anterior a este proceso se formuló un archivo en Excel con todos los datos recolectados de la encuesta para posteriormente introducirlos en este paquete y generar los informes del análisis estadístico.

#### ***4.1 Análisis concentrado***

##### ***4.1.1 Datos Demográficos***

Para obtener un resultado más complejo de la investigación se decidió realizar un análisis en conjunto con las respuestas de los reactivos en común de los cuestionarios



aplicados tanto a la población mexicana como extranjera, en el que el tamaño de la muestra fue de 192 estudiantes en su mayoría de la carrera de Administración de Hoteles y Restaurantes, y Negocios Internacionales, 100 de nacionalidad mexicana y 92 de nacionalidad extranjera (véase la figura 4.1); de los cuáles 128 fueron mujeres. Un poco más de la mitad del total de la población tienen entre 18 y 21 años de edad y el 97.9% están solteros.

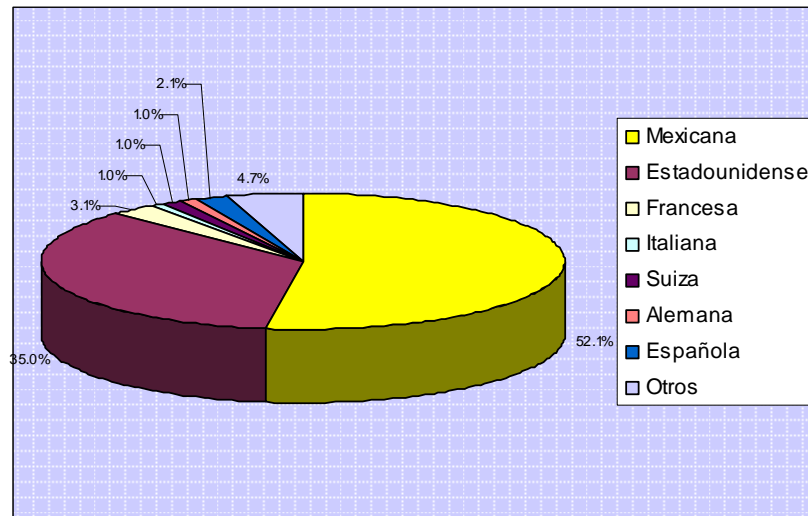


Figura 4.1 Concentrado de Nacionalidades

Fuente: Elaboración propia

#### **4.1.2 Impresiones Generales de México**

La segunda parte del estudio se enfocó a conocer las impresiones que tanto los estudiantes mexicanos como extranjeros tienen sobre México, derivadas de la información proporcionada por los estudiantes extranjeros y nacionales, las respuestas de ambos se ven concentradas en la figura 4.2, donde se puede identificar que la pobreza, la inseguridad y los estereotipos son factores negativos que están presentes en

la mente de los turistas al pensar en México y que sobresalen entre muchos otros positivos que integran su imagen.

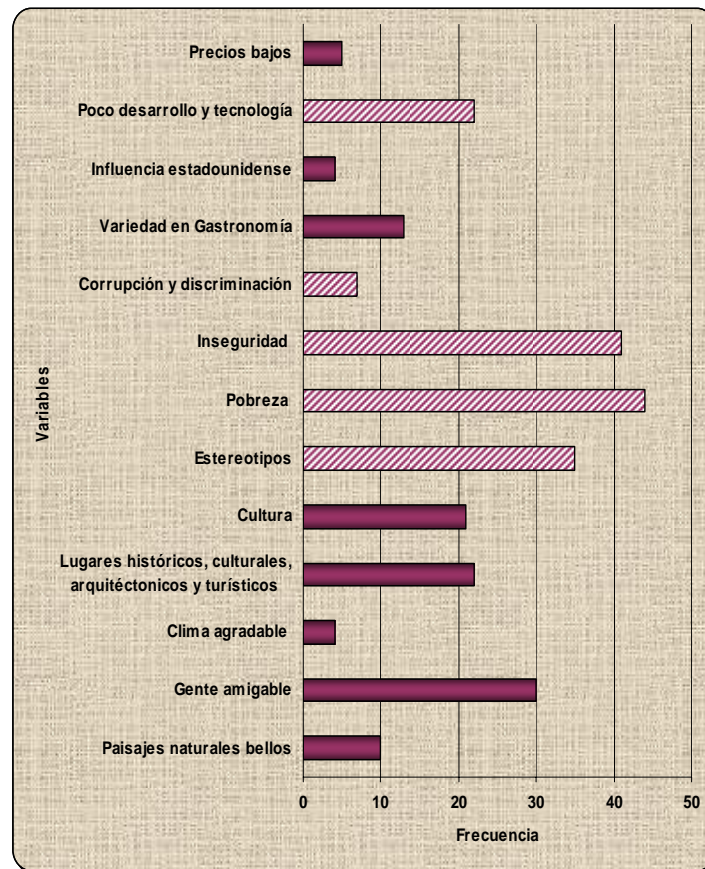


Figura 4.2 Impresiones generales sobre México

Fuente: Elaboración propia

#### **4.1.3 Impacto de los medios de comunicación**

La sección del estudio correspondiente al medio de comunicación de mayor impacto en las decisiones de los turistas indicó que la televisión es el de más auge, seguido por la Internet, este resultado se debe a que tanto los extranjeros como los mexicanos encuestados posicionaron en repetidas ocasiones a este medio en primer orden de



importancia seguido por la Internet; mientras que la radio se ubica como el medio de menor importancia. Esta información se encuentra representada en la figura 4.3.

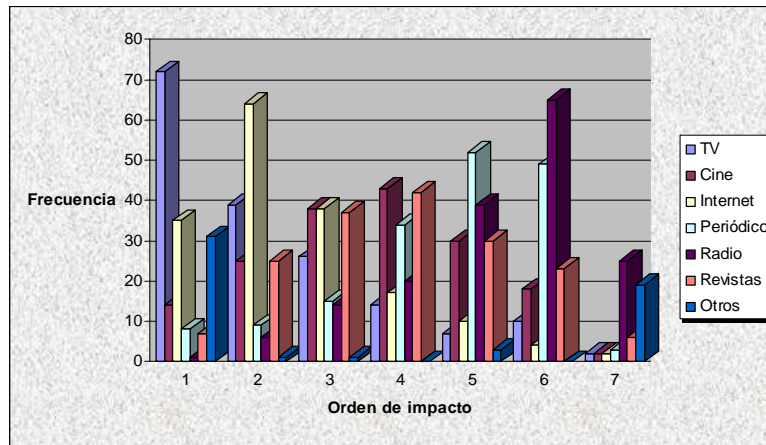


Figura 4.3 Medio de comunicación de mayor y menor impacto en la elección de México como destino turístico

Fuente: Elaboración Propia

**4.1.4 Imagen turística y general de México**

Se realizó un análisis de atributos que describen a México a través del método de escala tipo Likert, por medio del cual los encuestados seleccionaron sus respuestas en un rango de cinco puntos divididos de la siguiente manera:

Totalmente en	En desacuerdo	Parcial	De acuerdo	Totalmente de
desacuerdo				Acuerdo
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

Para este reactivo se eliminaron las preguntas 20 y 21 del cuestionario de extranjeros debido a que no se incluyeron en el cuestionario para mexicanos. En la tabla



4.1 se presenta cada atributo con la media y moda que corresponde para ser interpretados de la siguiente manera: la población general está totalmente de acuerdo con que México cuenta con atractivos históricos, culturales y monumentales, con la diversidad de lugares que hay para visitar, la simpatía de la gente, la belleza de sus playas y paisajes naturales, el clima y la temperatura agradable, la diversión que oferta a sus visitantes, y los hoteles y restaurantes de calidad que ofrecen su servicio a los turistas.

Es notorio que a México se le conoce como un país alegre pero también como un lugar adecuado para el descanso y la relajación, en el que todo este tipo de servicios son ofertados a precios accesibles. Conseguir información sobre el país a través de cualquier medio es viable, aunque en ocasiones la mala publicidad como la que se transmite a través de la televisión perjudique la imagen del mismo.

En cuanto al transporte, las personas encuestadas consideran que las aerolíneas nacionales e internacionales continúan incrementando el número de vuelos hacia México. Existe indiferencia en temas de inseguridad, inestabilidad política, la información que se publica vía Internet sobre el destino y las consecuencias positivas y negativas que generan las producciones cinematográficas. Además se comprueba que el idioma no significa un obstáculo para que los turistas visiten México.



Tabla 4.1 Atributos en general que describen a México

<u>Atributos</u>	<u>Media</u>	<u>Moda</u>
México cuenta con atractivos históricos, culturales y monumentales	4.8490	5
En México existe diversidad de lugares de interés para visitar	4.8073	5
En México la gente es amigable	4.3177	5
México es un lugar inseguro para visitar	3.0365	3
México se caracteriza por la belleza de playas y paisajes naturales	4.2760	5
La temperatura y clima en México son agradables	4.3750	5
México es un destino que ofrece diversión a sus visitantes	4.4062	5
México es un lugar perfecto para descansar y relajarse	4.2188	4
Existe una atractiva promoción de México	3.4896	3
Es fácil obtener información sobre México	3.9219	4
En México existen hoteles y restaurantes de calidad	4.3281	5
Existen facilidades de vuelos hacia México	3.9583	4
México es un destino que ofrece precios bajos en bienes y servicios	3.9635	4
La inestabilidad política de México es evidente	3.5156	3
El idioma constituye una barrera para visitar México	2.6198	2
La información que se ofrece vía Internet sobre México es actualizada y cierta	3.3229	3
La afluencia de turistas incrementa en las locaciones mexicanas utilizadas por producciones cinematográficas	3.5260	3
Crean influencia negativa en el turismo las películas nacionales que abordan problemas sociales, políticos, económicos y culturales de México	3.3958	3
El impacto que emisiones televisivas actuales generan en la Imagen de México a través de noticias como el combate al narcotráfico o programas de entretenimiento como reality shows y telenovelas es más negativo que positivo	3.7448	4

Derivado de los cuestionamientos anteriores se consideró importante saber si los encuestados recomendarían a otros turistas visitar el país, a lo que el 97.9% respondió que sí por la diversidad de lugares turísticos, arquitectónicos y monumentales que hay para visitar, por la riqueza cultural, y la calidez y amabilidad de la gente mexicana.

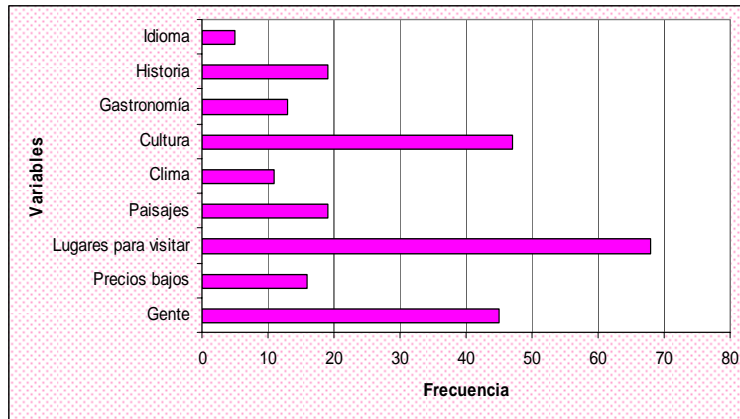


Figura 4.4 Razones por las que se recomienda visitar México

Fuente: Elaboración propia

Todo lo anterior dio la pauta para concretar el estudio con un último reactivo para dar a conocer la imagen de México en general, abarcando las opiniones de los grupos de población mencionados al principio, quienes según su criterio otorgaron calificaciones en una escala de siete rangos como la que se muestra a continuación:

MUCHO MUY NEGATIVA

MUCHO MUY POSITIVA

1

2

3

4

5

6

7

Los resultados arrojaron una media de 5.6563 y una moda de 6, esto quiere decir que la imagen de México en general se considera positiva.

## 4.2 Población Extranjera

### 4.2.1 Datos Demográficos

De un total de 92 extranjeros encuestados el 71.7% está entre los 18 a 21 años de edad, donde el 58.7% son de género femenino y el 41.3% masculino. Debido a que en su totalidad son estudiantes, el 97.8% de ellos son solteros y la mayoría se encuentra en México estudiando Ciencias Políticas, Español y Negocios Internacionales. De acuerdo con la información recabada los integrantes de este grupo de estudio provienen de distintos países, siendo la mayoría de ellos de nacionalidad estadounidense, seguido por franceses, españoles, italianos, suizos, alemanes y otros entre los que se anexan bolivianos, canadienses, colombianos, coreanos, cubanos, japoneses, singapurenses y vietnamenses, éstos últimos representan un 1.1% cada uno para así sumar un total del 10.8% de este grupo con respecto a otras nacionalidades mencionadas al principio, tal como se observa en la figura 4.5.

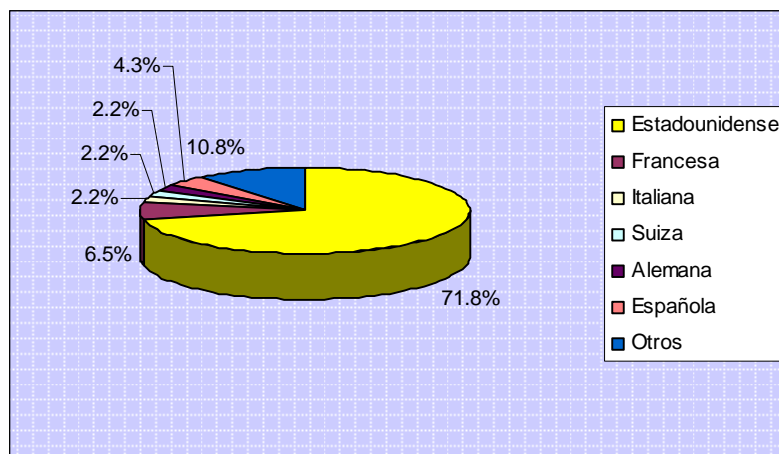


Figura 4.5 Nacionalidades de los extranjeros

Fuente: Elaboración Propia



**4.2.2 Impresiones Generales sobre México y planeación de viaje**

El 65.2% de los extranjeros contestaron que es la primera vez que visitan México, mientras que el 34.8% de ellos ya han venido al país en otras ocasiones. Respecto a las impresiones mostradas en la figura 4.6 que tenían acerca del país en general antes de su visita, prevalecen de forma positiva las asociadas con la riqueza y diferencias culturales, la belleza y diversidad de lugares históricos, culturales, arquitectónicos y turísticos, así como la amabilidad y calidez de la gente; mientras que la pobreza y la inseguridad son factores sobresalientes dentro de la imagen negativa que los extranjeros tenía de México antes de su visita.

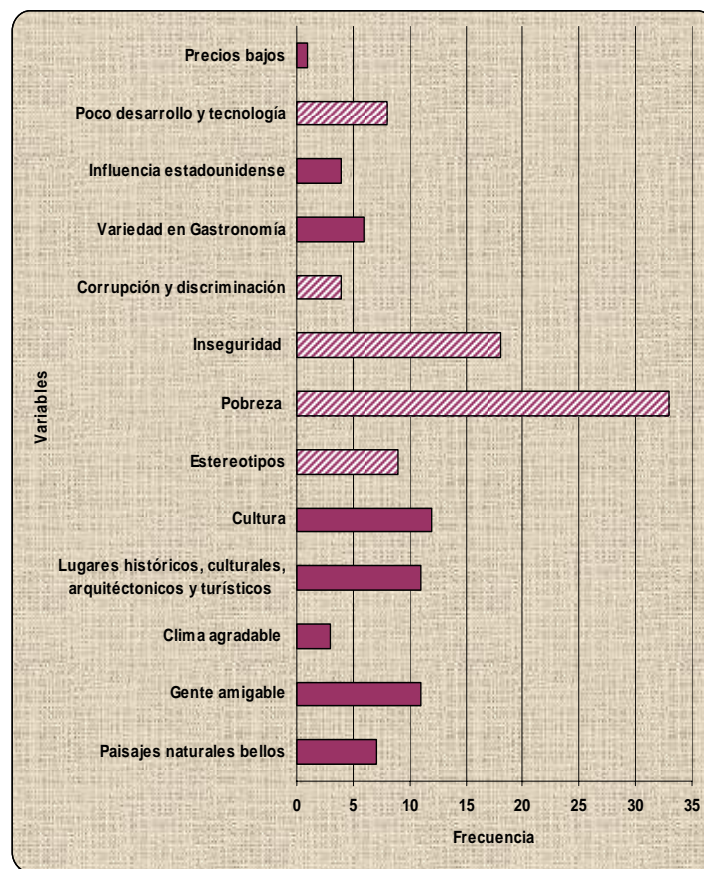


Figura 4.6 Impresiones sobre México de los extranjeros antes de la visita

Fuente: Elaboración Propia



El 81.5% de los extranjeros encuestados afirmó que durante la estancia sus impresiones cambiaron mejorando en su mayoría, mientras que el 16.3% mantiene las mismas ideas y el resto se limitó a no contestar esta pregunta. En cuanto a la planeación de viaje se puede confirmar que la mayor parte de los encuestados se tomó de 3 a 4 meses para planear su visita a México. Por otro lado se les presentó una serie de medios para que señalaran a través de cuáles han escuchado acerca del país, teniendo el mayor puntaje los programas de intercambio que ofrecen las universidades del país de procedencia, seguido de las recomendaciones de amigos y/o familiares y en tercer lugar ubicaron a la Internet.

#### ***4.2.3 Impacto de los medios de comunicación***

En la figura 4.7 se presentan los medios de comunicación de mayor y menor impacto en las decisiones de los extranjeros para elegir México como destino turístico, en la que se corrobora que las recomendaciones de otras personas son las que más influyen en ellos para visitar el país, así como la Internet y la televisión respectivamente; por el contrario la radio al ser mencionada en varias ocasiones como el medio de menor impacto junto con las revistas, influyen casi de manera nula en las decisiones de los turistas extranjeros. Para graficar estos resultados se tomaron en cuenta la frecuencia con la que los encuestados ordenaron cada medio, siendo el número 1 el medio de mayor impacto y el número 7 el de menor impacto según sus opiniones. En este reactivo se eliminaron las respuestas de 21 sujetos de estudio.

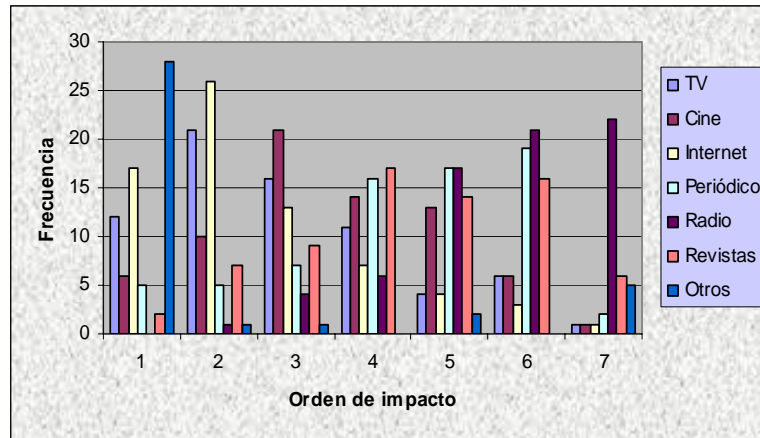


Figura 4.7 Medio de comunicación de mayor y menor impacto para los extranjeros en la elección de México como destino turístico

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.2.4 Imagen turística y general de México

A través del método de escala tipo Likert explicado anteriormente, se llevó a cabo el análisis de atributos que describen a México, en el cuál el grupo de extranjeros ubicó sus respuestas en un rango de cinco puntos. Los resultados de la tabla 4.2 arrojan medias y modas para cada atributo que permiten interpretar las opiniones de los extranjeros, entre las que se puede constatar que están totalmente de acuerdo con la afirmación de que México cuenta con atractivos históricos, culturales y monumentales, así como que existe diversidad de lugares de interés para visitar, que la temperatura y el clima son agradables y que la gente es amigable. Por lo que respecta a la belleza de playas y paisajes naturales que lo caracterizan, la diversión que ofrece a sus visitantes, el descanso y la relajación, su atractiva promoción, la facilidad con que se obtiene información sobre este destino, la calidad de hoteles y restaurantes, las facilidades de



vuelos y los precios bajos en bienes y servicios son también atributos que distinguen a México en el extranjero.

Por otro lado, los visitantes procedentes de otras naciones no consideran que el idioma sea una barrera para venir al país, se encuentran indiferentes ante la inseguridad y la inestabilidad política de México, que aún cuando puede ser evidente no es un gran obstáculo para que la afluencia de turistas incremente. Además los estilos de vida, las costumbres y la arquitectura mexicana difieren de sus países.

Referente a los medios de comunicación de estudio, los encuestados también se mantienen indiferentes en cuanto a que si la información vía Internet que se ofrece de México es actualizada y verídica, y de las consecuencias que generan las producciones cinematográficas como el incremento del número de turistas en las locaciones o en su defecto la influencia negativa creada por el uso de temas que reflejan los problemas de índole social, político, económico y cultural del país. Sin embargo, están conformes con que los programas televisivos actuales como noticias que tratan el combate contra el narcotráfico y series de entretenimiento como reality shows y telenovelas, generan un mayor impacto negativo que positivo en la imagen de México.



Tabla 4.2 Atributos que describen a México según los extranjeros

<u>Atributos</u>	<u>Media</u>	<u>Moda</u>
México cuenta con atractivos históricos, culturales y monumentales	4.7826	5
En México existe diversidad de lugares de interés para visitar	4.7609	5
En México la gente es amigable	4.3370	5
México es un lugar inseguro para visitar	2.7283	3
México se caracteriza por la belleza de playas y paisajes naturales	3.9239	4
La temperatura y clima en México son agradables	4.3804	5
México es un destino que ofrece diversión a sus visitantes	4.3043	4
México es un lugar perfecto para descansar y relajarse	4.0435	4
Existe una atractiva promoción de México	3.6413	4
Es fácil obtener información sobre México	4.0109	4
En México existen hoteles y restaurantes de calidad	4.0326	4
Existen facilidades de vuelos hacia México	3.8804	4
México es un destino que ofrece precios bajos en bienes y servicios	3.9783	4
La inestabilidad política de México es evidente	3.2935	3
El idioma constituye una barrera para visitar México	2.6957	3
La información que se ofrece vía Internet sobre México es actualizada y cierta	3.2174	3
La afluencia de turistas incrementa en las locaciones mexicanas utilizadas por producciones cinematográficas	3.4783	3
Crean influencia negativa en el turismo las películas nacionales que abordan problemas sociales, políticos, económicos y culturales de México	3.1196	3
El impacto que emisiones televisivas actuales generan en la Imagen de México a través de noticias como el combate al narcotráfico o programas de entretenimiento como reality shows y telenovelas es más negativo que positivo	3.7391	4
Estilos de vida y costumbres en México son similares a los de usted	2.5652	3
La arquitectura mexicana es similar a la de su país	2.1087	2

Aunado a esto se determinó anexar una segunda pregunta abierta para conocer si los estudiantes extranjeros recomiendan en la actualidad visitar México, a lo que 91 de los 92 encuestados respondieron afirmativamente presentando en su mayoría justificaciones relacionadas con la gente al tener 34 menciones entre los sujetos de estudio, entre otras como las que se observan en la figura 4.8.

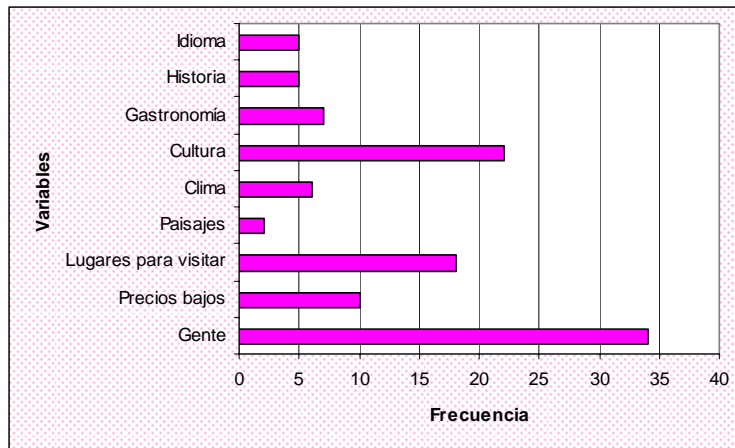


Figura 4.8 Razones por las que los extranjeros recomiendan visitar México

Fuente: Elaboración Propia

Por último se midió la imagen general que los estudiantes extranjeros tienen acerca de México, utilizando la misma escala de siete rangos graficada en el análisis concentrado para la medición de la imagen general. Al tener una moda de 6 y una media de 5.9239 en este reactivo, se puede concluir que entre la población extranjera de estudio la imagen de México en general es positiva.

### ***4.3 Población Mexicana***

#### ***4.3.1 Datos Demográficos***

Los encuestados de nacionalidad mexicana fueron en su mayoría del sexo femenino con un porcentaje del 74%, más de la mitad de la población total tenían entre 22 y 25 años, y el 98% eran solteros. Debido a que fueron seleccionados aleatoriamente hubo gran variedad de carreras profesionales predominando con un 28% la Licenciatura en Administración de Hoteles y Restaurantes.



#### ***4.3.2 Impresiones Generales sobre México***

La primera pregunta abierta aplicada a este grupo fue para conocer las impresiones que los estudiantes nacionales consideran se tienen en el extranjero sobre México, similar a la que se realizó con la población extranjera mencionada anteriormente, la diferencia radicó en que en esta ocasión sólo los estudiantes mexicanos que han visitado otros países (87%) pudieron registrar sus observaciones, en donde los estereotipos que proyectan una imagen errónea son los que predominan al ser mencionado en 26 ocasiones por los encuestados, lo que difiere de las opiniones de la población extranjera al ubicar en primer puesto a la pobreza, la cuál es situada por los mexicanos en quinto lugar. Estrechamente los estereotipos son seguidos por la inseguridad que al tener 23 menciones coincide con el lugar que le otorgaron los extranjeros, mientras que en tercer puesto con 19 menciones se ubicó a la gente, por ser amigable, que es una de las características que le dan una imagen positiva al país, tal como se aprecia en la figura 4.9.

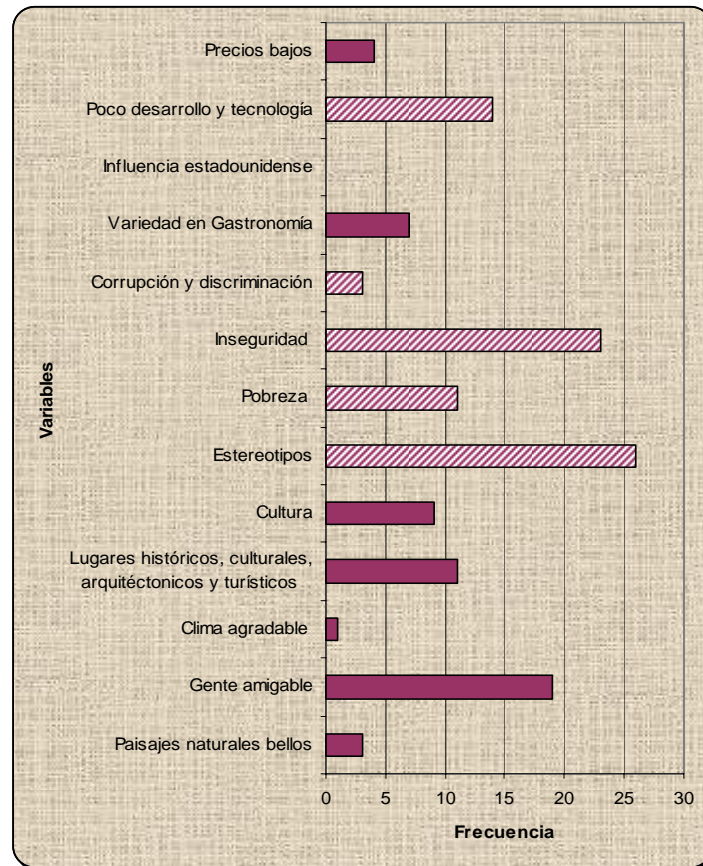


Figura 4.9 Impresiones de los mexicanos sobre la imagen de México en el extranjero

Fuente: Elaboración Propia

### 4.3.3 Impacto de los medios de comunicación

De igual forma se analizaron los medios de comunicación que generan un mayor impacto entre los mexicanos para preferir viajar dentro del país que hacerlo en el extranjero, y los resultados mostraron que la televisión es el medio de mayor influencia en sus decisiones de viaje. Tanto la población extranjera como la mexicana consideran que la televisión e Internet son medios de comunicación que atraen fuertemente la atención de los turistas e influyen altamente sus percepciones sobre un destino turístico, en este caso México.



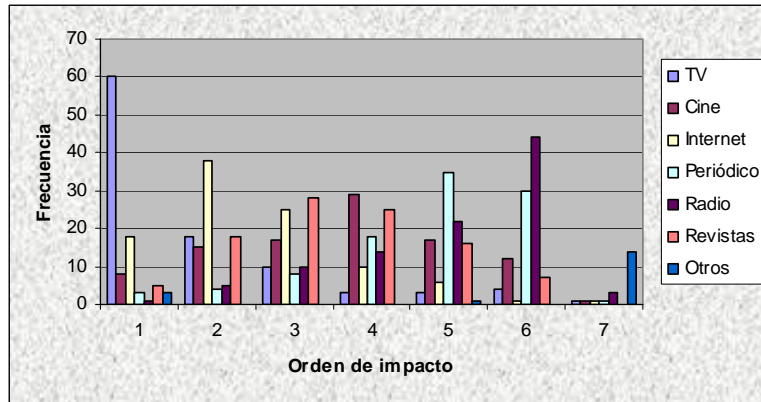


Figura 4.10 Medio de comunicación de mayor y menor impacto para los mexicanos en la elección de México como destino turístico

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.3.4 Imagen turística y general de México

En una escala de Likert se midieron los atributos que describen al destino de la investigación, obteniéndose resultados que aseveran que están totalmente de acuerdo con que México cuenta con atractivos históricos, culturales y monumentales, diversidad de lugares de interés para visitar, belleza de playas y paisajes naturales, con hoteles y restaurantes de calidad, gente amigable, con una temperatura y clima agradable que ofrece diversión a sus visitantes pero que también es un lugar en el que se puede descansar y relajarse. Están de acuerdo con que es fácil obtener información sobre México, que existen también facilidades de vuelos, que los bienes y servicios se ofertan a bajos precios pero que a pesar de los esfuerzos que se realizan constantemente por alcanzar una estabilidad política todavía ésta no es evidente tanto a nivel nacional como internacional.

Los mexicanos se mantienen indiferentes en cuanto a la inseguridad, la información que se ofrece en Internet y la existencia de una atractiva promoción de

**Análisis de Resultados**

México, coinciden con los extranjeros en que el idioma es un atributo que no constituye una barrera para visitar México. En cuestión de los medios de comunicación creen que la afluencia de turistas se ve favorecida en las locaciones utilizadas por películas y que éstas últimas cuando tratan problemas nacionales de temas políticos, económicos, culturales y sociales producen una imagen negativa en los turistas, mismo efecto que originan los programas televisivos actuales al transmitir noticias como el combate contra el narcotráfico o series de entretenimiento como telenovelas o reality shows.

Tabla 4.3 Atributos que describen a México según los mexicanos

<u>Atributos</u>	<u>Media</u>	<u>Moda</u>
México cuenta con atractivos históricos, culturales y monumentales	4.9100	5
En México existe diversidad de lugares de interés para visitar	4.8500	5
En México la gente es amigable	4.3000	5
México es un lugar inseguro para visitar	3.3200	3
México se caracteriza por la belleza de playas y paisajes naturales	4.6000	5
La temperatura y clima en México son agradables	4.3700	5
México es un destino que ofrece diversión a sus visitantes	4.5000	5
México es un lugar perfecto para descansar y relajarse	4.3800	5
Existe una atractiva promoción de México	3.3500	3
Es fácil obtener información sobre México	3.8400	4
En México existen hoteles y restaurantes de calidad	4.6000	5
Existen facilidades de vuelos hacia México	4.0300	4
México es un destino que ofrece precios bajos en bienes y servicios	3.9500	4
La inestabilidad política de México es evidente	3.7200	4
El idioma constituye una barrera para visitar México	2.5500	2
La información que se ofrece vía Internet sobre México es actualizada y cierta	3.4200	3
La afluencia de turistas incrementa en las locaciones mexicanas utilizadas por producciones cinematográficas	3.5700	4
Crean influencia negativa en el turismo las películas nacionales que abordan problemas sociales, políticos, económicos y culturales de México	3.6500	4
El impacto que emisiones televisivas actuales generan en la Imagen de México a través de noticias como el combate al narcotráfico o programas de entretenimiento como reality shows y telenovelas es más negativo que positivo	3.7500	4



Por lo anterior se les cuestionó si en lo personal recomendarían visitar México, basado en la imagen que ellos mismos tienen sobre su país, a lo que el 97% contestó positivamente justificando la mayoría de las respuestas por la diversidad de lugares con que cuenta el país para visitar, entre los que se incluyen aquellos de atracción turística, arquitectónica y monumental, tal y como se observa en la figura 4.11. Cabe también resaltar las razones principales por las que tres de las 100 personas encuestadas no recomendaron visitar México, siendo éstas la inseguridad y la inestabilidad económica y política.

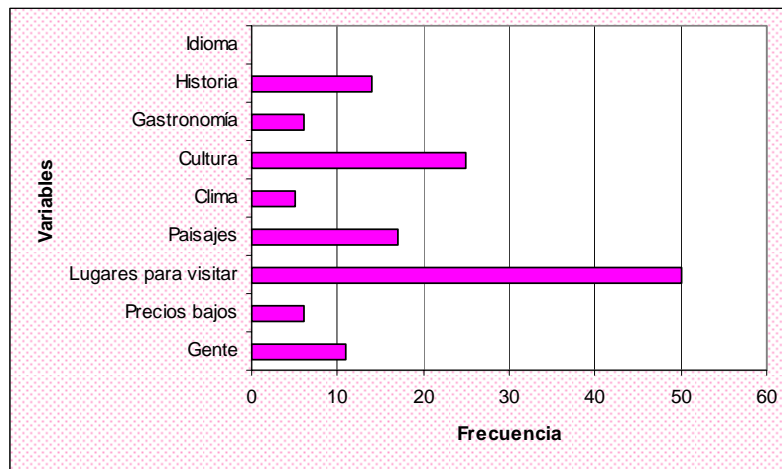


Figura 4.11 Razones por las que los mexicanos recomiendan visitar México

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente se analizó la imagen general que los mexicanos tienen sobre su país de acuerdo a la misma escala de siete rangos utilizada en los análisis anteriores, en la que se obtuvo una media de 5 y una moda de 5, por lo tanto la imagen resulta ser más positiva que negativa entre estos sujetos de estudio pero al compararla con la población extranjera, ésta última es la que tiene una mejor imagen sobre México.



---

#### ***4.4. Análisis de Factores***

El análisis de factores es una técnica estadística aplicada a un conjunto de variables, cuando el investigador está interesado en descubrir qué variables forman subconjuntos coherentes que sean relativamente independientes unos de otros. Este tipo de análisis se realiza con la intención de resumir modelos de correlaciones entre las variables observadas para reducir un número considerable de éstas en un conjunto menor de factores usando una matriz (Tabachnick y Fidell, 2001).

Para esta investigación se llevaron a cabo tres análisis de factores con ayuda del programa SPSS, uno para cada tipo de población, en los cuáles los atributos que describen a México se agruparon en un cierto número de factores de acuerdo a su correlación, utilizando el tipo de análisis de factores exploratorio. El número de factores obtenido en cada análisis estuvo sujeto al criterio de eigenvalue, que según Tabachnick y Fidell (2001) reconoce los factores y los agrupa siempre y cuando el valor de cada uno sea igual o mayor a uno.

Para integrar los atributos a cada factor se tomó como base los datos mostrados en la matriz rotada, ya que en este proceso la solución se hace más interpretable sin cambiar las propiedades matemáticas de los valores existentes a través de dos clases de rotación: la oblicua y ortogonal; teniendo ésta última mayor validez en la presente investigación debido a que los factores no se relacionaron unos con otros, produciéndose una matriz de carga en la que variables y factores se correlacionaron (Tabachnick y Fidell, 2001). Posterior a este proceso se reunieron las variables que tenían la mayor carga respecto al criterio para correlación significativa (usualmente de .32 o más) y que se encontraban dentro de la misma columna de factor para conformarlo.



De esta manera, los 19 atributos (en el análisis de mexicanos) y los 21 atributos (en el análisis de extranjeros) que describen a México se seleccionaron de acuerdo a sus máximos valores de carga y a que estaban por encima de .32 para conformar cada uno de los factores, los cuáles fueron reducidos de manera diferente para cada población debido a la variabilidad observada en cada una de ellas; en el estudio concentrado los atributos se resumieron a 6 factores, en el de extranjeros a 7 factores, y en el de mexicanos a 8 factores.

Por último se le asignó a cada factor un título que representara a los atributos descriptivos que lo componen. Esta composición se puede observar en el anexo 1.

#### ***4.5 Mapas Perceptuales***

Los mapas perceptuales son representaciones gráficas de las relaciones existentes entre objetos o sujetos y atributos de un producto o marca, permitiendo identificar diferentes segmentos, conocer los atributos de interés para determinado segmento, ubicar los nichos de mercado rentables y sobre todo a qué segmento o grupo se deben dirigir los esfuerzos de mercadotecnia (Andrade, 2001).

La figura 4.12 pertenece a un mapa perceptual en el que se visualizan los factores obtenidos en el análisis que abarca a los dos grupos de estudio. Se observa una escala de cinco rangos a través de la cual los encuestados ubicaron los atributos que describen a México y que forman parte de cada factor, otorgando el número uno a aquellos con los que están en total desacuerdo y el 5 con los que están totalmente de acuerdo. Para la elaboración del mapa perceptual correspondiente se tomaron en cuenta los scores de cada factor, obtenidos del promedio de la suma de las medias de los atributos que componen dicho factor.



También se puede observar en la figura 4.12 que los factores 1, 2 y 6 se encuentran cercanos al centro del mapa, esto quiere decir que tienen un nivel bajo de credibilidad e importancia, mientras que los factores 3, 4 y 5 están más alejados, por lo que se puede decir que son los que influyen de manera considerable entre los encuestados y presentan un nivel de importancia más alto, es decir, la población total de esta investigación considera que los medios de comunicación impactan negativamente la imagen de México, que la información publicada sobre México es actual y cierta, y que México cuenta con bellos paisajes. Por el contrario se comprueba que el idioma no es contemplado como un obstáculo para visitar México. Asimismo que México es un país atractivo pero no lo suficiente como para ser considerado dentro de todas las decisiones de viaje; por otro lado aún cuando se hace notoria la inestabilidad e inseguridad política de México, este factor no representa ser la barrera más importante para que los interesados visiten el país.

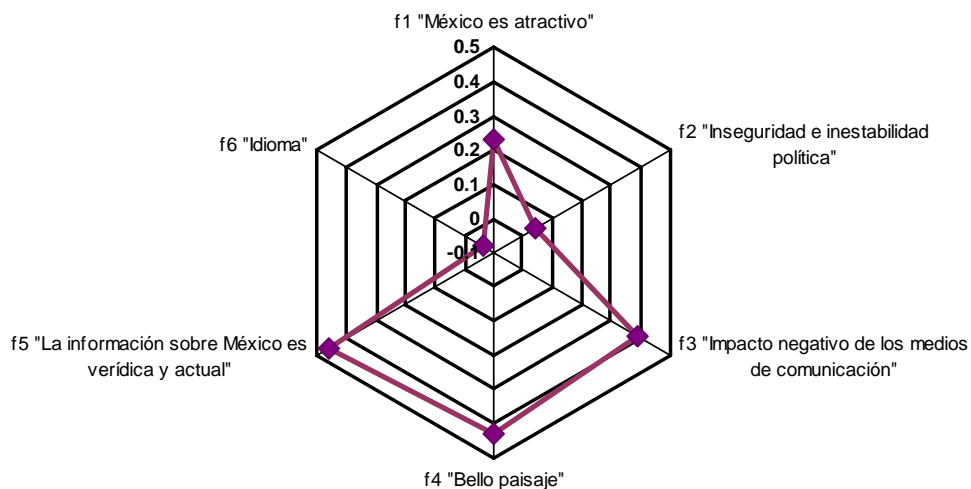


Figura 4.12 Mapa Perceptual de factores en el análisis concentrado

Fuente: Elaboración Propia



Por lo que respecta a los extranjeros, en la figura 4.13 se puede ver que el factor más importante es la similitud que existe entre la arquitectura, los estilos de vida y las costumbres de sus países con México. Lo atractivo del país y la accesibilidad también son factores de gran importancia entre este grupo para sus decisiones de viaje y en cuanto a su percepción sobre México. El impacto negativo de los medios de comunicación en su imagen es evidente pero no lo suficientemente fuerte como para dejar de venir. Por el contrario, la promoción y el acceso de la información, la inseguridad y el idioma son factores pocos trascendentales en la percepción de México como destino turístico entre los estudiantes extranjeros. Quizás el factor de la inseguridad se ve sesgado positivamente debido a que los extranjeros encuestados se encontraban en el país y tuvieron la oportunidad de conocer otros aspectos positivos sobre México.

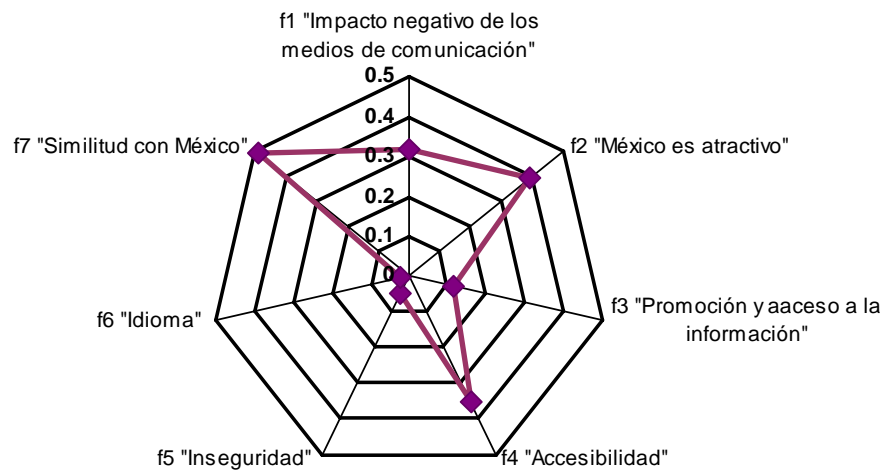


Figura 4.13 Mapa perceptual de factores en el análisis de extranjeros

Fuente: Elaboración Propia

Entre los mexicanos el factor 7 que corresponde a la inestabilidad política es el que tiene el nivel más alto de credibilidad, ya que como se puede observar en la figura 4.14 se encuentra más alejado del centro, por lo que es un factor que se considera de gran importancia entre este grupo para la elección de México como destino turístico. Los factores 3 (Promoción y acceso a la información), 4 (Calidad en hoteles y restaurantes), 5 (Accesibilidad) y 6 (Idioma) juegan un rol importante pero no determinante en las decisiones de viaje de los mexicanos; por lo que respecta al factor “México es atractivo” el grupo está de acuerdo pero no lo consideran tan atractivo como para repetir visitas constantes al país; tanto que los factores 2 y 8 tienen un nivel bajo de importancia, es decir, el impacto negativo de los medios de comunicación y el bello paisaje no interfieren entre los mexicanos para viajar dentro de México

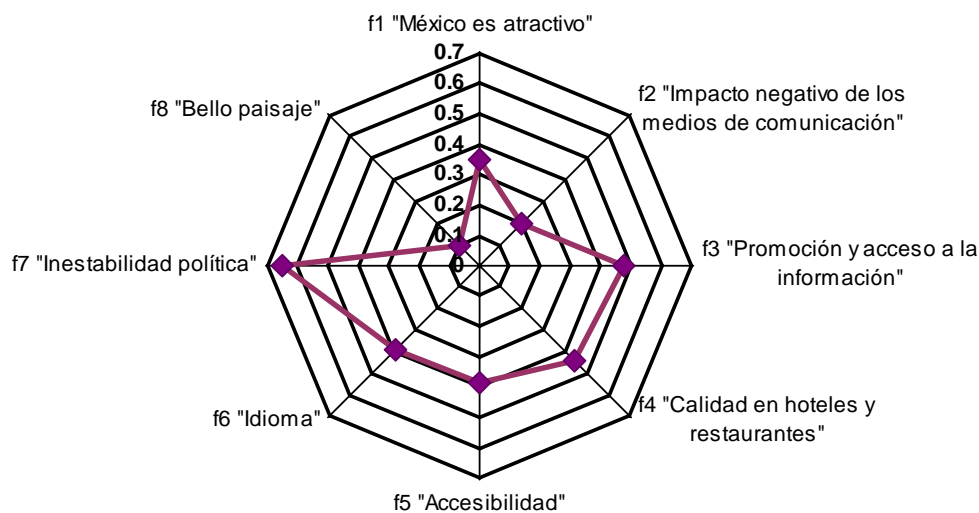


Figura 4.14 Mapa Perceptual de factores en el análisis de mexicanos

Fuente: Elaboración Propia