



CAPÍTULO V

Análisis e Interpretación de Resultados

En el capítulo que se expone a continuación se presentan los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a diferentes personas de Melbourne, Australia durante el período de mayo a junio de 2010.

Para llevar a cabo un análisis de forma más clara se creó un archivo en Microsoft Excel, en donde se realizó el vaciado de todos los datos obtenidos para posteriormente ser analizados por medio de tablas y gráficas.

5.1. Variables demográficas de la muestra

Se recopilaron datos demográficos de los encuestados, entre los cuales se preguntó la edad, el género, el estado civil, la nacionalidad o procedencia del los encuestados, el nivel de estudios y el ingreso económico anual que reciben.

El tamaño de la muestra fue de 138 encuestados, de los cuales 73 fueron hombres y 65 mujeres.

Entre la población encuestada se encontró que el 46% tenía entre 18 y 25 años, seguidos por un 27% en el rango de 26 a 35 años, con un 14% siendo mayor de 45 años y el 13% restante en el rango de 36 a 45 años. Del total de los encuestados el 67% están solteros.

La mayor parte de los encuestados eran de procedencia australiana (57%) como se muestra en la figura 5.1.

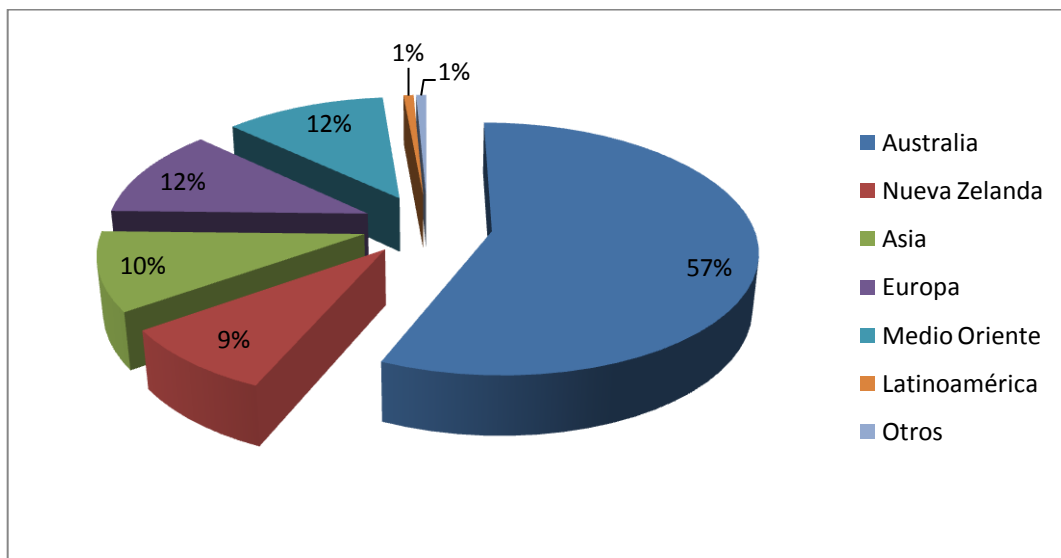


Figura 5.1 Lugar de origen o procedencia

Fuente: elaboración propia

En términos de educación, se encontró que la mayor parte de los encuestados cuentan con una licenciatura (35%), seguida de un 33% que



únicamente cuentan con la preparatoria, cabe mencionar que el 16% de la población sólo cuenta con algún tipo de educación técnica.

Finalmente, se preguntó a los encuestados acerca del ingreso económico que tienen anualmente, el 24% gana menos de 30 mil dólares australianos al año, el 17% gana entre 40 mil a 50 mil dólares australianos al año, el 12% gana más de 50 mil dólares australianos al año y el 8% gana de 30 mil a 40 mil dólares al año; el 33% de los encuestados prefirió no mencionar su ingreso económico.

5.2. Perfil de los encuestados

La segunda parte del cuestionario aplicado a la muestra incluyó preguntas cerradas acerca de las razones, la frecuencia y los aspectos importantes que consideran los entrevistados al viajar, con ello se conforma el perfil de los encuestados en cuanto a términos turísticos.

Se preguntó a la población la frecuencia con la que realizan viajes, ya fueran dentro de su país o internacionalmente, y se obtuvo que el 40% viaja por lo menos una vez al año, el 35% viaja de dos a tres veces al año, el 14% viaja más de 3 veces al año y el 12% viaja con menor frecuencia. De los entrevistados se encontró que la mayor parte viaja con motivos de vacacionar (64%).

Del total de los encuestados, el 75% ha viajado al extranjero y en promedio lo han hecho una vez en el último año.

Existe una serie de factores que los turistas toman en cuenta al seleccionar un destino en el extranjero, la población encuestada encuentra a las atracciones y al precio como los principales factores al decidir el destino a visitar, el tercer factor más importante es la seguridad que el destino ofrece a los turistas; los resultados de los demás factores que influyen en esta decisión se muestran en la figura 5.2.

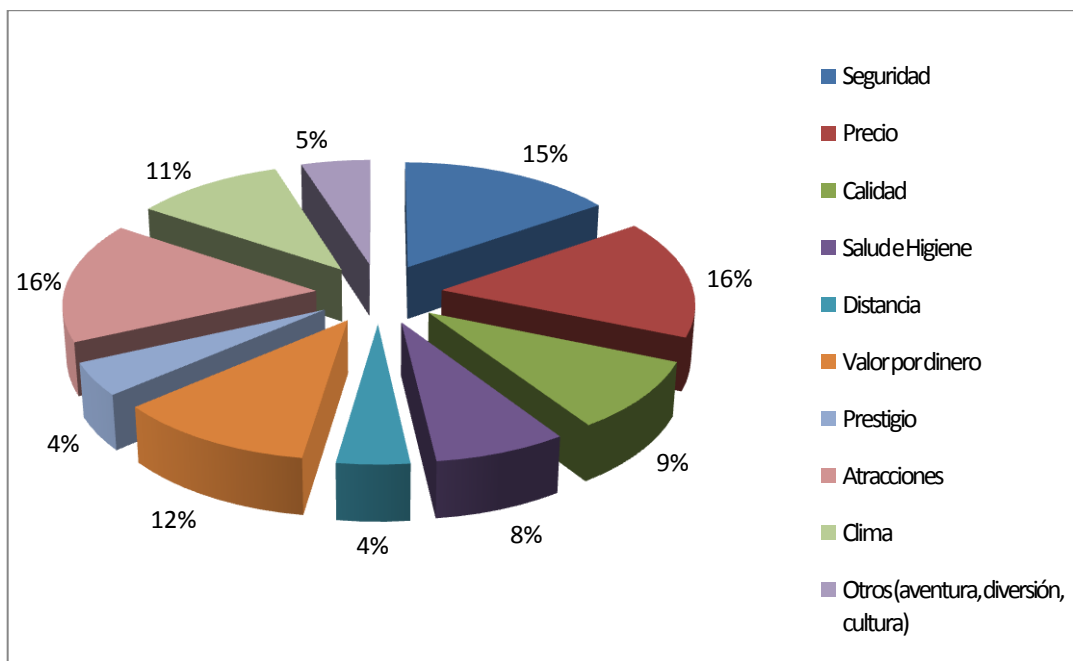


Figura 5.2 Aspectos importantes en la elección del destino internacional

Fuente: elaboración propia

Para apreciar de una mejor manera la relación existente entre los diferentes factores que afectan la decisión del turista australiano, se realizó el mapa perceptual de la Figura 5.3 en base al número de personas que seleccionaron cada factor; los puntos más cercanos al centro del mapa tienen menor importancia para el turista australiano, por el contrario aquellos factores que se ubican más lejos del centro son los que tienen un nivel de importancia mayor. En general, se puede notar que la seguridad, el precio y las atracciones son los factores que más afectan la decisión del turista. La distancia y el prestigio son los factores que menos importan al turista al tomar la decisión de qué destino visitar internacionalmente.

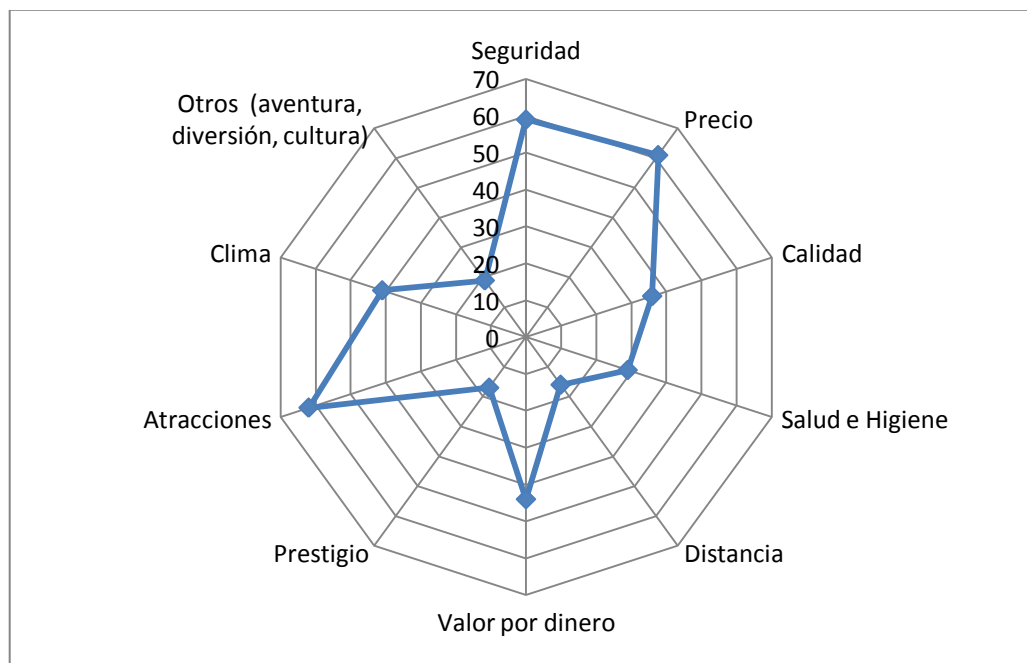


Figura 5.3 Mapa perceptual de la relación entre los aspectos importantes en la elección de un destino internacional

Fuente: elaboración propia

De la misma manera, se preguntó a la población acerca de los tipos de lugares que prefieren visitar, siendo las opciones: históricos, culturales y naturales. Al concentrar las respuestas se pudo observar que los lugares culturales son los que más atraen a los turistas, seguidos por los lugares históricos y en tercer lugar los lugares naturales.

5.3. Impresiones generales sobre México

La tercera sección del cuestionario se conformó de catorce preguntas centradas en obtener información acerca de las percepciones, imágenes y conocimientos que se tienen al escuchar la palabra México, así como preguntas de evaluación para conocer los juicios de valor de los encuestados sobre diferentes aspectos de México.

Se comenzó la tercera sección preguntando si se había visitado México, a lo que la mayor parte de la población respondió negativamente, sin embargo el 22% de los encuestados sí ha estado en México. En contraste con lo anterior, se encontró que el 76% del total de la muestra considera a México como un destino turístico.

Para saber más acerca los conocimientos que tenían los encuestados acerca de México, se incluyeron dos preguntas que indagaban sobre el idioma y la ubicación del país.

Se preguntó a los encuestados el idioma oficial de México, a lo que el 35% respondió que no conocía el idioma que se habla en el país, y el 65% restante se dijo conocer el idioma oficial de México. Los resultados que muestran los idiomas mencionados por los encuestados se pueden observar en la figura 5.4.

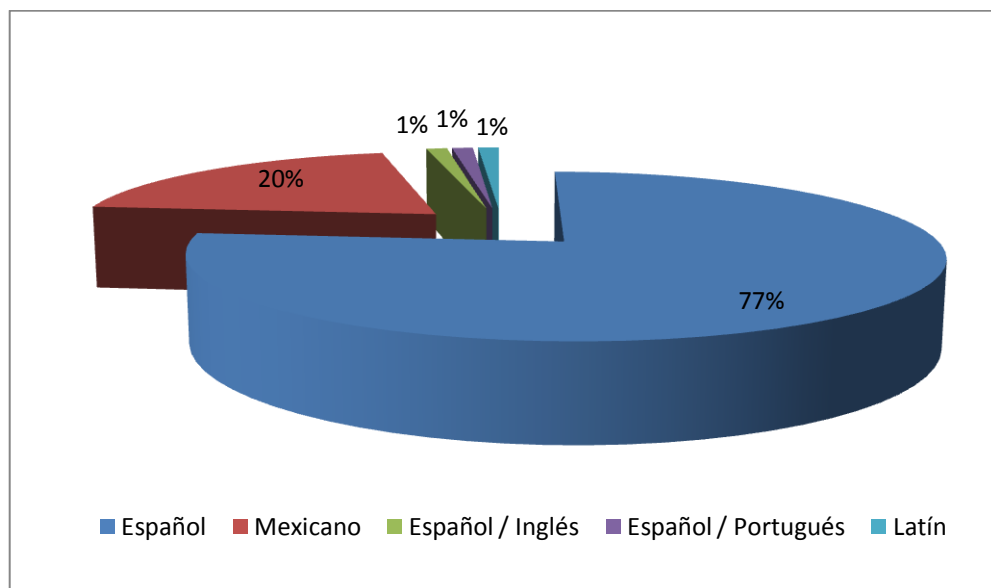


Figura 5.4 Idioma oficial de México

Fuente: elaboración propia

Es evidente que la mayor parte de los encuestados respondieron correctamente al decir que el español es el idioma oficial en México, sin embargo hubo un 20% que identificó al *mexicano*, como el idioma oficial.

Igualmente, se preguntó a la población si consideraba al idioma con una barrera al viajar a México, a lo que 56% respondió de manera negativa, seguido muy de cerca con un 44% que ve al idioma español como una barrera para viajar a México.

Finalmente se preguntó acerca de la ubicación del país, en un comienzo se agregó un mapa en los cuestionarios para que el encuestado ubicara con una marca a México, sin embargo las respuestas obtenidas eran demasiado variadas, por lo que se eliminó el mapa y se optó por dar tres opciones: Norteamérica, Centroamérica y Sudamérica.

El 50% de los encuestados respondió que México se encuentra en Centroamérica, el 29% respondió que México está en Sudamérica y el 21% restante dijo que México está en Norteamérica. Los resultados se muestran en la figura 5.5.

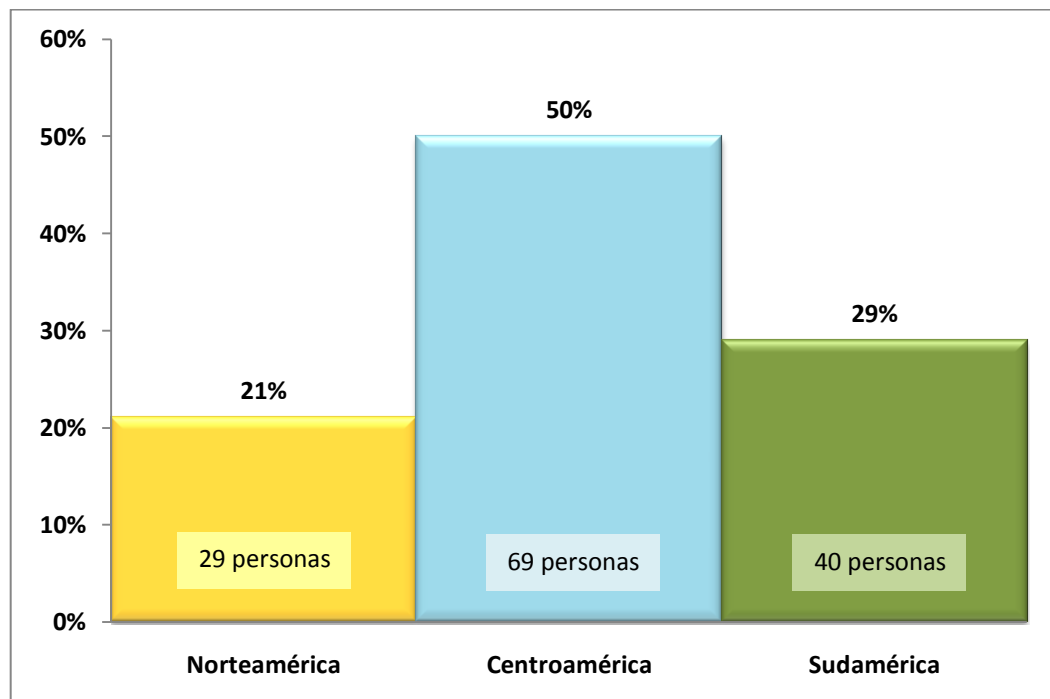


Figura 5.5 Ubicación de México en el continente

Fuente: elaboración propia

5.4. Principales lugares reconocidos en México por los encuestados

En el cuestionario se incluyó una lista de los destinos más reconocidos por turistas extranjeros y se pidió al encuestado marcar los lugares que reconocía de México; en el caso de conocer algún otro destino se podía escribir el nombre. El lugar más reconocido por el turista australiano es la ciudad de México, seguida por Cancún, los resultados de los demás destinos se muestran en la figura 5.6.

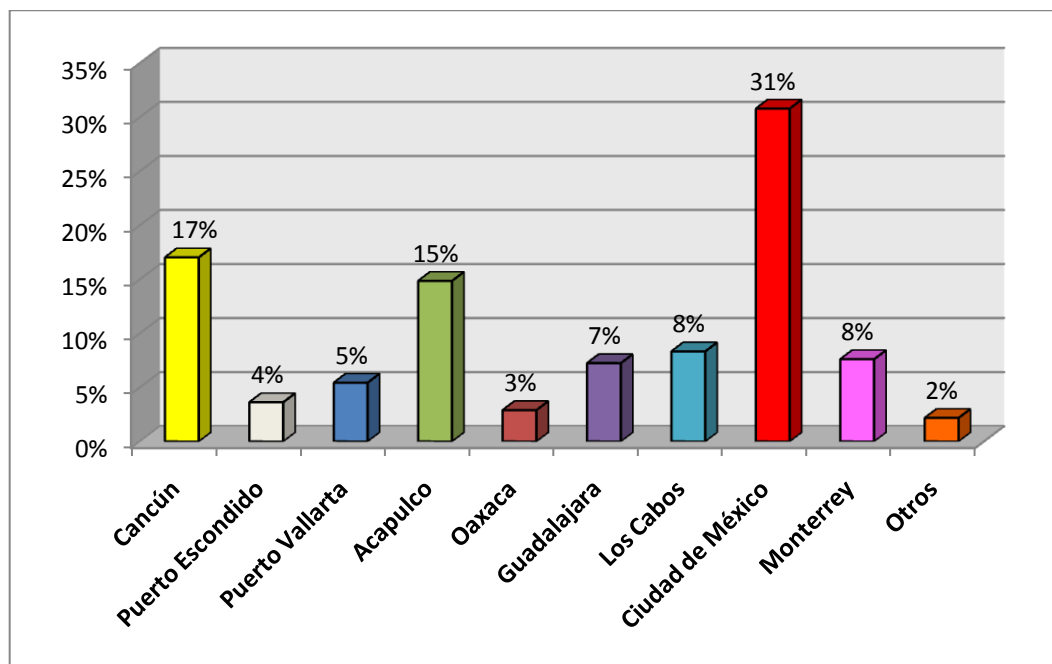


Figura 5.6 Lugares reconocidos de México

Fuente: elaboración propia

Entre las otras ciudades que fueron mencionadas se encontró a Tijuana, Puebla, Querétaro, Chiapas, Guerrero y Morelos, a la vez se mencionaron lugares como Cozumel, Costa Maya, Palenque, Mazunte y Chichen Itza.

5.5. Percepciones de las imágenes de México

Con el propósito de identificar las percepciones que tienen los encuestados sobre México, se realizó una pregunta abierta, en la que se recabaron diferentes tipos de palabras que la población identifica como lo primero que les viene a su mente al pensar en la palabra México, las respuestas obtenidas se agruparon en ideas principales y se presentan en la tabla 5.1.

Tabla 5.1 Ideas que surgen de la palabra México

Alimentos y Bebidas	Gente	Lugares	Emociones	Cultura	Aspectos Negativos
Tequila	Sombrero	Playa	Felicidad	Cultura	Drogas
Tacos	Puro	Calor	Amigo	Azteca	Pandillas
Comida mexicana	Mujeres	Mar	Aventura	Símbolos	Pistolas
Comida de mucho sabor	Vaqueros	Caribe	Belleza	Cultura	Problemas de frontera con EUA
	Guitarra	Cancún	Fiesta	Festivales	
	Piñata	Hermosos resorts	Color	Mayas	Contaminación
Picante	Toros	Cruceros	Hospitalidad	Ferías tradicionales	Suciedad
Fajitas	Baile del sombrero	Iglesias	Calidez		Mariguana
Cocina	Ponchos	Los Cabos	Libertad		Multitud
Corona	Gente mexicana	Sol			
		Montañas atractivas			
		Pirámides			

Fuente: elaboración propia

Las palabras en negritas e itálicas son aquellas que fueron mencionadas con mayor frecuencia. Cabe mencionar que entre esas palabras se encuentran tres aspectos negativos, que generan una mala imagen del país; a pesar de ello, la mayor parte de los conceptos más mencionados son atributos de México, que contribuyen a una imagen definida y positiva para el país.

Para conocer las atracciones en México que más llaman la atención al turista australiano, se plantearon una serie de atributos que los encuestados calificaron de acuerdo a la importancia que le prestaban a cada uno de ellos; se empleo una escala de tipo Likert, en donde:

Sin importancia	De poca importancia	Importancia moderada	Importante	Muy importante
1	2	3	4	5

En la tabla 5.2 se presenta la lista de atributos enunciados con su media y moda correspondiente. En base a dichos resultados se puede afirmar que en general, la cocina, la seguridad, la calidad de productos y servicios y la higiene son los aspectos más importantes para los encuestados al considerar viajar a México. Por otro lado, los encuestados ubicaron a las ruinas arqueológicas, a los atractivos históricos, los paisajes naturales, la hospitalidad y amabilidad de los locales, el clima, el descanso y relajación, las compras y los mercados de artesanías como aspectos importantes al viajar a México. Finalmente, las tradiciones del país, así como la vida nocturna, fueron aspectos considerados

con una importancia moderada para los encuestados. No hubo ningún aspecto que fuera considerado sin importancia para los encuestados.

Tabla 5.2 Importancia de atributos de México

<u>Características</u>	<u>Media</u>	<u>Moda</u>
Ruinas arqueológicas	3.3571	4
Atractivos históricos	3.6020	4
Paisajes naturales	3.7959	4
Tradiciones	3.8367	3
Cocina	3.9898	5
Hospitalidad y amabilidad de los locales	4.0714	4
Seguridad	4.1939	5
Clima	3.8980	4
Vida nocturna	3.7245	3
Descanso y relajación	4.0000	4
Calidad de productos y servicios	3.8980	5
Higiene	4.0306	5
Mercados de artesanías	3.3469	4
Compras	3.4898	4

Fuente: elaboración propia

Para una mejor interpretación de la importancia que le dan los turistas australianos a los diferentes atributos en México, se realizó el mapa perceptual de la figura 5.7, en donde se pueden apreciar las modas de las diferentes características en el país. Aquellos puntos que se ubican cerca del centro del mapa son aquellos que tienen menor importancia para el turista en sus visitas a

México, en contraste, los aspectos localizados más lejos del centro son en los que recae mayor importancia en su visita a México.

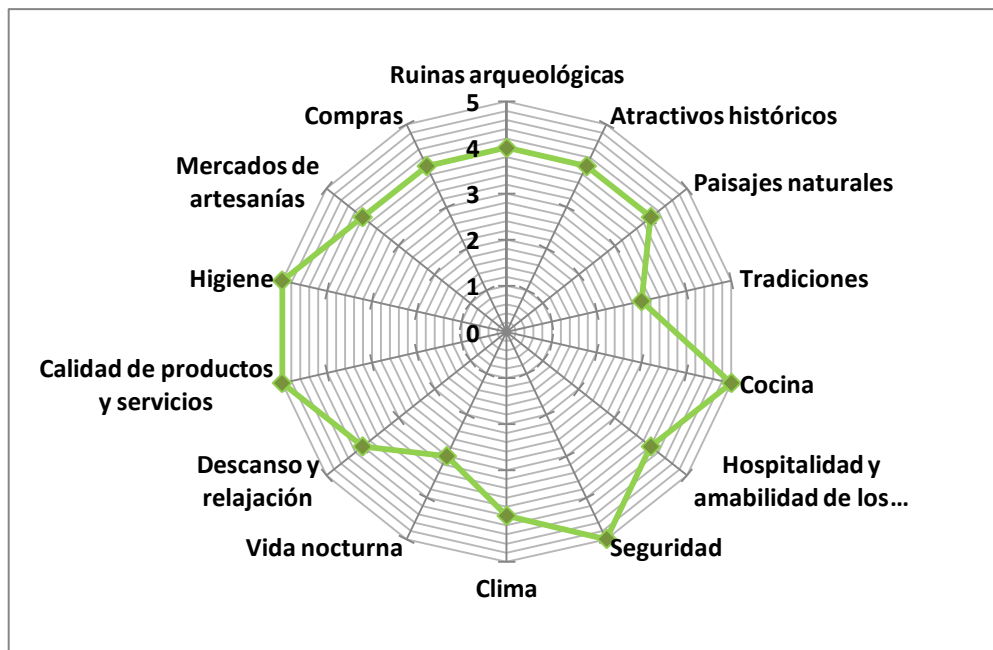


Figura 5.7 Mapa perceptual de la relación entre los atributos de México

Fuente: elaboración propia

Dentro del cuestionario se incluyó una pregunta en la que se presentaron diferentes imágenes que describían a México y se pidió al encuestado seleccionar las que desde su perspectiva fueran las imágenes más representativas del país. De acuerdo con los resultados, la imagen que más representa a México son los tacos y el chile, en segundo lugar se encuentra el mariachi y el tequila, seguido de la cerveza Corona, los resultados de las demás imágenes se representan en la figura 5.8.

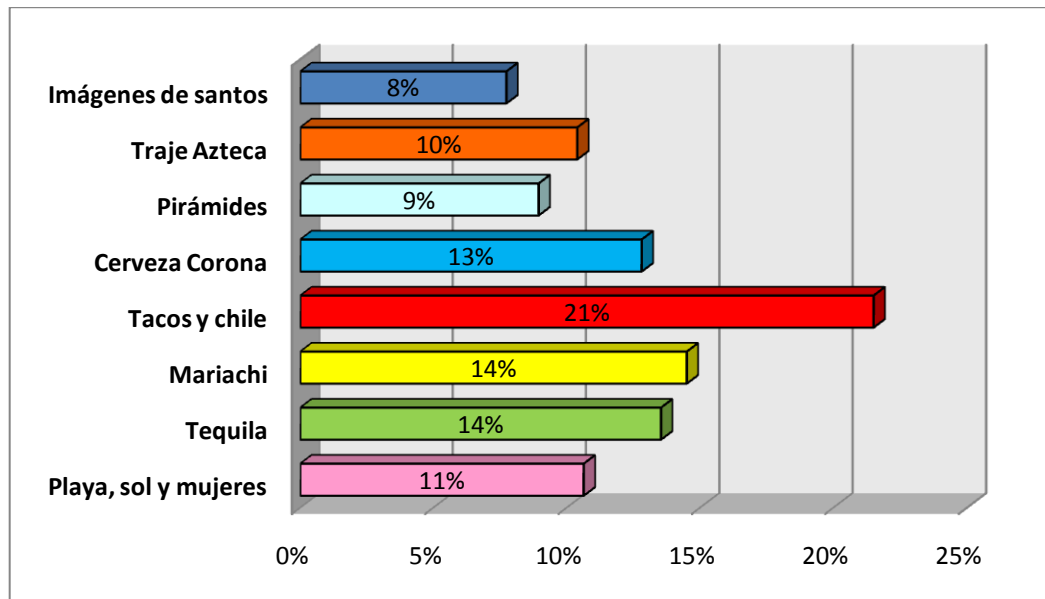


Figura 5.8 Imágenes de México

Fuente: elaboración propia

Muchos de los turistas que recibe México provienen de Estados Unidos, debido a ello, se preguntó a los encuestados sí en un viaje a los Estados Unidos estarían dispuestos a gastar una cantidad extra de dinero visitando México, debido a su cercanía. El 67% de los encuestados está de acuerdo en que visitarían México debido a su cercanía con los Estados Unidos y el 33% restante no consideraría la idea de visitar México.

Asimismo, se buscó indagar acerca del dinero que el turista australiano estaría dispuesto a gastar en un viaje a México, sin tomar en cuenta el vuelo, se encontró que la mayor parte de los turistas australianos estarían dispuestos a gastar de 1000 a 1500 dólares australianos en un viaje a México, en segundo lugar se encuentran aquellos que piensan gastar más de 2500 dólares australianos, los resultados completos se muestran en la figura 5.9.

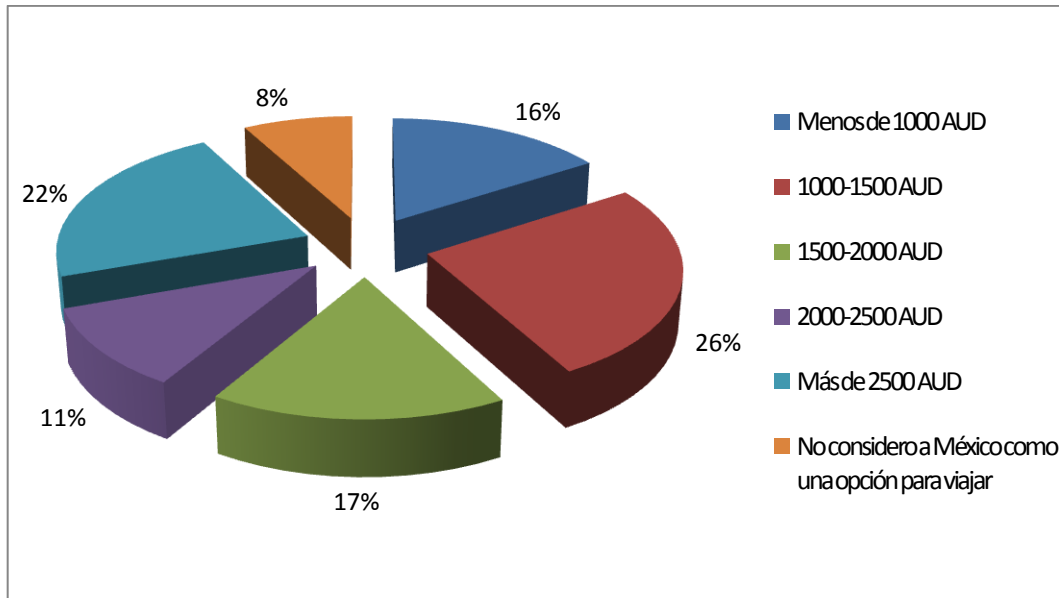


Figura 5.9 Cantidad monetaria dispuesta a gastar en México

Fuente: elaboración propia

En último lugar se presentaron dos preguntas de evaluación en las que se pidió al encuestado que calificara de manera general a México como país y a México como un destino turístico. La evaluación se llevó a cabo en escala de Likert, en donde:

Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
1	2	3	4	5

En conjunto ambas opciones mostraron que el turista australiano piensa en México como país y como destino turístico de forma buena. Las medias y modas se muestran en la tabla 5.3.

Tabla 5.3 Evaluación de México

Conceptos	Media	Moda
México como país	3.5204	4
México como un destino turístico	3.7959	4

Fuente: elaboración propia

México como país obtuvo una media más baja que México como destino turístico; para poder valorar la diferencia entre las medias de cada opción, se realizó la Figura 5.10 en donde se puede ver que México como país tiene un nivel más bajo y por lo tanto una imagen más negativa comparado con México como destino turístico.

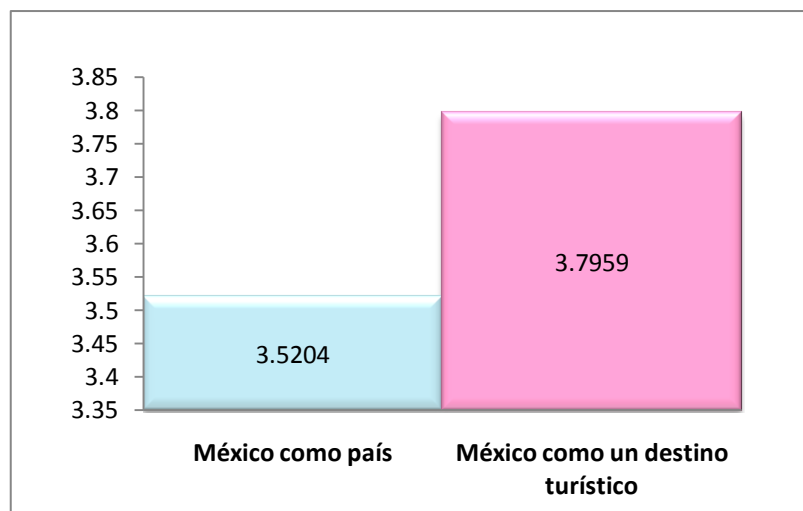


Figura 5.10 Medias de la evaluación de México

Fuente: elaboración propia