

**ESTUDIO SOBRE LA IMAGEN PAÍS DE COLOMBIA  
DESDE LA PERSPECTIVA MEXICANA**

**Área de investigación: Mercadotecnia**

**Lina María Echeverri Cañas**

Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA  
Colombia

[linae@cesa.edu.co](mailto:linae@cesa.edu.co)

**Christian Estay-Niculcar**

Universidad Técnica Federico Santa María  
Chile

[christian.estay.niculcar@gmail.com](mailto:christian.estay.niculcar@gmail.com)

**José Hernán Parra Sánchez**

Universidad Nacional de Colombia  
Colombia

[jhparrasa@unal.edu.co](mailto:jhparrasa@unal.edu.co)

**XVIII**  
**CONGRESO**  
**INTERNACIONAL**  
**DE**  
**CONTADURÍA**  
**ADMINISTRACIÓN**  
**E**  
**INFORMÁTICA**



Octubre 2, 3 y 4 de 2013 ♦ Ciudad Universitaria ♦ México, D.F.



**ANFECA**  
Asociación Nacional de Facultades y  
Escuelas de Contaduría y Administración

## ESTUDIO SOBRE LA IMAGEN PAÍS DE COLOMBIA DESDE LA PERSPECTIVA MEXICANA

### Resumen

Hoy los países tienen una preocupación constante sobre la imagen que proyectan en mercados internacionales. Especialmente porque han adoptado e implementado estrategias de diferenciación para estimular el turismo y la inversión económica. En el caso de Colombia, el gobierno ha dedicado grandes esfuerzos por mejorar su reputación internacional, especialmente en países con quien tiene vínculos comerciales, como México. Reputación que se ha construido con posicionamientos no planeados, los intereses y opiniones de algunos líderes de opinión, la estabilidad e inestabilidad política y económica y las transformaciones productivas. La ponencia tiene como propósito presentar los resultados de un estudio descriptivo sobre la percepción que tienen los mexicanos, visitantes y no visitantes sobre la imagen país de Colombia. La hipótesis del estudio indica que todavía los mexicanos asocian a Colombia con el narcotráfico. La metodología empleada es de carácter descriptivo. Se realizaron tres tipos de análisis: bivariado, de correspondencias y clúster.

**Palabras clave:** Imagen país, Percepción, Visitantes

### Abstract

Today countries continue to be concerned about their image abroad; especially since differentiation strategies have been implemented to stimulate tourism and economic investment. In the case of Colombia, the government has made great efforts to improve its international reputation, especially with countries with which it has trade links, such as Mexico. Reputation has been built with unplanned positions, interests and views of some opinion leaders, the stability and political and economic instability and changes in production. The paper aims to present the results of a descriptive study on Mexican visitors' and non-visitors' perceptions on Colombia's country image. The hypothesis of the study indicates that Mexicans still associate Colombia with drug trafficking. The applied methodology is descriptive. Bivariate, correspondence and cluster analyses were carried out.

**Key words:** Country image, Perception, Visitors

