

# Promoción del ecoturismo de Yucatán a nivel nacional

## Promoting Yucatan ecotourism at the national level

Luna María Barrera Gamboa

Mónica Saraí Centeno Valencia

Natalia Guadalupe Correa Xicum

Ángel David Lugo Carrillo

Universidad Tecnológica Metropolitana, México

Recibido: 26 de agosto de 2021

Aceptado: 29 de octubre de 2021

---

### Resumen

En este artículo se llevó a cabo una investigación acerca del ecoturismo en Yucatán, y cómo se aplicarían nuevas estrategias con base en promociones con el fin de impulsar la corriente turística hacia los turistas nacionales, ya que actualmente el ecoturismo de Yucatán no es muy demandado, y muy pocas personas conocen las diversas actividades de naturaleza disponibles. Para identificar las estrategias, se aplicó una encuesta a 40 personas originarias de Yucatán, con el fin de conocer y analizar los distintos puntos de vista que tienen, con respecto a la promoción y estrategias del ecoturismo de Yucatán. Las actividades de naturaleza en Yucatán recaen en 83 empresas que ofertan indistintamente actividades de naturaleza, arqueología y cultura, sin que se especifiquen las relacionadas con el ecoturismo, las estrategias de promoción existentes están entonces enfocadas de forma global al turismo de naturaleza, desaprovechando el nicho de oportunidad de enfocar las estrategias hacia el grueso de la población nacional, que está ansiosa por retomar la práctica del turismo ahora dentro del territorio mexicano, y en particular de Yucatán. En este trabajo se plantearon propuestas, con el fin de utilizar medios digitales de promoción, y canalizar la información hacia los compatriotas.

**Palabras clave:** turismo, ecoturismo, promoción, desarrollo, estrategias

### Abstract

An investigation about yucatecan ecotourism was carried out at the same time new proposals about tourism promotion should be considered in order to boost tourist flow from national tourists, since today's ecotourism in Yucatán is not the first option to visit, and very few people know about the many nature activities in the state. A survey was applied to 40 people from Yucatan to identify the most fitting strategies, the survey was used to analyze the views of the locals with respect to ecotourism promotion strategies in Yucatan. Nature activities in Yucatan are carried out by 83 companies that offer indistinctly nature, archaeological and cultural activities, without specifying those related to ecotourism. Existing promotional strategies are therefore focused globally on nature tourism, missing the opportunity to focus strategies towards the bulk of the national population, which is eager to resume the practice of tourism within the Mexican territory, and in particular in Yucatan. In this work, proposals were put forward, with the purpose of using digital means of promotion, and channeling the information towards the compatriots.

**Keywords:** ecotourism, promotion, development, strategies

---

## **Introducción**

En el presente artículo se recabó información relacionada con el tema del Ecoturismo en el estado de Yucatán, México, su promoción a nivel nacional, sus características y los diferentes factores que intervienen en él. Toda esta información se integró con base en una revisión de literatura específica de diversas fuentes como artículos, revistas, libros y páginas de internet, cuidando que dichas fuentes brinden información fidedigna y seria; además de complementarse a través de una encuesta.

En este trabajo se aborda un tema importante para el estado, ya que promover el ecoturismo de Yucatán a nivel nacional, puede resultar muy beneficioso no sólo para la economía de este, sino también para el medio ambiente y la sociedad, planteando la posibilidad de estilos de vida más saludables y sustentables, así como generando nuevas oportunidades para el desarrollo productos turísticos naturales y culturales, en los 106 municipios que conforman la entidad, hacia los compatriotas del territorio mexicano.

El artículo toca información teórica y conceptual como el panorama de los últimos años con respecto al turismo, sus ventajas y desventajas, la oferta del ecoturismo, entre otros subtemas relacionados con la mercadotecnia de la promoción del turismo en Yucatán. También se explica el procedimiento de selección de la muestra, así como la delimitación del tamaño de la misma.

Finalmente, se presentan los resultados de la investigación, sobresaliendo las posibles

deficiencias en este sector, así como las áreas de oportunidad o vertientes, a través de las cuales se puede promocionar mejor la práctica del ecoturismo, al igual que su desarrollo en el estado de Yucatán.

## **Metodología**

La presente investigación se realizó con el objetivo de plantear estrategias de promoción y difusión particularmente del ecoturismo en Yucatán, a fin de mejorar los indicadores de visita del turismo nacional en la entidad.

El enfoque de esta investigación es de tipo descriptivo, resultó el más útil para el desarrollo de planteamientos e ideas actualizadas para la generación de un panorama concreto sobre la situación actual y propiedades del ecoturismo yucateco, el conocimiento de los organismos públicos y programas vigentes que se encargan de su promoción y fomento, así como también para la identificación de la oferta y características de la demanda. Al conocer estos aspectos, dicho enfoque permitió comprender y definir las problemáticas actuales del ecoturismo y su promoción, así como los factores que se involucran en su contexto. La descripción de esta información fue pertinente para posteriormente, generar las estrategias señaladas en los objetivos.

La revisión documental consistió en títulos digitales de autores confiables, relativos a la mercadotecnia del turismo, políticas, planes y estrategias de promoción turística, así como relacionados con el ecoturismo yucateco, los cuales contaban con una fecha de publicación

mínima correspondiente al año de 2015, en adelante.

Aunado a lo anterior y como parte de la metodología, se aplicó una encuesta a una muestra no probabilística, formada por 40 yucatecos seleccionados por conveniencia (se procuró que los encuestados no estuvieran directamente relacionados académica o laboralmente con el turismo, para probar su experiencia en el ecoturismo como turistas casuales).

Dicha encuesta tomó en cuenta variables cualitativas, relativas a los medios de promoción del ecoturismo, y la opinión sobre su promoción en la entidad de acuerdo a la perspectiva de los residentes en el estado. Se compuso de 6 preguntas de opción múltiple y en 2 casos mixta, entre abierta y de opción múltiple, las preguntas fueron:

1. ¿Ha realizado alguna actividad ecoturística en algún destino del estado de Yucatán? (En cenotes, reservas ecológicas, parques nacionales, áreas de camping, jardines botánicos, etc.) Las opciones fueron *sí* y *no*.
2. ¿Qué calificación le daría a la promoción del estado de Yucatán para realizar ecoturismo? Las opciones van del 1 al 5.
3. De haber realizado alguna actividad ecoturística, ¿por cuáles medios obtiene información acerca de las actividades ecoturísticas a realizar en el estado? Las opciones fueron páginas turísticas, redes sociales,

agencias de viajes, folletos o revistas, [www.yucatan.travel](http://www.yucatan.travel), incluye la opción de agregar *otras*, por lo cual esta fue mixta, entre pregunta abierta y de respuesta múltiple.

4. ¿Por qué medios le sería más conveniente obtener información del ecoturismo Yucateco? Las opciones consistieron en redes sociales, páginas web, libros, agencias de viajes y nuevamente esta permite agregar otra respuesta.
5. Del siguiente listado, ¿qué actividades ecoturísticas ha realizado o le gustaría realizar? Las opciones consistieron en kayak, espeleísmo, paseo a caballo, buceo, senderismo, observación de aves, safari fotográfico, observación sideral y talleres de educación ambiental.
6. Considerando las estrategias actuales de promoción de Yucatán ¿consideraría visitar Yucatán para realizar actividades ecoturísticas? Las opciones consistieron en *sí* y *no*.

Los resultados fueron recopilados por medio de *Microsoft Forms*, posteriormente pasaron por un análisis mixto, en el cual se tomaron en cuenta, la mayor cantidad de ideas, variables, significados e interpretaciones característicos de un análisis cualitativo, así como también las herramientas estadísticas y de medición central, pertenecientes a un análisis cuantitativo.

## Resultados

Mientras que el turismo siempre ha sido una fuente de ingresos beneficiosa para México debido a su amplia oferta, se puede notar que el ecoturismo, incluso cuando ha ido desarrollándose, no logra consolidarse como un pilar reconocido a nivel nacional, Yucatán por su parte, en aspectos de turismo de naturaleza, debido a su ubicación geográfica, muchas veces termina siendo un destino de paso para los turistas que se dirigen o vienen de hacer turismo de playa, y resorts de Cancún, así como de la zona arqueológica de alta categoría Chichén Itzá, famosa para el turismo de cultura, por ser Patrimonio de la Humanidad y Maravilla del Mundo.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2017), en su estudio de la Política Turística de México, explica que “la atención durante las últimas cuatro décadas se ha centrado principalmente en el desarrollo de resorts costeros altamente concentrados, lo que a su vez se refleja en la demanda turística, la comercialización y la promoción” (p. 14). Además, hace referencia a cómo esta tendencia lo hace vulnerable a la temporalidad de la demanda, y no beneficia en aspectos como la inclusión y la sustentabilidad, donde el ecoturismo puede resultar muy beneficioso tanto para el medio ambiente, como para las comunidades que conviven de cerca con él.

Por su parte, el estado cuenta con una gran variedad de destinos de naturaleza, como lo pueden ser los cenotes, grutas, lagunas, senderos y experiencias con la fauna y flora

de la región, sin embargo, según datos del Inventario de Servicios Turísticos del Estado de Yucatán (InvenTur, 2021) en enero del 2021, de todos los establecimientos que se dedican a servicios turísticos, sólo un 2.6% lo hace exclusivamente hacia los servicios de ecoturismo.

Para el desarrollo de promoción adecuada del ecoturismo yucateco se mantuvieron presentes algunos aspectos destacados en la *Estrategia para el Impulso y Desarrollo del Turismo de Naturaleza en México* (2017), parafraseando, en esta, se menciona que para promocionar y comercializar los destinos de naturaleza se debe procurar la comunicación asertiva y directa, no generar sobre expectativas, enfocar el mensaje no sólo en los paisajes y la edición, si no en las experiencias y emociones, fomentar el respeto, esclarecer las actividades que si se pueden realizar sin incumplir la ley o perder de vista el beneficio social y ambiental del turismo de naturaleza (p. 44).

Por otra parte, en el actual Programa Especial de Turismo (2019-2024), desarrollado con la colaboración de la Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR), y la Secretaría Técnica de Planeación y Evaluación (SEPLAN), pertenecientes a Yucatán, contempla entre sus estrategias relativas al turismo de naturaleza “promover el desarrollo de nuevas rutas turísticas que integren productos de turismo cultural, de naturaleza y rural en las comunidades del estado respetando su identidad cultural y sostenibilidad”, así como procurar la diversidad y calidad en estas

experiencias (p. 64). A pesar de los esfuerzos de los programas anteriormente mencionados, todavía no se tiene un impacto que haga que el índice se eleve, por eso, a través de una muestra representativa, se pudo ilustrar cuáles son algunos de los canales alternativos, así como los conceptos, que se deben tener presentes para la promoción

adecuada del ecoturismo, que las políticas actuales no están considerando, o consideran muy poco.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

1. ¿Ha realizado alguna actividad ecoturística en algún destino del estado de Yucatán? (En cenotes, reservas ecológicas, parques nacionales, áreas de camping, jardines botánicos, etc.)

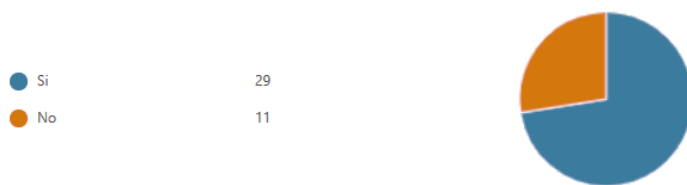


Figura 1. Realización de actividades ecoturísticas

Se puede observar en la primera pregunta, que 29 personas representando el 72.5%

respondieron que *sí*, mientras que las otras 11 (27.5%), seleccionaron que *no*.

2. ¿Qué calificación le daría a la promoción del estado de Yucatán para realizar ecoturismo?



Figura 2. Promoción del estado

En la segunda pregunta, se solicitó la calificación que otorgarían a la promoción del estado de Yucatán para practicar el ecoturismo, en ésta el 22.5% reporta que la promoción es buena, sigue el 22.5% con una calificación de muy buena, se continua con el

40% que señala que es regular, el 12.5% indica que es mala, y el 2.5% que es muy mala. En promedio la mayoría lo califica con un 3.5 interpretable como regular-buena, lo cual indica que aunque un 45% le da calificaciones buenas, el resto lo considera

común o incluso malo, señalando que la promoción actual en efecto no es mala pero

para muchos si insuficiente o bien, capaz de mejorar.

3. De haber realizado alguna actividad ecoturística, ¿Por cuáles medios obtiene información acerca de las actividades ecoturísticas a realizar en el estado?

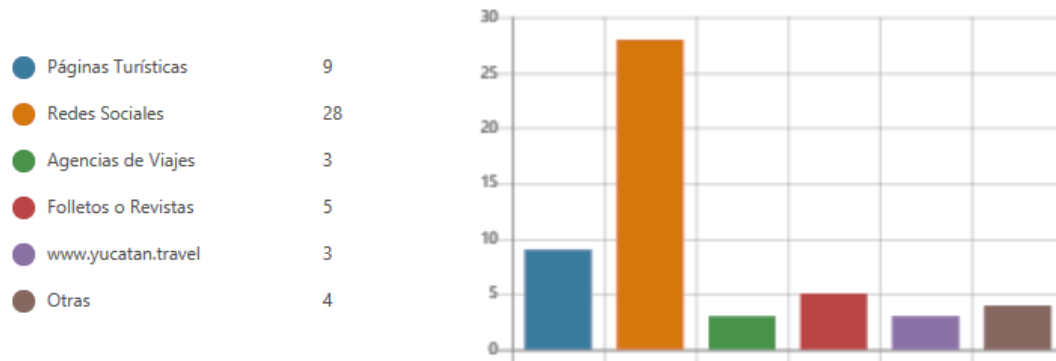


Figura 3. Medios

En esta tercera pregunta, al poder seleccionar más de una respuesta, se obtuvieron en total 52 de ellas, quedando de la siguiente manera, se puede observar que un número alto de personas, optaron por el medio de las redes sociales que es donde obtienen información acerca de las actividades ecoturísticas del

estado, seguido de 9 personas que respondieron que por páginas turísticas, 5 personas mediante folletos o revistas, 3 personas por agencias de viaje, al igual que a través de la página [www.yucatan.travel](http://www.yucatan.travel), y las últimas 4 optaron por otros medios de información.

4. ¿Por qué medios le sería más conveniente obtener información del ecoturismo Yucateco?



Figura 4. Medios deseados

En esta pregunta se obtuvieron 59 respuestas múltiples, de ellas, 33 personas optaron porque las redes sociales sería el medio más

conveniente para obtener información del ecoturismo Yucateco, 13 prefirieron las

páginas web, 2 personas libros y las últimas 11, decidieron por agencias de viaje.

5. Del siguiente listado, ¿qué actividades ecoturísticas ha realizado o le gustaría realizar?

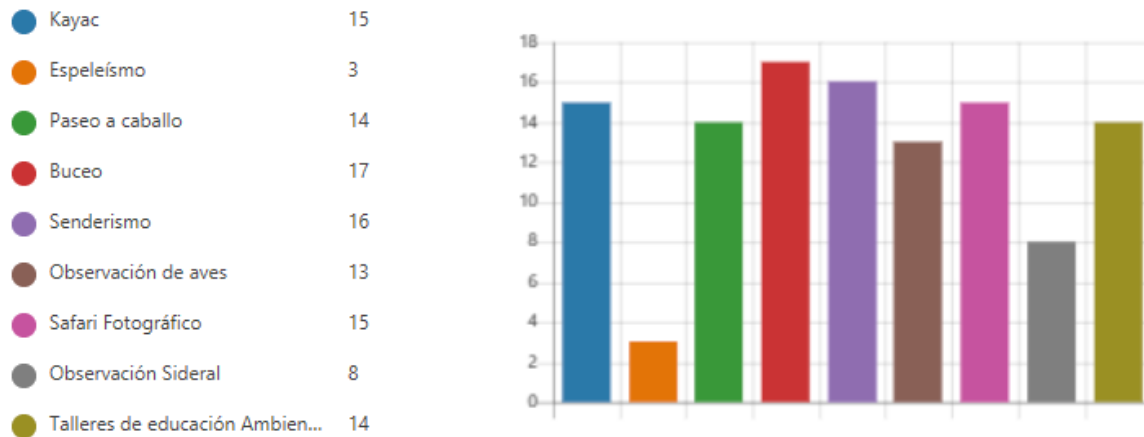


Figura 5. Actividades ecoturísticas

En esta pregunta se hizo un listado de cuáles serían las actividades que han efectuado o les gustaría practicar a los encuestados, del total de 115 respuestas, se obtuvo que 15 seleccionaron actividades con kayacs, 15 el safari fotográfico, 3 personas por espeleísmo,

14 personas por paseo a caballo, 14 talleres de educación ambiental, 17 personas decidieron el buceo, 16 personas por senderismo, 13 por observación de aves y las últimas 8, por observación sideral.

6. Considerando las estrategias actuales de promoción de Yucatán ¿consideraría visitar Yucatán para realizar actividades ecoturísticas?



Figura 6. Turistas que volverían a visitar Yucatán

En esta última pregunta, 37 personas optaron porque *sí* considerarían visitar Yucatán para

practicar actividades ecoturísticas, mientras que las otras 3, optaron por un *no*.

Con los resultados obtenidos en la encuesta, se pudo observar que la mayoría de las personas ha realizado o conoce alguna actividad ecoturística durante su vida. Asimismo, se tiene que el 40% de los encuestados, considera la promoción que realizan las autoridades turísticas con respecto al ecoturismo en el estado de Yucatán, como regular, es decir que aunque se reconoce el esfuerzo por la promoción, todavía está a mucho de ser considerada muy buena o excelente, por lo que se puede concluir que se hace necesario desarrollar esfuerzos, que hagan prevalecer la difusión de este tipo de turismo, sobre todo para los habitantes del territorio nacional. También, se pudo reflexionar con respecto a qué medios de información es donde se encuentra información ecoturística para los visitantes, llevando la delantera por mucho, las redes sociales, esto indica que les es más interesante y práctico buscar información por los medios donde más concurren día a día. La mayoría de las actividades practicadas, o que les gustaría practicar a las personas encuestadas, son el buceo, kayak, senderismo, safari fotográfico, entre las que más destacan.

Tomando en consideración los datos recabados, se elaboraron una serie de propuestas, de entre las que se tiene como primer propuesta, el aprovechamiento de algunas páginas en redes sociales existentes como Facebook e Instagram, que permitan que la comunidad pueda sentirse atraída mediante la interacción hacia los lectores, y

no solamente compartiendo información acerca de los atractivos ecoturísticos de Yucatán, sino que éstas páginas sean dinámicas, como por ejemplo, efectuar sorteos entre los usuarios para ganarse un viaje a algún atractivo ecoturístico del estado, esto con la finalidad de motivar a las personas a participar y les genere el deseo conocer los sitios que se promocionarían. Retomando los resultados obtenidos por la encuesta, notamos que muy poca gente recibe información sobre el ecoturismo a través de agencias, y sin embargo este número se incrementa 3.6 veces, al hablar sobre dónde quieren recibir esta información, es así que las agencias no están ofreciendo la oferta ecoturística suficiente para satisfacer su demanda, proponemos que ya que un 82.5% de los encuestados preferirían obtener sus ofertas a través de redes sociales, sean las propias agencias las que se aseguren de tener una página empresarial disponible, así como fomentar el ecoturismo que en efecto, tiene demanda por satisfacer, procurando la interacción y las dinámicas con los usuarios. De igual forma, otra propuesta de promoción sería incluir dentro de la página Yucatán Travel, mayor información con respecto a las actividades ecoturísticas que se pueden realizar dentro de Yucatán, ya que solo se cuenta con ciertas especificaciones y destinos para el área de aventura y naturaleza. Otra forma de atraer a los turistas para que visiten y disfruten de las actividades ecoturísticas de Yucatán es a través del Merchandising, ya que actualmente no existen suficientes



videos, carteles que fomenten a los turistas que al visitar Yucatán, puedan también disfrutar de los grandes beneficios y satisfacción que ofrece; por lo cual la estrategia estaría basada en videos promocionales a través de las redes sociales como Facebook, Youtube e Instagram invitando a que los turistas visiten Yucatán y consuman las actividades ecoturísticas existentes. Esta estrategia tiene como fin que al ser un video, pueda ser mucho más atractivo y atraiga la atención, para que el turista, tenga el deseo de poder disfrutar del ecoturismo en Yucatán.

Otra propuesta es el planteamiento de nuevas rutas ecoturísticas, se planea aprovechar los sitios ecoturísticos que existen en el estado de Yucatán para crear nuevas experiencias para los turistas, además siguiendo la *Estrategia para el Impulso y Desarrollo del Turismo de Naturaleza en México (2019-2024)*, se planea agregar algunos sitios culturales, para complementar las rutas, manteniendo así la esencia ecoturística.

### Discusión

Podemos asegurar que la promoción del ecoturismo no es suficiente ni tan adecuado como se esperaría, ya que no todo el mercado meta de esta actividad, está siendo alcanzado, páginas informativas de internet como *Yucatán Travel* que pretenden ser útiles tanto para visitantes primerizos como para asiduos, son poco usadas o bien poco conocidas, al igual que las estrategias y modalidades para hacer llegar el mensaje, es además sorpresiva la demanda de los

encuestados para obtener información sobre este tipo de turismo a través de las agencias de viajes, y abre nuevas oportunidades, como se ha visto con las estrategias, ya que estas mismas puedan apoyar a esta práctica sustentable e incluyente, por medio de las redes sociales que son además las más demandadas, y que también están al alcance de todo el público, logrando así, llegar al mercado meta establecido.

Se destaca la fuerte intención, pero poco contundentes esfuerzos de la Secretaría de Fomento Turístico para el logro de sus estrategias, que además son escasas en lo que al ecoturismo respecta, así como también, es baja la cantidad de los proveedores de servicios que se dedican únicamente a esta actividad.

### Referencias

- INVENTUR (2021). "Informe mensual sobre resultados de la actividad turística en el estado de Yucatán". Obtenido de *Gobierno del Estado de Yucatán*: [http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/informe\\_mensual\\_actividad\\_turistica/c2f761203aead30d49c07d0787cdd0f0.pdf](http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/informe_mensual_actividad_turistica/c2f761203aead30d49c07d0787cdd0f0.pdf)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2017). "Estudio de la Política Turística de México". Obtenido de *Gobierno de México*: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/303803/eBook\\_Estudio\\_de\\_la\\_Politica\\_Turistica\\_de\\_Mexico\\_FINAL.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/303803/eBook_Estudio_de_la_Politica_Turistica_de_Mexico_FINAL.pdf)

Secretaría de Fomento Turístico. (2019). “Programa Especial de Turismo” (2019-2024). Obtenido de *Gobierno del Estado de Yucatán*:

[https://www.yucatan.gob.mx/docs/transparencia/ped/PMP/2018-2024/11\\_PMP\\_Especial\\_de\\_Turismo.pdf](https://www.yucatan.gob.mx/docs/transparencia/ped/PMP/2018-2024/11_PMP_Especial_de_Turismo.pdf)

Subsecretaría de Planeación y Política Turística (2017). “Estrategia para el Impulso y Desarrollo del Turismo de Naturaleza en México. México”. Recuperado el 13 de Junio de 2021, de

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/278215/ETNM\\_v3\\_oct17.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/278215/ETNM_v3_oct17.pdf)

Los autores, Luna María Barrera Gamboa, Mónica Saraí Centeno Valencia, Natalia Guadalupe Correa Xicum y Ángel David Lugo Carrillo, son todos estudiantes de la Universidad Tecnológica Metropolitana, México.

Correo electrónico de contacto:

lunabarrera41@gmail.com