



Raúl Santos Morales
Profesor-Investigador del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada
raul.santos@anahuac.mx



Sergio Ignacio Sosa Roldán
Estudiante del Doctorado en Investigación de la Comunicación
sergio.sosa@neuromarketing.org.mx

INTRODUCCIÓN

La Estrategia Nacional de Turismo 2019-2024 busca posicionar a México como una potencia turística competitiva y de vanguardia a través de 8 macro-regiones, entre las que está la Península de Yucatán, integrada por Yucatán, Quintana Roo y Campeche[1]. Sin embargo, no todos los estados pueden convertirse en los sitios preferidos del turismo nacional e internacional debido a ciertos factores de selección como el riesgo emocional o el grado en que una mala decisión tiene consecuencias emocionales positivas o negativas[2], por ejemplo, el miedo generado por el incremento de la violencia en el país a través de los delitos de alto impacto (tabla 1), mientras que, con el auge de Internet, la comunicación turística de cada uno de esos estados se ha focalizado a través de sitios web donde se comunican las diferentes características de cada lugar[3,4,5].

MATERIAL Y MÉTODO

Se realizó un análisis comparativo del contenido de la comunicación turística de las páginas web de cada estado. Además, se buscó una posible relación entre el ranking de destinos turísticos nacionales, los delitos de alto impacto y la ocupación turística en diciembre de 2018, por ser una de las temporadas más altas del año.

RESULTADOS

La comunicación turística de Quintana Roo utiliza el concepto de aventura y promueve el Caribe mexicano a través de 9 características; mientras que Yucatán usa las experiencias infinitas para promover el escape de la rutina a través de 9 características, y Campeche emplea el concepto de experiencias de viaje promoviendo el patrimonio de la humanidad a través de 8 características (tabla 2). Por otro lado, Quintana Roo tuvo el mayor porcentaje de delitos de alto impacto y la mayor ocupación turística; Campeche tuvo un porcentaje medio de delitos y el menor porcentaje de ocupación turística, y Yucatán tuvo el menor porcentaje de delitos y un porcentaje medio de ocupación turística, ocupando respectivamente el lugar 2, 21 y 7 en el ranking de destinos turísticos durante esa temporada [6,7] (tabla 3).

REFERENCIAS

1. SECTUR. Estrategia nacional de turismo 2019-2024 [Internet]. Chetumal: Secretaría de Turismo, febrero 2019. Disponible en: <https://bit.ly/2k4tvF3>
2. Walvis T. Branding with brains. The science of getting customers to choose your company. Harlow: Prentice Hall; 2010.
3. Adventure Tours. Campeche. Campeche: Adventure Tours. Disponible en: <https://www.campeche.travel>
4. SEDETUR. Caribe mexicano. Chetumal. Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo. Disponible en: <https://www.caribemexicano.travel>
5. SEFOTUR. Yucatán. Mérida: Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán. Disponible en: <http://www.yucatan.travel>
6. RRS & Asociados. Semáforo delictivo en México [Internet]. Ciudad de México: RRS & Asociados, diciembre 2018. Disponible en: <http://www.semaforo.com.mx>
7. DATATUR. Actividad hotelera en México por entidad federativa [Internet]. Ciudad de México: Sistema de Información de Estadísticas Turísticas, diciembre 2018. Disponible en: <https://bit.ly/2kAecUD>

Homicidios	Robo a vehículo	Violaciones
Secuestro	Robo a casa	Violencia familiar
Extorsión	Robo a negocio	Feminicidios
Narcomenudeo	Lesiones	

Tabla 1. Delitos considerados de alto impacto en México

Entidad federativa	Dominio web	Número de idiomas	Concepto e idea de comunicación	Características turísticas
Campeche	www.campeche.travel	2 (español e inglés)	Aventura y Caribe mexicano	Historia
				Cultura
				Turismo de reuniones
				Turismo deportivo
				Ecoturismo
				Zonas arqueológicas
				Gastronomía
				Turismo cinegético 8
Quintana Roo	www.caribemexicano.travel	1 (español)	Experiencias infinitas y escape de la rutina	Ecoturismo
				Zonas arqueológicas
				Playa
				Historia
				Cultura
				Tradiciones
				Turismo de reuniones
				Turismo de salud
Yucatán	www.yucatan.travel	5 (español, inglés, portugués, alemán, italiano)	Experiencias de viaje y patrimonio de la humanidad	Bodas y romance
				Ecoturismo
				Gastronomía
				Zonas arqueológicas
				Pueblos mágicos
				Historia
				Turismo médico
				Diversión
Turismo de reuniones				
Segunda residencia				

Tabla 2. Comunicación turística de la Península De Yucatán

Entidad federativa	Posición en el ranking de destinos turísticos diciembre 2018	Porcentaje de ocupación turística diciembre 2018	Porcentaje de delitos de alto impacto diciembre 2018
Campeche	21	46.10%	54.50%
Quintana Roo	2	74.60%	82.00%
Yucatán	7	54.50%	27.20%

Tabla 3. Ranking de destinos turísticos, actividad hotelera y delitos de alto impacto en la Península de Yucatán (diciembre 2018)

DISCUSIÓN

La comunicación turística de Quintana Roo sobresale al vender un espacio específico como el Caribe mexicano bajo el concepto de aventura, separándose de los otros estados que venden patrimonio y escape de la rutina bajo el mismo concepto de experiencia pero con diferentes matices, lo que permite darle a Quintana Roo un valor mucho más amplio de selección y recompensa hacia los turistas a través de su página web. Por otra parte, los delitos de alto impacto como parte del riesgo emocional no frenaron el turismo en Quintana Roo y Yucatán, puesto que se convirtieron en dos de los destinos favoritos del turismo nacional e internacional. Sin embargo, con Campeche no pasó lo mismo, lo que implica un análisis más profundo a partir de la comunicación turística y de las comunicaciones integradas de mercadotecnia, del branding y de técnicas de psicología cognitiva y neuromarketing para identificar los factores que provocan este tipo de fenómenos de selección y recompensas en la mente de los turistas.