

RESUMEN DEL TEXTO –ESTUDIO
COMPARATIVO
PRODUCCION DEL ESPACIO TURISTICO EN
AMBIENTES SENSIBLES ISLA DE COZUMEL
MEXICO Y CAYO LAS BRUJAS, CUBA



En ambos destinos los principales rasgos de vulnerabilidad a considerar como parte de las estrategias de gestión son:

Estructura geográfica simple y espacialmente reducida; complejidad dinámica de la morfología litoral y del perfil de playa; fragilidad geológica e inestabilidad geomorfológica; alta sensibilidad ante fenómenos meteorológicos severos; condiciones edafoclimáticas extremas; intrusión salina que afecta la composición de las aguas; y las estrategias para la gestión turística deben mitigar los riesgos provocados por estas vulnerabilidades

En el caso del Cayo tendremos mucho más recorrido en dotar de flexibilidad a estas políticas de gestión turística, dado el grado incipiente de desarrollo. Aun así tendremos que cuidar también los desórdenes localizados en la salinizada, y la cantera. La idea sería dotar a estos espacios de su propio germen turístico; por ejemplo, creando en la cantera una zona para espectáculos musicales aprovechando la buena acústica que posee la cavidad de piedra remanente de cuando la cantera estuvo en producción.

Aunque Cozumel tendría recorrido potenciando las visitas a elementos patrimoniales con las ruinas mayas que posee, el Cayo es el destino que ofrece mayores posibilidades, independientemente del análisis de posicionamiento/competidores que pasaremos a realizar en el siguiente apartado, y cuyos principales patrones de excelencia en la gestión turística para esa zona serían:

- * Actualizar y enriquecer el inventario de los atractivos turísticos de implantación geoespacial orientados a la gestión turística del destino.

- * Mantener un alto grado de naturalidad en las playas para garantizar el funcionamiento

Óptimo del sistema costero.

- * Controlar los flujos turísticos sobre el espacio litoral en función de los problemas locales del destino.

-Evitar la fragmentación del litoral y favorecer la libre circulación de los bañistas que visitan el destino.

- * Evitar construcciones en varios niveles que rompan con la armonía del sistema costero

Desde el punto de vista estético, funcional y conservativo.

- * Promover soluciones alternativas y facilidades que eviten la saturación estacional de los recursos y servicios localizados sobre el litoral.

- * Establecer un programa integral de manejo para la observación de los corales y otras formas de vida marina.

- * Estimular la recuperación de tradiciones y costumbres locales

Implicar a la comunidad local en estas pautas.

Realizar contrataciones de personal con perfiles expertos en gestión medioambiental y sostenible

-POSICIONAMIENTO.

Cozumel es vista por los turistas como un destino con un alto potencial natural de uso turístico recreativo pero es un destino ya maduro. El espacio turístico en Cozumel comienza en los años 20 y a partir de los 90 se consolida como zona de llegada de cruceros turísticos. Tiene datos registrados del número de turistas muy genéricos y habla simplemente del número de hoteles, no los clasifica ni los nombra. Tampoco habla de la oferta complementaria.

En el Caso de Cayo Las Brujas , se trata de un destino nuevo. El informe lo sitúa geográficamente y habla de sus playas pero tampoco informa de la estructura hotelera ni de sus servicios complementarios. El primer paso para posicionar ambos destinos es conocer a que clientes va dirigido. Una vez seleccionados los segmentos que vamos a dirigir nuestro producto turístico desarrollamos una oferta competitiva diferenciada de la del resto de de destinos competidores para ello debemos realizar dos análisis, uno interno del destino y otro de la competencia. Es muy importante identificar los distintos competidores directos, examinarlos e igualar los aspectos en los que nos superan, potenciar en lo que somos mejores. Resumiendo elaboramos la estrategia de posicionamiento teniendo en cuenta los tres principales participantes:

- .Destino
- .El cliente
- .La competencia.

En el caso de Cozumel, (buceo, cruceros , ruinas) tiene distintos productos que vende a diferentes grupos de clientes deberá tratar con distintos cuadrados de estrategias . No así en el caso de Cayo Las Brujas que solo se basa en sol y playa.

-SEGMENTACION.

En ambos destinos deben identificar el segmento del mercado al que quieren dirigirse para ello deberán identificar

-Quien es el consumidor potencial, quien toma la decisión de compra y quien efectúa la misma.

También se debería tener en cuenta criterios específicos del cliente tales como

Geográficos

Edad

Sexo

Ingresos

Clase social

Estilo de vida

Personalidad

Y para el comportamiento de compra

Frecuencia de vacaciones

Beneficios esperados

Lealtad al destino

Una vez elegido y definido el segmento al que se quieren dirigir deberían elaborar la estrategia de Posicionamiento que como se ha comentado debe ser la columna vertebral del diseño y desarrollo de cada producto que quieran comercializar.

-SOSTENIBILIDAD

Ambos destinos se basan en el Turismo Experiencial Sostenible. En el caso de Cozumel , cruceros ,arqueología , submarinismo . Cayo Brujas al ser un destino que se está creando a parte de sol y playa, paisajes naturales, senderismo. El papel principal gira en torno a la naturaleza, al deporte al ocio Este debe ser el valor añadido de los dos destinos turísticos.

El plan de sostenibilidad se debe basar en tres pilares fundamentales:

-Economía.

Capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos locales

-Medio ambiente

La minimización de los residuos, conservación y gestión de la energía y gestión del recurso del agua

-Sociedad.

Disminución de migraciones por falta de trabajo, mejora del nivel cultural de la población local y apertura a costumbres más libres, intercambios culturales en ambos sentidos, de modos de vida, sensibilización de turistas y población local hacia el medio ambiente.

En la actualidad Cozumel, turismo masivo y de grandes repercusiones ha reportado importantes alteraciones en el ambiente local y en la sociedad.

Tiene una problemática ambiental ya que ha fomentado las áreas naturales con protección legal en las que se desarrolla el turismo, el problema radica en la falta de control ambiental.

En el caso de Cayo Brujas esta en la actualidad en una etapa de estudio para la rehabilitación y mejora del espacio paisajístico.

PROCESO DE ANALISIS DE MARKETING

Ambos destinos turísticos deberían proceder a desarrollar un plan de marketing que se podría componer de los siguientes pasos

INVESTIGAR EL MERCADO
SEGMENTAR
POSICIONAR
INNOVAR EN EL PRODUCTO
COMERCIALIZARLO

MANTENER RELACIONES CON LOS CLIENTES.

RECOMENDACIONES FINALES

Como conclusión, el futuro posicionamiento tanto de la Isla de Cozumel como de Cayo Las Brujas debe pasar por incrementar su diferenciación siendo necesario para ello trabajar en planes de producto y comunicación para lograrlo partiendo del potencial del destino y las necesidades y deseos de los turistas.

El posicionamiento que deberían articular se tendría que basar en los siguientes elementos

- Cultura propia
- Clima y playa
- Destino activo
- Arqueología

Todas estas acciones deben ser tomadas de forma coordinada entre la Administración pública y la empresa privada

A parte de ser destinos de sol y playa es necesario ampliar con más contenidos esa experiencia (buceo, arqueología, naturaleza, senderismo)

Los territorios y paisajes son ricos y llenos de contrastes, el problema es que no se ha promocionado; flora, fauna, geología. Debido a la poca seguridad de la zona los turistas no llegan a descubrir los atractivos fuera de la zona turística hotelera

Su población autóctona es amable aunque su nivel cultural e idiomático es bajo, se debería fomentar el cuidado del medio ambiente y fomentar el ecologismo.

Para conseguir el posicionamiento sea real, percibido y cumpla su objetivo se deben lanzar como destinos únicos y atractivos, es necesario acometer unas acciones sobre los productos y la comunicación.

Las prioridades son por una parte, la mejora de producto e innovación junto con promoción interna, creación de paquetes para touroperadores. También hace falta hacer una buena promoción exterior de manera eficaz y eficiente (uso de internet, comerciales en ferias de turismo, promociones de venta y marketing directo)