La competitividad del producto turístico cubano post Covid-19

Categoría: Turismo
Publicado: Miércoles, 02 Diciembre 2020 15:11
Escrito por Ms C. Luis Acosta Duarte
Visto: 1189

El concepto de competitividad ha ido evolucionando desde el enfoque tradicional, asociado a la consecución de unos buenos resultados comerciales, como consecuencia de una buena dotación de recursos –ventaja comparativa–, hacia un enfoque fundamentado en la ventaja competitiva, asociado a la capacidad de añadir valor a esos recursos a lo largo del tiempo.

Hassan (2000) define la competitividad como la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que proteja sus recursos y, al mismo tiempo, mantener su posición competitiva entre destinos competidores.

Diversos modelos y teorías se han configurado alrededor del tema lo que muestra la complejidad del tema, pero la mayoría de los autores a pesar de la diversidad de enfoques reconocen factores claves para la competitividad: la innovación, el uso de las TIC, la sostenibilidad, la seguridad etc. En el actual escenario se precisa potenciar estos factores y gestionar de forma inteligente los destinos apostando por la integración y ponderando la seguridad.

El entorno actual caracterizado por algunos expertos como VUCA (en sus siglas inglesas), volatilidad de la situación, la incertidumbre sobre el futuro, la complejidad de las fuerzas que intervienen y la ambigüedad de las respuestas, genera nuevos desafíos para los destinos en materia de competitividad turística, retomando las ideas de (Porter, 1996; Hong, 2008) “La ventaja competitiva de una empresa y de

Phoca PDF

un destino turístico depende de la creación de valor de sus productos en relación con los de las empresas o destinos rivales". Después del cero turístico en el cual se han sumergido la mayoría de los destinos, la búsqueda de posicionamiento en el entorno dependerá de los nuevos valores que aporten a un cliente que buscará en primer lugar seguridad sanitaria en toda la cadena de valor como condición para viajar.

En dirección a lo anterior los destinos que hayan gestionado mejor sus escenarios durante la pandemia tendrán mayores ventajas en un entorno post Covid, el gran reto será alinear de forma inteligente la seguridad sanitaria en las políticas turísticas siguiendo los protocolos de la OMS y la OMT lo cual implica, medidas organizativas, información y comunicación para visitantes y residentes locales pero sobre todo dotación de recursos por los actores de los destinos para la implementación.

Los productos serán competitivos y sostenibles en la medida que expresen la dimensión de seguridad. "Este coronavirus nos ha hecho ver que además de vender sol, playa, diversión, cultura, etc., habremos de vender seguridad, sanitaria y en general (….)La industria del turismo se soporta, en primer lugar, en la confianza para viajar, en la confianza en los mercados de destino, pero también en los de origen"(Vargas Sánchez, Alfonso 2020)

Según este autor se trata de ofrecer experiencias regenerativas. Si el turismo es experiencial per se, en este tiempo post-confinamiento una apuesta ganadora será la de las experiencias regenerativas del cuerpo y del alma. Para ello, en la mayor parte de los casos se requerirá el establecimiento de alianzas entre operadores turísticos para su diseño y comercialización, interconectando conceptos como la salud, el bienestar, la naturaleza, la libertad de los espacios abiertos sin aglomeraciones, los productos naturales, auténticos y sostenibles".

La pausa en el desarrollo turístico generada por la Pandemia constituye una oportunidad de análisis retrospectivo para hacer una mirada proactiva hacia la vuelta a la nueva normalidad potenciando la competitividad a través de productos turísticos cuyas demandas estarán dentro de las preferencias del consumidor por brindar seguridad acompañadas de experiencias renovadoras.

En la estrategia económica social de Cuba para el impulso de la economía y el enfrentamiento a la crisis mundial provocada por la COVID -19 en relación al turismo , entre otros aspectos, se direcciona el tema de la competitividad cuando se señala : "impulsar la comunicación de las ventajas competitivas, como la fortaleza demostrad a por la salud pública cubana, la solidaridad y la seguridad del país, entre otras."

Phoca PDF

La citada estrategia cubana en el nuevo escenario aposta por el tránsito hacia nuevos productos innovadores, acelerando la formación de cluster como vía efectiva para materializar dicho objetivo. Potenciar el turismo de bienestar, salud y calidad de vida aprovechando nuestra fortaleza demostrada en este campo, constituye una de las prioridades, de igual forma se enfatiza en el estudio de nuevos mercados de alto potencial en las modalidades de pesca , buceo, turismo de naturaleza, por la seguridad que ofrecen y su ajuste a la actual demanda turística.

El tema de la seguridad demostrada está en el centro de la estrategia, en tanto se plasma como una de las líneas principales: nuevos parámetros de calidad certificados basados en mayor seguridad y sostenibilidad lo cual se concreta en:

Rediseñar las operaciones de los procesos hoteleros y extra hoteleros, así como incluir los protocolos de la COVID -19.

Certificación de buenas prácticas a la prevención y control de la COVID -19. Certificación de Turismo más Higiénico y seguro.

A modo de resumen de este artículo los autores precisan las siguientes ideas:

El posicionamiento en el entorno turístico post covid transita por una ventaja competitiva esencial para los destinos: seguridad sanitaria demostrada que genere confianza en el cliente.

La cooperación entre los actores de los destinos constituye un principio fundamental en el nuevo escenario para garantizar la seguridad y el atractivo de los mismos, en tal dirección la formación de cluster ayudará a tales propósitos.

La efectividad demostrada por el sistema de salud pública cubana en el enfrentamiento a la pandemia del Covid -19, se convierte en una oportunidad para recobrar la confianza del turismo internacional.

Deviene una gran oportunidad para el turismo cubano en el nuevo escenario potenciar productos de bienestar, calidad de vida, naturaleza, pesca, buceo.

La certificación de las entidades turísticas cubanas en buenas prácticas por un turismo más higiénico y seguro ayudará a reforzar la imagen del producto turístico cubano en un escenario post Covid.

Phoca PDF

Categoría: Turismo
Publicado: Miércoles, 02 Diciembre 2020 15:11
Escrito por Ms C. Luis Acosta Duarte
Visto: 1189

Phoca PDF