

3. Caso práctico. Lee detenidamente: ECOTURISMO

El ecoturismo ha tomado fuerza en los últimos años. Algunos países de América Latina han promocionado los servicios turísticos en esta modalidad.

La agencia de viajes Divermex, fundada hace 12 años en la ciudad de México, y con oficinas operativas en San José de Costa Rica y Río de Janeiro en Brasil, ha buscado destacar la calidad de sus servicios de viaje especializados en el ecoturismo en Costa Rica y México. Sin embargo, los resultados no han sido del todo alentadores; en el último año, sus ventas disminuyeron más de 18%, y la especialidad del ecoturismo ha decrecido en 34%. La agencia requiere implementar nuevas estrategias de marketing para recuperar su participación de mercado y fomentar el ecoturismo. Una de las grandes debilidades de la agencia es el desconocimiento del perfil psicológico de sus consumidores, pues hasta la fecha no ha realizado un estudio que le permita conocer gustos, hábitos, costumbres de compra y perfil de sus clientes. La agencia ofrecerá en fechas próximas un paquete de viaje para practicar el ecoturismo en Costa Rica. Para ello, requiere conocer el comportamiento de sus consumidores.

Basándote en el caso anterior, soluciona las siguientes problemáticas.

- a) ¿Qué recomendaciones podrían hacerse a Divermex para conocer el comportamiento de sus consumidores potenciales?
- b) ¿Cuáles son las características de compra que debe presentar una persona que contrate un servicio turístico de este tipo?
- c) ¿A qué segmentos de edad deberá la agencia dirigir su esfuerzo mercadológico?

(Valor de cada respuesta: 2 puntos. Total: 6 puntos)

Referencia:

Pimienta, J.H (2008: 116-117). Evaluación de los Aprendizajes: Un enfoque basado en competencias. México: PEARSON EDUCACIÓN.