

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y
Recursos Naturales**



Caso de Estudio

**“PROCEDIMIENTO PARA ASEGURAR ALTA CALIDAD DE LA
OPERACIÓN TURÍSTICA EN CIRCUITOS PARA GRUPOS DE
LUJO”**

**EXAMEN COMPLEXIVO
Fase Oral**

**Previa la obtención del Título de:
LICENCIADO EN TURISMO**

**Presentado por:
RODOLFO ALEJANDRO PAZ D'STEFFANO**

**Guayaquil – Ecuador
2015**

AGRADECIMIENTO

A todas mis tías que desde niño me hicieron enamorar de nuestro hermoso Ecuador, la naturaleza, y viajar:

 Mi tía Mari que desde muy chiquito me llevaba a las camaroneras y bosques del Ecuador.

 Mi tía Pilar que me llevaba a recorrer los bosques y pueblos andinos.

 Mi tía Marcela que me llevaba por todos los parques de Guayaquil.

 Mi tía Techa con quién descubríamos los ríos de la costa y Cuenca.

 Mi tío Jorge que nos llevaba a ver cometas a los Andes.

 Mi tío Patricio que nos enseñaba a respetar a los animales.

 Mi tía Maria Luisa que nos fascinaba la idea de viajar con sus fotos y recuerdos de Australia.

A la Sra. Irma Guzman que con su guianza y apoyo, me motivó a comenzar una carrera en turismo.

A la ESPOL y todos mis sabios profesores que aportaron sus conocimientos para mi formación profesional.

DEDICATORIA

A mi padre por su incondicional apoyo en mi educación primaria, secundaria, y universitaria; a mi madre por su motivación y apoyo para aprender idiomas; y a mi queridísima Techa que sin ser madre, cuidó de mí durante mis primeros años de vida hasta la adolescencia.

Rodolfo Alejandro Paz D'steffano

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN EXAMEN COMPLEXIVO

Msc. Julio Gavilanes Valle
Miembro del Tribunal

MBA. Cinthy Veintimilla Mariño
Miembro del Tribunal

Procedimiento para Asegurar Alta Calidad de la Operación Turística en Circuitos para Grupos de Lujo

Rodolfo Alejandro Paz D'steffano

Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas, Oceánicas y Recursos Naturales
Licenciatura en Turismo

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

Resumen

Tener clientes satisfechos con servicios de alta calidad es de primordial interés para cualquier negocio de servicios, ya que será lo que garantice la supervivencia y crecimiento sostenido de la empresa. El constante flujo de grupos de extranjeros y/o series de lujo (grupos contantes enviados por un mismo cliente cada año) para un operador turístico es el camino más rápido para alcanzar la capitalización y flujo a corto plazo, ya que al manejar un alto volumen de servicios (noches de hospedaje, comidas, transporte, etc.) y más aun de lujo, se manejan altos montos de dinero, por ende se obtiene utilidades mayores debido al gran volumen de divisas facturadas.

Palabras Claves: *Grupos, satisfacción, calidad, lujo, utilidades, extranjeros*

Abstract

Having satisfied clients with high quality services is of vital importance for any business, especially of services, given the fact that this is the main reason that will allow the long term development and survival of the company. The constant flow of groups of foreigners that require luxury services and / or series (constant groups being sent periodically by one same client) for a tour operator is the fast track to capitalization and cash flow in short terms for the company, considering that by managing a high volume of luxury services (hotel nights, restaurants, transportation, etc.), the company will also manage high volumes of cash, and therefore have higher utilities.

Key words: *Groups, satisfaction, quality, utilities, luxury, foreigners*

1. Introducción

Debido a la complejidad que existe en el desarrollo de la operación de circuitos turísticos para grupos de lujo, por la gran cantidad de componentes que lo integran y la necesidad de satisfacer las expectativas de nuestros clientes, es de vital importancia identificar los principales procedimientos para este tipo de operación.

La organización de un circuito para grupos de lujo debe materializar la interacción de los clientes con el destino turístico, guías, y población local, satisfaciendo sus expectativas y poniendo énfasis en sorprenderlo, anticipando sus necesidades. Adicionalmente, mostrando una gran variedad de ofertas que se ajusten a sus gustos, pero que a la vez sean los suficientemente flexibles en la fase de planificación y ejecución, dándole más libertad de elección.

Esto es posible solamente estudiando a los clientes para poder anticipar sus reacciones, preferencias generales y hábitos según experiencias pasadas del operador con clientes similares. Es necesario estudiar el mercado, conocer sus tendencias y comportamientos, las idiosincrasias de los mismos según la nacionalidad y perfil del cliente, posibilidades económicas, su pasado, presente y su historia.

2. Análisis del perfil del cliente

Es importante analizar a cada grupo individualmente antes de hacer una propuesta de itinerario, proveedores, considerando algunos de los siguientes factores básicos.

2.1 Nacionalidad

En la fase de desarrollo del producto debe tomarse en cuenta el tiempo del que disponen de acuerdo a la nacionalidad de los turistas, lo cual determina aproximadamente disponibilidad de tiempo para vacaciones entre otros factores.

2.2 Duración del circuito y presupuesto

Hablando en términos generales, los turistas japoneses por ejemplo, disponen de máximo quince días de vacaciones sin embargo tienen un alto poder adquisitivo; mientras los franceses disponen de largas vacaciones, hasta de un mes

en algunos casos, pero con un poder adquisitivo medio.

2.3 Alimentación

La nacionalidad nos indica también hábitos alimenticios. Los chinos y latinos por lo general, están abiertos a experimentar cualquier tipo de comida local en grandes porciones de calidad media-alta, gustan mucho de los buffets y porciones grandes; mientras que los canadienses y japoneses prefieren porciones más pequeñas y de alta calidad. Los japoneses no gustan del cilantro ya que les recuerda al olor de un insecto abundante en Japón.

2.4 Edad y condición física

Dependiendo del grupo se deberá proponer un itinerario que sea adecuado, según la condición física y edad promedio del grupo. Por ejemplo, personas jóvenes con interés en turismo de aventura elegirán recorridos en bicicleta, rafting, surf, etc.; sin embargo, los adultos mayores interesados en el mismo tipo de turismo no se inclinarán por actividades muy riesgosas como salto bungee, rappel, y rafting.

2.5 Condiciones especiales

La nacionalidad nos indica también posibles consideraciones especiales que se deben tomar. En el caso de los israelitas, que en su mayoría son judíos, sólo consumen comida kosher; en el caso de los musulmanes fundamentalistas, está prohibido que las mujeres sean vistas por otros hombres que no sean sus esposos o familiares de sangre directa, por ende se deberán tomar consideraciones especiales en todo el recorrido.

2.1 Tipo de turismo que el grupo desea realizar

Identificar qué tipo de turismo viene a desarrollar el grupo es importante para elaborar itinerarios. Un grupo de turistas de negocios puede tener cuatro días disponibles para hacer un recorrido, mientras que una familia podría tener disponibilidad para realizar un itinerario de una o dos semanas. Personas que buscan turismo religioso, no tienen los mismos intereses que grupos que vienen a desarrollar turismo cultural o de aventura.

3. Elección de proveedores

Las características del cliente como: nacionalidad, cultura, edad, religión, género, entre otros, son variables e importantes al tomar en cuenta al momento de recomendar restaurantes, hoteles, medios de transporte, etc.

3.1 Hoteles

Para grupos de lujo se han de utilizar exclusivamente hoteles cinco estrellas y hoteles boutique. Es importante tener referencia del servicio que los hoteles elegidos brinden mediante experiencia directa, referencias, y/o investigaciones por internet; en ciertos países los estándares de servicio no son reforzados por la autoridad local y a pesar de ser de lujo, el hotel puede terminar siendo de 3 o 4 estrellas.

3.2 Hoteles de aventura y lodges

Estos hoteles son los que se encuentran en lugares remotos como la selva o el páramo. Algunos pasajeros a pesar de pertenecer al segmento lujo, están dispuestos a ser flexibles con sus gustos exquisitos para visitar lugares únicos con naturaleza exuberante o culturas nativas. En lugares aislados es siempre recomendable mandar a un tour líder bilingüe para encargarse de los detalles del grupo. Esta persona será el puente entre los pasajeros, el guía y los empleados del hotel. Muchas veces los empleados de este tipo de localidades no son bilingües y carecen de entrenamiento adecuado para atender este tipo de pasajeros.

Para hoteles de selva y lodges es mandatorio tener suero antiofídico, kit de primeros auxilios, y en caso de una emergencia grave, un plan de evacuación.

3.3 Restaurantes

Si no tenemos experiencia con un restaurante en particular, es posible guiarse para la preselección

de comentarios en línea y artículos escritos por críticos especializados. Sin embargo es muy importante de cualquier forma inspeccionar y hacer visitas incógnitas para poner a prueba los establecimientos que hemos elegido, considerando que los cambios de administración pueden generar caos y desorganización.

3.4 Cruceros

Si no se tiene referencias o no se ha trabajado antes, es recomendable que el encargado de desarrollar el paquete, viva la experiencia en carne propia. El crucero, al aglomerar una serie de servicios durante varios días como hospedaje, alimentación y excursiones, es de vital importancia que, al ser un servicio de larga duración (mínimo 3 días), cumpla con la calidad cinco estrellas esperada. Si los servicios no están a la altura de lo que los pasajeros contrataron, se tendrán fuertes quejas que pueden conllevar a la solicitud de reembolsos en el mejor de los casos, y hasta demandas en el peor caso.

Es sumamente importante verificar que la embarcación cuente con las inspecciones al día, y que tenga todos los sistemas de seguridad de punta para salvaguardar la integridad física de los pasajeros, en caso de cualquier percance.

3.5 Guías

El guía es una de las piezas principales del viaje ya que es el punto de fusión de la experiencia que los pasajeros tendrán durante su estadía en un país. Al ser el intérprete de las costumbres, historia, e información del lugar a visitarse, debe ser una persona jovial, educada, culta, con mucha paciencia y entretenedor. El nivel del idioma extranjero del guía debe ser impecable.

3.6 Transporte

Si el transporte no es propio, se deben hacer verificaciones de que los vehículos tengan buen mantenimiento. Como detalles básicos los vehículos deben tener aire acondicionado, calefacción, micrófonos y asientos reclinables. Si el vehículo tiene baño debemos cerciorarnos

de que estén en buen estado, funcionales y con buen aroma. El chofer debe ser igualmente entrevistado para asegurarnos que sea una persona jovial, alegre, acomodada, y respetuosa.

4. Antes de la llegada de los turistas

Una semana antes del arribo del grupo es de vital importancia cerciorarnos que todos los detalles de la reserva estén como han sido solicitados.

4.1 Hoteles, hoteles de aventura, lodges y cruceros

Verificar que tengan la lista de distribución de las habitaciones con nombres y el tipo de habitación solicitada para cada pasajero: sencilla, doble, triple, o matrimonial. Además, solicitudes especiales como restricciones alimenticias, accesos para minusválidos, amenities, etc.

4.2 Restaurantes

Cerciorarse que las reservaciones estén hechas en los horarios solicitados, que el menú a servirse sea el elegido y que tengan la lista con nombres de excepciones alimenticias, como vegetarianos y pasajeros con alergias.

4.3 Guías y transporte

Entregar a cada uno individualmente los siguientes documentos: listado de pasajeros con nombre, apellido, número de pasaporte, nacionalidad, excepciones alimenticias, condiciones físicas especiales y observaciones; listado de proveedores con teléfonos fijos y celulares; copia del itinerario con horas detalladas según la programación del viaje; al guía un listado de gastos del viaje como ingresos, propinas a maleteros, etc; al chofer música folklórica para escuchar y videos de promoción turísticos para trayectos largos.

5. Durante la realización del paquete

Lo más importante durante esta etapa es que el departamento de operaciones esté en constante

comunicación con el guía y el chofer con noticias del desenvolvimiento de las actividades. Adicionalmente para asegurar el éxito total y que no se escape ningún detalle, es recomendable llamar un día antes a reconfirmar que todos los servicios estén acorde a lo solicitado para restaurantes, hoteles, y cruceros.

6. Control de calidad post venta

Para poder mejorar la calidad del servicio en futuros grupos es necesario realizar una encuesta al final del viaje para que los pasajeros expresen su punto de vista a la experiencia vivida. Esta encuesta deberá calificar individualmente con opciones múltiples el nivel de servicio de cada uno de los proveedores como: malo, no aceptable, normal, muy bueno y excelente. También se pueden dejar espacios para comentarios.

7. Conclusiones:

Debido a su carácter multiplicador, el turismo continuará siendo un punto de suma importancia para el desarrollo económico, social y medioambiental de nuestro Ecuador y demás países con recursos naturales paisajísticos vírgenes, culturas ancestrales, variedad culinaria, e historia.

La operación turística de grupos de lujo ocupa un sitio indispensable en el desarrollo del sector, ya que se puede convertir en la fuente principal de ingresos para una empresa y el país, al manejar flujos constantes de pasajeros extranjeros pudientes en grandes cantidades. Los operadores son los especialistas del sector al utilizar y reunir todos los servicios y productos que se ofrecen en el mercado y los integran en paquetes que cubren gran parte de las necesidades del cliente.

La intermediación en el turismo continuará jugando un papel importante para hacer llegar el cliente al destino y dependerá en gran medida de

la capacidad que tengan las operadoras de adaptarse a las necesidades de cada grupo según sus características culturales y socio económicas.

Seguramente con un apropiado manejo, en poco tiempo estaremos listos para hacer del turismo la primera fuente de ingresos del Ecuador.

Actuando pronto tendremos la capacidad de multiplicar el número de turistas con alta capacidad de gasto en pocos años. Actualmente, aparte de los mercados más tradicionales de Europa, Estados Unidos, y Canadá, existe el mercado Asiático que al tener limitaciones de idioma, solo hacen viajes grupales a países de occidente. Al ser billones y con los nuevos acuerdos alcanzados entre los gobiernos de Ecuador y China existe una muy buena oportunidad para incrementar la demanda y desarrollo turístico del país.