

## TEMA 2: LA EMPRESA TURÍSTICA

### 2.1 Definición de empresa turística

La empresa es una unidad económica de producción a la que le corresponde el papel de crear riqueza mediante el incremento de utilizar los bienes y servicios a través de un proceso de producción que se realiza utilizando un conjunto ordenado de factores productivos bajo la dirección del empresario. La calificación de turística está referida al consumidor al que se dirige, personas que viajan por necesidades de ocio o cultura. Según la Org. Mundial del Turismo (OMT), estos desplazamientos deben llevar un gasto de la renta en un lugar distinto del que se origina y en donde no se reside habitualmente. Tipos de necesidades:

- Turistas motivados por la naturaleza del destino → sol y playa
- ... X la educación y formación
- ... Interesados en destinos apreciados por su valor ecológico o natural.
- ... Que se desplazan a lugares beneficiosos para la salud → estaciones termales
- ... Con aficiones deportivas → olimpiadas, campeonatos...
- Turistas "accidentales" → viajes de negocios, congresos... que consumen

productos turísticos.

Se pueden dar fórmulas mixtas de 2 ó + elementos de esta relación. Cuanto mayor es el nivel de desarrollo económico y social de los países de donde salen los turistas, mayor es la variedad de motivaciones para el turismo y mayor es la variedad del diseño de los productos turísticos, dando lugar a:

- Turistas extremos impulsores: motivos culturales o exóticos, aventura, políticos...
- Turista de intereses especiales: motivos religiosos, deportivos, negocios, nueva vida...
- Turistas intermedios: descanso, salud, huir de lo cotidiano, compras, crucero...
- Turistas extremos conformistas: ambiente familiar, parques de atracciones...

La forma de producir y comercializar el servicio puede diferenciar la actividad estrictamente turística de la que no lo es. Los productos turísticos son complejos y requieren de la participación de empresas muy distintas entre sí y con una fuerte especialización productiva. Esto es un punto de referencia para considerar si una empresa pertenece o no al "sector turístico". Dicho sector es en definitiva una mezcla de sectores productivos.

### 2.2 El empresario turístico.

El empresario es quien asume el riesgo de la empresa y con la autoridad para organizar los elementos que la componen. Hay que hacer una distinción de capitalista, que es quien aporta recursos (capital). En ocasiones ambos pueden ser la misma persona.

De la actividad que realiza el empresario destacan: asumir todos los riesgos de la empresa, organizar la producción y ejercer la autoridad para el desempeño. Una vez finalizado el proceso de producción la empresa dispondrá de los bienes para poder ser vendidos, pero el empresario habrá asumido:

1. *Interpretar los deseos de los consumidores* y producir productos que puedan ser deseados por ellos.
2. *Decidir cuánto se debe producir*. Si la empresa produce más de lo que el mercado puede absorber se produce un exceso de capacidad, dando lugar a una pérdida. Si se ha errado por defecto, también habrá una pérdida equivalente al valor de lo que se ha dejado de vender.
3. *Determinar el coste* de la producción para fijar el precio del producto. Si fuera demasiado caro no se venderá y habría que bajar el precio con la consiguiente pérdida.

El *empresario turístico* tiene ciertas peculiaridades q derivan de las características del sector. Como la designación de un director "técnico" q asuma las actividades de administración y dirección de la empresa.

La internacionalización de los mercados y actividades y la competitividad fuerzan la creación de *cadena*s, agrupaciones de empresas ligadas entre sí x contratos de arrendamiento o franquicias; o *grupos empresariales*, varias empresas con personalidad jurídica propia pero q tienen participaciones accionariales cruzadas → Sol Meliá.

Además surge el *empresario innovador*, aplica nuevas tecnologías, busca nuevos tipos de financiación, nuevas formas de comercialización y distribución, utilización intensa de la información, importante en el sector x la competitividad. Algunas cualidades de personas q fundaron empresas turísticas:

- capacidad de asumir riesgos
- visión de futuro e intuición
- actitud estratégica para captar y responder con rapidez. Creatividad
- capacidad para entender la diversidad cultural
- capacidad de liderazgo. Capacidad para otorgar y dejar hacer.

### **2.3 El entorno de la empresa turística**

*Entorno* es aquello q afecte a la empresa, q pueden descomponerse en *factores del entorno de la empresa*, agrupados en

~ Factores del entorno próximo: q afectan y son afectados de forma directa.

- Consumidores
- Competidores
- Intermediarios y proveedores.

~ Factores del entorno general: provienen del sistema social y econ.

- *Fact. Tecnológicos*: determinan la forma en q su sistema econ. transforma los recursos escasos q posee en bienes econ.
- *Fact. Económicos*: influye en las actividades de la empresa mx mediación de gran parte de las "variables macroeconómicas básicas" → divisas
- *Fact. Políticos y legales*: las decisiones políticas pueden crear un mejor o peor entorno a las empresas.
- *Fact. Socioculturales*: influyen las "modas" en general para todas las empresas.
- *Fact. Físicos*: específica de turismo. Son determinantes en las actividades turísticas.

### **2.4 El sector turístico.**

Es un sector econ. formado x las empresas turísticas, con características propias:

~ Estacionalidad de la demanda: la mayor parte de los turistas se desplazan en épocas concretas, siendo + previsibles. Obligando a producir, comercializar y distribuir de forma específica.

~ El producto turístico es esencialmt. un servicio:

- *Intangible*, aunque tenga componentes q lo sean
- *No es almacenable*
- *Ha de ser producido y consumido en un mismo y único momento*
- *Factor humano*, requiere de la participación entre consumidor y oferente.
- *La calidad en la prestación es el atributo más importante.*

~ Inversión elevada en activo fijo. Se necesita de elevadas inversiones para las partes q permanecen en la empresa (activo fijo) → avión, hotel... q no pueden incrementar o disminuir su capacidad de producción para ajustarla a cambios inesperados.

~ Comportamiento cambiante del consumidor.

## **2.5 Tipos de empresas turísticas.**

La clasificación depende del tipo de actividad:

- Empresas de alojamiento
- de restauración
- distribuidoras → agencias de viaje, tour-operadores...
- de transporte y auxiliares
- de esparcimiento, recreo y cultura.
- de servicios financieros y de seguros especializados en el sector.
- comerciales y auxiliares, dedicadas a la producción o comercialización de bienes dirigidos a los turistas.

## **2.6 Empresas de transporte.**

### ❖ **Trasporte aéreo.**

Las compañías aéreas ofrecen servicios generales q conservan un componente importante de servicio público, al igual q los aeropuertos.

- Compañías regulares: con vuelos de horarios e itinerarios fijos, con independencia de la demanda final
- Compañías chárter: sometidas a contratos específicos "de flete" con algún tipo de empresa turística.

Las empresas actúan en un entorno regulado. En el ámbito internacional → *Asociación Internacional de Transporte Aéreo* (IATA). Los precios de los billetes se acogen a un esquema:

- Tarifas ordinarias: en función del servicio → primera o turista; de ida y vuelta; circulares; de fin de semana...
- Tarifas reducidas: las + frecuente "APEX" (Advance Purchase Excursion), aplicables a vuelos de ida y vuelta en compañías regulares adquiridos con la suficiente antelación; además para estudiantes o mayores...

Los *aeropuertos* son importantes en la producción:

- Infraestructura básica para el despegue y aterrizaje
- Terminales de pasajeros y equipajes, con los servicios: facturación, aduanas y control de policías; además de tiendas, restauración, bancos, agencias de viajes...
- Infraestructura del mantenimiento y asistencia a los aviones
- Infraestructura auxiliar: seguridad y emergencia, administración y dirección del aeropuerto...

### ❖ **Transporte ferroviario**

La mayor parte de las compañías son propiedad del estado, como RENFE (aunque con personalidad jurídica propia desde '94), otra compañía pública, el Ferrocarril de vía estrecha (FEVE), además de compañías privadas de vía estrecha.

RENFE ofrece 4 líneas:

- De cercanías y regionales
- Grandes líneas → Trenes diurnos y nocturnos, TALGO e Intercity.
- Líneas de alta velocidad

Más centradas en el carácter turístico son: Transcantábrico (Galicia, Cantabria y p. Vasco); Al Andalus, Estrella del Pirineo (Pirineo Aragonés). El Famoso Orient Express, atraviesa media Europa.

### ❖ Transporte marítimo.

Desde el punto de vista turístico se incluye aquellas empresas q ofrecen:

1. Líneas regulares transoceánicas o de larga distancia (horario e itinerario fijo)
2. Líneas regulares de corta distancia realizadas normalmt. x ferrys, buques rápidos y líneas fluviales.

3. Cruceros x mar, ríos o lagos. Suelen incluir: escalas, visitas culturales, excursiones, alojamiento y restauración. Se ofrece incluso especializados en viajes culturales, deportivos, congresos...

Las empresas u organismos portuarios ofrecen servicios y realizan actividades:

- Terminales de pasajeros → facturación, embarque, aduanas, restauración...
- Infraestructura básica → muelles de atraque, diques, rompeolas...
- Administración y dirección de las instalaciones y servicios auxiliares → ayuda a la navegación, meteorología...

### ❖ Transporte terrestre.

Los principales productos de las *compañías de autobuses*:

- o *Líneas irregulares* con autorización administrativa para ofrecer servicios de transporte de forma permanente o temporal urbano, interurbano, nacional o internacional)
- o *Servicios discrecionales* ofrecidos x empresas propietarias de flotas de autobuses y q se presentan mediante relación contractual entre esas empresas de transporte.

o *Servicios de transporte* ofrecidos como atributos básicos o añadidos → un viaje organizado con transporte x carretera (básico) q ofrece visitas en autocar (añadido)

Además están las *agencias de alquiler de vehículos* para el uso particular, con o sin conductor.

## 2.7 Empresas de alojamiento.

### ❖ Empresa hotelera

- Moteles
- H. Urbanos, de zona de playa o montaña
- De categorías, lujo (4-5 \*), intermedia (3 \*), inferior (2-1 \*)
- H. de temporada.
- Cadenas hoteleras

La *función de producción* es compleja, xq requiere de la organización y dirección de múltiples actividades y oficios para q el servicio final sea el adecuado. Las principales actividades:

- o Recepción y conserjería
  - Punto de contacto directo entre hotel y cliente
  - Suministro de información esencial para el resto de las actividades de producción y de las funciones del hotel.
- o Limpieza y mantenimiento
- o Logística de entrada
- o Seguridad y mantenimiento general
- o Cocina y restauración

#### ❖ Otras empresas de alojamiento

**Empresas dedicadas al alquiler** de bloques o conjuntos de apartamentos. Con servicios de recepción, conserjería, mantenimiento y limpieza. 2 variantes de clientes:

- "Turismo residencial", estancia larga (+ de 6 meses), en zonas de clima benigno, entre población como jubilados de clase media-alta.

- "Utilización a tiempo compartido", con derecho a utilizar un apartamento de un complejo, durante un nº determinado de años. El régimen es de "cuasi-propiedad" (multipropiedad), compartida con el resto de usuarios con el mismo derecho.

Normalmt. se requiere de

1. empresa promotora, encargada de la construcción
2. empresa comercializadora, encargada de la venta
3. empresa de gestión y mantenimiento. Ésta tmb. puede encargarse de ofrecer

servicios de intercambios con otras empresas iguales para q el usuario pueda disfrutar de la oferta pero en otro lugar.

**Alojamientos rurales**, caracterizados x lo especial de su localización. El servicio de alojamiento es variado. Predominan las "casas rurales", viviendas en pequeños núcleos urbanos, normalmt. edificios singulares o rehabilitados, con financiación pública total o parcial.

**Paradores nacionales** empresas gestionadas x el Estado mediante una sociedad anónima de titularidad estatal. Se caracteriza x el valor artístico, monumental, histórico, cultural, paisajístico, la uniformidad del servicio y la política de precios asequibles.

**Balnearios** situados donde existe un manantial o fuente de aguas termales o minero-medicinales, ofrecen servicios relacionados con la salud.

**Camping** terrenos delimitados y acondicionados para permitir el alojamiento en tiendas de campaña, remolques...

#### **2.8 Empresas de distribución. Las agencias de viaje.**

Para la OMT = "empresas constituidas en forma de sociedad mercantil, anónima o limitada... q se dedican profesional y comercialmt. en exclusividad al ejercicio de actividades de mediación y/o organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios en la prestación de los mismos" Pueden ser empresas independientes, pertenecer a una cadena o franquicias.

Funciones genéricas:

1. Función básica de distribución

- Intermediario entre turista y productor
- Distribución de servicios turísticos propios.

2. Función de producción: "paquete turístico", se sirve de otras empresas (alojamiento, restauración, transporte...) éstos "proveedores" pueden ser independientes o propiedad total o parcial.

#### ❖ Agencias mayoritarias y minoritarias.

**Mayoristas** distribuyen servicios de empresas turísticas y organizan paquetes turísticos para otras agencias de viaje, nunca para el cliente final.

**Minoristas** venden al cliente directamt.:

- a) Paquetes turísticos propios y de mayoristas
- b) Servicios turísticos de cualquier empresa turística (alojamiento, transporte...)

La comercialización de éstas significa la realización de un amplio y variado catálogo:

- Información y difusión del material publicitario
- Cambio de divisas y venta y cambio de cheques de viaje
- Formalización de pólizas de seguro turístico
- Expedición y transferencia de equipajes
- Reserva, adquisición y venta de billetes o entradas de todo tipo de espectáculos, museos y monumentos.
- Fletar aviones, barcos, autobuses, trenes especiales, alquiler de coches...
- Prestación de otros servicios turísticos complementarios de los anteriores.

Las agencias minoritarias son el *punto de venta* del producto al consumidor final. Lo q supone decisiones de planificación: zona geográfica, nº<sup>os</sup> totales de puntos de venta y en cada zona, localización concreta, características concretas de la agencia → *diseño del punto de venta*, q define las características referentes al local del establecimiento y el *merchandising* = empleo de métodos y técnicas de promoción para incrementar la eficacia y rentabilidad de la agencia.

#### ❖ Otros tipos de agencia

- Agencias receptoras *incoming*, reciben y atienden en destino a los turistas.
- Agencias emisoras *outgoing*, envían a clientes.
- Agencias mixtas: emisoras-receptoras
- Agencias especializadas: jóvenes, ancianos, destinos concretos...
- Agencias *in plant*, pequeñas oficinas q instalan en empresas o instituciones cuyos empleados viajan frecuentemt como parte de sus funciones laborales
  - Agencias *virtuales*, ofrecen y venden a través de Internet; incluyendo a veces el cierre y cobro.

#### ❖ Paquete turístico.

Resultado de la función de producción de las agencias, al q se fija un precio global q comprende todos los servicios. Según la UE ha de combinar: transporte, alojamiento u otro servicio q constituya parte significativa, con una estancia mínima de 24h. o 1 noche.

Fases de creación, producción y comercialización:

1. diseño del paquete
2. investigación comercial: mercado interesado, competencia...
3. desarrollo del producto: itinerario, servicios, selección de proveedores...
4. fijación del precio
5. acciones de promoción y distribución
6. formalización del viaje, reservas y cobro.
7. realización del viaje y control de calidad post-venta

El *viaje a medida* o *fortfait* es organizado y producido x la agencia pero x encargo de un cliente. El precio es siempre superior.