

Características de las Empresas Turísticas

Aunque existan diferencias en los productos y servicios que ofertan las empresas turísticas; existen ciertas similitudes en su gestión de organización y administración; por el hecho de estar laborando bajo el mismo segmento de los viajes.

Estas particularidades son las siguientes:

- **Estacionalidad**

Existen periodos de demanda que se convierten en ventajas y que deben prever y tomar en cuenta las empresas turísticas para poder ser aprovechados, como los fines de semana, los días festivos, el verano, navidad y algunas otras fechas importantes según la entidad.

- **Imposibilidad de almacenamiento**

Los productos turísticos que manejan este tipo de empresas generalmente tiene su fundamento en los servicios que deben proporcionar a los visitantes; por lo cual resulta imposible almacenarlos en temporada baja, para poder ser usados en épocas de temporada alta. Por ello siempre hay que proporcionar el servicio.

- **Elevada inversión necesaria e inflexibilidad**

En la actividad turística se deben cuidar los montos de capital invertido, al momento de querer remodelar o cambiar su estructura o infraestructura particular, considerando que este no retoma fácilmente, pues requiere de procesos de mucha producción y demanda para poder ser compensado.

Características de las Empresas Turísticas

- **Localización próxima a los recursos turísticos**

Es importante localizar la empresa turística cerca del área de aquellos recursos que sean considerados como atractivos por el visitante, a fin de que tal proximidad al atractivo, resulte en beneficio de la demanda de la empresa.

- **Importancia de los recursos humanos**

La especialización y profesionalización del personal que trabaja en la empresa a través de capacitación; ayudara a contar con empleados eficientes, con disponibilidad de servicio y atención hacia el visitante.

- **Cambios en los gustos y expectativas de los clientes**

Estar alerta a las exigencias de los clientes, sobre los agentes que pueden determinar o afectar sus conductas hacia la empresa. Problemas como inseguridad, política, salud, etc.

- **Importancia de los procesos de intermediación**

Aunque la empresa turística tenga contacto directo con la demanda de sus servicios, se deben aprovechar los enlaces de negocios que puedan surgir por las relaciones con los intermediarios, de manera que generen oportunidades de negocio para ambas partes. Considerando que también representan un punto de encuentro entre la oferta y la demanda.