

EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL ESTADO DE GUANAJUATO: LOS BED AND BREAKFAST

Lorenzo Campos Alvarado

Casa de Liza, Bed and Breakfast

Eugenio Guzmán Soria

Instituto Tecnológico de Celaya

Eugenio@itc.mx

RESUMEN

El Estado de Guanajuato es un destino cultural por excelencia, debido a que cuenta con varias ciudades coloniales, lo que atrae al turismo nacional e internacional; hecho que ha provocado la proliferación del negocio de los Bed and breakfast. Este trabajo pretende resaltar y discutir las características administrativas principales de este tipo de negocios y sus ventajas para los posibles inversionistas que son, en su gran mayoría extranjeros, muchas veces jubilados que llegan a radicar al estado.

PALABRAS CLAVE: administración turística, servicios de calidad, hospitalidad, disponibilidad.

CLASIFICACIÓN JEL: L83

INTRODUCCIÓN

“Las empresas turísticas son [sociedades](#), u [organizaciones](#) estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista” (Ruíz, 2007).

Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en:

- Empresas de transporte turístico terrestre
- Empresas de transporte turístico
- Empresas de alojamiento
- Agencias de Turismo
- Empresas turísticas de alimentación
- Bed and breakfast.

El conjunto de empresas que conforman la industria turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se

hace necesario el estudio de cada una ellas. La importancia que tienen las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista.

De acuerdo con la American Association of Alternative Lodging un *Bed and breakfast* se define como: “Tipo de facturación hotelera que incluye sólo el alojamiento y el desayuno. Alojamiento en casas de particulares que sólo ofrecen cama y desayuno. Sinónimo(s): B&B, AD, HD, ÜF Traducción: Alojamiento y desayuno” (*Ibid*).

Pero en realidad esta definición tiene un significado mucho más complejo. Se trata de una filosofía basada en la hospitalidad y la disponibilidad hacia otras personas en un clima de cordialidad, limpio y familiar.

El turismo como industria.

El turismo como industria es un fenómeno que ha venido adquiriendo una presencia creciente en la dinámica internacional. Para muchas naciones y regiones del mundo constituye una de sus actividades fundamentales, generadoras de ingreso, empleo y desarrollo. Por sus características tiene importante impacto en el resto de los sectores económicos y en las relaciones sociales tanto de los lugares donde se practica, como en los países de origen de los visitantes, que retoman portadores de nuevas experiencias y de otra visión. Sin embargo, comprender el carácter de la actividad turística y sus relaciones con el medio ambiente, permitirá una convivencia armoniosa entre naturaleza y turismo, de forma tal que no sufran alteraciones los ecosistemas donde se desarrolla esta actividad, y por consecuencia hacer frente a las necesidades turísticas presentes sin poner en riesgo la capacidad de las futuras generaciones para atender sus propias necesidades (GASTROTUR, 2007).

La industria turística, una de las ramas de la economía que durante las últimas décadas ha experimentado un desarrollo expansivo, con sorprendentes ritmos de crecimiento que superan en dinamismo a sectores con desarrollo tradicional, ha permitido adquirir cada vez mayor importancia en el ámbito mundial, pero este vertiginoso crecimiento también se encuentra amenazado por la política neoliberal.

La globalización es un fenómeno que afecta a la estructura de las sociedades, los gobiernos y las formaciones culturales. La información no tiene un único origen local y se difunde de un modo muy veloz en todo el mundo. El ocio y el turismo crecen hasta niveles insospechados, más con la tendencia a la total privatización de los negocios turísticos no es fácil para los países en vías de desarrollo controlar que se respeten los atributos de la identidad nacional pues quienes determinan qué cultura van a difundir en los destinos turísticos son los inversionistas y empresarios, nacionales y extranjeros, dueños de los hoteles y demás productos turísticos, que priorizan los beneficios ignorando las consecuencias (Lattin, 2006).

El desarrollo sustentable del turismo va indisolublemente ligado al concepto de capacidad de carga o capacidad turística o capacidad de acogida, entendiéndose como turismo sustentable a un modelo de desarrollo concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes depende (SECTURa, 2007).

Renovación del patrimonio arquitectónico con fines turísticos.

La renovación del patrimonio ha sido objeto de dos acciones específicas. La primera tenía como fin la mejora de los pueblos. ¿Se puede pretender atraer a nuevos visitantes sin mejorar la imagen física de las localidades?, ¿De qué serviría entonces invertir en alojamientos, en estructuras de animación, en campañas de promoción centradas en la calidad de la acogida o en la calidad de la vida de la población si no se atienden los espacios físicos arquitectónicos?.

Con el fin de que esta acción fuera significativa sólo fueron seleccionados aquellos municipios cuya acción respondía a los objetivos y criterios aprobados por el grupo de acción local. Estos criterios se resumen en (*Ibid*):

Calidad del patrimonio arquitectónico y religioso

Pueblos con un potencial turístico por estar ubicados en un sitio interesante y en donde se ha desarrollado por iniciativa de particulares o entidades locales, la capacidad de alojamiento (pueblos de veraneo, casa rurales, casas de huéspedes, etc.).

Organización de un proyecto global de ordenación en el seno de las comisiones locales formadas por representantes políticos, agentes socioeconómicos locales y la población.

Esta acción ha aportado soluciones tanto a nivel de patrimonio arquitectónico abandonado (se ha fomentado la construcción de viviendas de alquiler o la relocalización de actividades comerciales o servicios a la población) como a nivel de la mejora de la imagen (ocultamiento de las líneas eléctricas, utilización de materiales tradicionales, integración del mobiliario urbano, establecimiento de señalizaciones bilingües, embellecimiento de los pueblos con trabajos de jardinería, etc).

Desarrollo turístico y conservación de los paisajes.

Esta acción es más transversal y, tiene que ver con el pequeño patrimonio rural desprotegido (calvarios, hornos de pan, fuentes o lavaderos), que es objeto de labores de renovación y valorización.

Este pequeño patrimonio forma parte de la memoria colectiva y es parte integrante del paisaje. Su renovación ha permitido crear senderos temáticos. Por ejemplo el "Sendero de los Pizarreros" de Caroul, un recorrido circular de tres horas que atraviesa paisajes variados: bosques frondosos, rocas de pizarra que rodean el lago Guerlédan. La renovación de dos talleres de canteros permite reconstruir el pasado industrial del lugar, de la época en la que se extraía la pizarra (*Ibid*).

La experiencia llevada a cabo en el marco de este programa en el centro oeste de Bretaña ha destacado por los efectos positivos que ha introducido en las dinámicas sociales y en el desarrollo, ha aumentado la vida asociativa y se asiste a la instalación de jóvenes familias en los pueblos renovados.

El papel de la gestión tecnológica en la sostenibilidad turística

Las tecnologías, y en particular la Tecnologías de la Información y de las Telecomunicaciones (TIC), se convierten en instrumentos esenciales para que el sector turístico mejore su eficiencia y aumente su competitividad dado el carácter intensivo de la actividad turística. No obstante, la aplicación tecnológica que requiere una adecuada gestión del patrimonio no sólo consiste en la utilización de las TICs, sino de todas las tecnologías que

favorezcan la sostenibilidad de los recursos patrimoniales (SECTURb, 2007).

Las nuevas tecnologías y su aplicación al sector turístico han provocado la aparición del concepto de reingeniería de la industria turística, al poder ser utilizadas para reestructurar los procesos turísticos, de modo que se consiga aumentar la satisfacción del cliente y la productividad de la empresa turística.

La tecnología juega los siguientes papeles:

- Creadora de la actividad turística.
- Mejoradora de la experiencia turística.
- Protectora de la actividad turística.
- Herramienta de la industria turística

A la que podemos añadir el papel de la tecnología como adaptadora de la actividad turística a las nuevas pautas de la demanda.

Figura 1. Casa de Liza en San Miguel de Allende.



Fuente: Tomada de www.casaliza.com, Marzo 2007.

Los Bed and breakfast.

En su nivel más básico, un Bed & Breakfast es una casa especialmente acondicionada o un hotel pequeño, en donde podrá pasar la noche y disfrutar a la mañana siguiente de un desayuno completo por un precio mucho más módico que el de un hotel.

Los Bed and breakfast comenzaron a florecer a principios de la década de los ochentas, pero hoy en día se cuentan por miles alrededor de todo el mundo especialmente en ciudades coloniales y culturales como el Estado de Guanajuato. Esto es así en gran parte porque son servicios turísticos que proporcionan una atmósfera de calidez y familiaridad, donde se puede entrar en contacto sin problemas con sus dueños y con un gran número de otros huéspedes, algo que los hoteles tradicionales simplemente no pueden ofrecer.

En efecto, la mayoría de los Bed and breakfast son administrados y atendidos por sus propios dueños, quienes a menudo viven en el mismo local. Y es por esto que es natural esperar que los posaderos que viven en sus propias posadas, tengan una perspectiva diferente del trabajo y la atención que alguien que trabaja detrás de la recepción del hotel a cambio de un salario, y sólo espera que llegue la hora de marcharse a su casa para olvidarse del trabajo.

En los Bed and breakfast los "clientes" son verdaderamente considerados huéspedes, y sus responsables se esfuerzan mucho en demostrarlo, por ejemplo ayudándoles enérgica y agradablemente a encontrar el mejor restaurante del pueblo, el lugar más romántico del parque, la mejor casa de artesanías, y mucho más.

La mayoría de estos Bed and breakfast mantienen su negocio gracias a las recomendaciones boca a boca de los clientes que allí se hospedaron.

Por su parte, los desayunos, que se incluyen generalmente en el costo de la habitación, tienden a ser simples o completos dependiendo del lugar. Asimismo, los Bed and breakfast suelen tener menor cantidad de habitaciones que la mayoría de los hoteles, y a menudo se localizan en viejas propiedades recicladas y convertidas en hoteles.

CONCLUSIONES

Las empresas de la categoría especial Bed and breakfast que se instalen en el estado de Guanajuato, ubicando a este mismo como un destino 100% cultural deben buscar operar bajo el siguiente esquema:

Contar con un sistema de mejora continua en todos sus procesos para mantener un estándar adecuado de calidad en el servicio que se preste al cliente. Sin duda todo cliente que busca hospedarse en este tipo de empresa de servicio turístico tiene en mente encontrar una calidad suprema en los servicios que utilice dentro del establecimiento.

La atención al cliente, la rapidez de respuesta y el énfasis en el servicio al cliente deben de ser los valores fundamentales para la operación diaria de este tipo de empresas turísticas. La atención personalizada dará la sensación de importancia y de estar en casa. Y sin duda el cliente buscará ser el ingrediente principal en la convivencia durante su estancia en este tipo de negocios, al querer a su manera la atención en todos y cada uno de los servicios de hotel que solicite.

El personal del bed and breakfast debe ser bilingüe puesto que en su mayoría los visitantes son extranjeros, para mantener una buena relación con ellos y para poder prestar el servicio más adecuadamente se necesita tener una buena comunicación en su idioma o en el idioma universal.

El costo que el cliente está dispuesto a pagar por el servicio personalizado es alto y esto debe ser bien considerado por los dueños y administradores de los bed and breakfast para manejar de manera inequívoca las solicitudes que el cliente realice durante el periodo de visita.

Los alimentos utilizados para la prestación del servicio deberán ser de primera calidad, adquiridos en lugares donde manejen productos orgánicos y donde la limpieza sea la más idónea para el manejo de los mismos. El cliente de los bed and breakfast preferirá productos naturales, frescos y de temporada. Lo que se puede presentar como una ventaja competitiva del negocio para la prestación del servicio.

El acceso a los medios de comunicación y multimedia son otro factor que los dueños y administradores no pueden perder de vista, puesto que el visitante de los bed and breakfast por lo general está familiarizado con el uso de la tecnología, tal como Internet inalámbrico, servicios online, cámaras digitales, celulares e Ipods. Por tanto buscará en la instalación el acceso gratuito a los mismos.

El servicio de traslado a los diferentes sitios de interés del destino deberá ser proporcionado por los dueños de estos negocios o por empresas con las cuales e tengan convenios y sean reconocidas, en el medio, por su calidad en la prestación de servicio de transporte; que cuenten con los permisos adecuados y con los seguros de responsabilidad civil actualizados.

Los servicios adicionales tales como el de valet parking, niñeras, guías y servicio de cuidado para mascotas, deberá ser proporcionado por el negocio, o por empresas de calidad que se dediquen a la prestación de estos servicios, que cuenten con los medios para hacerlo y con los permisos necesarios.

El SPA y todo lo que conlleva el hacer uso de éste, está a cargo del Bed and breakfast como una unidad de negocio más. La cual debe de operar en función del cliente con productos de primer nivel y con el personal calificado que se necesite. Buscando la manera de proveer al cliente un ambiente de paz y armonía para su descanso personal.

El personal encargado de las relaciones públicas deberá mantenerse al día en cuento a lugares para recomendar que cubran las expectativas de los clientes, así como lugares de esparcimiento, recreación y alimentos alternos al Bed and breakfast. Lugares para cursos de cocina, lectura, pintura, fotografía, acuarela, vitrales, dibujo a lápiz y gimnasios en caso de no tenerlos dentro del mismo negocio.

La ubicación del lugar deberá ser estratégica cerca o dentro de un atractivo turístico principal para llamar la atención del cliente a quien esté enfocado, específicamente en los destinos culturales, es de suma importancia estar en zonas históricas, pintorescas o donde se impartan actividades culturales.

La limpieza deberá ser extrema en todas las áreas, tanto interiores como exteriores principalmente en habitaciones, lobby, áreas comunes, jardines, patios, calle, techos y estacionamiento; el señalamiento de las diferentes áreas deberá ser acorde con el concepto del Bed and breakfast, sin perder los lineamientos de protección civil.

Los jardines y estacionamientos deberán contar con los controles de operación necesarios y con las medidas de emergencia que cita protección civil, se debe de manejar los señalamientos adecuados e informar a los clientes a donde acudir en caso de

una emergencia. De ser posible mantener contacto con un prestador de servicios médicos para manejar un accidente.

Las mascotas que se pretenda tener en el Bed and breakfast deben de estar lo más higiénicamente posible, puesto que existen clientes que en definitiva no le gustan los animales, o en caso de traer su propia mascota buscará que no se contagie de una plaga o enfermedad.

REFERENCIAS

- GASTROTUR. 2007. Actualidades: La actividad turística en México. Revista: GASTROTUR de México. No. 294. Año XXIV. 38 p.
- Lattin, G. W. 2006. Administración moderna de hoteles y moteles. Ed. Trillas. pp 65.
- Ruíz, L. Febrero 2007. Los tipos de turismo y sus repercusiones. Revista: Alta Hotelería. No. 78. pp. 65.
- SECTURa (Secretaría de Turismo). Febrero 2007. El turismo sustentable. Boletín 64.
<http://www.sectur.gob.mx/pubbyrep/2007/hec/2007/m02/hec022007.pdf>
- SECTUR (Secretaría de Turismo). Marzo 2007. Turismo sustentable en México. Boletín 67.
<http://datatur.sectur.gob.mx/pubbyrep/hec/2006/m11/hec112006.pdf>