

1.2

Categoría

Nuevos enfoques y nichos de negocio

Herramienta

Diseño de ofertas para el turismo nacional



Descripción

En la actual coyuntura de pandemia, el turista nacional ha cobrado una nueva relevancia al convertirse, aunque de forma temporal, en el cliente principal de muchos establecimientos hoteleros.

Familias, parejas, grupos de amigos, profesionales independientes e, incluso, residentes extranjeros, contribuyen para mantener a flote las operaciones de hoteles que normalmente se dedican al turista internacional.

Período de aplicación

- ✓ Supervivencia
- ✓ Recuperación

Beneficios

Captar al cliente nacional aporta beneficios económicos y sociales relevantes a los hoteles, incluyendo:

- ✓ Subsana, al menos en parte, la disminución del turismo internacional
- ✓ Incrementar las ventas
- ✓ Aumentar el tiempo de estadía y el gasto diario
- ✓ Reducir costos fijos
- ✓ Mantener, hasta donde sea posible, su planilla

Elaborado por



Financiado por



Se proponen algunas estrategias centradas en el lanzamiento de ofertas turísticas atractivas para clientes nacionales. Cada hotel podrá adaptarlas de acuerdo con sus intereses particulares y con la vocación del destino en el que se ubica:



Ofertas para estadías largas: ofrecer servicios coherentes con el contexto actual de pandemia en términos de costos, bioseguridad, etc. Por ejemplo, ofrecer estadías largas para familias, parejas o profesionales independientes, que busquen alternar el descanso con actividades de estudio y trabajo en línea. Las estrategias recomendadas incluyen: 1) Acceso a wi-fi con señal óptima; 2) Tarifas especiales para períodos más largos (Reserva 5 días y te obsequiamos 2); 3) Desayuno incluido, café gratis todo el día, precios de alimentación adecuados al presupuesto familiar; 4) Áreas recreativas bioseguras para niños, servicios pet-friendly (herramienta CH 1.3), y otros.



Paquetes especiales con experiencias: aportar un valor agregado y seguro al promocionar atractivos y servicios turísticos cercanos, preferiblemente actividades de aventura al aire libre, como el ecoturismo y el agroturismo. Estas deben practicarse en burbuja social, manteniendo el mínimo contacto físico con guías y otros operadores. Se recomienda establecer alianzas comerciales con operadores locales responsables y de buena reputación, que cumplan con los lineamientos de las autoridades. Ideal conformar una red de empresas comprometidas con el fomento de la bioseguridad, evitar contagios de COVID-19 y cuidar conjuntamente a sus clientes.



Deportes al aire libre: a pesar de que las actividades deportivas con público están prohibidas actualmente por la restricción sanitaria, es posible practicar ciertos deportes que no demandan mucho encuentro físico, como el ciclismo, siempre que se respete el debido distanciamiento. Se recomienda explorar una posible alianza con tiendas deportivas, que puedan atraer a los clientes y ofrecer un paquete especial de hospedaje (3 días/2 noches) con un recorrido seguro para la práctica casual y no competitiva del ciclismo, refrigerios, traslado de la bicicleta, o alguna actividad especial de naturaleza o aventura.



Alianzas con establecimientos gastronómicos responsables: para aquellos huéspedes que deseen explorar alternativas de restaurantes fuera del hotel, es ideal identificar y recomendar restaurantes que cumplan con los protocolos de bioseguridad.



Experiencias agro-gastronómicas sostenibles y saludables con lineamientos COVID-19: el hotel, o alguna finca aliada en la zona que implemente prácticas sostenibles, puede servir de escenario para estas actividades. Algunas ideas: cata a ciegas de flores comestibles, menú degustación con maridaje de vinos, conversatorio sobre alimentación sana y creativa, agricultura sostenible, y otros temas (para apoyo profesional al respecto, ver contactos).



Costos

La implementación de ofertas para el turista nacional podría requerir inversiones básicas, como la revisión y ampliación del servicio de wi-fi y otros costos asociados al valor agregado.

Para evaluar los costos de promoción de estas ofertas, se recomienda ver las herramientas de comunicación y mercadeo.

Fuentes

Para el diseño de experiencias, podría ser de utilidad revisar la oferta nacional de actividades descrita en la página del Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

[Vamos a turistar \(ICT\)](#)

Donante del Programa de Asistencia Técnica:



Federal Ministry for Economic Cooperation and Development

Contacto:

www.ecobusiness.fund
info@ecobusinessfund.com

Finance in Motion (Asesor del Fondo)

Avenida Calle 72 No. 6-30
Bogotá, Colombia

eco.business Fund S.A, SICAV-SIF
31 Z.A. Bourmicht
8070 Bertrange, Luxembourg