Estudios e investigaciones: Grupo de Investigación Hotelería

Aproximación al uso de SISTEMAS de FIDELIZACIÓN en el sector hotelero

Desde los inicios de la actividad turística, la satisfacción y la fidelización de la clientela se han situado entre los principales objetivos estratégicos de cualquier organización. Nadie pone en duda la importancia de conocer perfectamente a la clientela, especialmente desde la vertiente más personal (las motivaciones, preferencias, hábitos, costumbres, incidencias...), cosa que provoca que este aspecto se convierta en uno de los factores más importantes y diferenciales de nuestra industria en relación con la creación de experiencias únicas, personales y memorables.

Durante años, el sector hotelero ha generado información muy valiosa relacionada con sus huéspedes (preferencias, hábitos, costumbres, incidencias...). Actualmente, el reto ya no es la gestión de esta información, sino el hecho de transformarla en productos y servicios personalizados que se anticipen a las necesidades del huésped, una de las mejores estrategias de servicio que, por desgracia, pocas organizaciones contemplan. Gracias al uso de estos sistemas, los procedimientos de las organizaciones pueden redirigirse o reorientar hacia una gestión integral operativa y comercial personalizada que represente un valor añadido único para todas las partes.

Hasta la fecha, son muchos los autores que han tratado el tema de la aplicación de sistemas de fidelización desde diferentes vertientes, especialmente aplicados a otros sectores. El proyecto del Grupo de Investigación Hotelería del CETT, realizado en colaboración con los alumnos Irene Aldana, Cristina Birba y Ana Fernández del Grado de Turismo en la mención de Hotelería, inicia una nueva línea de investigación centrada en el uso del *Business Intelligence* vinculado a la gestión integral de las experiencias turísticas.

El estudio se ha llevado a cabo con el objetivo de lograr un compendio inicial de referencias y conceptos sobre los sistemas de fidelización, y una aproximación a la opinión y a la perspectiva de los diferentes perfiles profesionales y expertos sobre su aplicabilidad en el sector hotelero. Los resultados se han obtenido a partir de una metodología fundamentalmente analítica descriptiva, lo que ha permitido recopilar la información de una forma objetiva a través de la selección de más de 200 referencias bibliográficas, entre artículos académicos y otros documentos objeto de estudio. La visión más académica de los conceptos se ha completado con la aportación de expertos académicos y de directivos del sector, mediante la técnica cualitativa estructurada de la entrevista en profundidad.

Los principales resultados obtenidos ponen de relieve que los profesionales hoteleros y los expertos académicos coinciden a la hora de considerar como factor clave de la fidelización de la clientela la selección y la formación del personal, la motivación del equipo humano, la implementación de sistemas de calidad y la inversión tecnológica como herramienta para facilitar la personalización del servicio. En la mayoría de los casos, la aplicación de los sistemas de fidelización en el sector hotelero se basa en el uso de un programa, CRM o Customer Relationship Management System, sistema que apoya la actuación de los miembros del equipo. Este sistema aporta información especializada, personalizada y efectiva sobre el cliente, obtenida a través de la observación y la participación activa de todos los recursos de la organización durante estancias anteriores. Su función básica es recopilar información, con la intención de conocer mejor al cliente y poder personalizar sus estancias.

Del estudio se extrae que los sistemas de fidelización precisan de una mayor investigación y desarrollo, y del diseño de un modelo de políticas de actuación, implantación, gestión integral y mejora para aprovechar al máximo su potencial y garantizar su éxito. Será interesante estudiar el grado de satisfacción de los huéspedes respecto al uso de estos sistemas, analizar la implantación y el diseño de un modelo de aplicación en el sector hotelero, y valorar su posible extrapolación a otros sectores. Por otro lado, el estudio permite potenciar las líneas de colaboración con las organizaciones turísticas para demostrar el potencial de estos sistemas en el ámbito de la gestión de los destinos turísticos. Finalmente, la continuidad de esta línea de trabajo permitirá profundizar en la investigación, así como potenciar la transferencia del conocimiento experto en el sector. ■

Núria Louzao. *Profesora e Investigadora del GIH y coordinadora del Máster de Dirección Hotelera y de Restauración*