NUEVAS TENDENCIAS EN TURISMO: HOTELES ESPECIALIZADOS PARA MUJERES

Andrea Vélez Días

Luiz Fernando de Souza

RESUMEN: El presente resumen pretende mostrar una nueva tendencia en turismo que presenta hoteles especializados para mujeres. La diferencia de género conduce a una serie de cuestiones para entender el por qué de esta innovación y de qué forma ha venido ganando fuerza en el panorama turístico actual. Con una investigación exclusivamente bibliográfica es concluido que las preferencias y gustos del género femenino permiten la proyección de productos especializados que cambian el escenario de la hotelería actual.

Palavras-chave: Hoteleria; Mujeres; Tendencia; Inovaciones.

RESUMO: O presente resumo pretende mostrar uma nova tendência em turismo que apresenta hotéis especializados para mulheres. A diferença de gênero conduz a uma série de questões para entender o por quê de esta inovação e de que forma tem ganhado força no panorama turístico atual. Com uma pesquisa exclusivamente bibliográfica é concluído que as preferências e gostos do gênero feminino permitem a projeção de produtos especializados que mudam o cenário da hotelaria atual.

INTRODUCCIÓN

La actividad turística es inherentemente dinámica, sufre adaptaciones y cambios constantes; las innovaciones son tenidas como algo esencial para el desenvolvimiento competente del mercado, donde la oferta visa atender las necesidades de la demanda.

Es el caso de la hotelería, la cual se amolda de forma que pueda acompañar las exigencias del huésped real y potencial, surgiendo a cada día nuevas ideas que pretenden revolucionar el ramo hotelero. Actualmente el confort y la tecnología no sorprenden más como antes, por lo que corresponde al servicio y a la originalidad, el trabajo de cautivar la atención y generar fidelización en los clientes.

Este resumen busca analizar específicamente la nueva tendencia de los hoteles especializados para mujeres. Esta nueva iniciativa surgió hace poco tiempo y con diferentes características, todos ellos buscan atender las necesidades del público femenino y las exigencias específicas de este género.

METODOLOGÍA

La metodologia utilizada fue la documental, basandose en la bibliografia relacionada a temas de hoteleria y genero. Siendo una nueva tendencia y origen de investigación existe un poco de dificultad para encontrar informaciones especificas sobre el asunto, por esto, fuentes de internet como blogs contribuyeron a generar la base para esta investigación.

RESULTADOS E DISCUSIONES

El turismo esta empezando a preocuparse con la cuestion de generos recientemente, el estudio cientifico a este respecto es precario y abre la oportunidad a nuevas discuciones referentes a como el sexo femenino vivencía la practica de la actividad turistica diferente del sexo masculino. Existen algunos estudios más aprofundados sobre las mujeres que trabajan en esta actividad, contrario de las que se benefician de la misma.

Independientemente de la falta de fundamentacion teorica, las empresas estan en constante conocimiento de su publico alvo para desenvolver productos afines a sus gustos y preferencias. En la hoteleria, la especialización en huespedes mujeres apunta a satisfacer algunas exigencias que son propias a su genero, por ejemplo detalles como proporcionar um kit de maquillaje o hasta un sistema de seguridad mas sofisticado.

Segun el estudio relizado por ....., hombres y mujeres califican de forma diferente algunos productos, servicios, infraestructura y actividades dando prioridades divergentes entre los dos generos

> Todas estas variables han sido mucho mejor valoradas por las mujeres que por los hombres. En consecuencia, la mayor parte de las preferencias diferenciales existentes entre hombres y mujeres tienen que ver bastante con servicios e instalaciones del hotel y poco con las características de la habitación en la que se alojan, pues tan sólo la existencia de jacuzzi o la colocación de un espejo en el tocador supone diferencias importantes de valoración entre ambos géneros.

Con esto es posible entender que apenas detalles pueden cambiar la vision de una mujer frente a un producto ofrecido.

Esta tendencia es conocida originalmente como *Women Only* que significa "solo mujeres". Surgio como respuesta a la grande demanda de mujeres en el sector hotelero y envuelve el ambiente economico y cultural que representa a las mujeres en el mundo. La población mundial esta compuesta por ligeramente más mujeres que hombres segun datos recogidos por la Oficina del Censo estadounidense; sin proporcionar un mayor valor a las mujeres, debe ser conciderado como es importante el estudio de este nicho del mercado hotelero.

Visando la rentabilidad de un establecimiento este deberá adaptarse a lo que mejor convenga a su cliente, en este caso las huespedes del genero femenino estan marcando una pauta en el mercado abriendo puertas a nuevas inovaciones e ideas para ocupar un lugar mas "adecuado" a sus gustos, expectativas y necesidades.

CONSIDERACIONES FINALES

La investigacion al respecto de la diferencia de los generos en la practica de turismo es algo nuevo que merece la atencion de interesados en generar conocimiento cientifico de la mano de otras ciencias que tengan interes en proporcionar conocimiento a esta iniciativa.

Todos los sectores del turismo deben evaluar la posicion frente a un publico creciente y exigente que trae grande parte del retorno economico a sus emprendimiento. Por lo anterior es importante resaltar la valentia de los hoteles especializados para mujeres que estan indo en la vanguardia en la valorizacion de este nicho de la demanda actual mundial.

REFERÊNCIAS

Población de Hombres ya Igualó la de Mujeres en el Mundo. Disponible en: <http://m.eltiempo.com/economia/internacional/poblacion-de-hombres-ya-igualo-la-de-mujeres-en-el-mundo/8749142/1>. Acceso en: 07 maio 2014.

RAMOS, Vicente. REY-MAQUIEIRA, Javier. TUGORES, María. **Análisis Empírico de Discriminación por Razón de Género en una Economía Especializada en Turismo.** Annals of Tourism Research en Español Vol. 4 No. 1 págs. 239-258, 2002.