
Avanza Gaviota en la comercialización de sus servicios turísticos

Por: Livhy Barceló Vázquez / Radio Rebelde
14/07/2020



La cadena hotelera Gaviota, como parte de la industria turística en el país, adopta un riguroso protocolo de actuación en cada una de sus instalaciones basados en los principios de higienización y distanciamiento físico.

Los hoteles recién reabiertos por el grupo Gaviota y el resto de sus servicios han sido previamente certificados por el Ministerio de Salud Pública y Ministerio de Turismo. El aval constata la implementación de todos los protocolos establecidos, desde la preparación logística en cada una de las áreas y actividades hasta la capacitación del personal que trabajará bajo las condiciones actuales.

El vicepresidente de mercadotecnia, Frank País Oltuski, destaca que aun cuando las instalaciones hoteleras son la columna vertebral del grupo, se ha trabajado con otras empresas como la agencia de viajes Gaviota Tours para establecer protocolos con vista a desarrollar excursiones más seguras, “estas medidas también se han implementado en nuestros ómnibus. Hoy contamos con todas las condiciones para la desinfección de pies y manos y en el caso de los autos de renta está previsto la higienización de las llaves y el interior de los vehículos, así como en las embarcaciones”.

Las ofertas turísticas de Gaviota dirigidas a satisfacer la demanda del mercado interno han sido bien acogidas por los vacacionistas y los niveles de ocupación han estado de acuerdo a lo planificado. El directivo de Gaviota señaló que desde su reapertura el hotel “Sol Rio de Luna y Mares” en Holguín contabiliza muy buenos resultados y agregó que en varias ocasiones se han tenido que detener las ventas por problemas de capacidad.

“Se abrió el hotel Porto Santo en Baracoa, la Villa Pinares de Mayarí en Holguín, Villa Gaviota Santiago, todo el Complejo Turístico Topes de Collantes - Gaviota Turismo con una excelente acogida por parte de los visitantes. Ya están abiertas todas las excursiones, se pueden ir a todos los senderos, se pueden alquilar las casitas de Villa Calle Codorniz, las habitaciones de Los Helechos. También abrimos el hotel Memories Varadero, de los más reconocidos para el mercado interno”, expresó Oltuski quien además reafirmó que según crezca la demanda se

irán reabriendo otras instalaciones”.

Según publicó recientemente la página de Facebook Gaviota _Grupo de Turismo el 13 de julio entrará en operaciones el Hotel Playa Vista Azul, ubicado en el balneario de Varadero, donde los vacacionistas reservarán a través de la agencia Gaviota Tours. Igualmente, el sitio informó que a partir del próximo 15 de julio las compras en los burós de turismo se podrán hacer a través de la plataforma EnZona.

Oltuski subraya que en naciones como Canadá, Rusia y el resto de los países europeos, se mantienen las restricciones para viajar a partir del impacto de la COVID-19 y ratifica que Gaviota, junto a las otras cadenas hoteleras, está preparada para recibir a los turistas extranjeros que decidan visitar la Isla:

“Queremos comunicarle al mundo que Cuba tiene controlada la pandemia, que contamos con protocolos muy estrictos de seguridad y que una vez arriben a la Isla los visitantes extranjeros se le hará una prueba PCR en tiempo real para la detección temprana del virus. Eso no lo ha hecho ningún otro país y creo que nos va a distinguir”.

La estrategia comercial estuvo enfocada desde los inicios de la pandemia en mantener un estrecho vínculo con sus clientes, haciéndoles saber en cada uno de sus mensajes cuanto trabaja Gaviota por restablecer sus servicios con la calidad requerida. Durante el período de la pandemia se realizaron clases de coctelería, de cocina cubana, de ejercicios físico todas a través de la red con el objetivo de mantener activa la comunicación con los principales clientes.

En el llamado Back To Holidays, De vuelta a las Vacaciones, Gaviota muestra que sus instalaciones hoteleras están listas para acoger a los visitantes, con condiciones óptimas, protocolos bien establecidos y un personal altamente calificado, “todo está planificado y organizado para mantener las condiciones de la nueva normalidad y combatir en todo lo posible la pandemia”, indicó Frank País Oltuski.

Como parte de la campaña de comunicación y una vez recibidos los clientes nacionales e internacionales, se decidió transparentar sus experiencias en las redes sociales con vistas a multiplicar las vivencias y mostrar con elementos reales las impresiones adquiridas por los viajeros durante su estadía en los hoteles de Gaviota.

“Ya tenemos las primeras fotos de los clientes que visitaron el hotel Sol Río de Luna y Mares, el Memories Varadero, fotos de las excursiones de Topes de Collantes y comenzamos a entrevistar a los clientes y ponerlos en la web. Es increíble la buena comunicación que hemos mantenido con nuestros clientes. Muchos mandan videos desde sus casas a los hoteles y hemos podido apreciar que existen casas que tienen montado un rincón cubano, algunos incluso se ha tatuado el nombre de alguno de nuestros hoteles”, ilustró el directivo de turismo.

Otras de las iniciativas fue la creación del grupo de Facebook Soñar un Destino, que ya cuenta con más de 20 mil seguidores en todo el mundo y que registra como promedio 300 publicaciones diarias, un alto por ciento de interacciones y presencia en 99 países con mayor alcance en Canadá, Estados Unidos, España, México, Reino Unido, Argentina, Brasil, Rusia, Italia y República Dominicana.