

Respuestas Turismo de Cruceros

4ª Edición Tallertur 2019

La cantidad de posibilidades de trabajo es tan amplia que es normal tener incertidumbres. Siempre es difícil elegir y no equivocarse, por lo tanto, el objetivo de Tallertur es que los estudiantes puedan recoger información de profesionales con distintos perfiles en el ámbito turístico que acaban con el tópico de que los estudiantes del Turismo solo acaban de guías turísticos.

El primer taller trataba del Turismo de Cruceros donde Susana Domenech y Luis Currás respondieron amablemente a todas las incertidumbres de los estudiantes.

1. ¿Qué formación realizasteis posterior al grado?

Susana comentaba que en aquel momento no había masters y si alguien quería realizar uno habría que realizarlo en los EEUU.

Ambos, tanto Susana como Luis han ido realizando cursos constantemente en función del puesto que desempeñaban: gestión de equipos, gestión del tiempo, cursos relacionados con las nuevas tecnologías, cómo solucionar una crisis... Y aún siguen realizándolos.

2. ¿Por qué puesto de empleo podrías empezar para incorporarnos en el mundo de los cruceros?

Susana recomienda empezar por cualquier puesto pues, lo más importante, es entrar en el mundo laboral. En el caso de los cruceros, primero es necesario prepararse, encontrar ofertas de cruceros y entrar en cualquier departamento: marketing, ventas, on board...

Luis insiste en la gran oferta de ocio que hay en los barcos, pues en ellas podemos encontrar una piscina de olas, tirolinas, oferta gastronómica, spas, pistas sobre hielo, de fútbol, de baloncesto, gimnasio...

3. ¿Qué nos recomendarías en relación con los masters?

Susana dice que hay una gran cantidad de masters y que se podrían hacer todos los del mundo, cuanto más preparados, mejor. Pero, recalca que, no por estar preparados vamos a encontrar trabajo tan fácilmente.

Recomienda hacer prácticas, aunque no paguen con dinero, pues ya pagan con el conocimiento y el tiempo que te ofrecen. Domenech recalca "TIME IS MONEY" y, sobre todo, que tenemos que luchar por lo que queremos. Ella misma, cuando terminó la carrera a los 20 años, quiso irse a trabajar a Miami con su amiga, Pilar, para lo cual, tuvieron que esforzarse mucho para localizar contactos, hasta que se encontraron con Ocean Front.

Luis, por su parte, recomienda iniciarse en el mundo laboral YA. En su empresa, tiene a dos personas en prácticas. Hay que combinar los estudios y las prácticas. Según Currás, es muy importante ser proactivos.

4. ¿Qué métodos habéis empleado para diferenciar a vuestra empresa?

Luis responde que la diferenciación es crucial. En su caso, Tripula dispone de una buena cartera de clientes pues crean experiencias singulares, tanto a particulares como a empresas, que otras agencias de viaje tradicionales no ofrecen. Elaboran mucho producto propio.

Sin embargo, el caso de Susana es distinto pues no hablamos de diferenciación de empresas sino de empleados. Ella nos cuenta que en las multinacionales también hay despidos y lo que la ha hecho distinta a los demás ha sido la pasión que tiene por su trabajo, su creatividad y, lo más importante, su disponibilidad.

5. ¿Es mejor trabajar en una empresa multinacional o en otra más pequeña y no tan conocida?

Susana defendió que una empresa, por ser pequeña, no quiere decir que no sea buena por lo que, hay que elegir aquella que te ofrezca el puesto que más te gusta o que te permita desarrollarte. Lo importante no es si la empresa es conocida o no, sino aprender dentro de ella. Puso de ejemplo Amazon y Facebook pues ambas nacieron y nadie las conocía en su momento.

6. ¿Cuál es el futuro del turismo de cruceros?

Luis nos contó que 2 de 10 personas en España conoce el turismo de cruceros, por lo que hay margen y todavía se puede hacer más extensa esta actividad. Y tanto Susana como Luis coinciden en que el mundo del crucero, en nuestro país, va a seguir creciendo, según ellos, “a pasos de gigante”. Además, Luis defiende que es un producto que se puede combinar perfectamente con otras actividades turísticas.

7. ¿Qué estrategias has llevado a cabo para que haya más demanda de viajes de cruceros? ¿Habéis ofrecido descuentos?

Luis opina que la comunicación es fundamental y él se mantiene muy activo por las redes sociales por las que los clientes le hacen demandas, sobre todo por WhatsApp, una herramienta muy eficaz y rápida.

Susana defiende que lo realmente importante es que te conozcan por lo bueno que eres y no por lo barato que cuestan tus experiencias. Ni Tripula ni Royal Caribbean ofrecen descuentos, de hecho, Domenech recalca que existe un refrán alemán que significa “solo, no comprar, es barato”.

8. A parte de idiomas y proactividad ¿Qué otras cualidades nos recomendáis?

Luis nos cuenta que algo esencial es la iniciativa. Nos dio, además, el ejemplo de un chico en prácticas en su empresa quién se ofreció voluntario para realizar ciertas tareas, a pesar de que no formaran parte de su trabajo.

Además, recalca que se valora mucho cuando un empleado no espera a que el jefe le mande hacer algo y al igual que levantar la mano cuando uno no lo espera.

Susana nos habla de su experiencia, cuando, después de 4 años como guía local, su jefe la hizo responsable de los guías y autobuses. Fue entonces, cuando de madrugada, la llamaron por un problema que hubo un problema con un autobús repleto de gente enfadada, 50 personas específicamente, a 50°C. En esa misma madrugada, Susana pudo resolver el problema. Sin embargo, a las 7 de ese mismo día, fue a hablar con su jefe y quiso dimitir, a lo que él le respondió que nunca la reñiría por tomar una decisión equivocada sino por no tomarla y bloquearse, entonces, la despediría. Susana nos dice “Hay que ser activos y formar parte de un equipo. Así es como hacer crecer a la empresa y despegar.”

9. ¿Te resulto difícil cambiar de repente de puesto de cliente a responsable?

Susana responde que se trata de evolución. Ella nunca ha sido despedida, sino que encontraba otro puesto. Dejaba un empleo estándar para conocer a más gente y aprender más aún.

10. En un sector en auge con mucha potencia y mucho impacto, ¿qué medidas se toman?

Susana defiende que, Royal Caribbean, lleva a cabo el Programa Save The Waves en el cual se lleva a cabo diferentes estrategias medioambientales. Ella misma nos cuenta que, en ello, es pionero pues es su medio.

11. De todos los empleos que habéis tenido ¿cuál os ha ayudado a aprender y os ha marcado?

Luis dice que cada uno tiene su huella dentro de uno mismo. En su caso, su primer empleo fue en lo que era antes la Agencia de Bancaja. Para él, fue un ambiente excepcional y tiene un buen recuerdo de aquel trabajo. Sin embargo, en cuanto a disfrute, según Currás, el mejor trabajo es el que tiene en la actualidad pues lo hacen con pasión y con lo que le gusta.

Susana nos comentaba que cada uno tiene un trabajo que le marca y con el que está feliz. Ella, por ejemplo, tuvo la oportunidad de tener un contrato indefinido en Europa Travel, en la calle de La Paz en el departamento de congresos. No obstante, ella quería estar en la oficina de congresos. Así que dejó el empleo mientras que, sus compañeras, continúan allí a día de hoy y son felices.

Susana nos dice “Equivocarte, por supuesto, cientos de veces, pero por dejarte un empleo no pasa nada. No hagáis un drama cuando te equivocas en algo porque no ocurre nada.”

12. Se escuchan muchas críticas respecto a lo que hacen o no los cruceristas una vez llegan a un territorio. Nos interesa saber el comportamiento de los cruceristas en tierra y a quién beneficia realmente esta práctica turística.

Susana nos cuenta que depende mucho de las actuaciones del mismo territorio ante la llegada de estos turistas. Un ejemplo muy importante es Cartagena, ciudad que ha ofrecido atraque gratuito desde el primer momento y proporcionado facilidades: desde Wi-Fi gratuito para que se puedan comunicar los turistas hasta clases de inglés a todos los comercios de la ciudad para que los cruceristas hagan shopping y puedan tener una experiencia cómoda y satisfactoria.

Sin embargo, Valencia ha tardado 7 años en darse cuenta de esto. En esta ciudad, entre otras cosas, los cruceristas se encontraban todas las tiendas cerradas un domingo. Del mismo modo, el puerto necesita una terminal de cruceros, instalaciones... Estamos hablando de políticas públicas.

También depende mucho del tipo de pasajero que van en el barco: el que va en la ciudad y va a consumir. Si solo quiere playa y sol, no va a consumir nada. Si es un pasajero que ha embarcado en Barcelona o Roma, tiene una inquietud cultural y va a gastar en la ciudad.

13. En un crucero ¿qué departamentos hay?

Susana nos cuenta que se pueden realizar prácticas en el departamento de marketing, redes sociales, contratación... Estas no se pueden realizar a bordo.

El barco es como una pequeña ciudad. Domenech nos asegura que cualquier persona con una carrera, titulación o grado puede trabajar en un barco. Ya sea de ingeniería, medicina, hotelería, limpieza, animación, música, educación... La lista es infinita.

14. El día a día de Susana

Susana se programa a 3 semanas vista y va cambiando en función de la época del año. Ahora mismo, en marzo, tiene una lista infinita de tareas: trabaja muy duro con el producto de fin de año, prevé el 2020, revisa las ventas, lo que hace la competencia... Igualmente, cuenta con su coche como segunda oficina y hace visitas a sus clientes. Sin olvidar que también realiza cursos de formación.

15. ¿Recomendaríais estudiar chino?

Luis afirma que es un mercado emergente desde hace mucho tiempo, pero también menciona una crisis china próxima y que el castellano es un idioma muy importante, de hecho, es el segundo más hablado en los EEUU. Del mismo modo, el problema del cliente chino es que, normalmente, solo visita Madrid y Barcelona.

16. ¿Qué es lo que más os motiva de vuestro trabajo?

Susana nos comenta que las empresas americanas funcionan mucho con la confianza, algo fundamental. Tienes unos objetivos que tienes que cumplir en ventas y hay que llegar como sea. Ella misma le dedica muchas horas porque le gusta y asegura que, de lo contrario, no sería capaz de tener ese empleo.

Por su parte, a Luis le motiva todo. Disfruta mucho con los clientes extranjeros y no le molesta levantarse a las 5 de la mañana para ponerse a trabajar.

Ambos, además, le da mucha importancia al tiempo. Susana dice que a partir de las 7 y media de la tarde, ella tiene su vida, su familia. Sin embargo, Luis opina que él aporta un gran valor a su cliente si le contesta, por ejemplo, un sábado, aunque sea por la noche. Aunque, en Suiza, por ejemplo, está mal visto mandar correos fuera de horario puesto eso significa que gestionas mal tu horario de oficina.

Susana defiende que hay que saber diferenciar entre urgente e importante. Si es urgente, hay que contestar porque hay cosas que necesitan una respuesta inmediata. Pero, si es importante, puede esperar al lunes.