

EL ELEMENTO PRINCIPAL PARA UN SERVICIO TURÍSTICO DE CALIDAD GLOBAL: UN RECURSO HUMANO CAPACITADO



EL ELEMENTO PRINCIPAL PARA UN SERVICIO TURÍSTICO DE CALIDAD GLOBAL: UN RECURSO HUMANO CAPACITADO

Considerando la preponderancia y el rápido desarrollo del Turismo en el Gran Caribe, a medida que más y más países están recurriendo al sector, es evidente que la calidad del recurso humano en el sector turístico tendrá un impacto en la ventaja competitiva de la Región como conjunto. Por lo tanto, la educación y la formación desempeñan un papel vital en el desarrollo del personal con las habilidades profesionales necesarias para asegurar que la región cumpla con los estándares internacionales previstos para la productividad y la prestación de servicios.

La Asociación de Estados del Caribe (AEC) a través de la Dirección de Turismo Sostenible y con la valiosa colaboración de la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD), ha emprendido el proyecto de evaluar los niveles actuales de formación y oportunidades educativas. Con ese fin, durante un período corto, reunirá datos al respecto y de esta forma podrá ofrecer una evaluación actualizada que permita el futuro apoyo de los socios estratégicos involucrados en el sector. También desarrollará un plan regional para fortalecer la capacidad del recurso humano y la formación en base a las necesidades de cada uno de los subgrupos de los Países Miembros y Miembros Asociados de la AEC. El objetivo es que se aumente el nivel de competitividad del área en el ámbito mundial para que los beneficios redunden en el desarrollo y fortalecimiento de la Zona de Turismo Sostenible del Gran Caribe.

Convencidos de que los efectos positivos en el empleo y, en general, en la competitividad de los destinos del Caribe dependerán del nivel de habilidad y el profesionalismo de la fuerza de trabajo, este proyecto se ha diseñado como un enfoque proactivo para producir la documentación y formular recomendaciones para las estrategias y procedimientos para fortalecer la capacidad del recurso humano regional en las áreas transversales necesarias para una industria sostenible y competitiva.

El servicio turístico en el Gran Caribe, específicamente en los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (SIDS), puede ser uno de los elementos competitivos que más los pueden diferenciar en el mercado internacional. Por esta razón, el desarrollo de una cultura de calidad en el servicio se convierte en prioridad; un servicio en donde básicamente el cliente es el foco principal en toda la cadena de valor. El recurso humano involucrado en la actividad turística debe estar muy bien capacitado con el fin de obtener retroalimentación positiva cuando el visitante evalúe su experiencia como excepcional.

El turismo le ha proporcionado al Gran Caribe una gran oportunidad de seguir contribuyendo a su desarrollo social y económico. Las grandes ventajas competitivas que ofrece a sus países, como consecuencia, ayudarán a lograr metas, más concretamente en el ámbito mundial, en lo que respecta a los planes trazados para este milenio, entre otras, la reducción de la pobreza y la generación de empleo

Para que esta región se beneficie con el desarrollo del turismo, además de la formación del recurso humano, es necesario tener varios componentes en orden para garantizar la seguridad turística, el confort y la satisfacción. Una infraestructura de alta calidad garantizará la seguridad y la comodidad de los turistas a lo largo de aeropuertos e instalaciones de alojamiento de vanguardia. También es importante contar con atracciones que estimulen el interés y que le permitan al turista tener una experiencia de aprendizaje al visitar esta región. Esto incluye mostrar el patrimonio cultural y natural y la disponibilidad de servicios complementarios y lugares para visitar y disfrutar. Sin embargo, todos estos componentes del producto turístico no tienen ningún valor si las personas que prestan el servicio no están involucradas en todos los aspectos.

A este respecto, el Turismo se caracteriza por ser un sector clave para la generación de empleo con el elemento humano como factor fundamental de la actividad. En esta "ecuación", el denominador común es el ser humano, ya que ambos disfrutan de una satisfacción, ya sea en la prestación del servicio o al recibir un buen servicio, dependiendo de su papel en la actividad turística.

Además, el turismo también posee una serie de características que lo clasifican entre una de las actividades socioeconómicas más incluyentes en términos de género, educación y edad. Al mismo tiempo, requiere de períodos de capacitación muy cortos para el entrenamiento y la certificación en puestos de trabajo tales como encargados de habitación, meseros, porteros, recepcionistas, para

mencionar algunos. El período de entrenamiento para estos puede ser de 40, 80 o 100 horas para poder incorporarse en la fuerza de trabajo del sector.

En este sentido, actualmente existen muchos conceptos y metodologías que permiten la capacitación del recurso humano. Sin embargo, es importante entender que dentro del sector turístico, esta formación no debe ser solamente teórica (el conocimiento), sino también debe contener un elevado componente práctico (el saber cómo) y un elemento final que es la clave del éxito - la actitud hacia el servicio (el ser).

Los elementos mencionados anteriormente, sin importar de la forma en que se adquieran, se denominan “Competencia Estándar” un concepto ampliamente utilizado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) el cual ha demostrado ser un método de desarrollo de empleados. Por esta razón el modelo se ha implementado con éxito en varios países del Gran Caribe como México, Colombia, Costa Rica y Guatemala.

Sin importar si el destino es un país desarrollado, uno en vías de desarrollo, una ciudad grande o una comunidad, el turista siempre espera recibir un servicio de alta calidad. Esto no implica que espere lujos o perfección, sino esencialmente espera que la promesa hecha durante la venta del servicio se cumpla. El objetivo debe ser que lo que se recibe a cambio de lo que se paga satisfaga las necesidades del visitante y/o que posiblemente que exceda sus expectativas.

Para poder lograr lo anterior, es fundamental que los siguientes elementos estén presentes:

Servicio al Cliente – lograr que el visitante se sienta la persona más importante en todo momento.

Efectividad – satisfacer las necesidades de la persona que recibe el servicio.

Iniciativa – ser apasionado del servicio y ofrecerlo, cuando se reconozca la necesidad y la oportunidad de poder brindarlo, sin esperar a que el visitante lo solicite.

Según Richard Branson, el famoso hombre de negocios de Europa, Fundador del Grupo Virginia, es importante anteponer al cliente a los beneficios económicos que se generan al brindarle el servicio. Branson sostiene que esto dará como resultado un cliente leal que constantemente volverá a la compañía, solicitando el trato especial que lo diferencia de los demás competidores del sector. Para poder lograr esto es necesario fortalecer las capacidades del recurso humano en turismo para incluir un punto fundamental, el del “Servicio al Cliente”.

Considerar esto y esculminar el estudio sobre la situación actual y las necesidades de capacitación en el Gran Caribe es el primer paso de muchos. La AEC implementará la capacitación del recurso humano de la región en base a los estándares internacionales que le permitirán a la región subir su calidad y posicionarse como un destino turístico premium.

Julio Orozco es el Director de Turismo Sostenible de la Asociación de Estados del Caribe.
Correspondencia o comentarios pueden ser enviados a feedback@acs-aec.org