



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



Las nuevas competencias del personal de las empresas turísticas¹

Si el revenue manager debe tener un perfil renacentista, según publicaba **HOSTELTUR** noticias de turismo, las competencias que debe reunir el personal de empresas turísticas “tienen que ver con la **gestión de personas**, pues el turismo es el feliz encuentro entre dos personas. Ya no es importante el **know how** sino el **how do**”, según apuntaba **Rafael Mesa**, de Desarrollo sectorial de Turismo del **IMF Business School** en el **Tourist Talent Networking Event** celebrado el pasado viernes en **Madrid**.

Las competencias con las que debe contar por tanto han de permitirle, como explica Mesa, “**resolver situaciones inesperadas con conocimiento y flexibilidad**. Igual que no se producen situaciones estandarizadas, no se requiere una respuesta formal a lo que no está previsto. Las empresas tienen que saber **gestionar la calidez por encima de la calidad**”.

Coincide así con **Miguel Serres**, director de Recursos Humanos de **Ayre Hoteles**, quien destaca los cambios producidos en el turismo: “el cliente ya no busca un servicio encorsetado, sino que quiere **experiencias auténticas**, busca sentimientos, emociones, sorprenderse, y eso cambia el **modelo de competencias**. Si antes se buscaba el liderazgo, la capacidad de trabajar en equipo, ahora se valora más **el entusiasmo, las emociones, la energía** y que sepa transmitirlos; **la creatividad, la sociabilidad, la capacidad de interactuar**, de conexión interpersonal con la gente a nivel emocional”. Esa capacidad de comunicarse emocionalmente con el cliente también es citada por **Josep Andreu Casanovas**, director de la División de Turismo de **Cegos**, quien añade que “ahora también se valora más **la ética y el compromiso con el trabajo**, que resultan clave”. Dos elementos a los que Mesa añade “**curiosidad y entusiasmo**”.

¹ Fuente: https://www.hosteltur.com/113977_nuevas-competencias-personal-empresas-turisticas.html

El moderador de la mesa junto a, de izq. a dcha, Kurt Grütsch, Josep Andreu Casanovas, Rafael Mesa, Miguel Serres y José Antonio Vidal.

Por su parte **José Antonio Vidal**, presidente de la **Asociación Española de Enoturismo**, subraya “la sensibilidad, la capacidad de **transmitir al cliente sensaciones que emocionen**. No es lo que cuentas sino cómo lo cuentas y lo compartes, con el objetivo de emocionar al cliente”. Por ello **Kurt Grütsch**, CEO de **Chinese Friendly**, resume las competencias requeridas en una: **comunicación**.

Déficits en formación

A pesar de todo ello la **formación en conocimientos** sigue siendo muy importante, según ha recordado Casanovas, “para tener una base formativa y luego el oficio se va adquiriendo con los años. El **proceso de aprendizaje** se realiza en la empresa”. En este sentido Mesa indica que “el conocimiento es esencial, pero se necesita algo más: el **conocimiento por descubrimiento**. El aprendizaje es un proceso personal y el lugar de trabajo simplemente ofrece el espacio para llevarlo a cabo”.

Sin embargo en la **formación turística** en España se detectan algunos **déficits**, como los **idiomas**, no sólo el **chino**, como ha reconocido el director de la División de Turismo de Cegos, teniendo en cuenta el potencial de este emisor, sino el **alemán**, uno de nuestros principales mercados. En cuanto al idioma chino, Grütsch ha señalado que “es preferible **conocer mejor la cultura china** antes que hablar mal su lengua. Las personas que atienden al turista han de tener una **competencia intercultural**, una actitud profunda de querer entender al otro, lo que abre los demás caminos”.

Otro de los déficits mencionados por el CEO de Chinese Friendly es “la **ingeniería de experiencias**. Aquí se habla mucho de experiencias pero su puesta en práctica se realiza de una forma **intuitiva y casual**, no existe una formación específica al respecto, algo en lo que en Alemania por ejemplo llevan trabajando desde hace 15 años. Porque

no se trata de lo que ocurre, sino de **cómo ocurre**. Se necesita una actitud más empírica, de **inteligencia emocional**, porque hay técnicas para influir en la emoción del otro y eso se aprende”.

