



Trabajadores en la recepción de un hotel, en Barcelona. / ELENA RAMÓN

> EMPLEO

PROFESIONALES A LA MEDIDA DEL CLIENTE

El turismo sigue creando empleo. Pero para fidelizar a su público necesita perfiles orientados al cliente, con varios idiomas y muy polivalentes. Por Á.M. y A.B.

Las perspectivas laborales a nivel nacional no son nada halagüeñas. Pero dentro de este triste panorama hay sectores con mejores posibilidades y el turismo es uno de ellos. Actualmente emplea a dos millones de personas de forma directa y de manera indirecta influye en la creación de puestos en muchos otros sectores de la economía.

Albert Martín, director de la oficina de hostelería de Randstad en Barcelona, recuerda que sigue siendo uno de los principales motores de la economía nacional y «aunque afectado por la crisis, sigue funcionando y generando empleo. En estos momentos, lo que está haciendo el sec-

tor es reaccionar y transformarse para atender las necesidades de los dos principales tipos de turismo: el vacacional y el de negocios, tanto de extranjeros como de nacionales».

Los profesionales más demandados siguen siendo los llamados de base: camareros, cocineros, gobernantas, camareras de piso o personal de limpieza. Pero a todos ellos se les pide algo más: profesionalidad, orientación al cliente y motivación. Raimon Martínez, autor de *Gran turismo* y con amplia trayectoria en este sector, explica que «el objetivo de las empresas turísticas es retener y fidelizar al cliente. Para ello necesitan en todos los puestos a profesio-

nales que sepan cuidar y sacar el máximo partido a la relación con el cliente. Dar un valor añadido y diferencial que cale en el público y que les haga repetir».

NUEVOS PERFILES. Con esta orientación, destacan las oportunidades de empleo vinculadas a figuras que actúan como asesores de los clientes. Martín explica que «ahora un recepcionista o un camarero, además de la formación específica para desarrollar su trabajo, debe saber aprovechar el trato directo que mantiene con el cliente para obtener información de sus gustos y necesidades y ofrecerle así los productos y experiencias que contribuyan a mejorar su estancia».

José Antonio Fernández, director de Adecco Hostelería, destaca el auge del informador turístico. Una profesión en la que es fundamental la polivalencia para ofrecer un servicio especializado y diferenciador. Entre las habilidades de estos profesionales destaca el dominio de la comunicación, la atención de las quejas y la rapidez en la resolución de los problemas.

A la lista de los profesionales más demandados también se suman los comerciales, sobre todo agentes de viaje para agencias y complejos hoteleros. Natalia Leña, consultora de la división de turismo de Page Personnel, puntualiza que el rol de estos profesionales ha cambiado: «Tienen que ser flexibles y crear paquetes que se ajusten a las necesidades concretas del cliente y también a su bolsillo».

Otra de las posiciones que según Leña está ganando notoriedad desde hace unos años es la del *revenue manager*: la persona que se encarga de interconectar las estrategias de todos los departamentos, por ejemplo de un hotel, para mejorar la eficiencia, ajustar los precios y promocionar y dar a conocer la marca. Para este puesto se buscan personas

con profundo conocimiento del sector, con diplomatura en Turismo o en escuelas de hostelería y gran capacidad de coordinar equipos. Manuel Solís, director general de Manpower España, añade a estas profesiones la de guía turístico y dependientes con varios idiomas.

El manejo de varias lenguas es básico es estos profesionales. Sin embargo, en muchos casos sigue siendo una asignatura pendiente. Leña considera que los idiomas son la puerta

LOS DATOS DEL TURISMO

1. La industria turística supone para España el 12% del total del empleo existente.
2. El gasto medio diario de los turistas extranjeros, en el ejercicio 2011, fue de 101,9 euros frente a los 33,8 euros que se gastaron los nacionales, según datos del Instituto de Estudios Turísticos.
3. 2012 se convirtió en el tercer mejor año de la historia en llegadas de viajeros internacionales, alcanzando los 57,7 millones de visitantes.
4. El año pasado se cerró con una caída del PIB turístico, a pesar del aumento en la llegada de turistas extranjeros y en los ingresos del exterior que fueron del 0,7%, hasta los 43.327 millones de euros.
5. Según el informe bianual sobre turismo y competitividad del Foro Económico Mundial, España se encuentra en el cuarto puesto como país más competitivo en este sector, por detrás de Suiza, Alemania y Austria.

de acceso al empleo en el turismo: «Son su herramienta de trabajo, por tanto manejar tres lenguas es casi imprescindible». Los expertos coinciden en que además del inglés y francés adquieren cada vez más fuerza el alemán, el ruso y el chino. Idiomas estos dos últimos que han incrementado su demanda por el aumento de la afluencia de turistas de estos países que, en muchos casos, tienen mayor poder adquisitivo.

En cuanto a la retribución, no ha variado mucho ya que siguen primando los convenios del sector. Aunque se tiende a buscar un modelo retributivo unido a la productividad, sí han disminuido los pluses y el pago de horas extraordinarias.