

Cultura Turística, motor de la calidad en el Turismo Sostenible

Br. Waldo José Hernández Díaz

Estudiante de Administración Turística y Hotelera

UNAN-MANAGUA, FAREM-CARAZO

waldojo92@gmail.com

El presente ensayo expone aspectos importantes de cómo la cultura turística involucra una gran importancia dentro del marco de la actividad turística desde una perspectiva de sostenibilidad (Turismo Sostenible), el cuál hoy está teniendo un gran auge por el objetivo de proteger el medio ambiente desde y una concepción de aprovechar racionalmente los recursos humanos, culturales, económicos y naturales.

Un país debe tener una combinación especial entre la cultura y lo natural y en conjunto, todo esto se vuelve más atractivo cuando se quiere lograr el objetivo de satisfacer al turista y se hace complementándolo con la calidad.

La calidad hoy es un factor determinante con el que cualquier actividad, y especialmente el turismo, debe comprometerse para lograr fomentar su crecimiento e impactar de forma optimista y en el capital humano que conforma a la industria turística.

Cuando se habla de calidad, se viene a la mente la frase “prestar un servicio de calidad” y el elemento humano que contribuye dentro de la actividad turística es un elemento determinante y muy valioso que debe tener cultura turística.

Para lograr un capital humano que manifieste un desempeño positivo hacia la cultura del servicio, debe tener una actitud de servicio y revalorizar los elementos de la cultura, patrimonio y valores que logren fomentar la calidad dentro de su actividad turística con un enfoque del desarrollo sostenible.

¿La cultura turística es un motor para prestar servicios de calidad en el turismo sostenible?

La cultura en la actividad turística se refleja desde que una persona abre la puerta del restaurante para recibir al turista, el taxista que lo transporta hacia los destinos turísticos, el mesero que atiende la solicitud de los presentes; en fin, todo esto incluye a una serie de personas que tienen relación directa con el turista y todo debe encaminarse a ofrecer un servicio de calidad.

El término cultura turística se compone de dos palabras: cultura y turismo. La cultura se entiende como el conjunto de imaginarios colectivos y estructuras simbólicas de pensamiento (criterios,

conocimientos, valores), los cuales se traducen en expresiones o manifestaciones (actitudes, costumbres, estilos de vida) que cohesionan a los miembros de una sociedad determinada y que la hacen diferente a las demás. Es decir, cultura es todo lo que socialmente hacemos y que nos hace “únicos” por oposición con el otro, o sea, aquello que solo es nuestro y que el “otro” no posee, lo que nos identifica (CCT).

La cultura, pues, es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado. Por otra parte, turismo, es una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se apoya en el uso de los recursos y en la prestación de servicios (CCT).

Por tanto, el turismo es una actividad transversal que reúne el trabajo de muchos sectores en las diversas áreas productivas, agricultura, construcción, sector público y sector privado para lograr proporcionar los servicios utilizados o demandados por los turistas. El turismo no tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; es por ello que el turismo comprende además, las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a la de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Al unir los términos Cultura y Turismo se forma el concepto Cultura Turística, desde el cual se pretende revalorizar la actividad turística, buscando la satisfacción de la persona visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras involucradas. La cultura turística, tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sostenible, entendido este como un desarrollo que satisfaga las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades. El desarrollo sostenible consiste entonces, en la actividad humana que permite la adecuada administración de los recursos (naturales, culturales, materiales, financieros y humanos) de manera que se logre, por un lado, la satisfacción del visitante “turista” y por el otro, el beneficio para la comunidad que lo recibe: “comunidad receptora” (CCTS.).

Con esta base se comprende que la cultura turística incorpora las dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas de las comunidades y país, y orienta hacia beneficios comunitarios, es decir, que dejan ganancias a todas las personas y sectores dentro de la actividad turística.

Por otra parte, el turismo sostenible es definido como aquella actividad turística respetuosa con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, en la que la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y en el que los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje (Sostenible.ORG, 2015).

En otras palabras, no es más que una aplicación muy inteligente del principio de Desarrollo Sostenible, el cual se conoce como el desarrollo propicio que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

El turismo hoy está enfocado desde una perspectiva sostenible en el que se quiere que la racionalización del uso de los recursos sea de manera equitativa y que no dañe o desaparezcan los recursos tanto humanos y físicos que son la razón de ser para que el turismo exista. La perspectiva de sostenibilidad es en gran manera, la clave para que haya una adecuada administración de tales recursos para aprovecharlos de manera pacífica y con conciencia crítica. A todo esto, se debe procurar que todas estas prácticas que engloban al turismo como actividad económica de desarrollo presten servicios de calidad.

Para ello se requiere el crecimiento de una cultura turística por parte de los anfitriones o la comunidad receptora, en el que el comportamiento, actitudes, forma de tratar y atender al turista estén encaminadas en pro del desarrollo del turismo desde un enfoque sostenible, y que esa manera de atenderles logre satisfacer las expectativas que traen los visitantes al visitar nuestro país.

La cultura turística posee valores y principios que hacen el actuar de una manera diferente y con más atención ante el asistente que hace uso del servicio y este sea proporcionado con calidad.

Los principios de cultura turística son de vital importancia para que haya una armonía entre anfitriones y visitantes para así lograr una equidad de prestación de servicios y satisfacción tanto para el cliente como para el prestador de servicios. El recibir bien, con calidez, ser amable, sociable, dar servicios de apoyo rápido y con gran confiabilidad, hace un flujo de proceso de servicios que sea coherente, eficaz y eficiente desde el principio hasta el final.

La cultura turística provee valores al personal de contacto, entre ellos el compromiso, respeto, disciplina, honradez y constancia, que hacen que las personas que presten el servicio a los visitantes sean más amables. Es determinante tomar muy en cuenta esos valores pues delante del turista se debe tener una disposición positiva de servidor hacia el cliente, hacia sus compañeros y en general, hacia su trabajo.

Para que la cultura turística funcione con calidad el que presta este servicio debe poseer preparación, conocimientos vigentes y actualizados que permitan interactuar con los turistas; el servicio debe ser cordial, eficaz, desinteresado, buscando únicamente la satisfacción del turista y no solamente la propina, sobre todo, brindar un servicio honesto y profesional; la calidad, todo lo que se realice debe hacerse bien, garantizando la satisfacción de cuantos tengan relación con este trabajo (Turismo). A todo esto debe añadirse el valor agregado del profesionalismo, para que en cada momento del trabajo haya la calidad y se preste un servicio calificado y óptimo para el turista. Además, se deben realizar gestiones de calidad, excelencia y calidad, reflejando esto en actos tan sencillos como sonreír, llamar al cliente por su nombre, ser amables y corteses y hacer un esfuerzo extra al facilitar el servicio.

Para lograr una acertada y aceptable cultura turística se debe brindar al personal vinculado a la industria turística la formación que le permita mejorar el desempeño de sus funciones y tomar conciencia de su responsabilidad como agente de calidad del servicio que ofrece. Este servicio de calidad es la suma de esfuerzos de cada uno de los que lo prestan, es por eso muy importante el trabajar en equipo.

Tener cultura turística define la manera de cómo tratar al cliente ya sea en actividades turísticas de servicio de alojamiento, alimentación, aventura, reservas, agencias de viajes, etc. Todo ello

permitirá aprovechar los recursos racionalmente y poder marcar la diferencia logrando el objetivo de que haya una relación precio-calidad.

Las empresas turísticas deben planificar sus actividades pensando en la sostenibilidad ecológica, pues el desarrollo debe ser compatible con los procesos ecológicos esenciales, biodiversidad y recursos biológicos y culturales. El trabajo es mantener la identidad de una comunidad, seguir hacia una sostenibilidad logrando beneficiar a las comunidades y sustentar la rentabilidad de las empresas locales y así demostrar una sostenibilidad económica para que el desarrollo sea económicamente eficiente y procurar un orden en los recursos para que sean aprovechados por las generaciones futuras.

En conclusión, la cultura turística es de gran ayuda e importancia para que el sector turismo funcione con enfoque sustentable, logrando aprovechar al máximo con lo que un país cuenta y que lo que ofrece sea un producto turístico que cumpla con las expectativas de los turistas y logre el beneficio mutuo entre las partes que integran esta industria.

La calidad permite hacer las cosas bien de una manera correcta y cumplir con los deseos del turista o cliente de una manera óptima. En el turismo sostenible se busca beneficio mutuo para quien recibe el servicio y para quien lo da.

La cultura turística permitirá entonces, capacitarnos para ofrecer calidad para dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes o turistas y sobre todo, sonreír a pesar de las adversidades y sobreponerse al mal humor, mostrando siempre una actitud positiva.

Se deduce que el objetivo principal de la cultura turística como motor de la calidad, es buscar un equilibrio entre un modelo sustentable del turismo, en el que la relación entre la entrada de visitantes y la atención que se dé sea coherente y basada en los principios del turismo sostenible (adecuada administración de los recursos naturales, culturales, materiales, financieros y humanos), reflejado esto en el continuo mejoramiento de la calidad de vida de todos los que se involucren en la actividad del turismo logrando ofertar servicios de calidad.

Referencias bibliográficas

CCT, C. C. (s.f.). Conceptos Claves. *Manual Regional de Cultura Turística*, 8-9.

CCT, S. (s.f.). Conceptos Claves. *Manual Regional de Cultura Turística*, 9.

Sostenible. ORG, T. (2015). *Turismo Sostenible*. Obtenido de: <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

Turismo, C. C. (s.f.). *Manual de Cultura Turística. Programa de asistencia a pequeños hoteles de Centroamérica*. El Salvador, Centroamérica.

WORDPRESS. (s.f.). *Cultura Turística*. Obtenido de Cultura Turística: <https://culturaturistica.wordpress.com/culturaturistica/>