

“EL FACTOR HUMANO ES CLAVE PARA EL ÉXITO TURÍSTICO”



ENTREVISTA: VICENTE RAMOS

ENTRE EL 3 Y EL 7 DE SEPTIEMBRE SE DESARROLLÓ EN LA FACULTAD LA SÉPTIMA CONFERENCIA DE LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL PARA LA ECONOMÍA DEL TURISMO (IATE). EN DIÁLOGO CON ECONO, EL ECONOMISTA, ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DE LAS ISLAS BALEARES (ESPAÑA) Y EX VICEPRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL PARA LA ECONOMÍA DEL TURISMO, ANALIZÓ EL PRESENTE DEL SECTOR Y LOS DESAFÍOS A FUTURO.

Por: Unidad de Comunicación Institucional

¿Cómo analiza la temática del turismo aplicada al desarrollo económico?

Soy economista, por tanto, mi aproximación al turismo es desde la economía. En esta visión, hay una relación muy clara entre economía y turismo que es bidireccional, es decir, el turismo ayuda al desarrollo económico y el desarrollo económico ayuda al turismo. Por ejemplo, para entender qué va a pasar con el mercado turístico tenemos que monitorear qué está pasando en la economía de los países de origen. Este componente de comprensión incluye tipos de cambio, crecimiento económico, salud de las familias y distribución de rentas. Ahora, para el impacto del turismo en la economía hay varias cosas a tener en cuenta. Primero, el peso del turismo en la economía de ese país. Otra cuestión es la distribución de esos ingresos, en la medida de la cual el desarrollo turístico genera un

impacto económico que se distribuya por capas más o menos amplias de la sociedad y eso depende del tipo de turismo que se tenga.

¿Por ejemplo con la distribución per cápita?

Exacto. Pero por ejemplo, en destinos tipo caribe con *resorts* muy aislados, donde la propiedad de esos lugares generalmente es extranjera, el impacto sobre las sociedades es bastante pequeño. En los turismos más bien urbanos el impacto sobre la sociedad es mucho mayor; habrá mucho más empleo y mucho más impacto indirecto, es decir, sobre las actividades económicas y la riqueza que se genera. En este contexto, la mayoría de los países, salvo algunas excepciones, están apostando al turismo como factor de arrastre económico. En términos de empleo, por ejemplo, es clarísimo.



“Cuando alguien va a un hotel, a un restaurante o tiene un guía turístico, ese contacto personal es casi la parte más importante del servicio turístico. Si eso falla hemos arruinado el servicio turístico”.

A propósito de lo que dice ¿Cuál es el impacto del turismo en el mercado de trabajo y en el personal abocado a este servicio?

Este es uno de los grandes retos, de los grandes paradigmas del sector turístico. El turístico es un sector de servicios personales, donde hay una interacción entre el cliente y el producto. En el turismo, la relación personal es clave: cuando alguien va a un hotel, a un restaurante o tiene un guía turístico, ese contacto personal es casi la parte más importante del servicio turístico y si eso falla hemos arruinado el servicio turístico. Por tanto, el factor humano es clave para el éxito turístico sin embargo, nos encontramos con que está mal remunerado y tiene condiciones que, en muchos casos, son malas. De manera que mucha gente, cuando se forma mejor y adquiere niveles de cualificación más altos, quiere salirse

del sector turístico porque el día a día es muy duro: jornadas muy largas, fines de semana, horarios incómodos, etc. De manera que el tema de los recursos humanos es uno de los grandes retos, que yo diría que no está bien resuelto en un sentido: cómo dependemos de un factor al que tratamos mal. Ahora bien, por otra parte el hecho de que ese factor tenga estas condiciones también significa que es una puerta de entrada por parte de los recursos humanos de un país que tendría difícil entrada en otros. Es decir, personas con niveles de formación relativamente bajos puede acceder a determinados puestos del sector turístico y luego, si la formación que se da es la adecuada, pueden llegar a ser grandes profesionales. Un ejemplo: un recepcionista o un guía turístico no necesita un nivel educativo muy alto, lo que sí necesita es una buena formación en el puesto de trabajo para saber qué es lo que tiene que hacer y una actitud de respuesta que sea favorable. Con experiencia y formación pueden llegar a ser grandes profesionales. En este sentido, el turismo es una vía de entrada al mercado laboral que puede ser exitosa para personas que, quizá, quedarían excluidas en sectores más técnicos.

¿Cómo observa la aplicación de Big Data al turismo?

Estamos en un entorno creciente de tecnologías de la información. En este sentido, estamos tratando de ver cómo aplicamos esa herramienta a diferentes ámbitos de cualquier sector económico. Todos tenemos la impresión de que hay mucho potencial ahí, pero también sabemos que es muy difícil llegar a utilizarlo, es decir, estamos en un momento en el que se están generando muchos datos que no sabemos bien cómo tratar: son demasiados datos y cuando tienes demasiada información hay mucho ruido en esa información, entonces hay que limpiarla para encontrar las fuentes adecuadas. En turismo está pasando lo mismo que en otras áreas económicas:

tenemos que encontrar la manera de hacerle las preguntas adecuadas, con la metodología adecuada, a esos datos. Hay ejemplos muy buenos: el sistema de inteligencia de la ciudad de Buenos Aires, con datos masivos de alta frecuencia para tomar decisiones. Ese es sin duda el futuro. Pero creo que estamos en un proceso de aprendizaje, sobre toda en las empresas pequeñas y medianas.

¿Cómo define el concepto “Turismo accesible”?

El concepto supone eliminar las barreras de accesibilidad por limitaciones físicas aplicadas al turismo. Es decir, permitir que personas con discapacidad, con limitación de movilidad, pueda visitar los lugares turísticos.

¿Hay parámetros internacionales sobre eso?

Hay unos estándares que tratan de cuantificar ese nivel de accesibilidad a los destinos. En Australia, por ejemplo, ya están incorporando en las valoraciones de los turistas esas cuestiones de accesibilidad. Se está empezando a medir eso.

¿Existe un modelo de turismo europeo y otro de América Latina? ¿Se puede trazar un cuadro comparativo?

No lo plantearía por continente. Me parece que los destinos turísticos son tan heterogéneos que hay que clasificarlos por otras tipologías: destino urbano, destino sol y playa; destino de naturaleza o de recurso natural único, tales como Cataratas del Iguazú, Glaciar Perito Moreno o las Pirámides de Egipto. Quiero decir, hay modelos turísticos que tienen las particularidades para tratarlos de forma particular. Por ejemplo, el turismo urbano de la ciudad de Buenos Aires sería asimilable a otros turismos urbanos de grandes ciudades, con un atractivo cultural amplio, historia, etc. Obviamente, en el caso de Europa y América Latina hay algunas particularidades. Uno de esos puntos es la distancia. Cuando se dice que Europa es la primera en turistas internacionales hay una pequeña trampa: contamos las personas que cruzan la frontera. Entonces, Francia es número uno en turismo internacional, pero porque está rodeada de países de un tamaño relativamente pequeño y está en el centro de Europa. Por lo tanto, un individuo que está en Bruselas y va a París tarda una hora y media. Ahora bien, en todo el continente americano, salvo algunas excepciones, nos encontramos con países muy grandes, donde el turismo doméstico es muy importante y, en otros lugares, encontramos países pequeños y bastante próximos entre sí. Además, en cada uno de los países europeos hay un nivel de ingreso per cápita bastante alto frente al continente americano donde, si bien hay casos de renta alta, hay muchos otros de renta media a media baja. Estas serían las diferencias fundamentales.

Pero quiero insistir en esto: no olvidarnos del turismo doméstico; es crucial para el desarrollo de la industria. En Buenos Aires, el mayor origen del turismo es doméstico y no hay que despreciarlo, en absoluto.

¿Cómo ve a Argentina y a Buenos Aires en este contexto económico? ¿Es un atractivo turístico?

La devaluación genera un proceso de abaratamiento de costos. Pero también hay una cierta preocupación por si esto genera alguna situación de inestabilidad, inseguridad o protestas. Hay que contemplar los dos efectos.

“Muchas veces, el análisis académico del turismo está desprestigiado y lo que tratamos de hacer nosotros es aplicar análisis económico a ese sector”.

Usted fue miembro de la Asociación Internacional para la Economía del Turismo ¿Cómo evalúa el presente de la Institución?

Muy positivamente. Estamos muy contentos de la decisión que tomamos de venir a la Argentina cuando la Universidad Nacional de La Plata propuso hacer el congreso aquí. La idea era tener una presencia internacional. Habíamos hecho conferencias en Europa y en Asia y nos faltaba -y éramos consciente de ello- América y en particular Latinoamérica. Por tanto, fue una muy buena decisión para incorporar gente nueva y está siendo tan interesante como las anteriores: buena presencia de investigadores, siguiendo la línea que se tomó cuando se creó la Asociación en 2007. Muchas veces, el análisis académico del turismo está desprestigiado y, lo que tratamos de hacer nosotros, es aplicar análisis económico a ese sector. Eso es muy importante: medir bien las cosas y aplicar rigor científico. Porque hay que reconocer que en turismo, desde el punto de vista académico, que no se están haciendo bien. Entonces la apuesta de la Institución es cómo aplicar métodos económicos sólidos a este campo, porque es muy importante y para muchas economías, el turismo es la principal fuente de ingresos. El problema que tenemos como área es que el turismo es muy transversal en la economía; no hay un único productor del producto turístico. En este sentido, creo que la asociación está haciendo un buen trabajo para dar visibilidad al sector. ■