

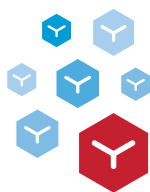
Apéndice 3

El Concepto de Bloques Sectoriales Aplicado al Sector Turismo

Edgardo Lifschitz y Eduardo Pantano

Principales Bloques Productivos
Subprograma de Apoyo

www.desarr-territorial.gov.ar



Políticas Económicas para el Desarrollo Territorial

www.desarr-territorial.gov.ar



Ministerio de Economía y Producción
Secretaría de Política Económica

I. Introducción

El turismo ha alcanzado una posición muy importante en el comercio mundial y en la economía de muchos países. Hay países en los que el turismo constituye su principal exportación. Es el caso de República Dominicana, Cuba y Costa Rica, pero también de Estados Unidos. Para los dos primeros es prácticamente su única exportación, para el último es el primer rubro por un monto de 90.000 millones de dólares al año. Se trata de una actividad dinámica y en pleno crecimiento. Sin embargo existen dificultades para su evaluación y para cuantificar su participación en las economías nacionales.

Los avances en la tecnología de transporte y la finalización de la guerra hicieron que hace 50 años apareciera el fenómeno del turismo masivo. Los viajes de placer se convirtieron en el principal motivo de los viajes, pero no es el único, muchos viajes se realizan por motivos de negocios, trabajo, salud, etc.. Sin embargo esto ha hecho que el sector sea identificado con el turismo y de él reciba su nombre.

Llámesese Turismo, Viajes o Viajes y Turismo, existe una actividad económica productora de servicios que genera ingresos, empleos y divisas. El problema es saber cuán importante es y cuál es la relación con el resto de la economía. Actualmente la única medida confiable a nivel internacional es la Cuenta Viajes de la Balanza de Pagos. Esta Cuenta registra todos los gastos de los residentes en el exterior y los de los extranjeros en el país. El problema es la heterogeneidad de la metodología que utiliza cada país para calcularla.

En los censos económicos no existe un Sector Turismo, sus actividades se encuentran en distintos sectores, subsectores y ramas. En general se encuentran en Transporte, Comercio y Hoteles, Servicios, etc.. Esto a su vez impide que aparezca un Sector Turismo en las Cuentas Nacionales.

Ante este estado de cosas, la Organización Mundial del Turismo ha propuesto la confección de una Cuenta Satélite para el Turismo. La idea de las cuentas Satélites es extraer de los censos o de las Cuentas Nacionales todo aquello que se considere integrante del Sector de que se trate, cuando no está concebido como tal en el agrupamiento estadístico, y tratarlo por separado. Aparentemente se trata de una buena solución, no obstante para el Sector Turismo existen dificultades prácticas para su cálculo y básicamente un problema de definición. En efecto es muy difícil establecer sus límites; esto es, qué actividades deben incluirse en el Turismo y no en otro sector, o viceversa.

La metodología de Bloques Sectoriales aquí aplicada permite, a partir de los "principales organizadores", que en este caso son los servicios estrictamente vinculados a los viajes y el turismo, para las cuales no existen dificultades de definición. Se incorporaron luego las restantes actividades que pertenecen al bloque por mantener con las anteriores sus relaciones específicas principales. En el caso de los servicios y bienes están constituidos por los mercados de compra-venta más importantes.

II. El Sector Turismo

II.1. Caracterización del sector

El sector turismo agrupa las actividades económicas dedicadas a producir servicios para los viajeros. No sería posible explicar los millones de viajes que se registran en el mundo si todos fueran viajes por placer o vacaciones. En realidad los viajes por motivo de turismo no van más allá del 40% del total.

Se puede decir que la estructura productiva del turismo está dedicada a producir servicios al viajero. Los hoteles no discriminan entre los pasajeros que están en viaje de placer de aquellos que han venido por motivo de negocios. Es más, algunos se han especializado en viajeros de negocios y han construido sus instalaciones para cubrir más eficientemente las necesidades de estos pasajeros. La estructura de la cabina de los aviones de pasajeros es muy clara en este sentido, hay tres clases, la primera

equivalente a los hoteles de lujo, la business que, como su nombre lo indica, esta orientada a los pasajeros que viajan por negocios o trabajo, y finalmente la turista. En esta última no solo viajan turistas sino todos aquellos que viajan por motivos de salud, deportes, religión o por cualquier otro motivo.

Cuando alguien debe abandonar temporalmente su casa y viajar, cualquiera sea el motivo de su decisión, se encuentra con que debe satisfacer una serie de necesidades, la mayoría de ellas satisfechas cotidianamente en su propia casa; por eso aparecen cuando debe abandonarla. Necesitará donde dormir, donde guardar su equipaje, donde comer y antes que nada cómo trasladarse. Existen una serie de empresas dedicadas a prestar servicios a quienes se encuentran en tal situación, son las que normalmente se agrupan bajo la denominación de actividad turística o sector turismo.

Es probable que tal denominación no sea correcta, ya que la acepción más divulgada de la palabra turismo es la vinculada a los viajes de placer, por ello se hace conveniente marcar la diferencia. En general son los gobiernos los que siempre hablan de turismo, los empresarios gustan denominar a su actividad cómo de viajes y turismo, travel and tourism en los países de habla inglesa. La diferencia no es casual y marca una forma distinta de ver las cosas. Para las empresas lo importante es vender sus servicios, alcanzar altos niveles de ocupación de sus instalaciones, si les interesa diferenciar a los viajeros es porque significan distintos segmentos de demanda, con diferentes necesidades y gustos. En cambio al Estado le suele interesar que más gente visite el país y es muy poco lo que puede hacer para incrementar el flujo de viajeros de negocios o que llegan a visitar parientes o por motivos de salud.

En otras palabras, en el mercado de los viajes el único segmento que se puede considerar como demanda autónoma es la de turismo o de los viajes de placer, los demás representan demanda derivada, que depende de otras actividades.

II.2. El fenómeno y como medirlo

Las actividades económicas se miden según la producción de sus establecimientos o empresas en unidades monetarias. En turismo se acostumbra a medir la actividad según el número de consumidores, o sea por la cantidad de turistas que recibe un país. Últimamente se han hecho importantes esfuerzos para medir este fenómeno como a cualquier otra actividad económica, pero existen ciertas dificultades.

A diferencia de la mayoría de las empresas industriales, que o bien producen un insumo para otras empresas o bien un artículo de consumo terminado, no existen empresas de turismo que produzcan todos los servicios requeridos para un viaje. Cada una se especializa en uno o algunos servicios, hay empresas que producen servicios de alojamiento, otras de alimentación, otras de transporte y así sucesivamente. Hay empresas que comercializan todos los servicios que puede necesitar un viajero y en tal sentido se puede decir que venden viajes o, en rigor, servicios de viajes, son las llamadas agencias de viajes, pero son empresas comercializadoras no productoras de los servicios.

Esto convierte al turismo en un sector con una oferta fragmentada. Una gran variedad de empresas y establecimientos producen, cada uno, uno o más servicios, pero nunca todos. Además son empresas heterogéneas, una agencia de viajes no se parece en nada a un hotel y ambos no tienen nada en común con una línea aérea, salvo el consumidor de los servicios, el viajero.

Esta particularidad es una de las causas de la confusión conceptual del turismo. Las clasificaciones normalmente utilizadas en las estadísticas económicas vinculadas a la producción se basan en dos criterios para definir sectores, la homogeneidad del producto o bien la homogeneidad de los insumos. Se habla de la industria del tabaco o de la del petróleo, que son los insumos básicos para agrupar establecimientos productivos. Se habla de la industria del automóvil o de la electrodomésticos, porque son los productos que permiten clasificarlas cómo conjuntos homogéneos. En cambio, lo único que tienen en común las empresas de turismo son los consumidores, es decir la demanda.

Esta es la causa de que no exista el turismo definido cómo un sector de la economía. Sus empresas están clasificadas en conjuntos denominados Comercio o Transporte. Así las empresas de transporte de pasajeros están agrupadas con las de transporte de cargas, las agencias de viajes aparecen en el Sector Transportes, Subsector Servicios al Transporte, junto a las agencias de carga, servicios aduaneros, etc.. Los hoteles, que no se parecen a nada, figuran en Comercio, para lo cual fue necesario forzar el concepto y definir un sector bajo la denominación de Comercio y Hoteles. Todo esto impide determinar con cierta precisión la real importancia del turismo en la estructura productiva..

Algunos países cómo España, México o Inglaterra, intentaron incluir al turismo cómo un sector más en sus estadísticas económicas pero se encontraron con el problema de los criterios de clasificación, ya que agregar la homogeneidad de la demanda en la misma categoría de la homogeneidad del producto o de los insumos cómo criterios de clasificación puede

conducir a un caos insalvable. Para solucionar esto la Organización Mundial del Turismo ha propuesto aplicar al turismo el concepto de Cuenta Satélite. En casos similares al del turismo se confecciona una Cuenta separada con el único fin de comparar la nueva actividad con el conjunto de las cuentas que no se modifican. Con esto se mantiene el criterio de coherencia en la clasificación y se evalúa la nueva actividad. El problema, que aun se discute, es fijar los límites de la actividad en cuestión, en este caso el turismo. ¿Hay que considerar sólo los bienes y servicios que consume un viajero a partir del comienzo de su viaje? En este caso, ¿Cómo deben considerarse los servicios de las agencias de viajes, que evidentemente pertenecen al sector, pero que venden sus servicios antes del viaje? Un caso similar es la adquisición de los servicios de transporte. Por otra parte, ¿Habría que considerar todo lo que el viajero adquiere para usar en su viaje?. ¿La industria constructora de aviones, es parte integrante del sector turismo?.

Como se ve la discusión está vigente. La cuenta satélite tiene problemas conceptuales, de definición y además problemas prácticos para su confección. Una alternativa, que puede resolver problemas conceptuales y prácticos es el tratamiento de Bloques que presentamos en este trabajo.

Conceptualmente es distinto considerar a las fabricas productoras de aviones de pasajeros, o de carrocerías de ómnibus de larga distancia, como parte del sector turismo que como parte del Bloque Turismo. En este último caso siguen siendo actividades industriales pero, en determinados casos o lugares, pueden considerarse como parte del Bloque Turismo.

III. Bloques Sectoriales

III.1. Concepto

Se propone en este estudio un método que encara la problemática económica sectorial desde una perspectiva original de reciente desarrollo. Los "bloques sectoriales" constituyen un espacio para el análisis económico que consiste en la reunión de actividades fuertemente interrelacionadas constituyendo conjuntos relativamente autónomos y cuya ubicación permite conformar un estadio intermedio entre los enfoques microeconómicos y los macro-económicos.

Los bloques o conjuntos sectoriales pueden visualizarse genéricamente a partir de la siguiente apreciación: las actividades económicas, tomadas aisladamente, tienden a relacionarse principalmente con determinadas actividades, manteniendo con las restantes, vinculaciones de menor importancia. Consecuentemente, la actividad económica considerada en forma global puede desagregarse en bloques constituyendo un mapa de cuasi islotes comunicados entre sí.

Estos conjuntos, vistos desde una perspectiva histórica, sugieren los siguientes comentarios.

A medida que se produce el desarrollo de los procesos productivos hacia estadios superiores, las actividades existentes se tornan más complejas y especializadas. Desaparecen algunas producciones en tanto surgen otras nuevas que constituyen - aunque sólo sea parcialmente- prolongaciones de las actividades existentes. Estas quedan luego sometidas al mismo proceso de especialización que las anteriores.

Sin embargo, los cambios en la composición de los bloques sectoriales son lentos, aunque en períodos de fuertes innovaciones tecnológicas - como actualmente ocurre en los países desarrollados- se aceleran las modificaciones en estos conjuntos.

Tales modificaciones pueden obedecer a cambios técnicos que constituyen mejoras sucesivas en los productos y procesos, motivando aumentos en la productividad y/o innovaciones estructurales consistentes en la incorporación de productos y procesos nuevos. La importancia de tales transformaciones en la época actual permite hablar de una verdadera "revolución tecnológica".

Estos procesos abarcan el surgimiento de nuevos bloques, de nuevas actividades en los bloques ya existentes, la desaparición de otras, cambios en la importancia relativa de las actividades en el interior de los bloques y de estos entre sí. Estas transformaciones están en línea con la significación de su existencia en las relaciones económico-sociales.

En consecuencia ésta perspectiva de análisis permite contar con una visión más integral de la problemática de los mercados en relación al análisis económico sectorial tradicional.

En efecto, los enfoques que dividen la actividad económica - para su posterior análisis- en empresas, ramas, sectores e inclusive cadenas productivas tomadas en paralelo - aunque útiles para el análisis de las empresas en su espacio directo de actuación- no proporcionan una imagen articulada del conjunto de relaciones correspondientes a las actividades involucradas. Estas últimas delimitan el espacio correspondiente a los bloques sectoriales y su análisis complementa al de los enfoques mencionados.

III.2. Identificación

Los bloques se constituyen en torno a las actividades productoras de bienes, servicios y de comercialización, a través de sus relaciones específicas o funcionales. Estas comprenden - entre las económicas- la compraventa de bienes, de servicios, inversiones, financieras y formas de propiedad. Entre las no económicas, o sea, aquellas que mantienen sus relaciones específicas con las anteriores, pueden mencionarse las relaciones tecnológicas, científicas gremiales o de otra naturaleza, siempre y cuando no medie en la relación una cuestión económica.

Esto quiere decir que un bloque reúne a todas aquellas actividades cuyas funciones específicas motivan una relación permanente entre ellas; se define así la "pertenencia" de cada actividad a determinado bloque.

El concepto de pertenencia puede originarse en las relaciones técnicas como ocurre, por ejemplo, en el bloque azúcar con la caña para producir ese producto y sus derivados; o bien en el bloque metalmecánico con el mineral de hierro para producir productos siderúrgicos y sus posteriores transformaciones; en ambos casos la relación entre las actividades proviene de la función específica de cada una de ellas.

Pero la pertenencia, también puede obedecer a otra característica como, por ejemplo, la localización; Tal como ocurre, en términos generales, con la provisión de bienes y servicios en lugares protegidos de la competencia mercantil; o bien con aquellas especializaciones que corresponden solamente a ciertas empresas productoras de un bien o servicio dentro de un conjunto mas amplio de empresas con oferta mas difundida. En esos casos la actividad pasa de ser una vinculación a ser una intersección. Esto ocurre en esa relación particular, porque el resto de la actividad fuera de ese espacio tendrá una relación - si existe - de vinculación, por ese motivo las llamamos aleatorias. En consecuencia estas actividades no constituyen relaciones específicas -independientes de esa relación particular- con las etapas del bloque, lo cual motiva una interdependencia relativamente mas débil que las restantes.

Estas relaciones pueden originarse, en general, por la presencia de una actividad en una zona donde se generan relaciones de dependencia mutua; por ejemplo la provisión de alimentos, producidos básicamente en ese lugar para ser consumidos por el personal de un establecimiento minero; o bien, una estación de gasolina que atiende principalmente las demandas relacionadas con la actividad minera

Los bloques se originan a instancias de determinados conjuntos de actividades que son los "principales organizadores"; su naturaleza proviene de que estas actividades atraen a otras por ser para ellas su relación funcional principal, en consecuencia su presencia le confiere al bloque el carácter de tal, sin su presencia el bloque se transformaría en mas de un bloque o bien desaparecería, lo cual permite considerar a éstos como verdaderos núcleos organizadores del bloque

Tales "organizadores" permiten identificar bloques de bienes, de servicios y de comercialización; respondiendo al carácter de las actividades que componen el grupo de los principales organizadores. Aunque en cada tipo de bloque se presentan actividades correspondientes a los otros dos conjuntos.

El nivel de agregación de la información es de suma importancia para identificar los bloques, puesto que si la información es muy agregada, por ejemplo, grandes sectores: agropecuario, industria, servicios y comercio no permiten identificar bloques.

Si se trabaja con un nivel de desagregación que permita su identificación, por ejemplo, que se desagregue al nivel de "cereales"; tomados en conjunto, tanto en la etapa agropecuaria como industrial éste constituiría un bloque. Pero ese nivel de agregación no daría cuenta de las relaciones que mantienen los cereales particulares como el trigo, arroz, maíz que en realidad constituyen bloques diferentes. El trigo forma un bloque con la harina, los productos de panadería y la industria fideera; el arroz se embloca con los molinos arroceros; el maíz forma un bloque con los molinos, las aceiteras y elaboradoras de alimentos en base al maíz, como insumo; similar razonamiento puede aplicarse a los restantes cereales. Por lo tanto la información debería estar desagregada a nivel de los mencionados productos para identificar mas precisamente a los bloques; siempre y cuando una mayor desagregación de la información no genere nuevos bloques.

En consecuencia el nivel de agregación óptimo, desde la perspectiva sectorial para construir estos bloques, es aquel para el cual una mayor desagregación de la información no afecte la estructura de bloques en general ni de ninguno de ellos en particular. Aunque, claro está, que cada bloque luego puede ser desagregado para dar cuenta de un mayor número de relaciones en su interior.

Este nivel podría estar garantizado si, para su identificación, se parte de unidades de decisión a nivel de locales cuyas actividades principales estén agrupadas con un nivel tal que permita cumplir con la condición de optimo planteada. El cual puede corresponder a la clasificación por producto de las cuentas nacionales.

Luego, la consideración de las formas de propiedad, tales como agrupamientos de locales correspondientes a una misma empresa y de empresas que responden a un mismo centro de decisiones estratégicas, así como también, agrupamientos de productos en ramas de actividad permite encontrar nuevas relaciones, tanto dentro del bloque como entre bloques y con el resto de las actividades vinculadas.

III.3. Conformación

Las actividades económicas de los bloques conforman una secuencia a partir de las etapas iniciales siguiendo por las intermedias hasta las finales; relacionadas con las etapas aleatorias; participan en las distintas etapas las actividades no económicas que, como dijimos, no realizan sus relaciones funcionales a través del mercado.

Aunque en algunos bloques pueden no existir etapas intermedias o aleatorias, es preciso considerar todas las secuencias para contar con una visión genérica del concepto de bloque.

Cada etapa del bloque puede comprender productores de bienes (de capital y de uso) de servicios y la comercialización de los anteriores sean éstas actividades independiente o no.

Ahora bien, las relaciones de pertenencia pueden abarcar, desde la perspectiva de las actividades a más de un bloque. En efecto, determinadas actividades pueden pertenecer a un bloque por tener en éste su relación funcional principal, por las ventas (bienes, servicios o comercialización) y a otro por mantener su relación funcional principal por las compras de insumos, constituyendo una intersección entre ambos. Esta relación puede ejemplificarse con los curtiembres que se originan en el bloque forestal-maderero, si son naturales, o en el bloque químico si son sintéticos y se destinan - en ambos casos - a las curtiembres, que pertenecen al bloque ganadero.

A su vez, los bloques tienen vinculaciones con otros bloques mediante relaciones que no constituyen sus relaciones funcionales principales; también con las actividades no emblocadas que se componen fundamentalmente de los consumidores finales y de servicios no remunerados para las instituciones y la comunidad, que no mantienen relaciones funcionales con ninguna de las actividades que componen los bloques; estas relaciones constituyen también vinculaciones.

A través de los espacios compartidos se establece otra forma de relación entre las actividades del bloque y fuera de él, por medio de terceras actividades. En estos casos debe analizarse la relación entre las actividades del bloque, en cuestión, con las restantes para establecer el tipo de conexión correspondiente (pertenencia, intersección o vinculación). Estos espacios pueden ser - entre otra diversidad de casos - terminales de medios de transporte, tales como puertos o aeropuertos; o bien centros de ventas de bienes y servicios correspondientes a distintos bloques.

Las actividades de los bloques se relacionan por último con el Sector Público, que comprende desde las vinculaciones que corresponden a cualquier actividad económica, como pueden ser las relaciones fiscales cuando no diferencian a las actividades del bloque del resto de las actividades económicas; pasando por las políticas de ingerencia en el bloque, como pueden ser las dependencias estatales relacionadas con bloques específicos, como ocurre con la Educación o la Salud; hasta la participación directa del Estado en el bloque, como ocurre por ejemplo cuando participa en los bloques a través de empresas del Estado relacionadas con las empresas privadas, generando una intersección entre ambos.

III.4. Relaciones económicas del bloque

Se comienza el análisis por las etapas finales porque éstas constituyen el inicio de los flujos de gastos que originan los flujos de bienes y servicios - hacia atrás - por los diversos estadíos hasta las etapas iniciales, a partir de sus compraventas principales.

La etapa final no realiza, por definición ventas principales dentro del bloque, estas constituyen intersecciones o vinculaciones con otros bloques y vinculaciones con las actividades no emblocadas y el sector público.

Estas pueden realizar su compra principal a una etapa intermedia o a una etapa inicial; un ejemplo del primer caso son las autopartes con los vehículos automóviles y la uva con el vino es un ejemplo del segundo.

Las etapas intermedias pueden realizar sus ventas principales dentro del bloque con otra etapa intermedia o con la etapa final; un ejemplo del primer caso es la venta de las desmotadoras a las hilanderías de algodón y en el segundo las ventas de tabaco elaborado para manufacturar cigarrillos.

En tanto pueden realizar sus compras principales a una etapa inicial, a otra intermedia o ser una intersección con otro bloque; el primer caso puede ejemplificarse con las compras de ganado a los criadores para engordar y el segundo con las compras a las petroquímicas de materias primas plásticas; los anteriores son los casos más frecuentes; un ejemplo del tercer caso

puede ser el hilado sintético del bloque textil que viene del bloque petroquímico y se destina a otra etapa intermedia: hilado o tejido.

Las etapas iniciales pueden realizar las ventas específicas principales, dentro del bloque, a una etapa intermedia o a una etapa final cuando no hay una intermedia; un ejemplo del primer caso pueden ser los rollizos para aserrar o para pasta y un ejemplo de venta principal a una etapa final es la leche salida del tambo que se destina a la industria para su elaboración y comercialización final.

Estas realizan sus compras principales según alguna de las siguientes alternativas posibles:

Puede realizar sus compras específicas principales a la misma actividad, por ejemplo, los productores de semilla que para iniciar un nuevo proceso productivo adquieren semilla a otros productores de la misma actividad.

También puede no contar con compras específicas, por ejemplo, el mineral de hierro cuyos insumos para extraerlo del yacimiento no están asociados funcionalmente con tal extracción, en consecuencia no se emblocan con esa actividad.

Podría ocurrir, por último, que esté en intersección con otro bloque a partir de sus compras. Esta relación de existir seguramente no resulta fácil de encontrar.

Las etapas aleatorias pueden relacionarse con todas las etapas del bloque, aunque en la práctica establecen esta relación con alguna o algunas de ellas, como ocurre con la provisión de energía para la producción de aluminio en el sur Argentino, motivando su pertenencia al bloque metalmeccánico a partir de su relación con una etapa inicial. En el caso del papel de bagazo en el bloque azúcar éste representa una proporción mínima de la oferta de papel con impactos en la zona del Ingenio; si este papel se destina a otra etapa posterior como puede ser la elaboración de papel de diario, se relaciona con una etapa intermedia y si se destina a ser consumido, con una etapa final.

III.5. Relaciones no económicas del bloque

Las relaciones no económicas del bloque abarcan, también, vinculaciones con otros bloques, actividades no emblocaadas y el sector público. Estas pueden ser, el aprovechamiento de información en forma gratuita a través de Internet, o bien la utilización de recursos formados en otro bloque sin que medie una relación de mercado entre ellas.

III.6. Relaciones entre actividades y conjuntos de bloques

Por último hay actividades que mantienen su relación principal con conjuntos de bloques estableciendo en ese nivel relaciones de pertenencia, tanto económicas como no económicas. Esto ocurre con actividades que tienen su especificidad en un nivel relativamente agregado, como ocurre por ejemplo con los fertilizantes en relación con el sector agropecuario o ciertas instituciones técnicas sectoriales, gremiales, agropecuarias industriales, etc.

III.7. Análisis de los bloques en espacios geográfico-políticos determinados

Las relaciones planteadas se presentan en determinados espacios geográficos conectados entre sí. Los cuales, considerados en forma agregada responden al análisis de los bloques realizado hasta el momento.

IV. El bloque turismo

IV.1. El núcleo del bloque: la estructura de la actividad turística

En las estadísticas económicas la unidad es el Local. Los locales pertenecen a empresas, el turismo no es una excepción. Por ello es muy importante definir la estructura de la actividad en términos de empresas y de la localización de sus locales.

El Turismo implica viajes, por lo tanto siempre hay un Origen y un Destino. Es su esencia. Por eso es muy importante el transporte, es decir el traslado entre el Origen y el Destino. Así como siempre hay un Origen y un Destino, también existen empresas que tienen sus locales en el Origen y empresas cuyos locales son típicos del Destino.

En la lista que sigue aparecen los locales de empresas típicos del Origen y de los típicos del Destino. Se trata de una lista general, no exhaustiva que puede variar en algunos Orígenes o Destinos.

La Estructura de la Actividad Turística Las Empresas Productoras de los Servicios Turísticos

Ubicación	Tipo de Empresa
ORIGEN	Motivación
	Organización de Viajes y Excursiones (Mayoristas de Turismo)
	Representaciones y Comercialización venta de Viajes y Excursiones
	Servicios Especiales al Viajero
	Transporte y Desplazamiento
DESTINO	Operación de Turismo
	Alojamiento
	Alimentación, Bares y Cafeterías
	Atracciones y Actividades
	Transporte Local
	Souvenirs y Similares
	Apoyo al Visitante
	Recreación para la Comunidad Local
	Orientación y Control Sectorial (Organismo Oficial)
FOMENTO	Formación de Recursos Humanos

En el origen las empresas mas numerosas son las Agencias de Viajes, o empresas de venta de viajes y turismo. Se encuentran allí porque sus clientes son los viajeros. Otra de las importantes son las Mayoristas, que se encargan de organizar viajes y excursiones. Las Empresas de Representaciones son empresas comercializadoras, pueden representar a líneas aéreas, hoteles, organismos oficiales de turismo y otras empresas de Destino. Las Empresas de Servicios Especiales al Viajero mas típicas son las de seguros de viaje, pero pueden existir otras.

Las empresas de Motivación son aquellas cuya función consiste en influenciar las compras de los usuarios de los servicios. Es un grupo que incluye Agencias de Publicidad, la prensa propia del sector y la prensa masiva, sobre todo en los suplementos dedicados al turismo. También incluye las radios y la televisión tanto en programas informativos como en aquellos dedicados al turismo.

Finalmente, en el Origen aparecen las Empresas de Transporte de Pasajeros. Se trata de líneas aéreas, de buses, ferrocarriles, transporte fluvial y marítimo, dedicadas a transportar pasajeros. Figuran en el origen porque es allí donde comercializan y venden. En rigor sus servicios se prestan a lo largo de sus rutas y por el tiempo que duren sus viajes, pero lo que aquí interesa es donde venden sus servicios. No hay duda que los servicios se venden allí donde residen los viajeros, independientemente del lugar de origen de la empresa y de los Destinos que sirva.

En el Destino existen empresas productoras de servicios y empresas o instituciones de fomento. Entre las primeras figura la Empresa de Operación de Turismo, también llamada Operadora Receptiva. Se trata de empresas que brindan el servicio de excursiones en Destino. Su importancia depende del Destino y de las actividades que allí realizan los turistas, pudiendo ir desde servicios de transfers en Destinos de playa, hasta servicios integrales que incluyen guías, alojamiento y alimentación, en un Destino de Ecoturismo o Aventura. Estas empresas llegaron a cumplir un papel muy importante en la comercialización de los servicios del Destino, ya que vendían servicios de hotelería, restaurantes, etc.. Esta función está desapareciendo en muchos destinos, con los avances en la tecnología de comunicaciones que permite poner en contacto a hoteles y otros prestadores de servicios con agentes de viajes y directamente con los viajeros.

Empresas típicas de Destino son las de Alojamiento, entre las que se incluyen los hoteles, en todas sus categorías, hostales y establecimientos extrahoteleros como casas de familia. Se trata de un servicio esencial para cualquier viajero. Igualmente esenciales son las empresas dedicadas a los servicios de alimentación, que incluyen todo tipo de restaurantes, bares y cafeterías. En algunas ciudades la gastronomía, por su calidad y originalidad, constituye un atractivo que agrega valor al Destino.

Las Empresas de Atracción y Actividades son muy variadas dependiendo de cada Destino. Son cada vez mas frecuentes y

van desde Disney Corporation, hasta museos, pasando por acuarios y casinos. En general se trata de servicios que agregan mas poder de atracción al Destino ya que están diseñados para los turistas aunque eventualmente puedan ser usadas por la población local. Las empresas de venta de souvenirs y similares están dedicadas a vender a los turistas todo tipo de recuerdos, artesanías, etc.. Finalmente las empresas de apoyo al visitante son las que brindan servicios como cambio de moneda.

Una consideración aparte merecen las empresas dedicadas a servicios de recreación orientadas a satisfacer necesidades de la población local. Se trata de cines, teatros, instalaciones deportivas, espectáculos, etc.. En muchos Destinos como ciudades importantes estos servicios se convierten en un atractivo de mucho interés para los visitantes, pero generalmente no podrían subsistir sin la demanda local. Ciudades como Londres, París, Nueva York o Buenos Aires, mantienen una actividad teatral y de espectáculos muy importante y atractiva que necesariamente debe incluirse en su oferta turística.

Entre las Empresas o Instituciones de Fomento se encuentra, en primer lugar, el Organismo Oficial, con su doble función de orientación y control de calidad. Generalmente los Destinos turísticos son ciudades y por lo tanto el Organismo Municipal de Turismo siempre está presente. En muchos casos también está presente el Organismo Nacional. Es importante destacar que el Organismo Oficial debe actuar en el Destino porque su función primordial es colaborar en la promoción para que lleguen los turistas y asegurar la calidad de atractivos y servicios. Otro hecho interesante es el lugar que le corresponde a la formación y capacitación de los Recursos Humanos, que incluye la enseñanza del turismo en universidades y escuelas, las escuelas de hotelería, de gastronomía y de guías.

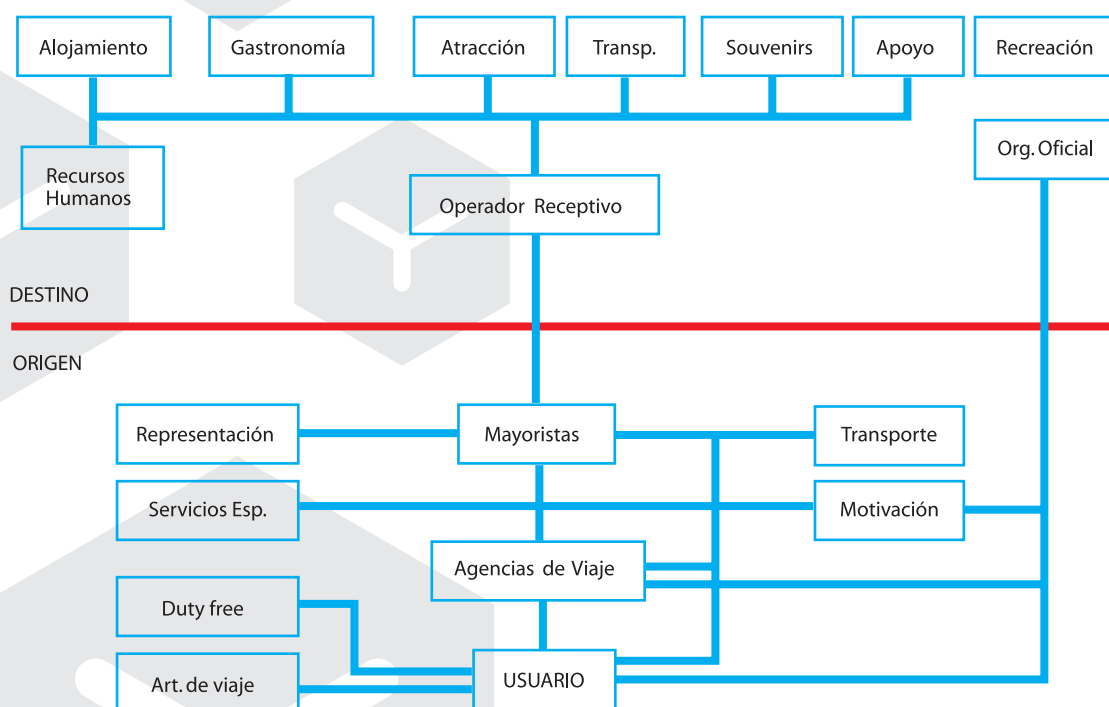
IV.2. El funcionamiento de la actividad turística

Esta Estructura diferenciada en Origen y Destino permite además describir esquemáticamente los Canales de Comercialización. Se trata de la cadenas de compras y ventas que se originan a partir de la demanda de servicios de alguien que decide realizar un viaje. Es decir que es una descripción de las transacciones que permiten definir un Bloque.

De ninguna manera se trata de Canales de Distribución porque en turismo se comercializan servicios los que, por definición no se distribuyen. Los servicios no se distribuyen, son los consumidores quienes se trasladan a los lugares de producción. En el caso del turismo los lugares de producción de servicios se encuentran en el Destino y aunque los consumidores se trasladan por motivos muy distintos a los de consumir servicios de alojamiento, alimentación, etc., lo cierto es que los necesitan y los consumen.

Figura 1

Canales de Comercialización 1980



En la Figura 1 se utiliza la Estructura de Origen y Destino para describir los Canales de Comercialización según el esquema típico existente a principios de la década de los ochenta. En esta época existía un esquema muy simple y claro, básicamente definido por las comunicaciones disponibles en la época. No existía el fax y las comunicaciones se hacían por teléfono, que era costoso, y por telex, que era costoso de instalar pero barato de operar y tenía la ventaja de la constancia del mensaje. Después, y precisamente por influencia de los avances en la tecnología de comunicaciones el esquema se simplifica pero se hizo mas difícil de interpretar.

Este esquema está muy simplificado para su mejor comprensión. En primer lugar no existe ciudad ni país que sólo cumpla la función de origen o destino. Todos los países reciben turismo y todos generan demanda de servicios turísticos. En otras palabras todos exportan y a su vez importan servicios turísticos. Por otra parte cada origen tiene a su disposición una gran cantidad de Destinos, aquí se a supuesto uno sólo, básicamente porque los canales de comercialización funcionan en forma mas o menos semejante en todos los Destinos.

El esquema de la Figura 1 es el que estaba vigente hasta mediados de la década de los 80 pero es útil comenzar con él por su simplicidad. Después debido a los adelantos en la tecnología de comunicaciones los canales se multiplicaron. Por esa época los viajeros recurrían a los agentes de viajes o directamente a las Líneas aéreas, pero no era frecuente que viajaran sin reservas y prácticamente la única forma de hacerlas era a través de las Agencias. Estas vendían paquetes todo incluido o individuales pero en ambos casos recurrían a las Operadoras Mayoristas que además de los paquetes tenían tarifarios de los países en los que se especializaban. En general había especialización en las Mayoristas, aunque algunas se especializaban en países y otras en regiones como, Europa, Oriente, etc.

En esa época y en la actualidad también el origen y motivo de toda la Actividad o Sector era y es el usuario de los servicios, el viajero. El usuario es el cliente del agente de viajes y puede serlo directamente de las empresas de transporte, de los hoteles, restaurantes, etc. En general la cadena de comercialización funciona con mayor intensidad a medida que el Destino tiene con respecto al Origen mayor distancia física y cultural. Un habitante de Buenos Aires no contrata a través de un agente de viajes sus vacaciones en Mar del Plata. Otro tanto hace un vecino de Santiago de Chile cuando viaja a Viña del Mar, o uno de Nueva York cuando va a Atlantic City. Pero esas mismas personas cuando viajan a Japón o a Rusia contratan todo en una agencia de viajes. La diferencia es que es fácil ser usuario-cliente cuando se conoce el idioma y la cultura del Destino. Pero la unión usuario cliente se rompe cuando se viaja a un lugar con distinto idioma, diferente moneda y costumbres. En este caso se recurre a un asesor y ese es el agente de viajes.

La diferencia esencial entre el esquema de comercialización de los ochenta y los actuales fue, primero el fax y luego Internet. En el medio también tuvieron su influencia los Computerized Reserve System (CRS) que eran sistemas de reservas de pasajes de avión, que luego ampliaron sus productos a otros servicios, como los de alojamiento, y fueron llamados Global Distribution System (GDS).

Con el fax fue posible la comunicación directa entre las agencias de viajes y los prestadores de servicios de los Destinos. Esto cambió la forma de operar y de funcionar de las Mayoristas y Operadoras Receptivas, que abandonaron su función de intermediarias.

Los mayoristas se dedicaron a contratar servicios en Destinos y aviones presentando en el mercado una nueva versión de los viejos IT que ahora se conocen como Charters. Por su parte el fax puso en crisis a las operadoras receptivas que, al menos en Sudamérica trabajaban en las ciudades capitales y operaban todo el país. Esta transformación operó a favor de las operadoras receptivas de cada Destino ya que recibían los pedidos directamente de las agencias de viajes vía fax.

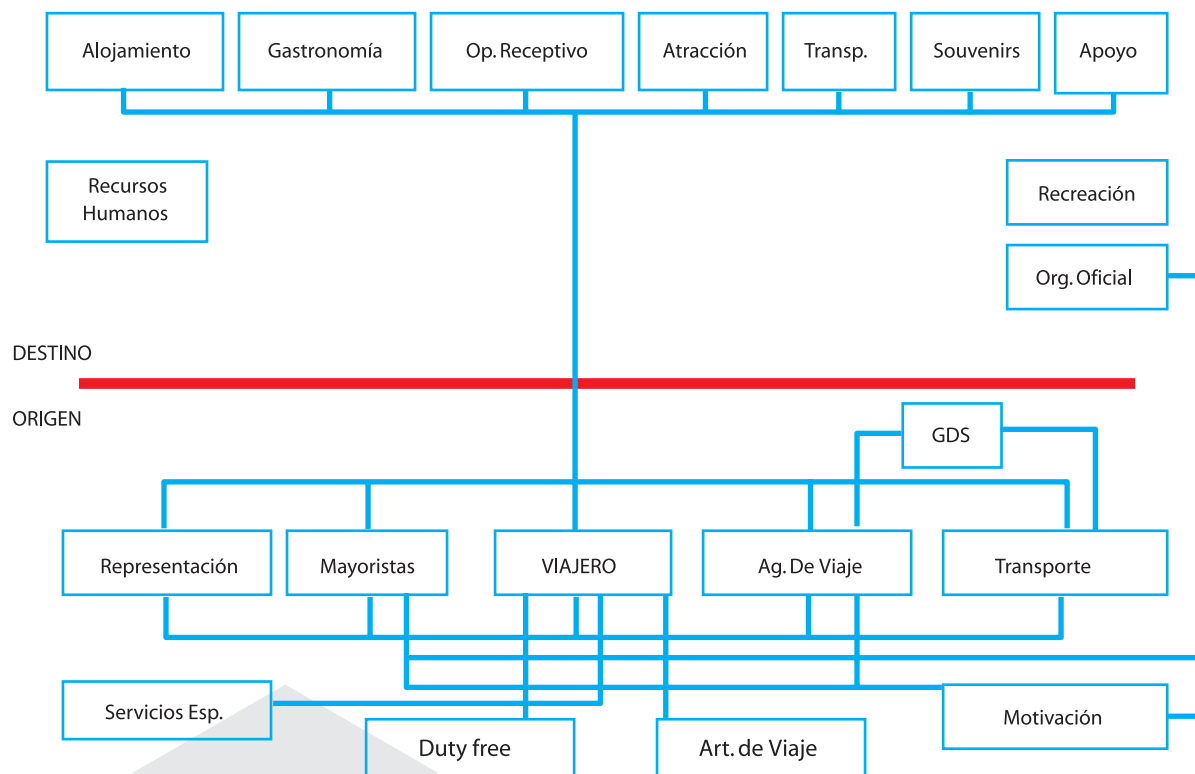
Pero la mayor transformación vino de la mano de Internet en un proceso que aún no ha concluido pero que tiende a un esquema como el que se muestra en la Figura 2.

En esta versión 2000 de los canales de comercialización se observan varios cambios con respecto a la versión anterior. En el Origen el cambio mas notable es el reemplazo de los Mayoristas por los Usuarios ocupando la posición central. Otro de los cambios es la horizontalidad del Origen, se trata de un efecto de los nuevos medios de comunicación, como Internet, que están disponibles para todos y muchas veces orientadas directamente a los usuarios.

Esto incrementa la competencia en el Origen al tiempo que amplía las posibilidades de los proveedores de servicios en los Destinos. En el Origen no sólo compiten los actores tradicionales sino que ahora se le agregan los Destinos y sus proveedores de servicios. Hoy es posible para cualquier futuro viajero hacer reservas y hasta pagar vuelos, hoteles y hasta la entrada a un partido de fútbol, directamente desde su PC conectada a Internet. Esto es lo que ubica en una posición central a los viajeros.

Figura 2

Canales de Comercialización 2000



En los Destinos también se han modificado las estructuras. El papel central del Operador Receptivo ha desaparecido y se ha modificado convirtiéndose en un proveedor de servicios mas. Esta estructura horizontal se debe a que ha desaparecido el vínculo entre Operadores Receptivos y Mayoristas. Los Operadores eran los grandes vendedores del Destino y su canal de acceso a los mercados era a través de los mayoristas. Cuando estos comenzaron a vincularse directamente con los hoteles y otros proveedores del Destino y básicamente a trabajar bajo la modalidad de Inclusive Tours, el papel de los Operadores cambió. Tienden a desaparecer los Operadores que cubren todo el país y cobran vigencia los operadores locales especializados. Los Organismos Oficiales así como la formación y capacitación de los Recursos Humanos siguen teniendo sus funciones en el Destino.

Según se advierte en las Figuras 1 y 2, se trata de un Sector con ciertas características distintivas básicamente determinadas por el consumidor, el turista o viajero, que relaciona la etapa final y da cuenta de una elevada proporción de transacciones dentro del bloque. En buena medida esto se debe a que se trata de un consumidor de servicios. Los servicios no se distribuyen ni se almacenan, se consumen en el lugar donde se producen y con la presencia simultanea del productor y el consumidor (1). La diferencia entre el turista y cualquier otro consumidor de servicios es que además es un viajero, y que en realidad no viaja para consumir servicios sino al reves, consume servicios porque viaja. El viaje genera necesidades tanto en su origen como en su destino que en general se satisfacen con las actividades de la etapa Final del Gráfico 2. Estas actividades son muy diversas y lo único que tienen en común entre si es que son consumidas por un viajero. Sin embargo el viajero es un consumidor y como tal figura como No Emblocado.

El consumidor – viajero es a su vez quien determina las actividades Aleatorias, las que precisamente se definen como pertenecientes al bloque turismo cuando los bienes o servicios que producen son consumidos permanentemente por viajeros. Un restaurante es turístico si un elevado porcentaje de sus clientes son turistas, pero no lo es si sólo concurren a él los oficinistas del barrio. Una fabrica de aviones sólo pertenece al bloque si se dedica como función principal a construir en forma permanente aviones para pasajeros y además no figurará en el bloque sino en el lugar donde se encuentra localizada. El consumidor – viajero genera a su vez intersecciones y viculaciones con otros bloques.

(1) En los servicios de salud, por ejemplo, el paciente concurre al consultorio del medico, al hospital o a la clinica. Allí cuando el médico se encuentra con el paciente comienza el servicio y dura tanto tiempo como la consulta o la internación.

Por ejemplo un turista que compra cigarrillos en su Destino genera una vinculación con el bloque tabaco. Se trata de una Vinculación porque los cigarrillos no se hacen para viajeros sino para fumadores, algunos de los cuales pueden ser eventualmente viajeros. El equipaje se hace para viajeros y genera una intersección, pero se trata de una actividad industrial relacionada con el bloque ganadero, por los cueros, o petroquímico, por los plásticos. Una intersección es mas fuerte que una vinculación.

Se solucionan así dos de las cuestiones de límites planteadas al comienzo, existen actividades que pertenecen al bloque si son consumidas por viajeros o elaboran insumos para las actividades del bloque, en cuyo caso figuran en la etapa Intermedio (ej. Motivación). Por otra parte hay actividades que pertenecen a más de un bloque, son las intersecciones, pero cuya producción se cuenta una sola vez. Las actividades vinculadas en realidad pertenecen a su propio bloque, la vinculación generada con el bloque tabaco por el consumo de cigarrillos por viajeros corresponde a ese bloque.

La otra característica se refiere a que los mismos servicios de una actividad del bloque puede ser un producto final consumido por viajeros o un insumo para otra actividad, en cuyo caso figurará en varias etapas simultáneamente. Los servicios de alojamiento de un hotel pueden ser solicitados y consumidos por un viajero (Final), o pueden formar parte de un paquete turístico (Inicial) elaborado por una mayorista (Intermedio), vendido por una agencia de viajes (Final) y consumidos por un viajero.

En general todas las actividades de la Etapa Final son productos finales consumidos y adquiridos directamente por los viajeros. Un viajero consume transporte y previamente puede requerir los servicios de un agente de viajes y compra su equipaje, en su destino necesitará alojamiento, una excursión para lo cual recurrirá a un Operador Receptivo, irá a un teatro (atracciones) y comprará un souvenir. Todo esto corresponde a la Etapa Final.

Las actividades de la Etapa Final compran a su vez bienes y servicios que corresponden a la Etapa Intermedia. Los agentes de viajes compran paquetes de las mayoristas, transporte y servicios de las empresas de representación, por ejemplo alojamiento o un pasaje de una línea aérea que no tiene oficinas en su ciudad. También compra servicios de excursiones a los Operadores y entradas al teatro o a un partido de fútbol. La diferencia a estos mismos servicios de la Etapa Final, es que no los compran los pasajeros sino los agentes de viajes. Todas las actividades de la Etapa Final compran servicios de las empresas de motivación para su marketing.

Las actividades de la Etapa Inicial venden insumos para otras actividades del bloque, aunque sean los mismos productos que también venden como finales. Allí se encuentra transporte para mayoristas y agentes de viajes, los que además compran alojamiento y servicios de los GDS ⁽²⁾. Los servicios profesionales de abogados, contadores, hoteleros y técnicos en turismo, así como la formación de recursos humanos, son consumidos por todas las actividades del bloque.

Todas estas actividades, definen con precisión el bloque. Quedan las Aleatorias que cuentan con un criterio de clasificación preciso y práctico si se trata para cada ciudad o región. Finalmente queda una zona difusa, que son las vinculaciones e intersecciones con otros bloques. Las primeras son relaciones comerciales de compra y venta de insumos y permanecen en su propio bloque. Las intersecciones forman parte de los dos bloques pero se cuentan en uno sólo, quedando la relación con el otro registrada y establecida.

Como se ve el tratamiento mediante los Bloques Sectoriales constituye un camino apto para el tratamiento de actividades complejas como el turismo.

Quedan dos elementos a considerar, las relaciones no económicas con instituciones del bloque y el sector público. Ambos tienen relevancia en el sector turismo.

Las Instituciones son parte del bloque. En turismo existen varios tipos de cámaras empresarias y sindicatos. Las Cámaras de Turismo son frecuentes, así como las Asociaciones de Agentes de Viajes y Cámaras de Hoteles, en muchos lugares existen cámaras de hoteles y restaurantes. En Argentina, la Federación Hotelera y Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), incluye hasta bares y cafés. Por otra parte existen sindicatos en todas las actividades del bloque.

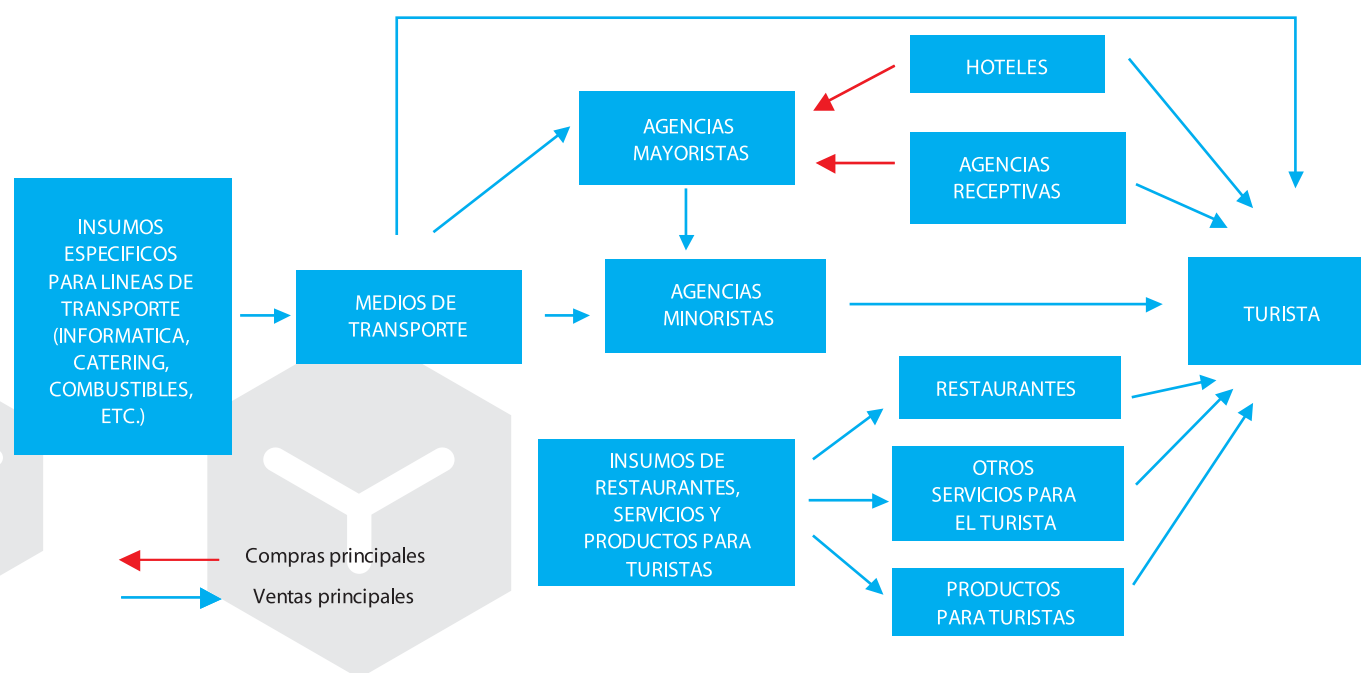
El Sector Público en general tiene tres tipos de relaciones con los bloques. Las vinculaciones que derivan de los impuestos que pagan las empresas y las familias. Relaciones de Injerencia, que son propias del sector público y que se refieren a regulaciones, subsidios o impuestos sobre productos específicos. En el caso del turismo las relaciones de injerencia se han

(2) GDS: Global Distribution Systems, se trata de sistemas computarizados de reservas originalmente creados por las líneas aéreas, pero que en la actualidad permiten reservar y pagar servicios de transporte, alojamiento, etc..

dado mas en el campo de las regulaciones que en los aspectos fiscales. Un caso típico son las clasificaciones hoteleras, las regulaciones sobre los agentes de viajes o sobre el transporte aéreo de pasajeros. Finalmente existen relaciones de intersección que básicamente se dan cuando existen empresas del Estado en el bloque. En una época eran frecuentes las líneas aéreas del Estado y hasta Cadenas Hoteleras. Venezuela conservó una cadena de hoteles, CONAHOTU, hasta la década de los 90. Cuando existen empresas del Estado las relaciones de intersección son particularmente fuertes porque no solo es el Estado propietario sino además, por las características propias del sector, dueño de un monopolio u oligopolio lo que le confiere un poder en las relaciones comerciales del mercado.

El siguiente diagrama sintetiza el Bloque Turismo en general. En cada región o país debería ser adaptado a sus condiciones particulares.

Diagrama 1
Principales Flujos del Bloque Turismo



Fuente: Dirección Nacional de Programación Económica Regional