

La Competitividad en Turismo

Recopilación por. Ing. Mario a. Socatelli P.
Director General - Intermark - Consultores en Turismo
Especialista en Planeación - Desarrollo y Mercado Turístico

I- Que es competitividad?

La competitividad se entiende como la relación entre varias entidades, países, etc. para ofrecer el mejor servicio y obtener los mayores resultados de forma equiparable con respecto al resto del mundo.

En la economía de un país hay varios factores clave: el sector público, el sector privado, el sector financiero (que rigen los bancos y la bolsa) y los consumidores. Dicha economía está enfocada de forma diferente dependiendo si el país es desarrollado, en desarrollo o subdesarrollado. Un país que no esté desarrollado no tendrá la misma capacidad de producción que uno que sí lo esté, que es la clave para el crecimiento económico.

La competitividad y productividad son dos términos que van estrechamente ligados. Actualmente, la competitividad de un país está estrechamente relacionada con su capacidad de producción principalmente industrial. En un mundo que cada vez requiere más automatización, la tecnología punta es la clave para estar en la cumbre de la productividad y competitividad.

Para analizar si un país es productivo y competitivo, se observan los bienes producidos, el nivel de empleo y las relaciones internacionales o de exportación. Es fundamental en la competitividad de un país la exportación e importación de bienes. Un país que solo tenga un comercio interior podrá ahorrar en determinados sectores o tasas, pero eventualmente su economía decrecerá.

La competitividad de una empresa dependerá de la gestión propia y la administración de sus servicios al exterior. Aun así, en una empresa existen dos tipos de competitividad: la interna y externa. Internamente, los trabajadores deben estar cualificados y preparados para su posición a fin de hacer su trabajo lo mejor posible, pero también es importante la innovación destinada a una competitividad exterior, a un mercado saturado y que cada vez es más completo en su cualificación y también en su servicio.

Una empresa, para ser competitiva, siempre debe tener en mente la renovación, ajustarse a lo que el mercado necesita en ese momento y mantenerse informada de los cambios del mismo.

Se pueden distinguir cuatro tipos de competitividad en las empresas:

- La incipiente, donde la competitividad es muy escasa y a menudo la empresa es forzada a seguir los patrones del mercado de valores
- La aceptable, ya no es tan fácilmente manipulable, reacciona mejor a las innovaciones
- La superior, en la que la empresa empieza a ser más relevante e innovadora en el sector
- La sobresaliente, última fase en la que la empresa pasa de adaptarse a los mercados a ser ella quien los establece.

Quizá el punto más importante de una empresa sean los trabajadores. Una empresa que quiera progresar debe buscar una mano de obra cualificada y además saber mantenerla, con lo cual es necesario un buen equipo en Recursos Humanos. Los profesionales necesitan incentivos, reconocimientos por su trabajo que a su vez estimulen más su productividad.

La competencia laboral reúne las propias cualidades de un individuo para realizar su trabajo satisfactoriamente. Algo extremadamente importante es que la industria tal como la conocemos hoy necesita de una mano de obra muy especializada y cualificada, tiene que cumplir con requisitos específicos que aseguren la correcta realización del trabajo debido a que la dificultad cada vez aumenta más, y por eso el profesional debe realizar aquel trabajo para el que esté cualificado y no otro, con fin de aprovechar al máximo su competitividad laboral.

La competencia entre trabajadores se puede ver como un incentivo abstracto; es decir, es el propio colectivo el que establece sus metas en cuanto a lo que quieren aspirar, y cómo quieren hacerlo. La competencia laboral externa, es decir, entre trabajadores de distintas entidades, es a todo riesgo favorecedora para ambas empresas. En la competitividad, sobre todas las cosas reside una voluntad de mejora, a título personal y para la empresa.

Como se ha mencionado previamente, el estímulo más directo para un trabajador es una compensación a su productividad, que a su vez incentive a otros profesionales a aumentar la suya propia.

Asimismo, el profesional deberá disponer de un área de trabajo cómoda a fin de poder desempeñarlo correctamente, y que no tenga efectos negativos en su competitividad.

Por último, aparte de la destreza profesional, los empleados también deben tener ciertas cualidades empáticas, especialmente en cargos con contacto directo con el público u otros trabajadores (Recursos Humanos, por ejemplo).

II- Competitividad Turística

En ocasiones resulta difícil asimilar el concepto de competitividad al sector turístico, ya que este concepto ha sido utilizado principalmente en la investigación del sector industrial. No obstante, han sido varios los autores que han demostrado que no existe ningún obstáculo que impida aplicar esta teoría de la competitividad al sector servicios (ver entre otros, Richardson (1987), Riddle (1986) y Gray (1989)). No obstante, han sido pocas las investigaciones sobre competitividad en el sector servicios, a pesar de que la misma puede llegar a ser tan importante, e incluso más, que la competitividad industrial, como lo demuestran, entre otros, Porter (1990), Newall (1992) i Krugman (1994).

En el ámbito de la investigación turística, la competitividad de los destinos turísticos puede definirse como "la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores (Hassan, 2000).

También puede definirse, siguiendo a Ritchie i Crouch (2000), como "la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar de esta forma el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social".

Para adaptarse al entorno y aumentar la competitividad la Unión Europea identifica cinco grandes factores que se deben tener en cuenta: políticos, económicos, medioambientales, sociales, tecnológicos y de innovación. Resulta evidente que, estos factores son diferentes en función de los grandes subsectores del turismo: transporte, alojamiento, atracciones turísticas, organizadores de viajes e intermediarios, etc.

III- TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index)

La dificultad para definir la competitividad turística y, su importancia para la gestión público/privada ha provocado la actuación de algunas organizaciones turísticas que han intentado cuantificar el nivel competitivo del sector turístico, en una extensa serie de economías nacionales (130). Este es el caso del TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index), que ha desarrollado una amplia batería de indicadores, algunos de ellos ya utilizados en "The Global Competitiveness Index" del WEF.

El índice de competitividad de Viajes y Turismo (Travel and Tourism Competitiveness Index o TTCI) es elaborado por World Economic Forum en estrecha colaboración con Booz Allen Hamilton, Deloitte, the International Air Transport Association (IATA), the International Union for Conservation of Nature (IUCN), the World Tourism Organization (UNWTO), the World Travel & Tourism Council (WTTC), con el objetivo de medir los factores y políticas que favorecen o inciden en el desarrollo del sector turística en los distintos países.

El TTCI consiste en un análisis benchmarking muy interesante, que proporciona una visión económica, global y exhaustiva sobre el sector turístico a nivel mundial, que está compuesto por un total de 70 variables, englobadas en 14 pilares:

1. Normativa y regulación;
2. Sostenibilidad medioambiental;
3. Seguridad ciudadana;
4. Sanidad e higiene;
5. Prioridad del sector turismo;
6. Infraestructuras aéreas;
7. Infraestructuras terrestres;
8. Infraestructuras turísticas;
9. Infraestructuras tecnológicas;
10. Competitividad-precios del sector turístico;
11. Recursos humanos;
12. Afinidad por el turismo;
13. Recursos naturales;
14. Recursos culturales.

Asimismo, estos pilares están organizados en tres subíndices que capturan una amplia categoría de variables clave en la determinación de la competitividad del sector turístico. Estos subíndices son:

- 1) MARCO REGULATORIO:** Este primer subíndice abarca aquellos elementos generalmente bajo el ámbito de actuación de los poderes públicos (Normativa y regulación, sostenibilidad medioambiental, seguridad ciudadana, sanidad, higiene y prioridad del sector turismo).
- 2) INFRAESTRUCTURAS Y ENTORNO SECTORIAL:** El segundo subíndice contiene aquellos elementos relacionados con el entorno y ámbito de la industria del sector turístico en sí mismo, así como el nivel de infraestructuras (aéreas, terrestres, turísticas y competitividad-precio).
- 3) RECURSOS HUMANOS, CULTURALES Y NATURALES:** El último subíndice valora la dotación de recursos humanos y culturales con la que cada país está dotado (Recursos humanos y culturales, afinidad por el turismo, recursos naturales y culturales).

En cualquier caso y, con independencia de la definición de los citados índices, de su relativa novedad y de los resultados que se han presentado en los últimos años (ex. 2007 y 2008), etc, se trata de un esfuerzo interesante a la hora de definir e intentar acotar algo tan complejo como es la competitividad turística.

Travel & Tourism Competitiveness Index

