

Reseña del libro:
TURISMO: UNA PERSPECTIVA EMPRESARIAL

Autores:
Schlüter, Regina
Winter, Gabriel

Por Maximiliano Korstanje
Académico de la Universidad de Palermo
Buenos Aires, Argentina

Turismo: Una Perspectiva Empresarial es un libro editado por primera vez en el año 2003, por el Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires, Argentina. Recientemente, en 2007, una primera reimpresión hizo su aparición en las librerías de Latinoamérica y Argentina.

La siguiente reseña intenta ser un aporte sintético-analítico en cuanto a los alcances y limitaciones que encuentra hoy el turismo como disciplina académica y actividad comercial. Precisamente, el gran mérito de Schlüter y Winter radica en haber podido condensar y haber hecho conversar dos posiciones que en lo cotidiano parecen distanciadas (aún cuando hablan de un mismo fenómeno), en efecto, el turismo además de un hecho social y psicológico puede ser comprendido como una industria cuyas complejas dinámicas requieren un diálogo más estrecho entre investigadores, científicos, planificadores, estudiantes y empresarios.

Analizando la obra, podemos decir, que se compone 189 páginas, 8 capítulos y más de 100 citas de autores especializados en la materia.

El primer capítulo titulado *Conceptualización y definiciones* se esmera por integrar las diferentes definiciones de turismo como hecho moderno, combinando las perspectivas etimológicas, funcionales y estructurales. Asimismo, discute con ciertos autores clásicos de la talla de Leiper y Beni, la comprensión del turismo como un sistema integrado de componentes complejos en forma de un centro emisor, receptor y un canal de tránsito. En cuanto al espacio receptor, los autores advierten “*es el lugar favorecido por los visitantes como destino de sus viajes. Debe contar con un atractivo que actúa como un imán para lograr el desplazamiento de las personas desde su lugar de residencia*” (Pag.16)

Por el contrario, en el segundo capítulo (*Perspectivas de diferentes disciplinas*) los autores hacen una síntesis de los aportes, limitaciones y alcances que han tenido las diferentes disciplinas de las así llamadas Ciencias Sociales al estudio científico del turismo. En este sentido, tanto la antropología, la psicología social, la sociología, la economía, la geografía y otras han realizado importantes avances (cada una desde

su perspectiva) de aquellas dinámicas que se dan en el turismo. Llama la atención, precisamente, la falta de estudios aplicados en política y ciencia política comparada en la materia: *“teniendo en cuenta el carácter internacional del turismo, las facilidades o restricciones implementadas por los diferentes gobiernos inciden en la dimensión de los flujos turísticos. La negativa a otorgar visados de entrada a ciudadanos de determinados países es un ejemplo de ello”* (Pag. 26)

El capítulo 3 llamado ***Evolución del turismo***, como su nombre lo indica se relaciona desde una perspectiva histórica a la evolución que ha tenido el turismo como actividad social y comercial. Desde los principios de hospitalidad ejercidos por las civilizaciones antiguas hasta el turismo como hecho moderno, todos los detalles son tomados en forma sistemática incluyendo el desarrollo y debate en torno a los ya conocidos “Gran Tour”, “Belle Epoque” y “Turismo masivo”. En forma progresiva, los autores van explicando cuales han sido las variables que han intervenido en conformar al turismo, como hoy lo conocemos. Esta sección es de suma importancia para todos aquellos que deseen zambullirse en los contextos históricos en los que se ha llevado a cabo la actividad, como así también en analizar la relación que surge entre las formas y prácticas del ocio en conjunción con la superestructura política y la estructura económica.

En el capítulo 4, se hace referencia expresa al operar y funcionamiento de las ***Empresas Turísticas***. Así, y conservando el mismo nombre, los autores sostienen *“las organizaciones pueden adoptar diferentes tipos de estructura, dependiendo del tipo de producto o servicio que presten. Para cada tipo de organización existe un determinado mecanismo de coordinación, un área clave y un tipo de descentralización específico”* (Pag. 58). En esta sección se trabajan diversos conceptos tales como clasificación de las empresas turísticas, dinámicas de servucción, características de la red de transportes y la descripción en la interacción de los diferentes componentes del sistema. Al momento, en que las unidades poseen diferentes atributos y formas, los autores realizan un interesante y minucioso recorrido sobre las características principales de las diferentes empresas que integran el sector turístico.

De esta forma, los autores enlazan ya llegando al capítulo 5, ***Gestión Empresarial***, con la eficiencia en el control de calidad y de rentabilidad que el caso requiere. En palabras de los propios autores *“para tener éxito, el principio fundamental de cualquier organización consiste en que sus miembros definan con precisión quienes son, quienes quieren ser, cuales son sus factores claves de éxito y cómo alcanzarlos”* (Pag. 101). Desde una perspectiva táctica y estratégica, esta sección analiza temas relacionados al ciclo de vida del producto turístico, las competencias en cuanto a unidades de negocios BCG, las formas de gestión en recursos humanos e importante papel que cumplen en las organizaciones los sistemas de beneficios y castigos. Si bien

comprendemos, que la remuneración es parte fundamental de la motivación laboral, toda política de compensaciones debe asegurar la retención del empleado como bien intangible de la compañía. A su vez, establecen un sistema taxonómico para clasificar las compensaciones a tal que: a) remuneración (basados en conceptos de sueldos y antigüedad); b) bonificaciones (conceptos variables con arreglo a la producción y eficiencia) y c) beneficios (entendidos como aquellas prestaciones sin una obligación legal. Otros temas, como la cultura organizacional y el cambio son de gran importancia en los trabajos que se vinculen con aspectos de la motivación transaccional en las esferas laborales.

Los capítulos 6 y 7 se enfocan en puntos relacionados con la *Calidad del Producto* y el *Desarrollo de las Nuevas Tecnologías* respectivamente. En lo que respecta, a calidad del producto surge un problema de difícil solución. Si bien hasta el momento, varios autores se han encargado de estudiar la calidad de los servicios, pocos han podido realmente definir que se entiende por tal. En este punto, Schlüter y Winter recomiendan como herramienta en el estudio de la calidad, la postura de Parasuraman, Zeithaml y Berry en medir la calidad del producto-servicio como la diferencia que existe entre las expectativas del consumidor y sus percepciones pre-consumo. No obstante como los autores afirman, este método ha despertado diversas críticas pues no toma en cuenta los resultados del servicio una vez consumido. Estas observaciones han sido respaldadas en forma inicial por algunas investigaciones en líneas aéreas, compañías hoteleras etc; aunque todavía el tema parece tener mucho campo de estudio. Los investigadores dedicados al comportamiento del consumidor turístico encontrarán en estos dos capítulos interesantes debates y observaciones que no deben dejar de ser mencionadas.

Finalmente, como todo comienzo tiene su propio fin, hemos llegado al último capítulo denominado *Empresa y Medio Ambiente*. En esta parte del trabajo, Schlüter y Winter desarrollan el concepto de turismo sustentable y capacidad de carga, dividiendo a ésta última como capacidad psico-social la cual se construye acorde a que es percibida por los individuos y la capacidad física, que por el contrario, hace referencia al máximo de personas que un sitio puede tolerar. Luego de una breve reseña histórica sobre el comienzo del tratamiento de turismo sostenible (según el informe Bruntland en 1987), los autores infieren la necesidad de confeccionar códigos “voluntarios de conducta” que permitan una reglamentación efectiva en cuanto al turismo (privado) y el ambiente; a tal efecto, señalan “*los códigos voluntarios de conducta son un conjunto de lineamientos que las empresas utilizan como una guía sobre la forma en que deberían operar. A pesar de no ser obligatorias es importante que una vez delineados exista el compromiso de implementarlas y controlar si se observan los resultados deseados. Por lo general, las empresas consideran a los códigos voluntarios como una forma atractiva de alentar la reglamentación de diferentes aspectos relacionados con el ambiente*” (Pag. 177).

Como conclusión, *Turismo: una perspectiva empresarial*, debe ser considerado una herramienta interesante y necesaria para expertos, estudiantes, académicos, y planificadores cuyos intereses se encuentren ligados al turismo. No consideramos justo ni lícito dejar de mencionar que Schlüter y Winter han integrado en una forma sencilla dos aspectos del turismo que en pocas ocasiones pueden serlo, su profundidad en el tratamiento de los conceptos y la claridad en la que se tratan y se exponen gramaticalmente.

Sin embargo, todo buen trabajo no sólo “muerde” sino que además “se deja morder”. Es decir, que por un lado si bien focaliza en un punto específico sobre la temática que trata, por el otro existe un aspecto que el trabajo no trata explícitamente y que en esta instancia nos despiertan algunas cuestiones y dudas.

Si por un lado, asumimos que el turismo es una disciplina académica que requiere de diversas perspectivas y por ende puede ser trabajada inter-disciplinariamente, ¿Cuáles son precisamente las condiciones y requerimientos que deben perfilar al turismo como una disciplina científica propia?, ¿Cuál es el papel del método deductivo dentro de un fenómeno que por su movilidad parece prescindir de él?, ¿Sería lícito afirmar que la ciencia es tal en cuanto a que se nutre del método experimental?, ¿Qué diría Karl Popper al respecto?. Por otro lado, ¿Cómo hacer para que dos perspectivas totalmente opuestas (por su lógica una acumulativa y la otra elusiva) como la empresarial y la científica puedan dialogar en un futuro?.

Creo, que tal vez, estos escollos deban ser abordados en los años venideros por aquellos quienes intenten unificar criterios para establecer al turismo como una disciplina científica; o por lo menos, para aquellos que deseen intentarlo.

Recibido: 31/12/2007

Aprobado: 03/04/2008