

Gestión de Riesgos en Turismo



Por Irene Alvarez, EDITUR, España, agosto 2004

En los atentados terroristas que asolaron al mundo en los últimos años destruyeron mucho más que miles de vidas y cientos de millones de dólares en bienes materiales. Estos ataques significaron un cambio sustancial a la hora de evaluar el impacto del riesgo sobre los destinos y las actividades turísticas. Después de 11-S y de 11-M, la posibilidad de sufrir nuevos atentados no sólo ha incidido en los cambios producidos en la situación política internacional sino que, además, coloca a los viajes y al turismo en estado de alerta.

Aprender a Controlar

En el extenso manual del buen gestor turístico hay que incluir un nuevo capítulo: la gestión del riesgo en turismo.

En muchos de los destinos existen en la actualidad un creciente número de factores que colocan al viajero en una clara situación de inseguridad. Epidemias víricas, atentados terroristas, guerras, secuestros, robos, extorsiones, etc., hacen correr al visitante altos niveles de riesgo, y no sólo a él sino también a las inversiones de la industria turística. Los riesgos pueden afectar la vida de las personas, pero también los hay de tipo económico.

El capítulo que debe mejorar el proceso de producción turística (desde el diseño de los productos turísticos hasta su co-

mercialización y posterior seguimiento se fundamenta de manera exclusiva en la información actualizada.

No es suficiente disponer de una abundante y detallada información sobre los acontecimientos que puedan afectar a la seguridad, sino que también hay que gestionarla de manera ágil.

Llegados a este punto, la pregunta es de qué manera se puede ofrecer este servicio para minimizar el riesgo en la comercialización de los productos y también el que pueda correr el cliente.

En la actualidad existen diferentes grupos de investigación y empresas que dedican sus esfuerzos a lograr estos objetivos. La mayoría de ellos fundamentan sus trabajos en dos ámbitos: planificación (valoración del nivel del riesgo y análisis) y gestión (control y aplicación de las medidas tomadas en la planificación, así como su seguimiento).

Del primer ámbito destaca el trabajo que realizan en la Universidad de Queenslanda (Australia) para establecer un test de evaluación del riesgo en destinos turísticos, a partir de la información que se disponga. Los resultados de estos test deben aportar datos suficientes que ayuden a fijar el tipo de seguro de viaje adecuado, seleccionar las recomendaciones e informaciones legales presentes en los folletos, decidir el lanzamiento de campañas de promoción, apostar por políticas de precio

más o menos agresivas o bien decidir qué inversiones hacer.

Con el fin de complementar la información que llega por los canales tradicionales (embajadas, ministerio de Asuntos Exteriores u oficinas de turismo) o por las fuentes de primera mano (corresponsales y experiencias propias), y con el principal objetivo de que los gestores turísticos manejen información en tiempo real, ha aparecido un grupo de empresas que, aparentemente, solucionan este déficit informativo.

En el ámbito de la gestión del riesgo, destacan varias empresas que ofrecen, entre otros, los siguientes servicios:

- Auditorías de seguridad en destinos turísticos
- Investigaciones de fraude en la información turística en la red
- Informes detallados sobre posibles riesgos en más de 300 ciudades en el mundo
- Previsiones del tiempo meteorológico en tiempo real
- Protección personal y guardaespaldas
- “Briefings” diarios para los suscriptores
- Monitorización del riesgo para los turistas

Para las agencias de viajes las empresas tienen reservado un software que avisa y actualiza la información sobre el riesgo en los destinos y complementar los habituales avisos que se pueden realizar a través de los GDSs.

No se puede olvidar que el volumen de trabajo más importante para la gerencia del riesgo está en el destino. Aquí, los agentes turísticos deben trabajar de manera coordinada para poder cumplir los programas de gestión del riesgo.

En algunos casos, la mala práctica de esta gestión ocasiona resultados negativos. El más destacado es el exceso de dotación de seguridad visible en la calle. La adopción de medidas de seguridad demasiado espectaculares puede resultar contraproducente.

La habilidad para gestionar el riesgo debe formar parte fundamental de los conocimientos del gestor turístico. Los objetivos son claros: reducir el riesgo de los clientes garantizando la seguridad, ofreciendo mayor calidad, minimizando las pérdidas económicas y generando confianza.

Elementos de Riesgo a Tener en Cuenta

A lo largo de su evolución, el turismo como fenómeno social y cultural no ha sido ajeno a los avatares políticos que han ido configurando la historia. Precisamente, los últimos acontecimientos políticos lo han convertido en un constante foco de atención cuyo análisis, actualmente, trasciende con mucho el punto de vista meramente jurídico. No basta con que los profesionales del derecho conozcan y analicen las consecuencias de esos acontecimientos, sino que esa tarea debe ampliarse a otros ámbitos, y — de manera muy especial — al de los profesionales del turismo que elaboran y comercializan productos adquiridos por un gran número de consumidores. Es evidente que corren tiempos de riesgo, y que éste también se traduce en la probabilidad de daño para el consumidor. A todo riesgo

deben corresponderle las medidas de prevención que permitan minimizarlo. Por ello, se propone el análisis de algunos de los aspectos del turismo que caben valorar, conocer y, sobre todo, dar a conocer. No se pretende realizar una enumeración exhaustiva, sino tan solo apuntar algunos datos que nos parecen significativos.

En primer lugar, es obligada la referencia al destino como elemento de riesgo. Es preciso recordar la obligación de los profesionales de actuar con la diligencia necesaria para conocer la situación de los países de destino en los que se comercializan sus productos, y para saber también de qué instrumentos disponen para informarse de ello. Sin embargo, el riesgo como elemento del destino no se puede disociar del propio turista, que en sí también puede comportar un peligro por el mero hecho, inofensivo en principio, de poseer una determinada nacionalidad. Cabe citar al tal efecto los atentados sufridos por viajeros europeos en destinos como el norte de África, Bali, etc. En efecto, así como los gobiernos de diferentes países han utilizado el turismo como un elemento de propaganda política, y las actuaciones y las mejoras en las infraestructuras las han presentado como un instrumento de relación pacífica entre los pueblos, la actividad también sirve a veces para producir el efecto contrario. Así, el viajero se puede convertir, y de hecho se convierte, en objetivo terrorista de diversas organizaciones cuyas actuaciones constituyen un auténtico soporte propagandístico con el que consiguen generar un gran impacto mediático sobre la población y crear un estado de opinión en el plano internacional que sirve perfectamente a sus intereses, llegando a anular un destino.

A este aspecto del riesgo cuyos componentes son de naturaleza política, cabría añadir el matiz de la inseguridad ciudadana, que sin llegar a supuestos que puedan ser calificados técnicamente como terrorismo, sí influye sobre la inseguridad ciudadana, que sin llegar a supuestos que puedan ser calificados



Atentado terrorista en Madrid

técnicamente como terrorismo, sí influye sobre la seguridad y la propia integridad física del turista. Son los casos de delincuencia, muchas veces organizada, que actualmente están castigando de manera sistemática algunos destinos tradicionalmente turísticos por excelencia.

Otro aspecto que cabría destacar en materia de inseguridad es el referente a los fenómenos meteorológicos y sus posibles consecuencias. ¿Cómo opera el cambio climático en los destinos turísticos? ¿Es un fenómeno a tener en cuenta o puede obviarse? Debe ser considerado a la hora de planificar la inclusión de un destino en una oferta. Se ha de tener en cuenta que fenómenos como la gota fría, los efectos de los rayos solares en la piel, etc., no se deberían olvidar. Ilustremos esta afirmación con una reflexión sobre la información meteorológica que algunas televisiones públicas ofrecen en los últimos tiempos y sobre el riesgo que aquella supone para los turistas en general. Sin embargo, la cuestión no se resuelve únicamente a través de la información que por su parte debe ofrecérselo al cliente y la asunción por su parte de fórmulas contractuales del riesgo, ya que los profesionales no podrán operar, en ningún caso, sobre la libertad de que gozan los entusiastas del turismo del sol y playa para exponerse de manera prolongada y perjudicial al mismo.

También parece extraordinariamente importante señalar que esta información que debe garantizársele al consumidor turístico no debe provenir solamente del profesional que organiza el viaje sino también de otros estamentos, como por ejemplo los cuerpos y fuerzas de seguridad de los gobiernos, principales garantes de la seguridad ciudadana. Deben atesorar la suficiente capacitación profesional, no sólo para proteger, sino también para prevenir, y ser capaces de desenvolverse en más de un idioma.

Otro elemento generador de riesgo son los posibles conflictos sociales en los lugares de destino, como huelgas de transporte y reivindicaciones laborales en temporada alta. La agencia debe poner todos los medios a su alcance para, de una manera diligente, minimizar el impacto que estos hechos pueden ocasionar a su cliente. Por tanto, el producto turístico no está sólo en manos del profesional, sino también de todo un conjunto de posibles condicionantes externos que el profesional turístico debe conocer con la mayor amplitud posible. La eliminación total del riesgo es pura utopía; pero sí puede minimizar su impacto a través de una adecuada información y del control de los distintos acontecimientos que puedan general este riesgo, y contribuir así a garantizar al máximo la seguridad turística, elevando consiguientemente el nivel de calidad de los servicios turísticos minimizando con ello su enorme impacto.

Hace unos años, cuando se definía la profesión de agente de



Protección contra el SARS

viajes como de “alto riesgo” algunos consideraron que se exageraba. Pero, afortunadamente, hoy en día la mayoría de profesionales y técnicos turísticos piensan que ésa es la definición que mejor refleja la realidad. En los últimos tiempos e ha podido comprobar, no sin cierta sorpresa que la mentalidad de los viajeros ha cambiado sustancialmente: ahora exigen seguridad cuando realizan sus desplazamientos.

La seguridad turística fue durante años un tema que tenía mala prensa entre muchos profesionales y técnicos del sector; era lo que podríamos denominar un tema “tabú”. Resultaba difícil hablar en público sobre amenazas a viajeros y, en definitiva al turismo. Algunas mentes bienintencionadas creían que el simple hecho de abordar el tema asustaría a los visitantes. En definitiva, entonces se creía que la falta de seguridad era un mal necesario y que viajar siempre entrañaba algún que otro riesgo porque éste era inherente al viaje.

Estas viejas ideas dieron lugar a una situación caracterizada por la deficiente seguridad en aeropuertos, hoteles, restaurantes y demás atracciones. Los profesionales que durante años hablaban de seguridad, eran tachados de alarmistas y se les pedía que “suavizaran” sus discursos para que los pudieran digerir las mentes turísticas bien intencionadas y bienpensantes.

11-S: el detonante: No obstante, y sin apenas darnos cuenta, el turismo ha cambiado... mucho antes de que lo hicieran las propias estructuras y organizaciones turísticas. Los atentados del 11-S no fueron el detonante de dicho cambio, aunque sí han servido para que aflore el problema a la superficie. El turista ya había empezado mucho antes a elegir destinos seguros.

Resulta evidente que el mundo es cada vez más peligroso, y que conforme aumenta la inseguridad se hace más y más necesario identificar y gestionar de forma totalmente técnica y profesional los riesgos que conlleva el turismo. Hace ya años que los profesionales, y los viajeros, empezaron a plantearse cuáles son los riesgos asumibles y qué costes generan para la actividad.

Definir la seguridad. En cualquier caso, previamente se debería plantear qué se entiende por seguridad turística: “La protección de la vida, de la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras”.

Las “realidades” son difíciles y complicadas en ocasiones; entonces lo ideal es que fuesen diferentes, y por eso surge a veces la necesidad de construir otras. Sin embargo, el siglo XXI ha planteado “realidades” y retos hasta ahora impensables. Los cambios en la política internacional, los escenarios bélicos, la participación de los gobiernos en el nuevo panorama de la política internacional, etc., han comportado graves problemas

para la seguridad turística y generado otros de carácter social y económico que repercuten de forma clara y contundente en las actividades turísticas.

Inseguridad global. La inseguridad que han generado estas nuevas “realidades” es global. Según datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT), las salidas vacacionales representan el 60% o más de las llegadas, frente al 30% de los viajes de negocios. De este modo, la aportación que el turismo realiza a la economía de algunos países es importantísima.

Los nuevos escenarios plantean la necesidad de llevar a cabo cambios que gradualmente sitúen al sector en el turismo del nuevo milenio (“el turismo en tiempos de riesgo”). Por consiguiente, se han de ajustar las ofertas, destinos, “turismos”, etc., a una nueva demanda que exige más seguridad. Los visitantes que han conocido muchas formas de turismo (alternativos, culturales, incluidos los nuevos “turismos espaciales” para elites), piden ahora seguridad.

Los turistas que hace tan sólo unos años reclamaban nuevas sensaciones, destinos, emociones... y detestaban las “viejas formas de turismo” (turismo de masas, viajes combinados, etc.), sorprenden al estar ahora tan preocupados por la seguridad. Los conflictos internacionales son globales y afectan a todos, incluso a los turistas ávidos de nuevas emociones.

La seguridad turística es, sin duda, uno de los nuevos factores que se debe considerar a la hora de elaborar y aplicar cualquier estrategia de marketing político-turístico; olvidarlo sería abocar al desastre de los destinos y de las empresas turísticas.

Afortunadamente, se empieza a comprobar cómo se están asumiendo los nuevos retos en los más diferentes ámbitos, tanto públicos como privados. La seguridad ha dejado de ser un tema más en la agenda del gestor turístico: los grandes acontecimientos incorporan en sus planes de marketing la necesidad de priorizar la seguridad del visitante, las ciudades son conscientes de la importancia de la seguridad (y no tan solo para los residentes), las compañías aéreas intensifican sus esfuerzos para reducir los riesgos generados por la inseguridad y en la mayoría de las reuniones se plantean continuamente los problemas de la inseguridad y los riesgos del turismo. La gestión de los riesgos turísticos se ha convertido en un tema prioritario para el desarrollo del sector en el siglo XXI.

Tipología del riesgo. Los riesgos pueden ser de distinta naturaleza y en ocasiones difíciles de definir. En los viajes y el turismo hay que considerar los siguientes:

- Riesgos para la seguridad física del

cliente (visitante, turista, etc.)

- Riesgos para la seguridad física del personal
- Riesgos de salud (salubridad del agua y los alimentos) para el personal y los clientes.
- Riesgos para el medio ambiente. Los grandes acontecimientos y determinadas rutas podrían llegar a perjudicar el territorio turístico.
- Riesgos para la cultura local. Los excesos siempre son perjudiciales, y un gran número de visitantes podría hacer peligrar el desarrollo de la cultura local.
- Riesgos para la reputación de una empresa o industria. Una buena gerencia de riesgo comienza con un buen servicio al cliente.

Cómo gestionarlo. Para poner en perspectiva el papel de la gerencia de riesgo, aparecen los siguientes parámetros:

- En viajes y turismo no existe diferencia entre riesgos de seguridad y de salvaguarda. Si uno y otro no se manejan adecuadamente, podría destruirse el sector. En lugar de dividirlos, ambos deben manejarse bajo un encabezado de “gerencia de riesgo de seguridad”.
- Es preciso determinar cómo se cubrirían las pérdidas si se materializara un riesgo. Muchas entidades de viajes dan por hecho que el seguro cubrirá todos los costos de recuperación. Pero las entidades turísticas están siempre sometidas a la crítica del público. Por ello, actuar pensando que el seguro es suficiente, puede ser errado.
- Efectuar una evaluación completa de riesgos. ¿Dónde está el negocio más expuesto a la pérdida? ¿Qué técnicas se están usando actualmente para minimizar esta(s) pérdida(s)? ¿Con qué frecuencia se ponen en práctica dichas técnicas? Y, por último, ¿se puede demostrar que se ha seguido de cerca los resultados obtenidos y que han sido comparados con otros anteriores?

- Elaborar una lista de cada peligro al que se haya expuesto la industria turística y establecer los niveles que se han alcanzado. La gerencia de riesgo será tan buena como lo sean las suposiciones sobre las que se basan las decisiones. No hay una manera para eliminar todos los riesgos, por eso es necesario establecer niveles de riesgos.

- La seguridad podrá tener diferentes significados para los profesores, los expertos en disciplinas diversas y los técnicos turísticos, pero en el mundo de los viajes tiene un solo significado. El que supone reconocer que el agua envenenada y las balas tienen los mismos resultados: la destrucción del turismo.

