

## TRABAJAR EN TURISMO EN TIEMPOS DE CRISIS

Dentro de los actos de celebración de los 40 años de constitución de la AEPT (Asociación Española de Profesionales del Turismo), se enmarca la celebración de una Tribuna con la rubrica "Trabajar en Turismo en tiempos de crisis".

La Tribuna comenzó con palabras de agradecimiento por parte del Presidente de AEPT y moderador de la mesa, a los asistentes y a los ponentes por aceptar la invitación:

(orden alfabético)

- Antonio Caballos, Presidente de AEDAVE-Madrid)
- Gonzalo Fuentes, Representante de CCOO
- Cesar Galiano, Representante de UGT
- Emilio Gallego, Secretario General de la FEHR)
- Ricardo Lage, Secretario General de CECOMA)
- 

El Presidente, indico que la AEPT, considera que la crisis en la economía española, afectará al sector turístico. Por ello su preocupación se ha centrado en los problemas laborales tanto de paro como de ralentización de la actividad turística.

Invito a los ponentes a analizar hasta que punto puede afectar la crisis al sector del Turismo y aportar soluciones que permitan soslayar las dificultades.

Los ponentes abordaron sus puntos de vista, en el tema planteado a debate, analizando la situación actual con perspectivas para el futuro. Coincidieron en que las épocas de crisis económicas pueden ser momentos de oportunidad para trabajar en el sector del turismo.

Los profesionales del Turismo ven en la crisis una oportunidad para abrir nuevas vías de negocio teniendo en cuenta que antes se debe abordar problemas pendientes como la estacionalización, luchar contra el intrusismo y el absentismo laboral, la formación de los trabajadores, la modernización de infraestructuras y la innovación del producto.

En los últimos años, la construcción de la mano de la industria turística, se ha convertido en la locomotora de la economía del país, ya que el crecimiento en muchas comunidades, se ha dirigido a la creación de segundas residencias, lo que se conoce como turismo residencial. En definitiva, viviendas muy ligadas al sector turístico.

Tal es la importancia actual del sector turístico que en los últimos cinco años han aumentado de forma considerable el número de estudiantes en esta disciplina, hasta el punto de que las más importantes universidades públicas han incorporado a sus planes de estudio la Diplomatura de Turismo.

En la actualidad las características de la gran mayoría de ofertas turísticas en España hacen que los colectivos de personas con discapacidad, pero también personas mayores o quienes pasan por circunstancias temporales que afectan a su capacidad de comunicación o de movilidad, encuentren verdaderos problemas para ser turistas. Algo a tener en cuenta, para dedicar una atención especial hacia ellos, como segmento importante que también viaja.

En esta Tribuna los ponentes trataron el tema de la crisis de manera optimista, resaltando los beneficios que el Turismo ha aportado, sigue aportando y sin duda alguna seguirá aportando, al sostenimiento económico del país.

Por ello, las consecuencias que pueden llegar a tener en el Turismo y todo lo que le rodea sino se actúa con responsabilidad y certeza. Las ideas aportadas son excelentes para ponerlas en práctica cuanto antes mejor, con lo que se puede decir que son soluciones acertadas y precisas para combatir la crisis.

Los ponentes debatieron el tema teniendo presente que en estos momentos de crisis se debe trabajar en, organizar y gestionar de la mejor manera la planta turística, y así conseguir que la actividad turística permita la mejor explotación económica de los atractivos.

## **BENEFICIOS APORTADOS POR LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

La industria turística por el crecimiento que ha tenido en los últimos años, sus beneficios son de gran importancia y es por ello que ha llegado a ser el motor de la economía de nuestro país.

El turismo representa el 12% del PIB, dando empleo a más de 1.558.142 de trabajadores, de los cuales 320.445 son autónomos y 1.267.697 son trabajadores por cuenta ajena.

La riqueza y empleo que generan los distintos subsectores que componen la hostelería, por ejemplo, hay que añadirle el valor indirecto sobre otros sectores, así como los miles de empleos que crean. Por tanto, el sector turístico es para nuestro país la primera industria. El Turismo se ha convertido para los españoles en nuestro petróleo. Información aportada por el representante de CCOO, Gonzalo Fuentes.

La sociedad, se ha beneficiado del ocio y la cultura que el Turismo hace posible que se disfrute, ya que todos tenemos la necesidad de diversión, de esta manera las empresas se han visto en la necesidad de crear productos y servicios que han usado o han consumido los turistas.

En estos últimos años se ha realizado un flujo circular muy positivo ya que los turistas han podido disfrutar de los bienes y servicios que están a su alcance siendo así consumidores en las distintas empresas y estas entregando a cambio los bienes y servicios que producen con la finalidad de

adquirir ingresos positivos y así de esta manera ayudando a la rentabilidad del sector público.

Como ya se ha explicado en cifras, el Estado ha contado con un mayor incremento en los ingresos, para que este lo invierta en mejorar los lugares de atracción turística.

Todos los ponentes han coincidido en que últimamente, el mercado era sobre valorado con unos precios sobre valorados y como es natural en la economía cuando se ha llegado al máximo de la oferta y la demanda, se prevé que se acerca el fin del crecimiento, a lo que añadió Emilio Gallego representante de la FEHR,

“todo esto rozaba la levitación y había que tocar tierra”.

## **CONSECUENCIAS DE LA CRISIS EN EL TURISMO**

Las consecuencias pueden reflejarse en la caída del consumo y con ello en la disminución de la producción, consiguiendo con ello depresión y deprimiendo al equipo y así mermando su rendimiento y sus aportaciones. Los clientes por naturaleza son vulnerables y con la crisis pueden llegar a dar menos importancia a la calidad y garantía y opten por lo que aparentemente es mas económico sin pensar que puede ser peor.

Es posible que exista esa idea de “ya esta todo hecho en Turismo”.

En estos tiempos de crisis nada es seguro. El representante de CCOO, Gonzalo Fuentes expuso que el sector turístico no va a ser inmune a la crisis y algo se ha notado, sobre todo en el consumo en los establecimientos hosteleros, aerolíneas, compañías de alquiler de coche, etc. Añadió que la industria turística de España resiste mejor que otros sectores en la actual coyuntura económica y así lo demuestra el crecimiento de las principales variables turísticas en nuestro país.

La bajada con la crisis se ha notado más en el turismo de negocios, por los recortes de los gastos de viaje que han llevado a cabo las empresas. Emilio Gallego, representante de la FEHR ha añadido que con la crisis, en la actualidad empieza el fin del crecimiento. Cesar Galiano en representación de la UGT, expuso que con la crisis el sector turístico puede ser muy perjudicado por la inestabilidad con una de las mayores tasas de temporalidad y salarios, un 30% inferiores al resto de los subsectores industriales. Opino que en tiempos de crisis el Turismo es el primer sector que nota los efectos de un menor consumo destino al ocio, así recordó que la mayoría de las empresas vinculadas son las PYMES.

Fuentes afirmo: “Nos hemos quedado cortos con el Plan 2020, hemos perdido calidad, faltan zonas verdes y sobra ladrillo”. En estos momentos sentimos la necesidad de mantener la calidad del producto que nuestros visitantes demandan, expuso Ricardo Lage de (CECOMA), así como también existe la necesidad de recuperar espacios de la ciudad que favorezcan el comercio y sirvan de impulsores de la actividad turística de zonas con muchas posibilidades de desarrollo.

Antonio Caballos manifestó que en estos tiempos de crisis, el Estado o las Comunidades autónomas, piensan que el Turismo será el motor de la crisis cuando no es considerado como una industria importante (especialmente en épocas de incremento) y al que apenas se dedican inversiones en infraestructuras, créditos a la exportación o la renovación; presupuestos jugosos para publicidad y la promoción, todo ello, sin tener en cuenta la colaboración del profesional y de sus asociaciones.

#### Considerandos negativos:

Que muchas industrias turísticas de primera línea se estén planteando no acudir a FITUR (que no es un gasto inútil), sin haber intentado ni siquiera negociar con IFEMA, pudiendo quizás de esta forma abortar nuestro primer escaparate turístico profesional a nivel mundial.

Que la única forma de lucha en temporada de crisis sean las bajadas continuadas de precios.

Que en hostelería y aviación se regalen los precios o tarifas en la red sin ser ultima hora o sin que sean campañas de compra adelantada o de fidelización, incluso negando las ventas cuando se intenta vender a precios y tarifas adecuadas.

Que RENFE, haya renovado por no decir empeorado su sistema de reservas ofreciendo ventajas (como la reserva sin emisión, por ejemplo) a sus clientes directos cuando no se lo permite a su mejor red de ventas las AAVV, (a la que además y a pesar de ser aun empresa estatal, ha negado la justa retribución por su trabajo).

Que tanto la industria como los destinos turísticos hayan reducido sus presupuestos de publicidad cuando es ahora el momento de incitar al viaje.

Que las grandes y pequeñas empresas comerciales e industriales, en tiempo de crisis, lo primero que supriman y reduzcan sean los viajes y el marketing, cuando estas actividades son eminentemente comerciales e incitan el crecimiento de las ventas.

Que IATA atosigue y siga atornillando a la industria, viendo sus balances, exigiéndoles avales exagerados, cuando algunos de sus socios han suspendido actividades abandonando a sus mejores distribuidores (las AAVV) y lo que es peor a sus pasajeros.

Que algunos de nuestros empleados no sean conscientes del momento en el que viven gozando de un trabajo seguro, y continúen sus practicas de absentismo insolidario (la lacra de nuestra productividad) en especial en las PYMES.

Que la industria turística siga atosigando en especial a las PYMES con sus políticas de PRE-Pagos indiscriminadas. Y que la industria mayorista siga sin tomar el toro por los cuernos especialmente en el tema de las anulaciones, reembolsos o cancelaciones de viajes de las PYMES, tal y como lo hacen con las grandes redes.

Que sigan apareciendo en los antiguos y nuevos reglamentos turísticos los avales millonarios sin poner coto al intrusismo. Y que los guías de turismo, trabajadores autónomos en su gran mayoría estén sometidos a un intrusismo feroz.

Que la prensa estatal, preste tan poca atención a la actividad turística "la segunda industria del país" siendo por tanto una autentica desconocida para la mayoría de los ciudadanos que ignoran la importancia real de su aporte a la sociedad y de sus problemas también.

### **PROPUESTAS PARA COMBATIR LA CRISIS**

Siendo el principal objetivo de la tribuna, aportar ideas de acción en estos tiempos de crisis y así combatirla de manera más eficaz, evitando con esto el perjuicio a los consumidores, a las empresas, y al sector público. Apostar por todas aquellas actividades que rodean al Turismo defendiendo a estas del intrusismo, porque existen muchas actividades que se pueden sostener con el Turismo, como es el caso de las cafeterías, los distintos comercios que se encuentran en los centros comerciales, es decir apostar por un trabajo despojado de actitudes negativas, fueron las principales ideas que expuso Ricardo Lage.

Emilio Gallego, estando de acuerdo con lo anterior expuesto añadió que las trescientas sesenta mil empresas que están relacionadas con el Turismo tienen unos recursos que deben saberse gestionar, los cuales son principalmente:

- Los consumidores.
- Las mujeres, en el mundo laboral.
- La emigración.

Los españoles son el principal consumidor del Turismo nacional lo que exige un esfuerzo por parte del sector para consolidar este mercado. "Cada vez se come mas fuera de casa, nuestros mayores tienen ahorros, la inmigración ha aumentado la población y todo esto son oportunidades de negocio, no debemos ser pesimistas".

El reto es saber gestionar esta diversidad de públicos, y la clave está en modernizar el sector, para lo que tenemos que trabajar cuanto antes mejor. Dar una buena y rápida respuesta a los agentes de viajes con una buena formación en los profesionales ya que así se fomenta la actividad de manera mas cualificada.

Es importante combatir el absentismo laboral porque esto es algo que abusa de los recursos y reduce la productividad. Para hacer frente a esto se debe crear empleos más productivos y mejor retribuidos.

Fomentar la participación de mujer en el trabajo junto con la modernización de las empresas mediante nuevas tecnologías, para lograr con esto empresas turísticas más productivas.

Fomentar el empleo a tiempo parcial es decir que el empleo sea a la carta para que todos aportemos y no solo nos dediquemos a una sola cosa teniendo en nuestras manos el poder de hacer una actividad más en beneficio de todos.

El representante de CCOO, Gonzalo Fuentes expuso, que en estos momentos debemos luchar contra la estacionalidad turística. Mejorar las infraestructuras a nivel general y en particular nuestras playas.

La industria turística debe apostar por un modelo de desarrollo más sostenible, respetuoso con el medio ambiente, y por una calidad integral de los servicios. Para ello se debe invertir por parte de las empresas, en calidad de empleo, lo que nos da por resultado más estabilidad.

La dignificación de los profesionales pasa necesariamente por el incremento salarial, por la certeza de la jornada, por la formación y la conciliación de la vida laboral, personal y familiar, será la única manera de que los profesionales del sector tengamos un reconocimiento social.

Tenemos que trabajar por mejorar esa máxima que es obligatoria en el sector, la relación calidad-precio-servicio. Con lo cual hace falta un plus de esfuerzo colectivo para que la gallina de los huevos de oro siga con salud y que siga generando riqueza mas y mejor.

Aunque no existen grandes formulas frente a la crisis, la única vía para conseguirlo debe ser el dialogo entre empresarios y agentes sociales no obstante se debe mejorar la calidad de la oferta para lo que es necesario reconocer las necesidades del público además de reordenar la planta hostelera.

Apostar por un Turismo sostenible, en lo que se refiere al empleo, combatir la inestabilidad que es lo que le caracteriza, fueron las aportaciones de Cesar Galiano representante de la UGT, quién reclamo una garantía para que las ayudas anunciadas, lleguen a las pequeñas y medianas empresas que sostienen mayoritariamente la actividad turística.

Con una mirada muy positiva, es decir viendo a la crisis como una oportunidad para trabajar en el sector turístico, Antonio Caballos, animo al sector a aprovechar esta crisis para buscar vías de financiación y optimizar gastos, mejorar la formación de los empleados y poner al día la marca involucrándose en la innovación tecnológica.

Añadió, el tiempo de crisis es un buen tiempo para:

- Poner la casa en orden.
- Crear productos.
- Desarrollar planes y acciones y continuarlas cuando pase la tormenta.
- Formar al personal.
- Optimizar los cobros.
- Revisar las condiciones de los proveedores.
- Hablar con el banco o para buscar un banco nuevo.
- Crear nuevas herramientas, puesta al día o creación de páginas Web.
- Para participar en foros o en cualquier parte donde se generen ideas.
- Dedicarse al grupo de compra, que defiende nuestros intereses comerciales.
- Dedicarse a asociacionismos, que defienden nuestros intereses políticos y corporativos.
- Implicarse en las comisiones y coloquios sobre nuestra industria, es decir tiempo para hacer oír la voz del sector en todos los foros posibles.
- Realizar fusiones.
- Llevar a cabo sinergias.
- Cambiar de local.
- Negociar de todo y con todos.

Finalmente, con una rueda de preguntas entre los asistentes se dio fin a una animada Tribuna, que dejó en el gusto de los asistentes la necesidad de reiterar más estos Foros, con temas de interés que vayan surgiendo, para los profesionales del turismo.