



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Grünewald, Luis Alberto

La seguridad en el marco de la competitividad de los destinos turísticos



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Grünewald, L. A. (2012). *La seguridad en el marco de la competitividad de los destinos turísticos*. *Revista de ciencias sociales*, 4(21), 141-158. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1545>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Luis Alberto Grünewald

La seguridad en el marco de la competitividad de los destinos turísticos*

Introducción

El inicio del tercer milenio le plantea a los destinos y a las mipymes turísticas la necesidad de establecer un nuevo modelo de competitividad así como la implementación de estrategias integrales para el posicionamiento del destino y de las empresas en el mercado.

Podemos definir *competitividad* como la capacidad de un destino turístico de alcanzar sus objetivos con estándares superiores al promedio de la actividad en forma sostenible. La competitividad relaciona dos conceptos: la necesidad de ser competentes conociendo a fondo cada tema de la actividad y el competir a fin de vencer a un oponente, lo que nos plantea la importancia de conocer lo más profundamente posible a nuestros competidores para que en una batalla competitiva podamos reforzar nuestras ventajas estratégicas. Se plantea en todos los casos generar alternativas que permitan obtener beneficios superiores a los existentes en el mercado para el mismo producto o servicio, y mantenerlos pese a los cambios de la oferta empresarial de otros destinos.

Un destino turístico es competitivo si conoce a fondo cada variable de la actividad, si estimula el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales disponibles y si se diferencia de la competencia. Los pasos de este posicionamiento en el mercado son estrategias y programas que requieren de una clara articulación temporal, territorial y sectorial a fin de estructurar productos turísticos de calidad.

* El presente trabajo es parte de un estudio integral sobre "Turismo y las fuerzas de seguridad" que se viene desarrollando en la Universidad Nacional de Quilmes conjuntamente con la Organización de los Estados Americanos, según el Convenio Marco de Cooperación UNQ-OEA firmado en 2010.

En el caso de un destino turístico, la realidad hace que cada “producto turístico” tenga sus oportunidades, barreras, fuerzas y debilidades, las que deben ser consideradas en una relación de fuerzas competitivas que inciden en cada negocio y que condicionan la competitividad.

Indicadores de competitividad

El concepto de sistemas aplicados a la realidad cotidiana, también en el caso específico de la seguridad turística, plantea que una forma de representarlos es a través de “indicadores”, una representación simplificada y generalizada de las características principales de una situación del mundo real, o sea, una abstracción de la realidad que se emplea para obtener una imagen conceptual, con la finalidad de reducir la complejidad del mundo material y así poderlo entender. El valor de la aplicación de indicadores está dado por su posibilidad de aplicación para la comprensión del comportamiento de un conjunto de circunstancias en las que no es posible, por razones técnicas, económicas o políticas, experimentar con una situación real.

Podemos identificar un conjunto de indicadores básicos de competitividad: originalidad de la oferta, calidad, profesionalización de los recursos humanos, económicos, ambientales, motivacionales, culturales y de seguridad.

La seguridad es una de las pautas principales de valoración del hombre en la elección de un destino durante el tiempo libre destinado al turismo y la recreación, y debe ser interpretada como un estado objetivo y subjetivo que nos permite percibir que nos desplazamos en un espacio exento de riesgos reales o potenciales.

Seguridad ciudadana, seguridad comunitaria y seguridad turística

Cuando se habla de seguridad, encontramos un conjunto de términos como seguridad ciudadana, seguridad comunitaria y seguridad turística que es importante acotar y definir.

Cuando hablamos de seguridad ciudadana nos estamos refiriendo a aquella condición o situación de resguardo integral de las personas y sus bienes ante riesgos y amenazas, y del libre ejercicio de sus derechos humanos que se mantiene en el tiempo. La seguridad ciudadana está constituida por cuatro componentes básicos: el marco legal, el sistema judicial, el sistema penitenciario y las fuerzas de seguridad.

También encontramos el concepto de seguridad comunitaria, que plantea un modelo concreto de gestión de la seguridad que toma en cuenta al ciudadano en la formulación, desarrollo y verificación de las políticas de seguridad.

Por último, en la relación entre la seguridad y el turismo, la Organización Mundial del Turismo ha definido la seguridad turística como “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” (OMT, 2001).

La seguridad turística es una variable de la seguridad ciudadana y debe ser analizada como parte de un sistema de seguridad integral pero con sus propios indicadores o ejes de trabajo.

El turismo y la seguridad

El efecto “11-S”

El ataque terrorista en la ciudad de Nueva York el 11 de septiembre de 2001, cuyo epicentro massmediático fue el ataque al complejo del World Trade Center, produjo un antes y un después, analizado desde la óptica de la actividad turística. Antes del atentado terrorista del 11 de septiembre existía una visión de la seguridad en el turismo que intentaré enunciar en diez puntos: 1) la seguridad era entendida como temas que se orientaban a hechos delictivos, accidentes y siniestros como incendios; 2) el personal relacionado a la seguridad en establecimientos relacionados a la actividad turística no debían percibirse –era lo que podemos denominar “personal invisible”–; 3) no se realizaban acciones de prevención –como simulacros de evacuación contra incendios– porque las mismas afectaban a la empresa en su imagen, las acciones relacionadas a la seguridad había que esconderlas; 4) se negaban las inversiones en tecnología para la seguridad por sus altos costos; 5) no se controlaba en forma abierta la circulación de personas, mercaderías y vehículos en establecimientos, terminales de transporte y vehículos de turismo; 6) el tránsito por terminales de transporte aéreo y el viaje en vuelos de cabotaje no estaban controlados, en vuelos de cabotaje era natural viajar con el pasaje de un tercero ya que nadie verificaba la identidad del pasajero; 7) no se incluía la seguridad como una variable en las estrategias de comunicación comercial; 8) la seguridad era un elemento de valor en la elección de una empresa o destino, pero complementaria; 9) no se hablaba de seguridad ni en el sector

empresario ni en el sector público relacionado a la actividad; 10) no se tomaban medidas de seguridad en forma masiva sino que eran puntuales de acuerdo a la realidad de cada destino y de cada empresa.

Después del atentado del 11 de septiembre de 2001

La demanda turística internacional, como efecto inmediato ante hechos como el ocurrido el 11 de septiembre en las Torres Gemelas, en forma consciente o inconsciente, cambia de rumbo empujado por el miedo y así se producen cancelaciones en forma automática y por largo tiempo desisten de viajar a este destino. Paralelamente, la sociedad en forma global en este caso ha percibido una sensación colectiva de extrema vulnerabilidad y el turista en general cambió y por más que quiera no puede volver a ser el que era. A partir de lo que podemos denominar “efecto 11-S” podemos plantear que encontramos una serie de diez puntos que se han modificado en la valoración de esta variable en la actividad turística: 1) la seguridad contribuye hoy a posicionar la imagen de un destino o establecimiento turístico; 2) la demanda busca percibir presencialmente la seguridad –ese personal invisible hoy debe ser visible–; 3) la seguridad es un valor agregado en el proceso competitivo de una empresa turística; 4) se ve como necesario capacitar al personal sobre pautas preventivas de seguridad (por ejemplo, en un hotel, si recibe un paquete qué debe hacer); 5) se considera la incorporación de la tecnología informática destinada a la seguridad; 6) se detecta el control más estricto de las personas, principalmente en el caso del transporte aéreo; 7) la seguridad se utiliza como herramienta comunicacional al posicionar su oferta a una empresa o destino turístico; 8) se habla de seguridad en el sector turístico, aunque se desconocen los puntos que integran un sistema de seguridad turística; 9) la seguridad es una variable de rentabilidad; 10) no es posible proteger todo, todo el tiempo y contra todo.

Principios básicos de una política de seguridad turística

Si interpretamos que la seguridad es el conjunto de acciones destinadas a la reducción de la probabilidad de un acontecimiento posible no deseado, es importante como principio fundamental comprender que no se puede proteger a todas las personas y todos los bienes, en cualquier momento y contra cualquier circunstancia

que se presente. Es importante entender que adoptar toda protección concebible contra toda amenaza posible nos llevaría a una empresa operativa y económicamente inviable.

La premisa para la implementación de una *política de seguridad turística* es una seguridad científica, basada en el seguimiento y la investigación analítica de las situaciones de riesgo, el cumplimiento y la aplicación de las normas y la búsqueda y análisis de posibles nuevos riesgos en un destino o empresa.

La seguridad turística debe ser analizada desde dos dimensiones: una *dimensión objetiva*, basada en parámetros cuantitativos representada por la presencia de delitos, los denominados no delitos como los decesos naturales, turista extraviado o extravío de pertenencias entre otros y los accidentes; y una *dimensión subjetiva*, basada en parámetros cualitativos y determinada por la sensación de incertidumbre y de riesgo potencial que tiene el ciudadano.

El objetivo de la seguridad es actuar anticipadamente para evitar que algo ocurra de manera diferente a lo que deseamos y la demanda de seguridad ha dado lugar a dos tipos de respuestas por parte de las instituciones. Una es la política reactiva, por ejemplo el modelo “tolerancia cero”; son medidas aplicadas a espacios geográficos en riesgo que impactan comunicacionalmente y benefician de inmediato a los grupos sociales y áreas de los destinos con mayor visibilidad de la inseguridad. Y la segunda es la política preventiva, término que significa *ver venir*, que a su vez significa *prever*—esto es ver anticipadamente las cosas—, pero también significa *predecir*, es decir imaginar lo que puede ocurrir, basado en nuestros conocimientos y experiencias.

Indicadores básicos para la implementación de una política de seguridad turística

Los indicadores son conjuntos de información formalmente seleccionada que se utiliza con carácter regular en la medición de los cambios pertinentes para el desarrollo de la gestión de la seguridad en el turismo.

La seguridad turística involucra a las fuerzas de seguridad en una serie de aspectos que podemos englobar en ocho indicadores básicos.

Seguridad pública: es el sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos—casos de robos y hurtos.

Seguridad social: es el sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino ante la presencia de problemas sociales como el terrorismo, movilizaciones, huelgas, etc., junto a problemas sociales como las adicciones y la trata de personas.

Seguridad médica: es el sistema de prevención, emergencia y protección médica del visitante durante su desplazamiento en el destino turístico.

Seguridad informativa y de facilitación: es el sistema de comunicación que permite el conocimiento del destino y de los componentes del sistema turístico.

Seguridad en la recreación y en eventos: es el sistema que permite la protección durante una actividad recreativa o durante la realización o participación de un evento de tipo deportivo, musical, etc., del visitante del destino.

Seguridad vial y del transporte: es el sistema que permite el libre y seguro desplazamiento por las vías de comunicación y el sistema de transporte del visitante desde la salida del lugar de residencia habitual hasta su regreso al mismo.

Seguridad de los servicios turísticos: es el sistema que permite la protección del visitante durante la estadía en los distintos establecimientos de servicios turísticos y recreativos (hotel, restaurante, agencia de viajes, etc.) del destino turístico.

Seguridad ambiental: analiza el desarrollo del turismo a partir del cambio climático, ante la presencia de desastres naturales y la protección del visitante en su desplazamiento en espacios naturales.

MATERIAL DE DIFUSIÓN

Podemos inferir que la implementación de las políticas de seguridad, considerando la combinación de los indicadores expuestos, difieren en cada destino a partir del impacto de variables cuantitativas (cantidad de residentes y de visitantes), geográficas, temporales y de acuerdo a las fuerzas de seguridad que intervienen, por lo cual es muy complejo establecer una estrategia única de gestión de la seguridad turística.

En la relación entre la seguridad y la sociedad, debemos partir en el caso de definir la responsabilidad de la seguridad de una comunidad en que el *Estado, para garantizar la protección de la vida, los bienes y derechos de los ciudadanos, delega su responsabilidad en las fuerzas de seguridad.*

Lo expuesto permite puntualizar una primera aproximación al objetivo del presente trabajo ya que se considera que *la seguridad es una de las variables primarias de alta valoración para el residente y el visitante y de competitividad para un destino turístico para la captación de la demanda en el mercado.*

La relación entre la demanda turística, la población residente y las fuerzas de seguridad con respecto a la seguridad y el turismo

Desde el punto de vista antropológico, el desarrollo del turismo presenta tres grupos humanos claramente definidos: *la demanda turística, el residente del centro turístico y las fuerzas de seguridad*; un conjunto dedicado al ocio y al desarrollo de actividades de consumo, un segundo conjunto dedicado a la producción para satisfacer los requerimientos del primero, y el último dedicado a gestionar la seguridad de ambos.

La Argentina carece de un diagnóstico global sobre el comportamiento y las tendencias de los distintos grupos sociales que interactúan en la actividad turística a fin que dicha información permita establecer estrategias para el desarrollo sustentable y seguro de un destino. A continuación se realizará una primera aproximación general sobre el tema.

Psicosociología de la demanda turística

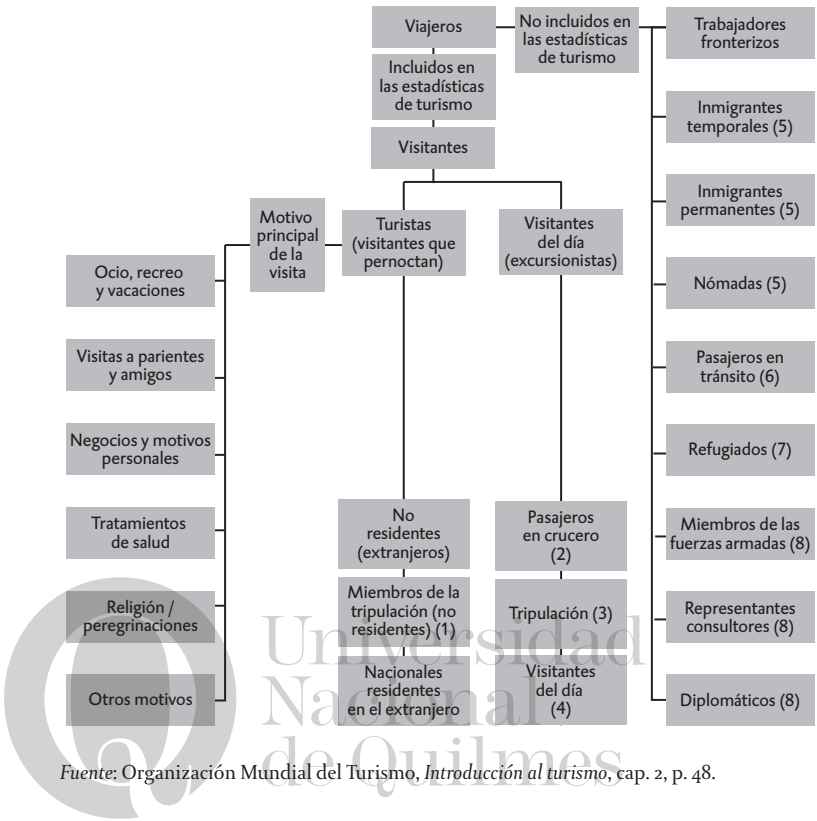
En primer lugar es importante establecer una clasificación de la demanda a partir de las precisiones conceptuales elaboradas por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Surge así el referente básico de todo el sistema de estadísticas del turismo, el *visitante de un destino turístico*, que puede ser clasificado como *visitante internacional o interno*, y estos a su vez se dividen en dos grandes grupos: *turistas y excursionistas* (el criterio fundamental de esta segmentación es la estadía mínima en el destino ya que el primero pernocta y permanece más de un día en el destino y el segundo permanece menos de 24 horas en el destino).

La OMT realiza una segmentación más integral que se expone en la figura 1.

Este conjunto tan amplio denominado “visitantes” involucra en el turismo, entre otros segmentos de la demanda, al grupo de la tercera edad, al grupo familiar con niños pequeños y adolescentes, solos y solas, parejas, viajeros de negocios, discapacitados temporales (mujeres embarazadas, personas enyesadas, etc.) y permanentes (motrices, sensoriales y mentales), entre otros.

Esta clasificación es fundamental ya que generalmente la demanda es considerada como un volumen global denominado “turista” y que en la implementación de una estrategia de seguridad turística, las motivaciones y necesidades de cada uno de los grupos que hemos definido son distintas y se requiere instru-

Figura 1. Segmentación de la demanda turística



Fuente: Organización Mundial del Turismo, *Introducción al turismo*, cap. 2, p. 48.

mentar acciones diferenciales para lograr el éxito de la estrategia a implementar.

Una segunda aproximación al conocimiento de la demanda turística es considerar el conjunto de conductas estadísticamente dominantes del hombre cuando desarrolla estas actividades, conjunto de valores que no tienen materialidad pero que la demanda psicológicamente acepta y se mueve en función de ellos.

Al analizar el comportamiento de la demanda se debe considerar la relación entre cuatro variables fundamentales: necesidades, deseos, valores y beneficios. El primer impulso que tiene un individuo es una *necesidad* o privación percibida que se transforma en una *motivación* o *deseo* al comunicar sus necesidades y que lleva a considerar, en el caso de la actividad turística, la conformación de un producto turístico o recreativo que le permita satisfacer esa motivación. Posteriormente, consciente o inconscientemente, este individuo establecerá una *escala de valores* para la selección del destino y del prestador de servicios turísticos y seleccionará aquel que establezca los *mejores beneficios* desde la óptica psicológica, funcio-

nal y económica. Por último, las principales necesidades conscientes e inconscientes del visitante a ser resueltas son *la originalidad de la oferta, la calidad, el precio y la seguridad*.

La percepción de la demanda de la seguridad en el turismo

Un eje dominante de la competitividad de un destino o empresa turística es conocer la motivación de la demanda, es decir el conjunto de razones objetivas o subjetivas que conducen a un comportamiento de adhesión a desarrollar una actividad turística o recreativa que produce el desplazamiento de su lugar de residencia habitual.

Esto lleva a establecer, como concepto primario, que la demanda siempre compra inicialmente al hacer turismo una *ilusión* y lo motiva una necesidad básica que es la búsqueda de un estado de bienestar integral, por lo que en su tiempo libre vacacional dedicado al turismo busca productos y servicios turísticos y recreativos en destinos que le ofrezcan los mejores beneficios, que le permitan obtener el mayor grado de satisfacción durante la totalidad de su viaje y la posibilidad de vivir, en lo posible “experiencias únicas”. Podemos decir que ante un hecho de inseguridad, el turista vive una “experiencia”, generalmente una “experiencia desagradable, problemática, traumática” que le genera miedo, ansiedad, insatisfacción y un potencial rechazo al destino donde le ha ocurrido el hecho.

De acuerdo con Garde Enciso (1985), podemos dividir las motivaciones turísticas de un individuo en dos grandes grupos: aquellas que se hallan en función del *desarrollo personal* y las que están en función de *impulsos sociales*.

Entre las primeras hallamos: las necesidades fisiológicas o vitales; *las necesidades de seguridad-riesgo*; las necesidades de estima y notoriedad; los deseos de autorrealización transitiva.

En el caso particular de *las necesidades personales de seguridad* hemos dicho –en un estudio previo sobre las motivaciones de la demanda– que

[...] el ser humano tiende, en líneas generales, a evitar situaciones que pongan en peligro su existencia. Ahora bien, el modo en que cada uno juzga lo que considera un riesgo o lo que es garantía de seguridad es el elemento variable, como lo es también la sensación asociada a cada uno de estos: el riesgo puede ser estimulante para algunos e inhibidor para otros, lo mismo que la máxima seguridad. Dejar librado al azar algún aspecto del viaje puede causar mucha angustia en ciertos sujetos y un gran placer en otros. Vemos, por ejemplo, que los jóvenes suelen preferir los viajes de

mochilero, donde no están asegurados ni el alojamiento ni el medio de transporte, lo cual constituye el factor estimulante para el viaje, en este sentido, la preferencia por la aventura y el imprevisto parece ser un común denominador en los viajeros más jóvenes. La tendencia general indicaría que a medida que la edad aumenta más temores se movilizan, sobre todo si se viaja con la responsabilidad del cuidado de los hijos, o con el temor por la fragilidad de la propia salud, como en los viajes de la tercera edad.

La búsqueda de garantías y de seguridad en un viaje suelen ser proyectadas hacia otros componentes del grupo familiar, dando a veces motivo para la confrontación de padres e hijos, tornándose el viaje un escenario de conflicto familiar. El viaje moviliza temores y fantasías en los padres que ellos localizan en los hijos bajo la forma de advertencias, o bien, de prohibición. En este sentido, cuando ofrecemos un viaje a los estudiantes, estamos movilizandolos en los adultos temores y fantasías con las cuales deberíamos trabajar en talleres o grupos de padres, tanto en el momento previo como posterior al viaje (Grünnewald y Di Santo, 1997, p. 10).

Cambios de hábitos y costumbres por la falta de seguridad en el lugar de residencia habitual

La falta de seguridad en su lugar de residencia habitual ha generado un cambio de conductas en la sociedad cuando se desplaza a un destino turístico. El ciudadano que entiende que la seguridad social es constitucionalmente de exclusiva responsabilidad del Estado, entiende también que estas tareas no son desempeñadas correctamente por el mismo, así se ven en la necesidad y obligación de dedicar una parte de sus ingresos en corregir, prevenir y desarrollar una política de seguridad personal consistente en contratar custodios, seguros y sistemas de seguridad para su propiedad.

Podemos apreciar, como una primera conclusión, la preocupación del hombre por su familia, sus bienes y su propia persona que lleva a un punto fundamental: un cambio de conductas del residente que se materializa primero en los actos cotidianos, y que luego trasladará cuando se desplace a un destino turístico o recreativo, ya que en general continuará con su preocupación y temor a sufrir un acto delictivo que limitará su desplazamiento geográfico y temporal por el destino, así como también limitará el grado de satisfacción y bienestar buscado en este tiempo libre vacacional o recreativo.

Se detecta en un gran número de visitantes de los destinos turísticos un alto grado de ignorancia, imprudencia y negligencia sobre la temática, que genera en muchas oportunidades una visión

del tema distorsionada y fuera de contexto de la seguridad en el destino visitado.

Por último, podemos decir que el *coeficiente de valoración de la seguridad aumenta a medida que aumenta la distancia del lugar de residencia habitual*, principalmente durante el tiempo libre destinado al turismo y la recreación.

Psicosociología de los prestadores de servicios turísticos

El caso del prestador de servicios del destino turístico requiere de una segmentación también para su análisis, ya que podemos clasificarlo en: *residente permanente nativo y por migración*, con participación activa o pasiva en el desarrollo de la actividad, y el *residente temporal*, también llamado “empresario o trabajador golondrina” que migra en la baja temporada. Esta clasificación es necesaria porque debemos considerar que, desde un punto de vista antropológico, cada uno de estos segmentos tiene su propia cultura, hábitos, patrones de comportamiento, etcétera.

Podemos afirmar que en el caso de los prestadores de servicios, la gran mayoría de ellos *vive en la alegría de la ignorancia* en relación a la problemática, no toman ninguna pauta de prevención básica en sus establecimientos y prevalece el concepto equivocado de “a mí no me va pasar”, que se materializa en toda su dimensión cuando falla. Al fallar se orientan las miradas hacia las normas existentes no aplicadas o las normas ausentes, se critica la intervención de las fuerzas de seguridad en vez de asumir que tendría que haber establecido un conjunto de estrategias y acciones de prevención.

En el transcurso normal de la actividad turística, la prevención se convierte en una práctica tediosa, con costos fijos altos y acciones rutinarias que se pierden con el paso del tiempo. Así, la percepción de la inversión en prevención de la seguridad es entendida como un costo y no como una inversión, por lo que las empresas tienden a evitarla. Pero podemos afirmar que los ahorros iniciales se transforman en pérdidas extraordinarias y en costos muy altos por la improvisación de salir del problema al no prevenir adecuadamente el servicio de seguridad.

En relación al manejo de la problemática de la seguridad en la mipyme turística, podemos identificar un conjunto de actitudes en relación al tema: cuanto más pequeña es la mipyme turística, menores son las pautas de seguridad que se toman; no cuentan en su gran mayoría con planes de seguridad integrales en sus emprendimientos; no cuentan con estrategias básicas de prevención

ante problemas de inseguridad –robos y hurtos, accidentes o conflictos– que sistemáticamente y en forma continua se presentan en cada temporada turística; se preocupan por la seguridad antes del inicio de la temporada, pero una vez iniciada, se olvidan del tema; se han detectado casos donde los prestadores de servicios de seguridad generan inseguridad a fin de vender sus servicios; se observan también casos de prestadores de servicios que actúan delictivamente, por ejemplo aquellos que dan un falso testimonio ante un hecho delictivo (aumenta el monto de lo robado) o generan un autorrobo (al prestador le fue mal en la temporada y denuncia un robo del comercio para compensar las pérdidas con el seguro).

Las fuerzas de seguridad y el turismo

Instituciones de seguridad actuantes en la actividad turística

La estructuración de una política de seguridad turística requiere una acción interinstitucional con distintas escalas de actuación –a niveles nacional, provincial y municipal– y entre estas instituciones se destacan las de seguridad.

Las instituciones de seguridad que actúan, por ejemplo, durante la temporada turística en los destinos de la costa atlántica bonaerense son: la Policía Bonaerense, con efectivos permanentes y estacionales; la Policía Federal Argentina, con efectivos asentados en la ciudad de Pinamar; Gendarmería Nacional Argentina; Prefectura Naval Argentina; Policía de Seguridad Aeroportuaria; Servicio Penitenciario Bonaerense; dependencias municipales orientadas a la seguridad a través de sus agentes de tránsito y otro personal con competencia en seguridad ciudadana urbana; Agencia Nacional de Seguridad Vial; empresas de seguridad privada; foros de seguridad.

Cada una de estas instituciones cuenta con sus objetivos institucionales, sus recursos humanos, sus sistemas de actuación y su plan de acción que interactúan en conjunto o aisladamente sobre un mismo espacio geográfico.

En cuanto a las relaciones entre las distintas fuerzas de seguridad que actúan sobre un mismo espacio geográfico, un primer problema que podemos identificar es que generalmente trabajan como compartimientos estancos, sin accionar en conjunto ante un mismo problema y sin estrategias comunes, lo que genera un mayor esfuerzo, mayores costos y menor efectividad. Un segundo problema es que las fuerzas policiales son siempre celosas de su territorio y no ven con buenos ojos la obligada compañía de “co-

legas” de otras fuerzas, por lo que en muchas circunstancias les restan colaboración.

Función del agente de seguridad en la actividad turística

A partir de las necesidades de la comunidad, se producen un conjunto de acciones primarias de relación entre el agente de seguridad y el residente o el visitante que son: información al ciudadano; prevención de delitos; represión de delitos; generación de una imagen de seguridad ciudadana; desalentar las acciones delictivas.

El agente de seguridad debe ser interpretado en el marco de estos grupos de actuación como un prestador de servicio turístico, cuyas rutinas y dinámicas de trabajo básicas son prevenir, desalentar y reprimir hechos delictivos, a las que le suma otras dos funciones de valor fundamental, desde la óptica del destino y de la institución de seguridad: *actúa como informador y promotor turístico de un destino, y contribuye a posicionar la imagen del destino y de la institución de seguridad a la cual pertenece.*

La imagen de la sociedad sobre las fuerzas de seguridad

Las instituciones con su accionar van generando imágenes en las personas y en la sociedad. Interpretamos por imagen una representación figurada de la realidad; es un hecho subjetivo e intangible producto de las percepciones como resultado de sus experiencias propias y de terceros, conocimientos y sentimientos que el hombre construye con respecto a esta persona, a la institución que representa y a los medios de comunicación. La imagen de una institución de seguridad puede ser espontánea (independiente de la acción de comunicación de la institución), dirigida (orientada por la institución a través de los distintos medios de comunicación) o mixta. La mayoría de las instituciones de seguridad se han consolidado con una imagen en el mercado que se ha desarrollado de forma espontánea.

Como diagnóstico general podemos afirmar que *la sociedad no tiene hoy una buena imagen de las instituciones de seguridad.* Se fundamenta esta visión en varios motivos.

En primer lugar, se cuenta con una *imagen generalizada de corrupción de la institución policial*, producto de casos de abuso de poder, apremios ilegales, encubrimiento, asociación y enriquecimiento ilícito y “gatillo fácil”; el conjunto de estas acciones genera una imagen global de corrupción y desprestigio institucional que

producen la desconfianza de la comunidad en la institución policial y también en la justicia.

Un conjunto de especialistas ha expuesto que *la lucha contra el delito es un mito*, y se fundamenta esta visión en que la policía bonaerense destina muy pocos recursos humanos, operativos y de infraestructura a la prevención, investigación y resolución de los delitos.

Por otra parte, los medios de comunicación contribuyen a generar inseguridad y una mala imagen de las fuerzas de seguridad.

La percepción negativa del accionar de la policía y el municipio, actuando conjuntamente, da como resultado frases muy utilizadas como “los operativos son políticos” y “los controles son pura promoción”. Se debe dejar en claro que, generalmente, el municipio se mueve siempre en los temas de seguridad de acuerdo al interés situacional político del momento.

La imagen del agente de policía

La relación del agente de seguridad y el ciudadano se produce en distintos espacios geográficos y en distintas circunstancias; por ejemplo pueden contactarse en el espacio público de la ciudad o en una dependencia policial como una Comisaría; y puede contactarlo para informarse o porque tiene un problema o una crisis, en forma de contacto personal o a través de un medio de comunicación (teléfono), etcétera.

Podemos decir que la sociedad tiene una imagen ideal del agente de policía que se sintetiza en efectivos que son honestos, disciplinados y abnegados; con valores personales como sacrificio, solidaridad, honestidad y respeto por las personas; que posee una sólida formación democrática y respetuosa de los derechos humanos, adquirida a través de una capacitación moderna y avalada por normas internacionales. Históricamente, la sola presencia de un efectivo policial imponía respeto, simpatía y solidaridad con la misión que desempeñaba. En la actualidad esa imagen no existe y hay un alto grado de desconfianza en las fuerzas de seguridad. *El ciudadano percibe la pérdida de la referencia histórica del policía como paradigma de la seguridad.* El policía actualmente no tiene una buena imagen en la sociedad. Esta mala imagen es el resultado de una tradición autoritaria de sus conductas, falencias en la formación profesional, y una característica sobresaliente: muchos expresan una inclinación a utilizar ilegítimamente la fuerza física o psicológica al relacionarse con el ciudadano, principalmente a partir de las raíces autoritarias en la formación cultural de la institución que genera rechazo; la falta de confiabilidad en el agente de seguridad; el poco interés que presta generalmente a su interlo-

cutor, más que nada el efectivo que viene en la temporada, podemos decir que “lo despacha” en vez de “atenderlo”; la falta de capacidad de respuesta ante situaciones imprevistas o de conflictos, y por último, el conocimiento que demuestra de las necesidades de su interlocutor.

Conclusiones

Si interpretamos que una política es la capacidad de imaginar un futuro deseable para una comunidad, se destaca como objetivo general aumentar la rentabilidad social de la población residente al mejorar su calidad de vida, así como lograr la satisfacción de la demanda durante el tiempo libre destinado a la recreación y el turismo. Por lo expuesto, podemos decir que la seguridad es una premisa fundamental en una política turística.

La política tendría una *fase reflexiva* de enunciados donde se afirma, con la mayor claridad posible, los fines a los cuales tenderá en su acción la institución. En esta fase, los enunciados, por generales que los mismos sean en su contenido, deberán ser empíricos, esto es, referirse a una realidad. La generalidad, la amplitud de conceptos, no implica enunciados metafísicos.

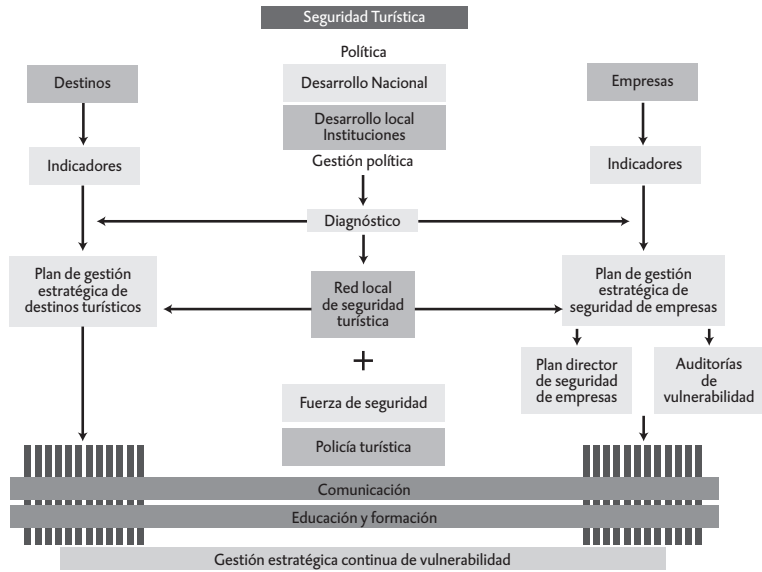
En una segunda fase, *la política es acción*, concreción en la realidad de los enunciados anteriores. Esto solo es posible si los primeros se relacionan, a través de su significado, con la realidad.

En lo inherente a la gestión de la seguridad turística, no es lo mismo el accionar en un pequeño destino turístico que en grandes destinos turísticos. Comienza a consolidarse el concepto de que el municipio es y debe ser el eje para la implementación de una política de seguridad turística a partir de una gestión descentralizada.

Un modelo de gestión de la planificación de la seguridad turística municipal tiene que considerar las siguientes características: horizontalidad, partiendo de las instituciones intermedias, como desde el ámbito federal, en particular desde el municipio, como unidad operativa y de planificación del sistema turístico nacional; verticalidad en ambos sentidos, comenzando desde la comunidad hacia las instituciones y desde el municipio hacia las provincias y luego la nación; estratégica, parte del reconocimiento de la totalidad situacional socio-político-económica del destino turístico; flexible, en cuanto prevé la negociación y concertación con los distintos actores sociales y las instituciones intermedias vinculadas; participación sistemática y permanente de la comunidad del destino en la planificación; el sujeto de la planificación es el visitante y el residente.

Como política hemisférica, durante la “Primera Conferencia Internacional, la Seguridad turística en las Américas: calidad, competi-

Figura 2. Sistema de gestión de seguridad turística integral



Fuente: elaboración propia, 2011.

vidad, leyes, tendencias y estrategias”, celebrada en República Dominicana, los días 3, 4 y 5 de febrero de 2011, los participantes, al tener presente que las amenazas a la actividad turística son de carácter local, nacional, regional y global, con la capacidad de trascender las fronteras, lo que obliga a adoptar políticas, estrategias y medidas generales para enfrentar riesgos comunes, y que la seguridad constituye uno de los pilares principales para hacer que un destino turístico establecido sea sostenible, de calidad y competitivo, acordaron promover la creación de la Red de Cuerpos de Seguridad Turística de las Américas y la Secretaría Técnica de Jefes de Seguridad Turística de las Américas, así solicitaron a la OEA el respectivo apoyo político, financiero y técnico. Esta Red y la Secretaría Técnica tendrían como objetivos: garantizar el disfrute del espacio turístico por parte de visitantes y comunidades receptoras; coordinar para crear estrategias de carácter hemisférico, para enfrentar amenazas comunes y emergentes a la actividad turística; promover y elevar los niveles de profesionalización de los cuerpos de seguridad turística; intercambio permanente de experiencias, conocimientos e informaciones para abordar las problemáticas comunes de los destinos en materia de competitividad turística, dentro de un enfoque multidimensional; crear un sistema común de información y prevención en seguridad turística en el hemisferio que per-

mita el intercambio y retroalimentación en los temas donde afecte o vincule la seguridad, para la producción de indicadores y estadísticas que permitan recomendar a los tomadores de decisiones políticas y estrategias a implementarse; proponer la creación de un Instituto de Especialización en Policía Turística de las Américas.

En el marco del “Curso especializado en seguridad turística para los sectores público y privado” de Puerto Vallarta, Jalisco, México, realizado entre el 15 y el 19 de agosto de 2011, la Universidad Nacional de Quilmes expuso el Sistema de gestión de seguridad turística integral (figura 2) y se conformó una Red de gestión de seguridad turística de Puerto Vallarta como parte de la Red interamericana de Seguridad Turística que la OEA está conformando a través del Programa de Seguridad Turística.

La Red tendría una plataforma electrónica virtual, “Sistema integrado virtual de información y prevención en seguridad turística”, que comprendería el desarrollo, perfeccionamiento e implantación de metodologías y herramientas para la gestión de la seguridad turística en términos de mejora continua a partir de la utilización de las tecnologías de la comunicación y la información (TIC) para destinos y empresas turísticas.

Bibliografía general

- Garde Enciso, R. (1985), “Comportamiento turístico en el contexto español”, *Estudios turísticos*, Cap. 1, España.
- Grünewald, L. (1998), *La seguridad en la actividad turística*, Buenos Aires, Secretaría de Turismo de la Nación.
- (1999), *La relación comunidad/policía durante el tiempo libre*, Buenos Aires, Secretaría de Turismo de la Nación y Universidad del Salvador.
- (1999), *Seguridad en el turismo. Manual de pautas de seguridad durante el desarrollo de actividades turísticas*, San Salvador de Jujuy, Secretaría de Estado de Turismo de la Provincia de Jujuy.
- (2001), *Seguridad. Manual de pautas de seguridad para el residente del Municipio de Tandil durante el tiempo libre destinado al turismo y la recreación*, Tandil, Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte de la Municipalidad de Tandil.
- (2002), *Seguridad turística. Manual de pautas de seguridad para el residente y el visitante de un destino turístico*, Buenos Aires, Secretaría de Turismo de la Nación.
- (2002), *Seguridad turística. Manual para las fuerzas de seguridad*, Buenos Aires, Secretaría de Turismo de la Nación.
- (2004), *La seguridad en la actividad turística y hotelera*, Panamá, Instituto Panameño de Turismo.
- (2007), *Seguridad hotelera*, Managua, Instituto Nicaragüense de Turismo.

- (2009), *El municipio turístico. Manual de pautas de competitividad para organismos públicos e instituciones privadas relacionadas a la actividad turística*, San José de Costa Rica, Federación de Pequeños Hoteles de Centroamérica.
- (2010), *Seguridad hotelera*, San José de Costa Rica, Instituto Costarricense de Turismo.
- , G. Sánchez y M. Wagner (2001), *Seguridad y accesibilidad en áreas de playa*, Hurlingham, Fundación Turismo para Todos.
- y otros (2010), *Municipio, turismo y seguridad*, Hurlingham, Fundación Turismo para Todos.
- Organización Mundial del Turismo (1991), Resolución A/RES/284(IX), Medidas recomendadas para la seguridad en turismo, Buenos Aires, Organización Mundial del Turismo.
- (1993), Resolución 310(X) Información y formalidades de salud en los viajes internacionales (información sanitaria, seguros y asistencia en viajes internacionales y formalidades en materia de salud y vacunación, Bali, Organización Mundial del Turismo.
- (1999), Código Ético Mundial para el Turismo, Madrid, Organización Mundial del Turismo
- (1999), Resolución A/RES/406(XIII) , Madrid, Organización Mundial del Turismo
- (2001), Resolución A/RES/421 (XIV), Osaka, Organización Mundial del Turismo
- Sarcabal, G. y otros (2010), *La nueva policía y los derechos del trabajador*, La Plata, Ministerio de Trabajo de la Provincia de Buenos Aires.

(Evaluado el 19 de octubre de 2011.)

Autor

Luis Alberto Grünewald es arquitecto, especializado en Seguridad turística y hotelera en el Instituto Universitario de la Policía Federal Argentina, Facultad de Ciencias de la Seguridad: especializado en Planeamiento del tránsito, transporte, seguridad y educación vial en el Instituto de planeamiento del tránsito, seguridad y educación vial, Facultad de Arquitectura, Diseño, Arte y Urbanismo de la Universidad de Morón. Se desempeña como investigador y docente en la Universidad Nacional de Quilmes. Es consultor de la Organización de Estados Americanos. Consultor e Instructor del Ministerio de Turismo de la Nación, Dirección de Calidad y Formación para el Turismo. Coordinador ejecutivo de la Red latinoamericana para el fomento de la mipyme turística, de la Organización de Estados Americanos.

Cómo citar este artículo:

Grünewald, Luis Alberto, "La seguridad en el marco de la competitividad de los destinos turísticos", *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, año 4, N° 21, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, otoño de 2012, pp. 141-158.