

ANÁLISIS DE LOS RIESGOS CON LOS TUOPERADORES COMO CATEGORÍA ECONÓMICA.

MsC Jorge Reyes García

jorge@cubatur.stl.tur.cu

CUBATUR

MsC Maritza Piña González

maritza.pina@reduc.edu.cu

Universidad de Camagüey

Dra Ana Fernández Andrés

ana.fernandez@reduc.edu.cu

Universidad de Camagüey

Cuba

Resumen

Recibido: 7/02/2011 **Versión Final Aprobada:** 25/09/2011

En la negociación de la organización con los touroperadores se tiene que tener en cuenta la administración de riesgos y a la vez el conocimiento de los estándares internacionales de calidad. No se puede negociar solo por volúmenes de clientes, hay que pensar desde el inicio en eficiencia con calidad y satisfacción. De la exitosa gestión comercial de la organización hotelera y el touroperador depende la realización del producto turístico destino – polo –hotel.

Sin embargo, para lograr una adecuada administración de riesgos es necesario profundizar en el estudio y manifestación de las categorías económicas relacionadas con el capital comercial y la mercancía en el contexto cubano turístico a la luz de los teóricos del marxismo - leninismo , por lo cual el presente trabajo se trazó como objetivo: Analizar la administración de riesgos en relación a las categorías económicas vinculadas a las relaciones comerciales a partir de la teoría marxista

Para la realización del mismo se consultaron los clásicos del marxismo - leninismo, como otros autores estudiosos de esta problemática como el Dr C Ernesto Molina, Dra. María Brum, entre otros.

Palabra claves: Riesgo, Valor de uso, Valor de cambio, Mercancía, Salto mortal.

Clasificación JEL: M41

En la concertación de los contratos de viajes compartidos juegan el papel más activo el touroperador y el cliente que se interesan, desde el país emisor, en primer lugar por el país como destino turístico y en segundo lugar por un polo específico. Esta concertación entre ambas partes se realiza con el objetivo de lograr en primer término

la satisfacción del cliente que se materializa cuando se cumplen en la práctica sus expectativas en base a los contratos establecidos entre cliente y Touroperador. Este contrato abarca todos los aspectos y servicios desde la salida del cliente de su país, la llegada a nuestros aeropuertos, los trámites aduanales, el transfer hacia el hotel incluyendo su duración y el estado técnico del autobús, el hotel con todos sus servicios contratados y la oferta extrahotelera que aparece en catálogo.

Así, los catálogos son la expresión acabada de lo concertado entre los touroperadores y el receptivo. Se corre el riesgo de su incumplimiento por no tener en cuenta las normas internacionales para la calidad de los servicios. Los cierres de hoteles sin previo aviso a los touroperadores, el recorte de los servicios hoteleros, la degradación del servicio, errores en la categorización hotelera, duración excesiva de los transfer por la calidad de los viales tienen un resultado negativo en la comercialización y en la eficiencia de la organización. Es de gran importancia que la organización conozca de los riesgos que se presentan ante el touroperador como consecuencia de una comercialización deficiente sin tener en cuenta la calidad en el servicio y la satisfacción de los clientes.

Esta situación ha caracterizado en los últimos años la actividad comercializadora de los hoteles a través de los touroperadores en Cuba, lo cual, unido a la insuficiente cultura en la administración de riesgos provoca una incompatibilidad entre todos los factores que intervienen en lograr un producto de calidad y que satisfaga al cliente.

En la negociación de la organización con los touroperadores se tiene que tener en cuenta la administración de riesgos y a la vez el conocimiento de los estándares internacionales de calidad. No se puede negociar solo por volúmenes de clientes, hay que pensar desde el inicio en eficiencia con calidad y satisfacción. De la exitosa gestión comercial de la organización hotelera y el touroperador depende la realización del producto turístico destino – polo – hotel.

Sin embargo, para lograr una adecuada administración de riesgos comerciales es necesario profundizar en el estudio y manifestación de las categorías económicas relacionadas con el capital comercial y la mercancía en el contexto cubano turístico a la luz de los teóricos del marxismo - leninismo , por lo cual el presente trabajo se trazó como objetivo:

- ❖ Analizar la administración de riesgos en relación a las categorías económicas vinculadas a las relaciones comerciales a partir de la teoría marxista

Para la realización del mismo se consultaron los clásicos del marxismo - leninismo, como otros autores estudiosos de esta problemática como el Dr C Ernesto Molina, Dra. María Brum, entre otros.

DESARROLLO

La Administración de Riesgos en el mundo, se ha practicado desde hace mucho tiempo. Sin embargo, el riesgo como instrumento económico durante mucho tiempo no fue objeto de estudio ni de análisis profundo por parte de empresarios y académicos, ya que la escasa industrialización, los instrumentos de gestión existente y la protección jurídica a que estaban sometidas las empresas lo hacían poco relevante. Ello implicó por tanto que los mismos fueran transferidos a las compañías aseguradoras o simplemente asumidos.

La continúa evolución del entorno, la revolución en las ciencias y la tecnología, la innovación y difusión de nuevas tecnologías y procesos, el aumento en número y cuantía de desastres, siniestros junto a problemas ambientales han provocado que desde hace varias décadas, las aseguradoras no puedan seguir enfrentando las condiciones habituales del mercado por sí solos, ello unido al desarrollo de los mercados especulativos y financieros , así como su gran volatibilidad hacen cada vez más necesario el análisis y evaluación en el ámbito empresarial del riesgo.

Es así que las empresas e instituciones financieras se desarrollan en la contemporaneidad en un escenario donde el condicionamiento del riesgo se ha dimensionado en todo el planeta, aún cuando asuma particularidades en determinadas condiciones. Por ello, del talento del empresario y todo el personal de la organización en la búsqueda de nuevos productos, tecnologías y enfrentamiento al riesgo, dependerá en cierta medida el resultado de la gestión, no eliminando el riesgo, sino sabiéndolo administrar.

Por lo cual en la actualidad con la aplicación de las técnicas modernas de la Teoría de las Probabilidades, del seguro contemporáneo y otros instrumentos afines, este trabajo en la esfera de la administración ha tomado un cuerpo debidamente formalizado,

constituyendo un instrumento indispensable en toda evaluación seria sobre el desarrollo esperado de cualquier proyecto económico

Otros pilares de la disciplina fueron cimentándose desde principios del presente siglo, pero no fue hasta 1955 que finalmente se acuñó el término de “Administración de Riesgos”, y desde entonces avanza rápidamente en continuo perfeccionamiento, ampliando su alcance, profundizando su estructura y delineando sus fronteras. .

Justamente cuando nacía la Administración de Riesgos en los países desarrollados, en Cuba se producían los cambios sociopolíticos más trascendentales de su historia. El fomento de una predominante economía estatal y el desarrollo de un programa social de largo alcance, condicionaron rasgos muy particulares de la Administración de Riesgos.

Si se analiza que vivimos en un mundo donde el mercado cada día es más competitivo y exigente; se acrecienta la cuantía de los daños potenciales a terceros y al medio ambiente; los procesos tecnológicos y productivos alcanzan cada vez niveles ascendentes unido a que la naturaleza ha comenzado a cobrar al hombre la explotación desmedida de los recursos naturales haciendo que las catástrofes naturales sean mayores e impredecibles, constituye una necesidad la administración de riesgos dentro del mecanismo económico.

El riesgo comercial es aquel que denota el nivel de riesgo de las operaciones de la empresa ligado a la incertidumbre de los mercados. Las empresas están expuestas a una mayor competencia, mala administración, insolvencia financiera y otros factores que pueden causar un deterioro en las ventas o en el crecimiento que se esperaba de ellas. Los especialistas concuerdan en que el riesgo comercial siempre está presente y que las empresas deben y pueden vivir con un cierto nivel de riesgo, ya que el acceso a los mercados es inestable, por lo que el riesgo comercial se asocia a incertidumbre de mercados y tipo de cambio.

Los elementos anteriormente expuestos nos permite entender porque Marx no pudo estudiar los riesgos como parte del mecanismo económico, aunque es necesario plantear que al realizar el análisis de la realización él se refiere al “salto mortal”, que a nuestro criterio nos permite vincular su teoría a los riesgos ya que se puede producir una mercancía ó servicio, pero si no se vende no llega a realizarse y afecta

directamente la gestión de cualquier organización , por lo que los empresarios deben analizar a profundidad los factores que ponen en “riesgo” la realización de sus mercancías. Al respecto Marx señaló “ Sabemos ya por el análisis de la circulación simple de mercancíasque la fase M - D', la de la venta , representa la parte más difícil de su metamorfosis y por tanto , en condiciones normales , la mayor parte del tiempo de circulación. Cuando reviste la forma de dinero , el valor puede invertirse en cualquier momento. En cambio , como mercancía , necesita convertirse previamente en dinero para ser cambiante y estar en condiciones de actuar a cada instante....Las mercancías son , por naturaleza , perecederas . Por consiguiente....., si,....., no se venden al cabo de cierto tiempo, se deterioran y pierden, con el valor de uso, su facultad de ser encarnación del valor de cambio “¹

Si bien, Marx analizó aquí al Capital Industrial y sus fases y posteriormente al Capital Comercial, su metodología es válida para analizar cualquier esfera de la actividad económica incluidos los servicios y su gestión de venta a través de los turoperadores y válido también para una economía que construye un proyecto socialista pero con la utilización de las relaciones de mercado.

Si se parte del concepto de riesgo semánticamente, este se conceptualiza como: “Peligro, probabilidad de un daño, cada una de las contingencias que cubre un contrato de seguro “² Se puede inferir que la fase M – D' considerada como “el salto mortal” de las mercancías por Marx conlleva riesgos, peligros, probabilidad de daños, pues las mercancías pueden ser aceptadas ó no.

La actividad de los turoperadores se desarrolla dentro de la esfera de la realización, ellos son los encargados de vender un destino turístico, en el cual se ofertan un grupo de servicios hoteleros y extra hoteleros con determinados patrones de calidad que predeterminan un precio, además nos referimos a un mercado de servicios turísticos ofertados a individuos que provienen fundamentalmente de economías capitalistas. Los elementos abordados en esta reflexión junto a los anteriormente planteados fundamentan la necesidad de analizar categorías como capital comercial, mercancía,

¹ Marx C. El Capital , tomo II,. Editorial Ciencias Sociales , Instituto Cubano del Libro , La Habana , 1973, pág 119

² Diccionario Cervantes, Editorial Pueblo y Educación , MINED, 1976, pág. 712

valor y precio, directamente vinculadas a ese “salto mortal” que nos dijera Marx y sobre las cuales él profundizó en su obra El Capital.

La circulación de mercancías es el punto de partida del capital por tanto la producción de mercancía y el comercio son las premisas históricas en que surge el capital

Según Marx en la circulación $D—M—D'$ el valor primeramente desembolsado se valoriza y este proceso es el que lo convierte en capital, o sea cuando se compra para vender, el proceso comienza y acaba por el mismo factor, el dinero. Por tanto la circulación del dinero como capital conlleva a la valorización del valor de cambio.

Para Marx en esta circulación las mercancías y el dinero funcionan como simples modalidades distintas de existencias del propio valor: el dinero como su modalidad general; la mercancía como su modalidad específica o transfigurada.

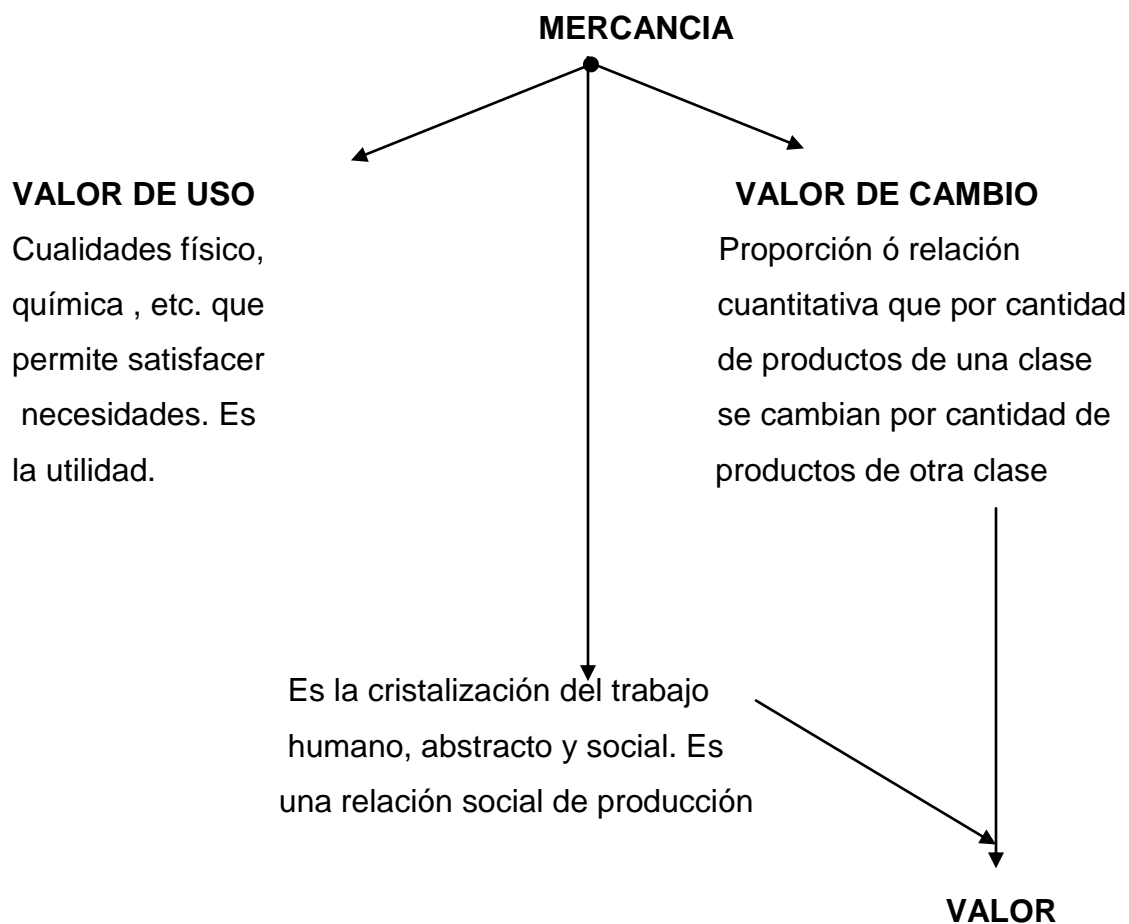
Sin revestir la forma de mercancía el dinero no puede convertirse en capital, por tanto el dinero no se alza polémicamente contra la mercancía.

Uno de los aportes más valiosos de Marx en el Capital es cuando demuestra las nuevas características que asume la mercancía cuando es capitalista y que continúan enriqueciéndose en la fase monopolística del capitalismo, según el DrC Ernesto Molina³ :

1. Es producto del trabajo
2. Es producido para otros
3. Tiene un valor de uso
4. Se realiza a través de la compra –venta en el mercado
5. Tiene un valor de cambio

Si se resumiera esquemáticamente las ideas esenciales de Marx sobre la Mercancía como base del capital comercial se obtendría el esquema que se muestra a continuación

³ Molina E : Las magnitudes reguladoras y la distribución socialista , Revista Marx Ahora , No 14/2002,pág156



A tenor de lo planteado, los turistas que vienen a Cuba exigen del producto turístico nacional que venden los turoperadores:

1. Un nivel de calidad acorde a los patrones internacionales existentes según la categoría y lo comprado por el catalogo.
2. Precios en correspondencia a lo recibido
3. Atención del personal del sector turístico esmerada

El estudio realizado se ha basado fundamentalmente en la teoría marxista sobre el capital, lo cual puede pensarse que para el contexto nacional no es muy aplicable al referirse a una economía de tránsito, no obstante a nuestro criterio todo lo planteado tiene gran importancia porque el mecanismo económico en la construcción socialista necesariamente tiene que contener pedazos de capitalismo y semillas ó gérmenes del

socialismo. Cobra por tanto vital importancia el saber diseñar el mecanismo económico socialista idóneo, en condiciones de globalización neoliberal, la volatilidad de los mercados financieros y la Revolución Científico – Técnico; dentro del cual ocupa un espacio la administración de riesgos

Por lo tanto es necesario analizar la problemática de las ofertas turísticas en Cuba a la luz de estos planteamientos.

El producto turístico que ofertan los turoperadores cubanos no satisface el valor de uso que exige el mercado internacional en muchos hoteles, dado por:

- Existencia de una red hotelera envejecida.
- El cierre de los hoteles afecta la imagen internacional.
- No adecuado saneamiento de viales, restaurantes, etc.
- No inserción de la comunidad en la comercialización del producto
- Alto deterioro de la infraestructura turística.
- Deterioro del entorno ambiental.
- Deterioro de la calidad del servicio
- El cliente compra un servicio de acuerdo a un patrón de calidad internacional, el cual no es de conocimiento de los hoteles y por tanto lo incumplen.
- Los hoteles en Cuba se categorizan por firma y no el hotel individual , el que a veces no cumple los estándares de su categoría y por tanto afecta la calidad que busca el cliente
- No se ha hecho una revalorización del producto turístico.

En el valor de cambio, por ende en el valor y el precio como expresión en dinero del valor inciden los factores anteriores, lo que ha provocado:

- Reclamaciones de los clientes y afectaciones económicas a las instalaciones hoteleras por indemnizaciones que han tenido que pagar
- No retorno del cliente al hotel y por tanto pérdida de mercados.
- Inestabilidad en el flujo turístico.
- No mantenimiento de forma estable de la cuota de participación en los mercados por países.
- La conformación de los precios no son reflejo de las relaciones sociales de producción, ya que se trabaja con 2 monedas y siendo el costo la base de

construcción del precio y aplicarse una tasa de cambio 1 X 1, los costos no son reflejos de los gastos sociales de producción.

- Las ventas están en dependencia de precios renegociados pues los turoperadores realizan reajustes hoteleros con el fin de llenar los aviones, al margen de la situación de los hoteles.

En la literatura científica existen muchas definiciones de riesgo comercial, pero todas recogen la probabilidad de ocurrencia de daños que afectan a las organizaciones y establecen una relación directa con las ventas, por lo que el autor del presente trabajo asume el concepto del término riesgo comercial como: “La probabilidad de afectaciones negativas a un negocio relacionado con una disminución de la actividad económica, deterioro en las ventas ó de las condiciones en que se realizan las mismas. Su concepto esta muy vinculado a la incertidumbre de los mercados y la satisfacción de los clientes.⁴ . Por lo cual, los aspectos antes mencionados en el presente trabajo son la forma concreta en que se manifiesta el riesgo comercial y que dificulta el llamado “salto mortal” de las mercancías en el caso de la realización del producto turístico en las condiciones de la economía cubana.

CONCLUSIONES

El estudio realizado nos permitió definir las categorías económicas analizadas por Marx directamente asociadas al riesgo comercial, estableciendo un vínculo lógico entre mercancía – capital comercial – valor de uso – valor de cambio – valor y precio y su manifestación concreta en el turismo cubano.

Existen riesgos comerciales en la actividad turística comercial cubana asociados al incumplimiento de leyes objetivas del período de tránsito como la ley de los precios, así como al no tener diseñado de forma idónea el mecanismo económico que articule la manifestación de la ley del valor, el uso de las mercancías en el periodo de tránsito con una adecuada administración de riesgos que posibilite su identificación, evaluación y control por las instalaciones hoteleras.

⁴ Cavani Grau Carlos . Los riesgos comerciales, Fotocopia, Universidad Nacional de Ingeniería de Perú, 2007 Pág. 1.

Bibliografía

1. Brum María Trabajo y mercancía en Marx y Engels, Revista Marx Ahora, La Habana, Cuba No 11/2001 Págs78-98.
2. Cavani Grau Carlos. Los riesgos comerciales, Fotocopia , Universidad Nacional de Ingeniería de Perú, 2007
3. Colectivo de Autores: Fundamentos generales del modo de producción capitalista, MES.
4. Curso de Administración de Riesgos del CECOFIS, MFP, La Habana, 2004.
5. Diccionario Cervantes, Tomo II, Editorial Pueblo y Educación , MINED,1976
6. Marx Carlos El Capital , Tomo II, Editorial Ciencias Sociales , Instituto Cubano del Libro , La Haban, 1973
7. Marx Carlos: El Capital Tomo I , tomado de Historia del Capitalismo , Instituto Cubano del Libro , La Habana , Págs. 1-298, 1974
8. Molina Ernesto Las magnitudes reguladoras y la distribución socialista, Revista Marx Ahora, La Habana, Cuba No 14/2002 Págs156- 167.
9. Reyes Jorge Maestría en Gestión Turística , Camaguey, 2007