

EL MERCADO LABORAL DE PROFESIONALES EN TURISMO EN MISIONES

Nancy Anahí Brondani*, Elvira Alicia Lansse** y Liliana María Dieckow***

Universidad Nacional de Misiones

RESUMEN

Misiones es una provincia que tiene al turismo como pilar económico: se generan y demandan cada vez más puestos de trabajo. Se investigó mediante encuestas a alumnos universitarios avanzados de Guía y Licenciatura en Turismo y graduados matriculados, analizando cómo consideran su inserción laboral, su formación académica, prácticas y conocimiento del mercado laboral y se consultó mediante entrevistas a idóneos y consultores acerca del mercado laboral y empresarial turístico. Alumnos y graduados consideran relativamente fácil su inserción laboral, pero para los graduados los puestos alcanzados no fueron los buscados, sin correlato entre ingresos y movilidad ascendente, los idóneos siguen teniendo el control de mercado. Se finaliza con propuestas de mejora de inserción laboral y empresarial para graduados universitarios.

PALABRAS CLAVE: Turismo – Mercado laboral – Profesionales universitarios en turismo – Idóneos – Inserción laboral – Movilidad – Provincia de Misiones – Propuestas.

I. INTRODUCCIÓN

Misiones es una provincia dinámica desde el punto de vista económico y turístico. Ha logrado que el turismo se convierta en uno de los pilares de la economía, generando el 15% del PBG. Se destaca que la demanda turística ha crecido a un ritmo anual de alrededor del 15% y la oferta de alojamientos ha tenido un crecimiento anual de entre un 7 y un 10% (Ministerio de Turismo de Misiones, 2013).

Sin embargo, al leer los diarios provinciales se observa que la solicitud de puestos de trabajo en turismo se relaciona solamente a puestos operativos y de baja calificación.

Este artículo, resultado del proyecto de investigación 16H/321 titulado «*El mercado de trabajo y empleo de profesionales en turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios*» (2011-2012), se plantea entre otras preguntas: ¿Cómo percibe la utilidad de su formación universitaria el alumno avanzado y el graduado para su inserción en el mercado laboral?, ¿Qué falencias formativas tiene el graduado universitario?, ¿Cómo es la relación en el mercado entre idóneos y graduados?,

* Contadora pública. Magíster en Administración Estratégica de Negocios. Docente investigadora universitaria de la UNaM. Email: nancy10bron@hotmail.com.

** Licenciada en Turismo. Maestranda en Desarrollo y Gestión del Turismo. Docente investigadora universitaria de la UNaM. Email: lansselvira@yahoo.com.ar.

*** Licenciada en Turismo, Doctora en Administración. Docente investigadora universitaria de la UNaM. Email: liliandie@gmail.com.

¿Cómo percibe el mercado laboral y empresarial el graduado universitario?, ¿Qué factores afectan al mercado laboral?

En este artículo se han planteado, además, propuestas para la formación permanente de los graduados Guías y Licenciados en Turismo para una mejor inserción laboral y emprendedurismo en turismo, orientados básicamente a cubrir deficiencias detectadas por parte de los alumnos avanzados, empresarios, emprendedores, idóneos, consultoras de RRHH y surgidas a partir de las nuevas tendencias del mercado turístico.

II. Marco teórico

Turismo y Empleo: La primera característica a destacar del sector turístico es que se basa fundamentalmente en la prestación de servicios, por tanto, es una actividad de utilización intensiva de mano de obra que en muchos casos no puede ser suplida por medios mecánicos. En general, se constata una evidente contradicción entre la gran variedad de ocupaciones que ofrece la actividad turística, desde puestos de trabajo que no requieren de especialización y que aportan poco valor añadido, a ocupaciones que requieren de un alto grado de profesionalización y que aportan alto valor añadido. Otra de las peculiaridades es que las empresas del sector turístico se han convertido en puertas de entrada al mercado del trabajo para muchos grupos de población, procuran empleo a población inmigrante, parados que se vuelven a reincorporar al mercado de trabajo, trabajadores que compatibilizan el trabajo con sus estudios u otra actividad, trabajadores por cuenta ajena, mujeres. El mercado de trabajo turístico en un contexto global de tercerización de las economías se caracteriza por su flexibilidad que se manifiesta en una serie de indicadores tales como la inestabilidad, la estacionalidad, la movilidad y la feminización (Mariscal in Saenz 2006). Además, se destaca que el ritmo de creación de empleo turístico no va paralelo al crecimiento de las empresas ni al ritmo de sus cuentas de resultados.

Formación laboral y profesional: En el siglo XXI adquiere más importancia que nunca la educación permanente, una educación básica y profesional, la enseñanza académica; una educación para el desarrollo de la persona de forma individual, y también de forma colectiva que le permita convivir en un mundo multicultural, diverso y en continuo cambio desde la participación activa. Y es en este escenario en el que la nueva Universidad debe moverse (Hué García 2008). El Turismo continúa siendo una de las actividades laborales con más futuro. Los empleadores potenciales y los Estados son facultados para establecer los parámetros de cambios genéricos en la currícula y las universidades son las encargadas de delinear las directrices específicas en función de la calidad y competitividad.

En los últimos años los países han experimentado la necesidad de introducir cambios en sus sistemas educativos, ya que el mercado laboral no sólo exige de los graduados conocimientos y destrezas a nivel profesional, sino también la capacidad de adaptarse a nuevos ámbitos de desarrollo profesional. De esta forma, surge la figura de un nuevo tipo de trabajador: el «profesional flexible». Actualmente,

se concede una gran importancia a las competencias profesionales desde el mercado laboral, lo que ha supuesto que este tipo de formación se haya convertido hoy en una necesidad para la inserción laboral de los graduados universitarios, ya que así se refleja también en los procesos de selección. Con este nuevo concepto de profesional flexible surge el siguiente interrogante: ¿qué competencias requieren los graduados en educación superior para integrarse en la sociedad del conocimiento y qué papel desempeñan las universidades en el desarrollo de dichas competencias (ICE 2008)? La formación universitaria o competencia técnica constituye un requerimiento básico, imprescindible y necesario, pero no suficiente para lograr un empleo calificado para jóvenes recién recibidos.

Una de las principales funciones dentro de las universidades es la enseñanza: la formación de profesionales considerada como el proceso educativo que tiene por objetivo preparar a los estudiantes para el ejercicio de una profesión que los inserte en un mercado laboral. Este mercado está influido por los cambios económicos, sociales, políticos, culturales, entre otros, que sufre el país en el que se encuentra inmersa la institución educativa (Glosario de Educación Superior 1988).

La Universidad forma a los egresados en lo que a teoría, técnica y práctica se refiere, pero: ¿Les alcanza para aplicar los conocimientos en un ámbito laboral?, ¿Se dan las herramientas para desenvolverse adecuadamente?, ¿Cuáles son esas herramientas?, ¿El saber, alcanza para poder ejercer la profesión?, ¿El mercado requiere o desea una nueva modalidad de preparación de los estudiantes universitarios? ¿Se busca un alumno de buen promedio y con conocimientos teóricos-prácticos exiguos, o se busca aquel que sepa desenvolverse en grupos de trabajo, tomar decisiones, usar sus conocimientos y habilidades para resolver una situación?

En términos generales, se ha insistido en que la educación superior tiene la responsabilidad de formar a los profesionales que necesite y requiera el país, la provincia, la región y, por qué no, el mundo; sin embargo, son pocas las instituciones educativas que establecen una vinculación adecuada con la sociedad y todos sus sectores para determinar los requerimientos en cuanto al tipo de profesionales que se necesitan y los conocimientos y habilidades que los tendrían que caracterizar.

La formación profesional tiene como objetivo preparar al estudiante proporcionándole una serie de conocimientos, habilidades y capacidades para desempeñarse adecuadamente en su ámbito laboral. En todas las organizaciones y, especialmente en las que prestan servicios, en donde se ubica la empresa turística, el factor más importante es el capital humano. Desde hace algún tiempo en la Universidad se percibe como difícil hacer coincidir lo que se enseña dentro de ella con las distintas necesidades y problemas que la Sociedad tiene y pide a los graduados que solucione. En muchos casos, parecería que todo aquello que esos actores requerían hace tiempo, hoy merced al cambio tecnológico y la velocidad de los negocios, ha quedado obsoleta.

El informe Delors (1996) propugnaba una educación que desarrolle a la persona desde una educación integral formada por cuatro elementos: 1) Una enseñanza universitaria que enseñe a conocer,

2) que enseñe a aprender a hacer, 3) que enseñe a aprender a convivir, 4) que nos enseñe a aprender a ser. Un proyecto universitario que contemple estos cuatro principios será capaz de responder a las demandas exigidas para las Universidades (Hué García 2008).

Siguiendo a Van-Der Hofstan y Gómez (2006), si tenemos en cuenta los aspectos que más valoran las empresas en sus ofertas de empleo, se debe potenciar desde las instituciones universitarias los propios estudios universitarios, los idiomas, la experiencia profesional, informática e Internet, los estudios de post grado, la facilidad para la adaptación y otras cualidades.

El mercado laboral del turismo: La inserción laboral y la movilidad laboral: El Turismo es un fenómeno multi dimensional y necesariamente de abordaje interdisciplinario. Implica un conjunto de variables interrelacionadas y condicionadas por contextos cambiantes. Entre sus variables de análisis se destaca el factor trabajo. En el sector turístico se evidencian empresas, emprendedores, instituciones, empresarios, empleados y visitantes o clientes.

En la interrelación entre empresas, instituciones y empleados, el Mercado Laboral Turístico (MLT) se caracteriza por su dinamicidad, propia de un sector cuya evolución ha estado y está condicionado por la coyuntura política y económica de los mercados emisores y receptores tanto a escala internacional como nacional, así como por las fluctuaciones de la economía doméstica, el nivel de ahorro de las familias, entre otros factores (Mariscal in Saenz, 2006).

Los Profesionales universitarios son aquellas personas que detentan conocimientos especializados que les permiten una inserción, reinserción y actualización laboral. En cambio, los idóneos en turismo son aquellos que no cuentan con el título correspondiente y habilitante, cuentan a su favor una experiencia suficiente y constante en una práctica determinada (Corominas 1973).

Uno de los componentes del mercado laboral es la inserción laboral, que se relaciona con el primer trabajo en alguna organización turística de un graduado universitario o de un idóneo que no cursó carrera universitaria relacionada a esta disciplina (Dieckow 2010).

Otro componente del mercado laboral es la movilidad laboral o funcional, que es la variación del contenido o el cambio de las funciones habitualmente prestadas por el trabajador dentro de una organización o entre organizaciones (Piriz Sanchez 2013).

III. ASPECTOS METODOLÓGICOS

En esta investigación descriptiva y analítica se utilizaron como fuentes primarias encuestas aplicadas a todos los estudiantes avanzados de las carreras universitarias en turismo en la Provincia en las dos universidades locales, totalizando 22 encuestas a alumnos de la Lic. en Turismo de la UNaM (Universidad Nacional de Misiones, Institución pública), a 10 alumnos de la Lic. en Turismo y Hotelería de la UGD (Universidad Gastón Dachary, institución privada) y a 12 alumnos de la carrera de Guía de Turismo de la UNaM. Respecto a los graduados matriculados en el Colegio Profesional de Turismo de

Misiones, el tipo de muestreo aplicado fue el probabilístico por conglomerados, con un margen de error del 5% e intervalo de confianza del 95.5%. Los Guías de Turismo encuestados corresponden a 18 Guías de Posadas y Predios Jesuítico Guaraníes (ruinas de San Ignacio y Santa Ana) y 20 Guías en Puerto Iguazú. Los Egresados Licenciados en Turismo encuestados son los que se desempeñan laboralmente en las dos ciudades de mayor actividad turística en la provincia, con 20 encuestados en Posadas y 14 en Puerto Iguazú. Asimismo, se realizaron 3 entrevistas a idóneos en turismo y 3 entrevistas a consultoras de Recursos Humanos, mediante muestreo teórico.

IV. LOS ALUMNOS AVANZADOS DE CARRERAS DE TURISMO

1. Percepción de la Formación Académica: Al considerar la carrera de Licenciatura en Turismo en las dos universidades se observa que la formación teórica en general es percibida como «Buena» para el 62,50% y para el 25,25% como «Regular». La formación turística específica para el 46,88% es «Regular», seguido por «Bueno» con 34%. La articulación interdisciplinaria y entre cátedras, es percibida por la mitad (50%) como «Regular»; un 34,38% como «Buena». El 43,75% del alumnado siente que el nivel de actualización de contenidos con el mercado y las nuevas tendencias es «Regular», el 25,00% es «Bueno» y un 18,75% considera que es «Malo», solamente un 9,38% aduce que es «Muy Bueno», mientras que un 3,13% dice que es «Muy Malo». La formación en el saber hacer o Know how es «Regular» para el 46,88%. Asimismo se destacan problemas en ciertas cátedras como planificación y administración. Finalmente, para el 34,38% de los encuestados la utilidad de la carrera para el mercado laboral es «Regular», aunque para el 31,25% que es «Bueno» y para el 28,13% es «Muy Buena». Al ponderar las variables, se observan como las más críticas en la Licenciatura en Turismo la actualización de contenidos en relación al mercado laboral, la articulación interdisciplinaria y la formación para el saber hacer. Las deficiencias planteadas por los guías son básicamente vinculadas a la oratoria y al manejo de idiomas.

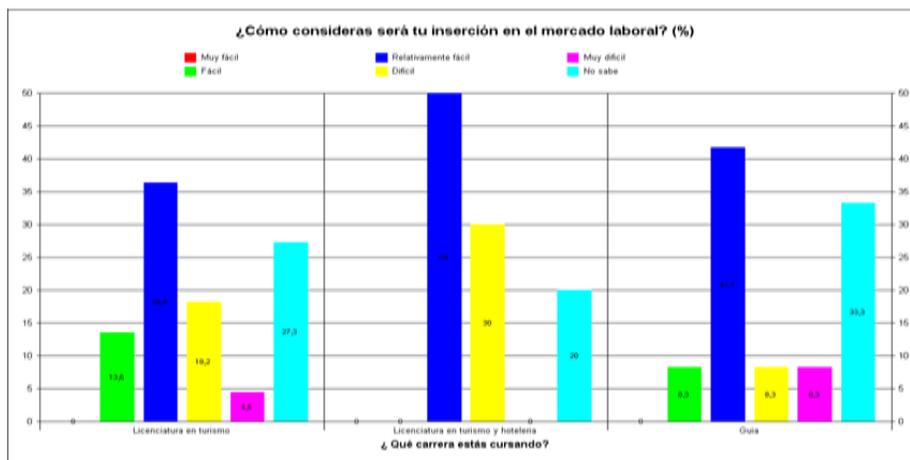
2. Realización de pasantías o prácticas pre- profesionales: Se observa claramente que en general los alumnos avanzados de las carreras de Licenciatura en Turismo de ambas universidades no realizan prácticas pre-profesionales. Los Guías sólo lo hacen como guiadas prácticas.

3. Utilidad de la carrera para el mercado laboral: Luego se analizó la percepción de la utilidad de la carrera para el mercado laboral en las tres carreras y los resultados fueron los siguientes: para los alumnos de la UGD la opinión es más positiva que las demás carreras y la Licenciatura en Turismo de la UNaM es más negativa. Los alumnos de Guía de turismo lo perciben como buena y útil.

4. Percepción acerca de la inserción laboral: Para todas las carreras la inserción es percibida como «relativamente fácil», aunque también es elevado el porcentaje de alumnos avanzados que no tienen idea de cómo será su situación de inserción laboral. Un porcentaje relativamente elevado de alumnos de la Licenciatura de ambas universidades considera que será «difícil» su inserción laboral. Por otra

parte, de los alumnos de la Licenciatura de la UNaM la mitad 59,1% respondió que una vez graduados consideraban «necesario emplearse para adquirir prácticas» y luego trabajar en forma independiente, por su parte, los alumnos del UGD respondieron con un 70% y los Guías lo hicieron con un 91,7%. Solamente los alumnos de la Licenciatura de la UNaM reflexionaban acerca de que se sienten con suficiente formación para empezar a trabajar en un 13,6% y los del UGD lo hicieron sólo en un 10%. Los que opinaron que tenían que seguir estudiando para aprender más y luego trabajar lo hicieron con un 8,3% los Guías y con un 4,5% los de la Licenciatura de la UNaM. El 22,7% de los alumnos de la Licenciatura de la UNaM, destacan que trabajarán y seguirán estudiando algo más al recibirse (Gráfico N°1).

Gráfico N° 1: Percepción de la Inserción en el Mercado Laboral según carrera y Universidad



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta alumnos avanzados UNaM - UGD. 2011.

V. LOS MATRICULADOS EN EL COLEGIO PROFESIONAL DE TURISMO DE MISIONES

El Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones se aprueba por Ley registrada bajo el N° 3.816 y promulgada por Decreto N° 1660 el 10/12/2001. Los matriculados hasta la fecha según categoría son las siguientes: 116 Licenciados en turismo, 69 Técnicos en turismo y 241 Guías de turismo.

a) Los Profesionales universitarios

1. Universidad en la que se graduó: Los Guías que se desempeñan en Posadas (PSS) y Predios Jesuítico - Guaraníes (PJJ) son todos graduados de la UNaM, mientras que los que se desempeñan en Puerto Iguazú (IGR), el 40% proviene de la UNaM, el 35% de la Universidad de Morón (Bs. As.) y el 15% de la UNNE (Corrientes). De los Licenciados que trabajan en PSS, el 92,86% se graduó en la UNaM y el 1,14% proviene de otra Universidad.

2. Valoración de la formación académica: los Guías de PSS perciben a la misma como «Buena» (55,56%), «Muy Buena» (38,89%) mientras que los de IGR opinaron con un 80% como «Muy Buena». Los Licenciados de PSS perciben como «Muy Buena» en un 28,57% y como «Buena» con un 71,43%, mientras que para los de IGR la evaluación «Muy Buena» se incrementa al 90%, no habiendo evaluaciones negativas.

3. Movilidad laboral: los Guías de PSS y PJG respondieron que han trabajado en un solo lugar turístico con el 66,66% y más de un lugar el 33,44%, mientras que los Guías de IGR en un 55% estuvieron en más de un lugar y solo el 40% ha tenido un solo empleo en turismo desde que se recibió. Se evidencia que los Guías de PSS y PJG tienen menos movilidad laboral que los de IGR, lo cual posiblemente se deba a la mayor oferta laboral en Iguazú. La mitad de los Licenciados en PSS han tenido básicamente un solo trabajo en turismo, seguido de aquellos que han tendido entre dos a tres trabajos en turismo y para los que trabajan en IGR, es aún más frecuente haber tenido un solo trabajo en turismo.

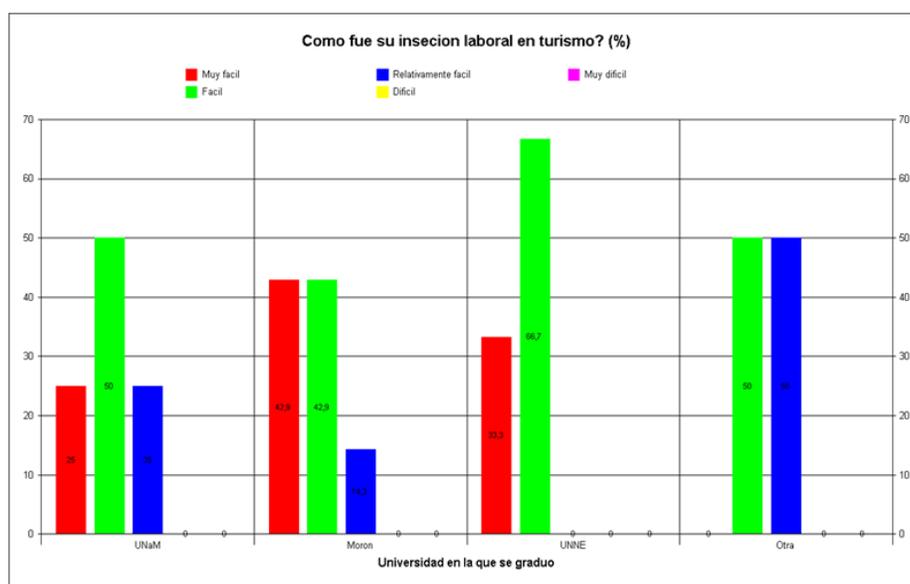
4. Tiempo que tardaron en conseguir su primer trabajo en turismo: el 50% de los Guías de PSS opinaron que tardaron entre medio año a un año en conseguir su primer trabajo en turismo mientras que el 70% de los de Iguazú consiguieron su primer trabajo entre uno a tres meses; sin embargo, un 15% lo hizo entre cuatro y seis meses. Se observa que los Guías de PSS y PJG tuvieron mayor dificultad en conseguir su primer empleo, sin embargo los Guías de IGR lo obtuvieron relativamente más rápido. Los Licenciados de PSS en general tardaron bastante tiempo en conseguir su primer trabajo en turismo. Se destaca en primer lugar los que tardaron un año o más en conseguirlo, seguido de los que tardaron por lo menos 6 meses para conseguir su primer trabajo en turismo. Esta situación mejora sustancialmente en IGR, donde los Licenciados obtuvieron su primer trabajo tardando en cuatro a seis meses de haberse recibido y hasta un año.

5. Medio por el cual optó a la hora de buscar su primer trabajo: el 44% de los Guías de PSS respondieron que fue mediante entrega de CV, un 33% a través de la bolsa de trabajo del Colegio de Profesionales y respecto a los de IGR, el 40% respondió que fue mediante entrega de CV, mientras que el 25% a través de prácticas pre-profesionales. Se observa que la Bolsa de trabajo del Colegio incide directamente en la inserción laboral de los graduados Guías de PSS y PJG, mientras los Guías de IGR lo hacen en primer lugar entregando CV a diferentes empresas del sector y también a través de prácticas pre-profesionales para acceder a su primer empleo en turismo. Respecto de los Licenciados en PSS, el 22,03% lo hizo mediante pasantías y prácticas pre profesionales, con igual porcentaje por recomendaciones y un 15,38% mediante la entrega de CV y por contactos personales con el mismo porcentaje, también opinaron con un 15,38% por otros medios y para los de IGR el principal modo de conseguir el primer trabajo fue mediante la entrega de CV, seguido por la apertura del propio emprendimiento y en tercer lugar por medio de los contactos personales.

6. Inserción laboral: para los Guías de PSS y PJG ha sido «Relativamente Fácil» en un 84%,

mientras que para un 28% era «Fácil» y con un 22% «muy fácil» su inserción, mientras que los de IGR, la mitad de los graduados fue «fácil», mientras que para un 30% era «Muy Fácil» y para el 20% era «Relativamente Fácil». Se puede concluir que para los Guías Graduados de PSS y PJG la inserción laboral era «Relativamente Fácil», mientras que para los Guías de IGR ha sido fácil su inserción laboral en turismo. Para los licenciados de PSS la inserción laboral fue fácil (53,85%), mientras para un 30,77% fue relativamente fácil, su inserción laboral y los de IGR, su inserción también fue fácil, pero en un mayor porcentaje que para los de PSS.

Gráfico N° 2: Guías en Puerto Iguazú: Inserción laboral según Universidad en la que se graduó (en%)



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. Puerto Iguazú 2012.

En base al gráfico N° 2 la Inserción laboral de los guías en IGR fue «Muy Fácil» para aquellos graduados provenientes de la Universidad de Morón con un 42,9% seguido de la UNNE con un 33,3 mientras los de la UNaM solo el 25% de los encuestados. Para la mitad de los encuestados de la UNaM fue «Fácil» su inserción laboral, para los egresados de Morón fue de un 43% para los egresados de la UNNE fue de un 66,7%, sin embargo, para los graduados de otras Universidades, el 50% opinó que fue «fácil» y con el mismo porcentaje, que fue «relativamente fácil».

7. Movilidad laboral: Al consultar acerca de la movilidad laboral ascendente, el 68% de los graduados considera que la misma es escasa, aunque se observa que la movilidad laboral horizontal (en

el mismo nivel pero entre empresas) alcanza el 52%.

8. Tipo de contrato realizado: los Guías de PSS el 39% tuvieron contrato sin relación de dependencia, el 22% tuvo contrato efectivo con relación de dependencia, el 17% tuvo contrato por temporada, mientras que el 11% fue sin contrato y los de IGR, el 60% fue por contrato sin relación de dependencia, el 25% fue por contrato por temporada, con el 10% período de prueba y con un porcentaje ínfimo del 5% fue por contrato efectivo con relación de dependencia. Se observa al comparar a los Guías de PSS y PJG con los Guías de IGR, que para ambos el tipo de contrato de trabajo es un contrato sin relación de dependencia, mientras el segundo lugar lo ocupa el contrato por temporada. Respecto a los Licenciados de PSS, más de la mitad respondió que fue por contrato efectivo con relación de dependencia, mientras que el 15,38% fue por período de prueba y con el mismo porcentaje pasó a planta permanente y los de IGR la forma de contratación fue más dispersa en cuanto a sus modalidades. Se observa en primer lugar la contratación sin relación de dependencia (35%), seguido por los que pasaron directamente a planta, mientras que la contratación con relación directa, que fue lo más frecuente para los Licenciados de PSS, en IGR apenas alcanzó el 5% de los encuestados.

9. Lugar de trabajo actual: el 44 % de los Guías de PSS lo hace como Guía de sitio, mientras que un 33% lo hace como empleado con relación de dependencia. En IGR, del total de encuestados el 60% trabajan como Guías de sitio. Se puede concluir la mayoría de los Guías trabaja como guía de sitio. El 90% de los Licenciados de PSS trabaja en turismo y el 10% es dueño de algún emprendimiento o empresa turística; mientras que los Licenciados que están en IGR, trabaja en turismo (70%) o es dueño (30%) de algún emprendimiento o empresa turística. Los Licenciados de PSS el 38% lo hace como docente en la Universidad o en una institución superior no universitaria, y con el mismo porcentaje los que trabajan en el Ministerio de Turismo de la Provincia, y solo un 15% es dueño o socio gerente de una empresa turística y los de IGR su situación laboral actual es bastante diferente a la de PSS. En IGR, el trabajo más frecuente es el de empleado de empresa turística (44%), seguido por dueño o socio gerente de empresa turística (33%) y solo un 5% trabaja en el ámbito de la educación superior.

10. Requisitos solicitados para trabajar en turismo: todos los Guías en general destacan que el requisito principal es tener conocimiento en idiomas, en segundo lugar con el 65% destacan tener formación en flora y fauna, y el 25% considera la formación en historia en tercer lugar. Para los Licenciados en PSS el 46% opina que el requisito principal para trabajar en turismo es la resolución de problemas, mientras que el 15% considera como importante el idioma, otro porcentaje igual considera que es la formación en planificación y el mismo porcentaje en tener experiencia previa en el sector, son los principales requisitos solicitados para trabajar en Turismo y los de IGR, el principal requisito es el de los idiomas (55%), seguido por los conocimientos de administración (gestión y contabilidad) con el 25% de los encuestados.

11. Valoración por parte del empresario: el total de los Guías y Licenciados encuestados

se sienten valorados por los empresarios por ser profesional graduado en Turismo, destacando sus conocimientos teóricos y generales.

b) Los idóneos en turismo

Hace 20 años atrás, casi todas las personas que trabajaban en turismo eran idóneas (sin título universitario o terciario en turismo), frente a la situación actual donde conviven ambos tipos de trabajadores, reduciéndose cada vez más la cantidad de idóneos frente a los universitarios en turismo.

Señalaba un Guía idóneo que: *«Antes todos éramos idóneos sin título porque no había casi donde estudiar turismo. Aprendíamos a guiar sobre la marcha, con errores y mejorando cada día»* (Guía idóneo).

Por otro lado: *«En las agencias no había universitarios, aprendíamos viajando y observando... también a veces cometiendo errores y corrigiendo...»* (Responsable idónea de agencia).

En cambio, la situación actual parece ser diferente.

En relación a las agencias: *«Hoy creo que en algunos rubros como las agencias estamos equiparados: responsables licenciados ó técnicos universitarios e idóneos. Pero cada vez hay más universitarios y... nosotros nos estamos poniendo viejos».* (Responsable idónea de agencia).

La relación entre idóneos y graduados universitarios es positiva aunque los idóneos se jactan de poseer más conocimiento de campo que los universitarios y más trayectoria.

«Nosotros conocemos más la práctica, tenemos más camino andado que los profesionales, ellos saben mucho de teoría pero nosotros sabemos cómo se trabaja en turismo» (idóneo de Posadas).

«Tiene que ver con el reconocimiento y jerarquización del profesional en turismo que lentamente va ocupando puestos de los idóneos» (Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/2012).

«Parece que esa lucha fue ganada como lucha central por los profesionales desde ya hace un tiempo, eso no quiere decir que no sigan existiendo luchas, para esto hay que incorporar al análisis cual es el rol que está cumpliendo el sector público respecto a fiscalización y control, ahí hay un bache importante [...] Creo que la lucha inicialmente entre idóneos y profesionales se ganó hace un tiempo justamente a partir de la creación del Colegio de Profesionales». (Andueza, Julieta. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en Turismo. FHyCS-UNaM, 15/012/2012). *«La relación con los idóneos ha sido subsanada hace tiempo, no hay crecimiento de los idóneos porque la matrícula no lo permite»* (Posdeley, Jorge. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo. UGD, 15/12/2012).

Finalmente, se destaca la posición final de los idóneos en el ámbito empresarial turístico: *«...Pero los idóneos seguimos siendo en la mayoría de los casos los dueños de las agencias y las que movemos más volumen, por la práctica que tenemos (y que por ahí los universitarios no la tienen), por nuestra trayectoria y porque nos conocen los grandes operadores de Buenos Aires. Y creo que en los*

hoteles pasa algo parecido. Por lo menos es lo creo que pasa en Posadas e Iguazú» (Responsable idónea de agencia).

Este hecho se evidencia claramente en las dos ciudades citadas donde la mayor parte de las empresas turísticas son propiedad de idóneos y tienen a profesionales universitarios en turismo como sus empleados. Sin embargo, lentamente se incrementa la cantidad de universitarios que son propietarios de agencias de viajes o de algún emprendimiento de turismo rural o Lodge.

VI. LAS CONSULTORAS DE RECURSOS HUMANOS

Al consultar sobre el tipo de puestos que se les solicitan, los responsables de consultoras afirmaron lo siguiente: *«se buscan puestos operativos, atención al público, mucamas, limpieza, chefs. Supervisores, reservas, mantenimiento. Gerentes operativos, jefe de alimentos y bebidas. Preferentemente profesionales, dependen el perfil». ... «Respecto a las posiciones solicitadas, mayormente son mandos medios y medios bajos. El personal operativo (camareras, mozos, etc.) generalmente (lo infiero personalmente por datos informales recabados) se reclutan y seleccionan por referidos».*

Asimismo agregan *«Lo que si queda muy claro como competencia requerida casi excluyente es la actitud de servicio, adecuado manejo de relaciones interpersonales y sobre buena actitud para trabajar».*

Respecto a la rotación y movilidad destacan *«que no percibo alta rotación, aunque si bien son pocas las que acuden a nosotros, creo que la mayor rotación se produce en la parte operativa más que en mandos medios y dirección»... «hay mucha rotación, en reservas y recepción. Las personas buscan cambiar. Se hacen contratos eventuales».*

VII. CONSIDERACIONES FINALES Y PROPUESTAS

Se destaca la necesidad de generar un profesional universitario flexible, adaptativo a las nuevas condiciones de mercado y e incorporar las habilidades y aptitudes planteadas por el Informe Delors, de modo que este capital humano, que en definitiva es lo más importante en la actividad del turismo, esté preparado para este mercado laboral.

Los factores que afectan al mercado laboral turístico de Misiones son:

1) Endógenos del mercado laboral: a) Encuentro entre oferentes y demandantes: relativamente fácil inserción laboral, pero escasa la movilidad y el ascenso dentro de las empresas, b) Las búsquedas del tipo y perfil de empleados que realiza la oferta: puestos de baja a media calificación, generalmente orientados a áreas gastronómicas y hoteleras en Posadas y Puerto Iguazú, c) Confusión de los empresarios acerca del perfil e incumbencias laborales del Licenciado frente al Técnico, d) Necesidad de más conocimientos de administración, contabilidad, finanzas y planes de negocios: que lleva a que las empresas contraten Contadores públicos y Lic. en Administración a ocupar puestos de trabajo para las áreas ge-

renciales de hoteles, e) el bajo nivel de salarios: son relativamente bajos para los Licenciados y más elevados para los Guías free lance. Es más elevado el salario en Iguazú que en Posadas, f) Los cambios permanentes en las tendencias del mercado: que obligan a la formación permanente.

2) Los Factores exógenos del mercado laboral turístico son: a) La formación académica universitaria: que presentan ciertas deficiencias detectadas mediante las encuestas a alumnos y graduados, b) La formación por competencias de la demanda laboral: los graduados reconocen que tienen relativamente poca formación por competencias específicas de la carrera, especialmente relacionadas al saber hacer y el saber ser, c) Visitantes cada vez más informados y de segmentos con motivaciones diferentes: que requieren de Guías y Licenciados con amplios, profundos, variados y actualizados conocimientos, d) Las diferencias marcadas en la oferta general y de trabajo entre Posadas y Puerto Iguazú, e) y Las políticas económicas vinculadas al turismo (tipo de cambio, promoción turística de Misiones, inversiones en el destino).

Propuestas de mejora continua de formación:

1. Propuestas para la mejora de la formación académica en las universidades: a) Formación por competencias (especialmente para el saber hacer y saber ser y actitudinales como la flexibilidad, adaptación y resolución de problemas), b) Formación específica en planificación y administración, contabilidad, finanzas, planes de negocios, nuevas tendencias del marketing y Tics, Idioma inglés permanente y un tercer idioma.

2. Propuestas de formación permanente para los Profesionales en Turismo en la provincia de Misiones: a) Entrenamiento en idioma inglés y aprendizaje de otros idiomas como el mandarín, portugués, francés, guaraní, etc., b) Cursos de capacitación en diferentes temáticas como Recursos Humanos, Normas y Sistemas de calidad.

2.1. Para los Guías de turismo: Talleres de Liderazgo y manejo de grupos, talleres permanentes de oratoria, talleres con diversas actividades: observación de aves de flora, relacionados con las artes (historias locales, Monumentos, mitos y leyendas), Turismo Activo en la Naturaleza, turismo de aventura, turismo activo, turismo accesible.

2.2. Para los Licenciados en turismo: Talleres de emprendedurismo y cursos de Gestión de proyectos, Gestión de Destinos Turísticos, Planificación y ordenamiento territorial, TICs (turismo 2.0 y 3.0).

VIII. BIBLIOGRAFÍA

- Dieckow, L. (2010). *La problemática económica del turismo. Un abordaje teórico, aplicado y práctico*. Posadas, Misiones: Editorial Universitaria UNaM.
- Hué García, C. (2007). *Pensamiento emocional. Un método para el desarrollo de la autoestima y el liderazgo*. Zaragoza: Mira Editores.
- Mathienson, A.; Wall, G. (1982). *Tourism economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
- PNUD ARG/04/034 (2010). *Trabajo y Empleo en el Bicentenario: Cambio en la dinámica del empleo y la protección social para la inclusión*. Período 2003-2010. Publicación Especial del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.
- Saenz, A. e.a. (2006). *Estructura económica del turismo*. España: Síntesis.
- Van Der Hofstan, R.; Gómez Gras, J. M. (2006) *Competencias y habilidades profesionales para universitarios*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Glosario de Educación Superior (1988) Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior. México.

Otras fuentes

- Dieckow, L.; Lansse, E. y Brondani, N. (2012). *El mercado de trabajo y empleo de profesionales en turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios* (Proyecto de investigación 16H/321). Posadas: Universidad Nacional de Misiones

Páginas web

- Corominas, J. (1973): *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana*. Madrid, Gredos, en www.aapsicomotricidad.com.ar.
- Piriz Sanchez, R.: *Movilidad laboral y la polivalencia funcional del trabajo* en <http://raulpiriz.wordpress.com/2010/06/21/movilidad-laboral-y-la-polivalencia-funcional-del-trabajo/>
- Ministerio de Turismo de Misiones, 2013. <http://www.turismo.misiones.gov.ar>