

**Guía de Presentación de
INFORME FINAL**

Proyectos acreditados en la Secretaría de Investigación y Postgrado.

1. TÍTULO DEL PROYECTO:
"El mercado de trabajo y empleo de profesionales en turismo en Misiones. Análisis de la inserción, movilidad y nivel de salarios". Código 16 H/321

3. FECHAS DE INICIO Y DE FINALIZACIÓN DEL PROYECTO: DESDE: 01/01/11 HASTA: 31/12/2012

4. PERIODO AL QUE SE REFIERE EL PRESENTE INFORME: DESDE: 01/01/11 HASTA: 31/12/2012

5. EQUIPO DE INVESTIGACION

APELLIDO Y Nombre	Cargo / Beca	Nº de horas investiga x semana	Mes de incorporación	Mes de finalización	Evaluación S – No S
Dieckow, Liliana María	PAD ex	10	Enero 2011	31/12/12	S
Kremar, Ariel Alberto	JTP si	5	Enero 2011	31/12/12	S
Lansse, Elvira Alicia	JTP se	10	Enero 2011	31/12/12	S
Brondani, Nancy Anahi	JTP si	5	Enero 2011	31/12/12	S
Sanchez Ferrando, Mariana Irma	b	5	Junio 2011	31/12/11	S
Tejo, Gabriela	b	5	Junio 2011	31/12/11	S

Se consignan primero los datos del Director de Proyecto y luego los de otros investigadores que trabajaron efectivamente en la investigación.

En 'Cargo / Beca' se anotarán las iniciales de la categoría docente y dedicación, o de investigación:

PTI	Profesor Titular
PAS	Profesor Asociado
PAD	Profesor Adjunto
JTP	Jefe de T. Prácticos
AY1	Ayudante de 1ª
AY2	Ayudante de 2ª

ex	Exclusiva
se	Semiexclusiva
si	Simple

AUX	Auxiliar de Investigación
INI	Investigador Inicial
ASI	Asistente
IND	Independiente
PRI	Principal

b	Becario
ah	Ad honorem
ADS	Adscripto
INV	Invitado

Así, un Profesor titular semiexclusiva se escribe 'PTI se' y un Auxiliar ad honorem 'AUX ah'.

Si el investigador tiene varios cargos ocupar otros tantos renglones, al igual que si ha cambiado de cargo o de nº de horas semanales dedicadas a la investigación en el transcurso del período de referencia.

'Nº Horas investiga x semana' se refiere a las horas que insumió efectivamente la realización de la investigación (y no a la dedicación total del cargo). Si la persona tiene varios cargos, consignar para cada uno de ellos la dedicación horaria semanal al proyecto.

En 'Mes de incorporación' consignar el mes a partir del cual cada investigador se ha incorporado al proyecto; y en 'mes de finalización', cuando ha dejado de participar. Las fechas no pueden extenderse más allá de los límites del período de referencia del informe.

La 'Evaluación' está referida al desempeño de cada investigador durante el período de referencia de acuerdo a la evaluación del Director del Proyecto. Consignar S (Satisfactoria) o No S (No Satisfactoria)

Si es necesario a continuación de cuadro se puede fundamentar las evaluaciones No Satisfactorias.

Firma Director de Proyecto

Aclaración: Dieckow, Liliana María

Fecha de presentación del Informe de Avance: 03 de mayo de 2013

6. RESUMEN DEL PROYECTO ORIGINAL

El turismo es una actividad económica que crece en la Argentina y en la provincia de Misiones. Sin embargo, se desconoce el grado de crecimiento del empleo en general en el sector y especialmente de los profesionales (Licenciados, Técnicos y Guías) matriculados en el Colegio profesional.

Asimismo se destaca la movilidad y la temporalidad de este empleo que es condicionado por la estacionalidad y otras variables económicas.

En esta investigación se estudiará mediante encuestas la percepción de los alumnos avanzados de las carreras universitarias de turismo de la Provincia acerca de su inserción laboral, se analizará la situación de empleo de los profesionales, tanto desempleados, en relación de dependencia, free lance y los emprendedores matriculados, a fin de medir su inserción, movilidad, evaluación de su formación académica por competencias y proponer mecanismos de formación continua.

Por último se busca medir mediante el Índice de Demanda Laboral, la demanda de empleo turístico en la provincia en el periodo 2011-2012 y se realizarán entrevistas a funcionarios, empresarios y referentes institucionales acerca de la situación actual y evolución del mercado laboral del turismo en Misiones.

7. LISTA DE ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL PERÍODO

En este período de tiempo se han realizado las siguientes actividades:

- a) Revisión de fuentes secundarias acerca de la evolución de la actividad turística provincial.
- b) Diseño y realización de encuestas a estudiantes avanzados de las carreras de Guía de Turismo de la UNaM y a alumnos de la Licenciatura en Turismo de la UNaM y la UGD, ambas universidades de la Provincia.
- c) Diseño y realización de encuestas a graduados universitarios Guías y Licenciados matriculados en el Colegio Profesional de la provincia radicados en Posadas, predios jesuíticos y en Puerto Iguazú.
- d) Diseño y realización de entrevistas a gerentes de empresas turísticas de la Provincia.
- e) Diseño y realización de entrevistas a consultoras relacionadas con la selección de RRHH en turismo en la Provincia de Misiones.
- f) Realización de entrevistas a los Directores de las carreras de Turismo de la UNaM (Guía y Licenciatura) y la UGD (Licenciatura en Turismo y Hotelería).
- g) Análisis de diarios provinciales para luego elaborar el Índice de Demanda Laboral de Turismo (IDLTL) de Misiones entre enero y diciembre de 2011 y de enero y diciembre de 2012.
- h) Realización de entrevistas a referentes de instituciones vinculadas al turismo en la provincia de Misiones (AMBHRA, Colegio de profesionales en turismo de Misiones, CATUMI)

8. ALTERACIONES PROPUESTAS AL PLAN DE TRABAJO ORIGINAL

En general, se han realizado todas las actividades previstas para los dos años del proyecto, aunque debe destacarse que las encuestas a graduados Guías y Licenciados se hicieron solo en su primer etapa (Posadas y región jesuítica guaraní) y en 2012 se realizaron las demás encuestas a graduados.

9. PRODUCCIÓN DEL PROYECTO

1. Publicaciones

Publicaciones: Indicar apellidos y nombres de todos los autores, entre comillas el título del artículo, luego subrayado el nombre de la revista, año, volumen, número, y páginas. Para libros subrayar el título, y consignar lugar, editorial, y año.

- 1.1. Libros resultados del proyecto de investigación
- 1.2. Capítulos de libros
- 1.3. Publicaciones en revistas de ciencia y técnica con referato externo:

1.3.1 Artículos publicados en revistas Internacionales

1.3.2 Artículos publicados en revistas Nacionales incluidas en el CAICYT

1.3.2 Artículos publicados en revistas Nacionales con referato no incluidas en el CAICYT

Las revistas consideradas pueden ser en versión impresa o digital.

1.4 Publicaciones en congresos (con evaluación)

1.4.1 Con publicación de trabajos completos

Artículo: ***“La Relación entre Formación Universitaria, Inserción Laboral y Desempeño Profesional. Estudio de Caso de los Profesionales en Turismo Graduados en Universidades Públicas y Privadas en Misiones, Argentina”.***

Autora: Lansse, Elvira Alicia.

Evento: 8º Congreso Internacional sobre Educación, Cultura y Desarrollo. ISBN- 13:978-84-694-7191-3.

Lugar: Universidad de Málaga, España. Año 2012.

Artículo: ***“La Percepción acerca de la Formación Universitaria, Inserción Laboral y Desempeño: Estudio de Caso de los Profesionales en Turismo Graduados en Universidades Públicas y Privadas de Misiones, Argentina”***

Autores: Dieckow Liliانا María; Lansse, Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí.

Evento: 8º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística (CLAIT). ISBN: 987-85-64842-04-5.

Lugar: Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de Sao Paulo. Año 2012

Artículo: ***“La mujer emprendedora como agente de Desarrollo local y regional. Experiencias en Misiones Argentina”***

Autores: Dieckow Liliانا María; Lansse, Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí.

Evento: IV Jornadas de administración del NEA. II Encuentro Internacional de administración en la región Jesuítica guaraní.

ISSN EN LINEA 2313-996X Año 2012

Organiza: Facultad de Ciencias Económicas. UNaM.

Artículo: ***“El mercado de trabajo y empleo en turismo. ¿Aporte al desarrollo o sólo al crecimiento económico empresarial?. Análisis de la situación en Misiones, Argentina”.***

Autores: Dieckow Liliانا María; Lansse, Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí.

Evento: 6º Congreso Internacional Virtual Turismo y Desarrollo Con el Segundo Simposio Virtual. Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural" Organiza: Universidad de Málaga, España. ISBN-13: 978-84-15547-66-2. Año 2012

Tema de debate N°1: ***“El primer trabajo en turismo. La inserción laboral de los profesionales e idóneos en turismo en Misiones”.***

Publicado en : http://issuu.com/mauricioalvez/docs/dieckow_insercion_prof_turismo Pagina del Colegio de Profesionales en turismo de Misiones.

Autores: Dieckow Liliانا María; Lansse, Elvira Alicia; Kremar, Ariel, Brondani Nancy Anahí. Fecha de publicación: 20/03/13

1.4.2 Con publicación de resúmenes

Las Actas pueden ser en versión impresa o digital.

2. Vinculación y Transferencia

2.1 Resultados en Títulos de propiedad intelectual logrados en el período

2.1.1 Patentes de Productos y Procesos registrados

2.1.2 Acciones de transferencia que resulten del Proyecto de Investigación y que estén acreditados a través de convenios, disposiciones, contratos, etc.

3. Formación de Recursos Humanos

3.1. Dirección de Tesis de Doctorado Concluidas

3.2. Dirección de Tesis de Doctorado en curso

3.3. Dirección de Tesis de Maestría Concluida

Tesista: Lic. Elvira Lansse. Director: Dra Liliana Dieckow. Tesis final presentada para evaluación tribunal en noviembre del 2012: *"Diagnostico y potencialidades para el diseño de un clúster turístico para la región "Ruta Costera del Río Uruguay". Misiones. Argentina"*; de la Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo con Orientación en Destinos Turísticos. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina.

3.4. Dirección de Tesis de Maestría en curso

3.5. Dirección de Trabajo Final Integrador de la Especialización

3.6 Dirección de Trabajo Final Integrador de la Especialización

4. Premios

4.1. Premios Internacionales

4.2. Premios, reconocimientos y menciones, Nacionales

5. Ponencias y comunicaciones

Ponencia: ***"La inserción laboral de los Profesionales en Turismo en Misiones y su percepción del mercado laboral"***,

Autores: Dieckow Liliana María; Lansse, Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí.

Evento: III Jornadas de Administración del NEA. 1^{er} Encuentro Internacional de Administración de la Región Jesuítica Guaraní. Res. C.D. Nº 172/10.

Fecha: 01 y 02 de Septiembre de 2.011. UNaM, Posadas, Misiones. Argentina.

Ponencia: ***"El rol decisivo de la mujer emprendedora en el desarrollo local y regional – La experiencia en Misiones, Argentina"***.

Autores: Dieckow Liliana María; Lansse, Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí.

Evento: IV Simposio Iberoamericano en Comercio internacional, desarrollo e integración.

Organiza: Red Cidir. Universidad Gastón Dachary, Posadas. Argentina

Fecha: 3 al 5 de noviembre de 2011.

Ponencia: ***"La inserción laboral de los Profesionales en Turismo y el Mercado Laboral de Misiones"***,

Autores: Dieckow Liliana María; Lansse, Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí. Kremar Ariel; Sánchez Ferrando Mariana Irma.

Evento: 1^{er}as Jornadas Internacionales Sociedad, Estado y Universidad. Universidad nacional de Mar del Plata. Mar del Plata, Argentina.

Fecha: 30 de noviembre y 01 y 02 de Diciembre de 2.011.

Ponencia: ***"La mujer emprendedora en el desarrollo local y la economía social. La experiencia en Misiones, Argentina"***

Autores: Dieckow Liliana María; Lansse, Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí.

Evento: Octavo Congreso Internacional sobre Desarrollo local en un mundo global

Organiza: Eumed.net. Universidad de Málaga, España

Fecha: 1 al 22 de diciembre de 2011.

Ponencia: ***"El Turismo como una alternativa de Desarrollo Local"***.

Autores: Lansse, Elvira

Evento: Octavo Congreso Internacional sobre Desarrollo local en un mundo global

Organiza: Eumed.net. Universidad de Málaga, España.

Fecha: 1 al 22 de diciembre de 2011

Ponencia: ***"La Relación entre Formación Universitaria, Inserción Laboral y Desempeño Profesional. Estudio de Caso de los Profesionales en Turismo Graduados en Universidades Públicas y Privadas de Misiones, Argentina"***

Autores: Lansse, Elvira Alicia.

Evento: 8º Congreso Internacional sobre Educación, Cultura y Desarrollo. Lugar: Universidad de Málaga. España.

Fecha: 7 al 24 de febrero de 2012.

Ponencia: ***"El mercado laboral del Turismo en Misiones. Entre la experiencia del Idóneo y la Formación Académica del Profesional"***,

Autores: Dieckow Liliانا María; Lansse Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí, Sanchez Ferrando Mariana.

en XXXII Encuentro de Geohistoria Regional. V Simposio sobre el Estado actual del Conocimiento del Gran Chaco Meridional. Termas de Río Hondo. Resistencia, Chaco.

Fecha: 27 al 29 septiembre de 2012.

Ponencia: ***"La Percepción acerca de la Formación Universitaria, Inserción Laboral y Desempeño: Estudio de Caso de los Profesionales en Turismo Graduados en Universidades Públicas y Privadas de Misiones, Argentina"***

Autores: Dieckow Liliانا María; Lansse, Elvira Alicia; Brondani Nancy Anahí.

Evento: 8º Congreso Latinoamericano de Investigación Turística (CLAIT). Lugar: Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de Sao Paulo, Brasil.

Fecha: 3 al 5 septiembre de 2012.

Ponencia: ***"La necesidad de adecuación de los planes de estudio universitarios a las nuevas realidades laborales. Estudio de caso de los Profesionales en Turismo de Misiones, Argentina"***

Autores: Dieckow Liliانا María; Lansse, Elvira Alicia.

Evento: XIV Encuentro Internacional Humbolt. Termas de Río Hondo. Santiago del Estero. Argentina

Fecha: 15 al 19 de octubre de 2012.

Ponencia: ***"Estudio sobre la percepción de la inserción laboral de los alumnos avanzados y profesionales en turismo en misiones. Analisis de la formación universitaria, las habilidades adquiridas, y del entorno de mercado"***.

Autores: Dieckow Liliانا María, Lansse Elvira, Kremar Ariel, Brondani Nancy.

Evento: Jornadas científico tecnológicas 40 aniversario Universidad Nacional de Misiones

Fecha: 15 de mayo de 2013. (Ponencia completa aprobada a la fecha de presentación de este informe final)

6. Trabajos inéditos

7. Síntesis para la difusión de los resultados en Internet

Misiones podría considerarse una de las provincias más dinámicas económicamente y que tiene al turismo como uno de sus pilares (con el 15%PBG), lo cual lleva a la consiguiente generación de puestos de trabajo en este rubro. Así, 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%.

La demanda de puestos de trabajo en servicios ha crecido, especialmente en los rubros restaurantes y comercios. Los hoteles han tomado profesionales y técnicos, sin que esto tuviera su consiguiente correlato en la mejora de los ingresos por salario.

Los alumnos avanzados de las carreras universitarias de Guía y Licenciatura en turismo consideran fácil a relativamente fácil su futura inserción laboral, aunque reconocen falencias de formación en áreas específicas. Los alumnos de Guía de turismo destacan como falencias formación en oratoria, interpretación de flora y fauna, idiomas, entre otros aspectos y los alumnos de Licenciatura consideran tener falencias en administración, en el saber hacer y en tomar decisiones. Muy pocos alumnos han realizado prácticas pre profesionales y muchos desconocen cómo es el mercado laboral.

En cuanto a los Licenciados y Guías graduados, éstos consideran que ha sido de fácil a relativamente fácil su inserción laboral en el ámbito turístico, pero responden además que los puestos alcanzados no han sido siempre los buscados y que no hay mucha movilidad laboral ascendente, si hay rotación y cambio de empleados entre empresas, generando desempleos friccionales con cierta frecuencia. Pocos reconocen haber recibido formación por competencias y mencionan tener muchas dificultades para ser emprendedores.

Se destaca la necesidad de generar un profesional 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.

Finalmente, en esta investigación se han planteado una serie de propuestas para la formación permanente de los graduados Guías y Licenciados en turismo, orientados básicamente a cubrir deficiencias detectadas por parte de los empresarios y por los propios profesionales y generadas a partir de las nuevas tendencias del mercado turístico.

8. Informe

A- Marco teórico

a) La Era del Conocimiento, la Globalización y la Nueva Era del Turismo (NET)

El peso relativo de los factores de producción ha variado con la evolución de la humanidad y su desenvolvimiento económico. Se destaca la evolución de la importancia relativa de cada uno de los factores de producción, donde se destaca en la actual Era del Conocimiento la valoración del conocimiento (información y saber hacer) seguido por el capital.

Según Sergio Pérez Rozzi estamos ante un Nuevo paradigma denominado de "la globalización de la economía y la sociedad" que se caracteriza por las siguientes aspectos: sistemas productivos de dimensión global, el Estado pierde protagonismo, las multinacionales ganan más poder, el auge de las TIC y la integración económica a partir de que el modo de desarrollo industrial da paso al desarrollo informacional.

Este nuevo paradigma establece asimismo una Nueva División Internacional del Trabajo caracterizado entre otras cosas por la transformación del sistema de ciudades y regiones, las empresas que no compiten aisladamente y la importancia del entorno productivo favorable.

La globalización tiene un impacto muy fuerte para todas las empresas denominadas "expuestas," es decir aquellas que no están protegidas por un privilegio legal o una ventaja local y que absorben aproximadamente la mitad del empleo. Tienen el desafío de la competencia terrible y al progreso continuo de adaptación a la flexibilidad. Simultáneamente se produce el fin de los estatutos rígidos en las empresas. En contrapartida, la globalización ofrece inmensas oportunidades del mercado mundial a las empresas capaces y ambiciosas. (Gelinier, O.; 2001:76 in Dieckow, L.; 2010:141)

Por otra parte, sostiene Albert Dunlap que *"La empresa pertenece a las personas que invierten en ella, no a sus empleados, sus proveedores ni a la localidad donde está situada. Los empleados provienen de la población local (por lo menos en sus puestos de menor jerarquía) y retenidos por deberes familiares, propiedad de la vivienda y otros factores afines, difícilmente pueden seguir a la empresa cuando se traslada a otra parte. Los proveedores deben entregar su mercadería y el bajo coste del transporte les da a los locales una ventaja que desaparece apenas la empresa se traslada. En cuanto a la localidad, es evidente que quedará donde está".* (Bauman, Z.; 1999:13-16), tal vez con menos empresas, menos trabajo y más pobreza. (Dieckow, L.; 2010:141)

Para Ricardo Petrella, *"la globalización arrastra las economías a la producción de lo efímero, lo volátil (mediante una reducción masiva y generalizada del tiempo de vida útil de productos y servicios) y lo precario (trabajos temporarios, flexibles, de tiempo parcial)."* (Petrella, 1997; in Bauman, Z.; 1999:104).

Para Ulrich Beck (ob.cit), *"la globalización significa la perceptible pérdida de fronteras de quehacer cotidiano en las distintas dimensiones de la economía, la información, la ecología, las técnicas, los conflictos transculturales y la sociedad civil"*. En este marco, una economía globalizada difiere de una economía tradicional en varios aspectos, entre los más importantes: la economía no es escasez de recursos, sino de abundancia de conocimiento e información, el efecto espacio se disminuye ya que usando métodos y tecnología apropiados se pueden crear organizaciones y mercados virtuales que proveen gran velocidad y agilidad, el precio y valor dependen del contexto, el capital humano es un componente clave de valor de una compañía basada en conocimiento en la cual este último predomina en las actividades de desarrollo de productos y procesos, permitiéndole alcanzar una ventaja competitiva sustentable. (Beck, U.; 2004: 42)

Destaca asimismo Ulrich Beck que el capitalismo en la globalización *"ya no trata solamente de distribuir el trabajo sino de redistribuir el paro. También en las formas mixtas de paro y ocupación porque estas pasan oficialmente a plena ocupación (trabajo a tiempo parcial o temporal e insignificante"*. (Beck, U.; 2008: 94)

La Nueva Era del Turismo (NET) y el Posturismo.

Desde los años '80, el sector turístico se ha caracterizado por ofrecer vacaciones estandarizadas a turísticas inexpertos, caracterizados por motivaciones muy básicas. El paradigma de la producción en masa del sector industrial, basado en las economías de escala y la estandarización, fue adoptado por el sector turístico: se producían paquetes turísticos rígidos, que permitían mantener costes de producción reducidos, a fin de ofrecérselos a turistas para quienes la calidad del producto consumido no importaba, tan solo le interesaban los precios, cuanto más bajos mejor. (OMT; 1998: 381)

Así, durante las tres últimas décadas, el turismo de masas fue la mejor forma de gestionar la actividad turística en cuanto a productividad y obtención de beneficios se refiere. Era el paradigma empresarial de la época. Sin embargo, las condiciones que dieron origen a su nacimiento, actualmente han cambiado por completo.

Aulina Poon (1993:84) identifica cinco fuerzas que impulsan el cambio: nuevos consumidores, nuevas tecnologías, necesidad de nuevas formas de producción, y gestión más flexibles y cambios en el entorno.

En efecto, la transformación de turismo se está dirigiendo hacia formas distintas de organización y gestión, para lograr una mayor productividad y efectividad a través de los principios de calidad, flexibilidad, desarrollo integrado en el entorno, atención personalizada al cliente, innovación e integración diagonal. (OMT; 1998: 383)

Según Eduardo Fayos Sola (1994) la Nueva Era del Turismo presenta las siguientes características: a) las vacaciones son flexibles y pueden ser adquiridas a precios tan competitivos como los precios de las vacaciones estandarizadas, b) la producción de servicios turísticos se guía por las exigencias individuales de los consumidores y obtienen ventajas de las economías de profundización, c) el marketing se dirige a nichos específicos del mercado con diferentes necesidades, intereses, etc., d) los consumidores más experimentados y con motivaciones más complejas, consideran el entorno y la cultura local como parte de la experiencia turística y e) las nuevas tecnologías de la comunicación y la información se han convertido en la piedra angular que proporciona la flexibilidad necesaria para satisfacer a los consumidores actuales. (OMT; 1998: 385)

Por otra parte, según John Urry, *"los poderes colectivos debilitados de la clase obrera, y los poderes incrementados de las clases medias, de servicios y otras, han generado un gran público para las formas culturales posmodernas, y en particular para lo que algunos llaman "posturismo."* (Urry, J.; 2004: 90)

Parece claro entonces que cuando los citados investigadores hablan del final del turismo, se refieren en realidad al "final del turismo de masas", o del "Turismo organizado", lo cual desde luego es también muy discutible. En cuanto a esta nueva forma cultural que se ha dado en llamar "posturismo" que debería ser llamada "posturismo de masas" o "posturismo organizado", debe decirse que otros investigadores han tratado de explicar esta nueva modalidad del turismo contemporáneo de distinta forma.

Feifer (1985), por ejemplo, trata de explicarlo a partir de las características del "posturista" y resalta tres particularidades de éste. La primera es que con la televisión, el video y la Internet, el posturista no tiene que dejar su casa para ver los atractivos turísticos; todo tipo de lugares pueden ser contemplados, comparados, contextualizados y observados nuevamente. El turista puede imaginarse que él está allí. La segunda es que el posturista está consciente del cambio y que se deleita con la multitud de elecciones que tiene a su alcance. Para él el mundo es un escenario del cual puede disfrutar ampliamente. La tercera característica, y tal vez la más importante, es que según Feifer el posturista sabe que es un turista y que el turismo es una serie de juegos con múltiples textos, no una experiencia única y auténtica; que el entretenimiento local en apariencia auténtico es una invención social, y que la aldea de pescadores supuestamente pintoresca y tradicional no podría sobrevivir sin los ingresos procedentes del turismo (Feifer, 1985)

Pero existe otra forma de explicar el posturismo. Molina (2003) lo visualiza desde otra óptica, al afirmar que *"El posturismo constituye un nuevo paradigma, una categoría histórica emergente que altera ciertas consideraciones funcionales de los turismos originados con anterioridad. Las tecnologías de alta eficiencia y los fenómenos sociales y culturales de los años noventa explican el desarrollo del posturismo en contraste con principios que alteran la continuidad de los tipos de turismo industriales."* (Molina, S.; 2003:19)

Según Molina, el posturismo emerge en la cultura de finales del siglo XX en un entorno que impulsa un conjunto de fuerzas, entre las que enumera:

1. El desarrollo de un conocimiento científico que, en parte, se orienta a atender las necesidades del mundo interior, de la realidad subjetiva de los individuos y grupos.
2. En una amplia gama de cambios sociales y culturales, materializados en nuevos estilos de vida y de viajes, que terminan a su vez en emergentes patrones de consumo.
3. Por el resultado de una fuerza social que establece nuevas formas de control sobre su propio espacio residencial o territorio de uso habitual.
4. El crecimiento de la pobreza y el consecuente aumento de la violencia, que conduce a buscar seguridad en los viajes y en las experiencias del tiempo libre.
5. El terrorismo organizado, que se transforma día a día en una amenaza para la seguridad física y emocional de cualquier grupo de individuos, viajeros y turistas.
6. El aumento de los riesgos del deterioro ambiental que trae consigo el crecimiento de los flujos turísticos." (Molina, S.; 2003: 35-38).

Es evidente que existen diferencias apreciables en cuanto a la percepción del posturismo entre los investigadores señalados, lo cual puede atribuirse al hecho de que se trata de un fenómeno nuevo, poco estudiado aun por los medios académicos y científicos del turismo, y de que no se dispone de una definición que haya sido divulgada, reconocida y generalmente aceptada.

Ni siquiera se trata de un fenómeno que haya sido cuantificado, por lo que no hay elementos suficientes como para vaticinar el "fin del turismo (organizado)", tal como lo sugieren Lash y Urry en su obra. La estructura de producción y comercialización del turismo organizado es de tal magnitud, y está tan bien consolidada y tecnicada, que no es posible vislumbrar esa posibilidad. Por otra parte, las cuantiosas inversiones que realizan muchos países receptores para el desarrollo de este tipo de turismo, hace pensar que el turismo organizado continuará aportando por mucho tiempo el mayor volumen de turistas a nivel mundial, como lo ha venido haciendo hasta ahora. (Acerenza, M. <http://pensandoturismo.com/26/02/10>).

Estas particularidades del posturismo inciden en el mercado de trabajo y empleo, dimensión central de estudio de esta investigación.

b) Las escuelas de pensamiento económico y el factor de producción Trabajo.

Se destacan en este sentido la escuela clásica que otorga al factor trabajo (t) un rol fundamental. Para los economistas clásicos, se estableció como lo más importante el estudio de la generación, distribución y consumo de la riqueza de una sociedad. Sin embargo, luego de la disputa de esta escuela económica con las vertientes mercantilistas y fisiócratas, anteriores se impuso la idea de que el centro del proceso económico estaba en la generación del valor y este se producía no en la circulación de las mercancías sino

en la producción. De ahí que el concepto central de la economía clásica haya sido el del valor del trabajo, concebido sintéticamente como la cantidad de trabajo incorporado a las mercancías. (De la Garza: 1998: 4-5)

Específicamente, Adam Smith diferenció la división técnica del trabajo de la división social del trabajo y que el salario mínimo debería ser de Subsistencia, sino se extinguiría la población trabajadora. Para Karl Marx, el trabajo es la única fuente de valor. Habla de plusvalor como el conflicto de las clases sociales y las relaciones de poder. Por su parte, Thomas Malthus habló de la "ley de hierro de los salarios" y la "ley de rédito decreciente".

Luego, los Marginalistas a finales del siglo XIX negaron que el trabajo sea la única fuente de valor y pasaron a destacar la "utilidad" como elemento fundamental.

A partir de los neoclásicos, el factor trabajo fue reemplazado por el mercado como tema central y destacaron como problema principal como maximizar las utilidades entendido como satisfacción subjetiva.

John M. Keynes analizó temas como el desempleo, la inflación, los problemas del comercio, el ahorro, la inversión, el peso de los sindicatos y por sobre todo el rol del Estado como regulador y facilitador económico. Habló de la "propensión al consumo", "la función del consumo" la relación entre interés y dinero, el rendimiento marginal del capital, la distribución de la renta y el papel del Estado.

Milton Friedman, el más conocido referente de la Escuela de Chicago (mediados de 1950) hizo la revisión de la teoría del consumo, de la curva de Phillips y una mejor comprensión del mercado de capitales y de los factores que influyen sobre la velocidad de circulación del dinero.

Edmund Phelps (de la escuela monetarista) dice que cuando la inflación actual y la esperada coinciden, se da un "equilibrio de la tasa de desempleo". También presentó el concepto de tasa natural de desempleo y mostró que el equilibrio en el mercado de trabajo es independiente de la tasa de inflación, de esta forma no hay relación a largo plazo entre desempleo e inflación. Elabora además la Teoría de los salarios de eficiencia: atribuye la rigidez de los salarios reales y la existencia de desempleo involuntario a los intentos de las empresas de mantener los salarios por encima del nivel que vacía el mercado para aumentar la productividad, así la suba de los salarios aumenta la productividad ya que los trabajadores están más sanos. Cuando las empresas suben sus salarios para aumentar la productividad, los demandantes pueden estar dispuestos a hacer cola para conseguir estos puestos. El desempleo involuntario es un rasgo de equilibrio y no desaparece en el tiempo. Realiza estimaciones estadísticas. Se debería reducir impuestos sobre el trabajo y sustituir por impuestos al consumo y el valor añadido.

Luego Robert Lucas de la Escuela Nueva macro economía clásica ó nueva macroeconomía clásica, estableció – hacia 1970- que la mayor parte del desempleo es voluntaria, ya que los mercados de trabajo se ajustan rápidamente después de las perturbaciones ya que los salarios varían para equilibrar de nuevo la oferta y la demanda. A su juicio el desempleo aumenta porque en las recesiones hay más personas buscando un trabajo menor no porque no encuentren trabajo. Hay desempleados porque han abandonado su empleo para buscar otro mejor remunerado no porque los salarios sean demasiado altos. Según este autor los errores de percepción eran la clave de los ciclos económicos. Para los clásicos la curva de Phillips a corto plazo es vertical en la tasa de empleo natural, pero para los nuevos clásicos a corto plazo es ilusoria o aparente y surge como consecuencia de las percepciones equivocadas sobre los salarios reales o los precios relativos. (Perez Enrry, Daniel, 2004; Soule, George, 1982, Samuelson 2004, eumed.net, in Dieckow, L.; 2010)

c) Encuadre conceptual y operacionalización mediante indicadores

Paul Samuelson destaca que los trabajadores son algo más que factores de producción abstractos. (Samuelson,P.; e.a.;2003:232). Veamos dos conceptos:

EMPLEO: según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) es una convención institucional que inserta al trabajador en el proceso de producción encasillándolo en una función (*un lugar en el proceso productivo*) y una medida de tiempo (*la jornada*).

TRABAJO: en base a la OIT es un continuo temporal en un proceso de producción o servicio que implica una organización compleja de actividad humana y medios técnicos.

De este modo, puede ocurrir que haya crecimiento económico, aumentando la producción de bienes y servicios (más trabajo) pero que no aumente proporcional y automáticamente el empleo. Destaca en este sentido Sergio Perez Rossi (referente del Programa

de Apoyo a la Consolidación y Mejora de Calidad del Empleo en Argentina – CEA): “*Por todo eso, no es correcto asociar automáticamente el crecimiento económico, con el aumento del empleo*”. Y menciona el ejemplo destacando que entre los años 1991 y 1998 en Argentina se produjo un crecimiento económico promedio anual del 6,2%. (43% acumulado en el período) pero el empleo crecía solo a un promedio anual del 1,7% (sólo el 11,9% acumulado en el período).

En relación a este tema se debe vincular con la elasticidad empleo-producto: este indicador cuando se muestra equilibrado, traduce crecimiento económico a empleo, proporcionalmente; pero cuando no es proporcional, testimonia una de las causas que vimos antes. Por ejemplo, en base al período ejemplificado se destaca un acumulado del PBI 43,4% (6,2% anual promedio) pero, el empleo creció 11,9% (1,7% anual); estableciéndose una elasticidad empleo-producto del período del 0,24 %.

Así, “puede existir trabajo *sin* empleo o en que “todo trabajo *no* es un empleo.” (Annie Fouquet, 1998).

Como señala Adela Mariscal Galeano, en la actualidad existe una especial preocupación por el tema de trabajo, los recursos humanos, la calidad del empleo, la siniestrabilidad laboral, el paro, la innovación tecnológica, habida cuenta que es un tema que nos afecta a todos.

Los múltiples cambios y acontecimientos acontecidos en el funcionamiento de los mercados de trabajo plantean una indeterminación cada vez mayor de las fronteras tradicionales establecidas entre empleo, desempleo e inactividad, generándose nuevas situaciones en las interacciones entre los factores que determina estas tres categorías.

Así, las superposiciones entre empleo, inactividad y desempleo: según Jacques Freyssinet (1989) destacan las figuras de tiempo reducido involuntario, trabajo clandestino y trabajo no registrado, desempleos desalentados y trabajo a tiempo reducido involuntario. (Neffa: J.; 2000: 31)

d) Turismo y Empleo: La generación de empleo, bienes y servicios para el turismo aumenta el PBI nacional, lo cual se trata de medir con la Contabilidad Nacional y en particular con la Cuenta Satélite de Turismo. (Dieckow, L.; 2010: 23)

El turismo como actividad económica genera beneficios entre los que destaca la OMT (Organización Mundial del Turismo):

- a) Contribución del turismo al equilibrio de la balanza de pagos.
- b) Contribución del turismo al Producto Bruto Interno (PBI): con los ingresos que produce la actividad.
- c) Contribución del turismo a la creación de empleo: el turismo es una actividad que depende en gran medida del factor humano. Mathieson y Wall (1982:77) distinguen tres tipos de empleo generados: a) directos o resultados de los gastos de los visitantes en las instalaciones de turismo, b) indirectos, c) inducidos como resultado del gasto de los residentes debido a los ingresos procedentes del turismo.
- d) El turismo como motor de la actividad empresarial: por sus múltiples conexiones con los demás sectores de la economía, como los proveedores, distribuidores, agencias de marketing, infraestructuras y servicios de apoyo.
- e) Contribución de la actividad turística al aumento y distribución de la renta: no solo genera más renta sino que ayuda a distribuirla y se considera que el turismo puede ayudar a mejorar la situación económica de la población residente. (OMT, 1998 in Dieckow, L. ; 2010:21)

Para medir el impacto del turismo en la macro economía se utiliza en varios países la Cuenta Satélite de Turismo (CST) que:

- Proporciona datos creíbles sobre la incidencia del turismo y el empleo asociado.
- Constituye un macro unificado para organizar los datos estadísticos sobre turismo.
- Es una norma internacional nueva apoyada por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas.
- Es un instrumento poderoso para diseñar medidas de política económica destinadas al desarrollo turístico.
- Ofrece datos sobre la incidencia del turismo en la balanza de pagos de un país,
- Ofrece información sobre las características de los recursos humanos del Turismo. (Lorente de Casas, A.; 2005: 103, in Dieckow, L.: 2010: 121)

Concretamente, vinculado a la generación de empleo, el Mercado de Trabajo Turístico (MTT) 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, etc., entre otros factores. (Mariscal, Adela in Saenz, A.: 2006:141)

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, la cual no puede ser suplida, en muchos casos, 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 alto grado de profesionalización y que aportan alto valor añadido.

Otra de las peculiaridades a resaltar sería 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 estudio u otra actividad, trabajadores por cuenta ajena, mujeres.

El mercado de trabajo turístico en el sector 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, Adela in Saenz, A.: 2006:150-151)

Entre las paradojas del mercado laboral del sector turístico se destacan que el ritmo de creación de empleo turístico no va paralelo al crecimiento de las empresas ni al ritmo de sus cuentas de resultados. Por otra parte, las medidas tomadas por los gobiernos nacionales para seguir la línea de la flexibilidad laboral ha dado diferentes resultados.

El MTT se ve afectado por factores endógenos y exógenos. Entre los factores exógenos se pueden destacar la coyuntura económica nacional e internacional, las fusiones de grandes grupos de empresas, las medidas tomadas por los gobiernos para reactivar el mercado laboral, la evolución de las economías domésticas, los programas de I+D+i y los cambios en los comportamientos y los hábitos de las personas. Entre los factores endógenos sobresalen la estructura de las empresas del sector que son básicamente PYME, las nuevas formas de gestión de las empresas con la incorporación de tecnología, los cambios de mentalidad de los dirigentes y de los trabajadores y por último, las fusiones de empresas y las crisis empresariales. (Mariscal, Adela in Saenz, A.: 2006:152)

e) Los salarios

El poder de compra de los salarios es un concepto que surge de corregir el valor del salario real por efecto de la inflación. Los salarios se perciben a principio de mes y se van gastando en el transcurso del mismo. Si hay elevada inflación, el deterioro del poder de compra es muy elevado. (Ferrucci, R.; 1997: 333-346)

A continuación se presentan tres teorías relacionadas con el salario:

- Teoría del fondo de los salarios: planteada por la escuela económica de los fisiócratas, esta teoría consideraba al capital como un fondo para el mantenimiento del trabajador durante el proceso de producción. Se determinaba que el trabajador debía percibir solo un salario mínimo que le permitiera su subsistencia. Pensando en un crecimiento de la población sin control (como lo consideraba Thomas Malthus), debemos concluir que el salario del trabajador descendería cada vez más.
- Teoría de la ley de bronce: se otorga a David Ricardo (de la escuela económica clásica de España) la formulación de esta ley, que afirmaba que como todas las cosas que se compran y se venden, el trabajo tenía un precio natural y un precio de mercado. El primero era necesario para la subsistencia del trabajador, mientras que el segundo permitía perpetuar la raza sin aumento ni disminución.
- Teoría de la productividad del trabajo: el salario no es igual al ingreso que produce la empresa. El salario depende de la productividad del trabajador cuanto más produzca, más cobrará. Así se llega a una teoría residual del salario: el salario es el residuo del resultado, luego que las partes del empresario, del propietario y del accionista hayan retirado su parte del total. (Gandur, A.; 1999: 162-164)

Por otro lado, se plantea como hipótesis de que "la diferencia de ingresos por salario se debe a tres factores: a) las diferencias de capital humano, b) las diferencias en el grado de especialización y c) la discriminación".

Las diferencias de ingreso entre trabajadores de diversos niveles de educación y entrenamiento (experiencia) determina básicamente dos tipos de trabajadores: calificados (con habilidades) y no calificados.

Las habilidades son costosas de adquirir; más aún, un trabajador paga el costo de adquirir la habilidad antes de verse beneficiado con un salario más alto. Estos hechos hacen que la adquisición de la habilidad sea vista como una inversión. Se llama a esta inversión capital humano. *"El capital humano es la habilidad y el conocimiento acumulado de los seres humanos. El valor del capital humano de una persona es el valor presente de los ingresos extra recibidos como consecuencia de la adquisición de habilidades y conocimientos"*. (Parkin, M.; 1995: 438)

Para Paul Samuelson, de los factores que inciden en los salarios, la calificación profesional o capital humano constituye la causa más importante de las diferencias laborales de los trabajadores. El término capital humano designa la cantidad de conocimientos útiles y valiosos acumulados por los individuos en el proceso de educación y formación. Los médicos, los abogados, y los ingenieros invierten muchos años en su educación formal y en su formación en el trabajo. Gastan enormes cantidades de dinero en matrículas y salarios perdidos y suelen trabajar muchas horas. Una parte de los elevados sueldos de estos profesionales debe concebirse como un rendimiento de su inversión en capital humano, es decir, un rendimiento de los estudios que hace de estos trabajadores con elevada formación un tipo especial de trabajo. Algunos estudios económicos de las rentas y de la educación muestran que el capital humano es en promedio una buena inversión. Por otro lado, América Latina tiene la mayor desigualdad de ingresos del mundo, con una relación positiva entre educación y nivel de salarios. (Samuelson, P.; e.a.; 2003: 239)

En cualquier caso, la educación formal en las universidades no solo supone costes directos como la matrícula, sino también costes de oportunidad, es decir, los ingresos que podrían obtenerse trabajando en lugar de ir a la universidad. (Mochon Morcillo, F., 2004: 162)

Por otro lado, deben destacarse los trabajos sindicalizados y los no sindicalizados, además de las asociaciones profesionales como los colegios profesionales, ambas velan por la mejora del ingreso de los trabajadores, defendiendo su competencial laboral. Diversos estudios empíricos señalan que los sindicatos han elevado los salarios de sus afiliados en relación con los no afiliados. Según estos estudios, los afiliados ganan entre un 10 y 30% más que los no afiliados. Aunque es posible que estas diferencias hayan disminuido en los últimos 10 años por los trabajadores calificados y los extranjeros que compiten en el mercado laboral con menores exigencias. Por otra parte, los sindicatos pueden subir los salarios de sus afiliados pero, es probable que no puedan elevar los salarios reales medios o el trabajo en la renta nacional. También es probable que aumenten el desempleo de sus afiliados que esperan a ser recontratados en un puesto de mejor salario antes que aceptar un empleo menor. Así, en un país que tenga precios rígidos, unos salarios reales muy altos pueden provocar desempleo clásico. (Samuelson, P.; 2004: 244)

Respecto a la discriminación, se destacan diferencias de ingresos por trabajo según género y etnia. En Japón por ejemplo, el nivel de ingresos de las mujeres llega solo al 70% del ingreso de los varones. Por otra parte, *"en nuestro país se destacan opiniones encontradas respecto al tema, sin embargo, muy pocas mujeres llegan a puestos jerárquicos en las empresas"*. (Gestión: Vº9, Nº1; 2004: 54 in Dieckow, L.; 2010: 109-110)

Para Francisco Mochon Morcillo, hay diferencias salariales debido a que hay restricciones de movilidad ocupacional. Por ejemplo, si un empleo requiere de habilidad especial, un nivel de educación muy elevado o un periodo prolongado de formación profesional, a corto plazo la oferta de trabajo para ese empleo no podrá aumentar en forma apreciable, dado que un aumento sustancial de los salarios provocará un pequeño incremento de la oferta. Por el contrario, si un empleo no requiere de aptitudes ni formación especial, sino que la actividad puede aprenderse fácilmente, la oferta será muy sensible a aumentar los salarios. Un ligero aumento de los salarios provocará un fuerte incremento en la oferta de trabajo. A largo plazo, sin embargo, la sensibilidad de la oferta a cambios de los salarios será, en la mayoría de las ocupaciones bastante elevada, pues con un periodo de tiempo suficiente es posible educar y formar a más trabajadores para adaptarse a los requisitos que se exijan. (Mochon Morcillo, F., 2004: 161)

f) Remuneración: Conceptos y características

Dado el carácter oneroso del contrato de trabajo, uno de los elementos fundamentales de toda relación laboral es la remuneración, concepto sobre el cual pueden encontrarse definiciones como la que se exponen:

"Contraprestación que percibe el trabajador como consecuencia del contrato de trabajo" (Artículo 103 de la Ley de Contrato de Trabajo)

"Contraprestación de la disponibilidad de la fuerza de trabajo del dependiente a favor del empleador" (Grisolia, J.; 2004: 103)

Podemos decir desde el punto de vista jurídico (conforme al artículo 115 de la Ley de Contrato de Trabajo N° 20.144) que el trabajo no se presume gratuito, el trabajador tiene derecho a una remuneración justa (artículo 14 bis de la Constitución Nacional), que debe ser satisfecha en dinero (Artículo 107 de la Ley de Contrato de Trabajo).

El monto de las remuneraciones no puede ser inferior al salario mínimo vital y móvil, ni a lo estipulado en los Convenios Colectivos de Trabajo.

Posee las siguientes características (Schiel, E. O: 2010: 14).

- Obligatoria en su cumplimiento para el empleador: Es una obligación contractual elemental por parte del empleador, y en consecuencia es un derecho irrenunciable.
- Derecho irrenunciable básico del trabajador que nace por el sólo hecho de que el trabajador, contrato de trabajo mediante, haya puesto su fuerza de trabajo a disposición del empleador.
- Constitutiva del contrato de trabajo, ya que el artículo 21 de la Ley de Contrato de Trabajo establece el pago de la remuneración como condición necesaria para que ésta exista.
- Patrimonial: Representa una ganancia que ingresa al patrimonio del trabajador como consecuencia de la disponibilidad de la fuerza de trabajo.
- Dineraria: Su principal forma de pago es en dinero, ya que sólo el veinte por ciento (20%) puede satisfacerse en especie.
- Inalterable e intangible: Vinculado con la imposibilidad del empleador de modificar unilateralmente, en perjuicio del trabajador, la remuneración.
- Alimentaria: Es la fuente de ingresos (por lo general la única) del trabajador y su grupo familiar.

Clasificación de las Remuneraciones

Las remuneraciones pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Por su forma de determinación, por tiempo o por resultado

Conforme el artículo 104 de la Ley de Contrato de Trabajo se establece una primera clasificación de la remuneración: "El salario puede fijarse por tiempo o por rendimiento de trabajo, gratificación o participación en las utilidades, e integrarse con premios en cualquiera de sus formas o modalidades". Se llama remuneración por tiempo a aquella que se mide por unidades de tiempo. A la retribución por mes se le asigna la denominación de "sueldo", mientras que a la remuneración medida por hora o día "jornal". Este salario presenta la ventaja de su sencillez en la liquidación, tanto para el empleador como para el trabajador acerca de qué está percibiendo y cómo lo percibe. La retribución a destajo o por resultado utiliza como unidad de medida el "resultado". Esta modalidad de retribución posee como ventaja la estimulación al rendimiento y al aumento de la productividad.

- Por su forma de pago, en dinero o en especie

El artículo 107 de la Ley de Contrato de Trabajo establece que "Las remuneraciones que se fijen en las convenciones colectivas de trabajo deben fijarse, en su totalidad en dinero. El empleador no podrá imputar los pagos en especies a más del veinte por ciento (20%) del total de la remuneración". Como se puede apreciar, no se prohíbe el pago mediante especie sino que se le impone una limitación, y se le da preponderancia al pago en dinero.

- Por su naturaleza de origen, fija o variable

La remuneración fija está representada por el sueldo o jornal básico, los adicionales por antigüedad que surgen en los Convenios Colectivos de Trabajo, los adicionales por título, el sueldo anual complementario, etc. Las remuneraciones variables poseen las siguientes características: adicional, mensurable, posee un hecho concreto que la genera y tiene origen jurídico. Son ejemplos las comisiones por ventas, pago por horas extras, productividades, presentismos, adicionales por resultados, participación en las ganancias, etc.

g) Crecimiento de la actividad económica y del empleo de calidad

El dinámico crecimiento de la economía argentina, articulado con políticas de inclusión de los trabajadores a través de instituciones laborales, posibilitó una reversión de las tendencias de desempleo, precarización del empleo, caída de salarios y debilitamiento de los sindicatos.

La estrategia macroeconómica tuvo entre sus resultados el crecimiento elevado y sostenido del Producto Bruto Interno (PBI), interrumpido solamente por el inicio de la crisis financiera internacional que llevó a la economía mundial en una profunda recesión.

Este crecimiento se basó en la expansión y fortalecimiento del entramado productivo nacional, traducido en la incorporación neta de más de 125 mil nuevas empresas privadas en la industria, comercio y servicios durante el período comprendido entre el 2003 y el 2009, que significó un incremento cercano al 36%. (PNUD ARG/04/034, 2010: 29).

El contexto macroeconómico favorable, sumado a la existencia de fuertes incentivos a nivel micro, condujo no sólo al mencionado proceso de apertura de firmas, sino también a la consolidación de las empresas existentes.

La expansión sostenida de la economía, con la creación de nuevas empresas y el incremento de la productividad, junto al conjunto de políticas laborales implementadas, brindaron las condiciones necesarias para promover trabajo formal, registrado, en condiciones de dignidad y seguridad para los trabajadores como para sus familias, con los derechos y beneficios que establece la normativa, es decir, trabajo decente y de calidad.

Desde el año 2003 se verificó un incremento del trabajo formal (asalariados e independientes registrados en la seguridad social), protagonizado centralmente por el dinamismo del empleo asalariado registrado del sector privado, el resto de las categorías (empleo público y trabajo independiente) acompañó esta tendencia creciente aunque en menor intensidad.

Es decir, la actividad económica impactó positivamente en la dinámica del mercado de trabajo, instalando un círculo virtuoso de crecimiento con generación de más y mejores empleos. El marco de funcionamiento del mercado laboral se transformó pasando de una dinámica laboral basada en la precarización, el aumento del desempleo y la reducción sistemática de los ingresos hacia otra, orientada hacia al crecimiento del empleo, a la mejora de las condiciones laborales, de la protección social y de la inclusión.

h) Políticas de Empleo en Argentina

El crecimiento económico y social de nuestro país durante los años 2003 a 2010 es el resultado de una atinada definición de políticas económicas y sociales que, desde sus inicios, hizo frente a la profunda crisis desatada por una dinámica sostenida de exclusión, que se había instalado en el país desde mediados de la década de 1970. En ese período algunos de los gobiernos apuntalaron el sector empresarial (privado) como eje de la actividad económica, reservando al Estado la sola función de proteger cierta transparencia en el funcionamiento de los principios reguladores del libre mercado y la planificación indicativa. A partir del año 2003 se produjo un cambio sustantivo: el Estado retomó su función de promotor del desarrollo y ejecutor de las políticas y acciones públicas orientadas al cumplimiento de objetivos direccionado hacia las personas y su bienestar.

Este escenario permitió instalar el trabajo decente como determinante de las políticas públicas, para consolidarlo como elemento articulador entre las esferas de lo económico y lo social, con el fin de eliminar la brecha existente entre ambos. Esto se tradujo en el aumento del empleo genuino y productivo. La inserción sistemática de trabajadores en el empleo registrado es uno de los principales mecanismos del actual esquema de políticas para enfrentar las problemáticas socio – laborales existentes.

En lo que respecta a las políticas económicas, se definieron cuatro ejes principales, con prioridad para una economía real sobre la economía financiera: 1) el desarrollo del mercado interno; 2) un tipo de cambio competitivo; 3) una política de desarrollo industrial, científico y tecnológico, y 4) un superávit comercial y fiscal con un desendeudamiento creciente.

Es decir, las políticas y acciones implementadas tuvieron un rol relevante en morigerar los efectos negativos de la crisis internacional, como así también restablecer el sendero de crecimiento del empleo registrado.

Uno de los rasgos característicos de este esquema es la incorporación de trabajadores precarios y desocupados a empleos formales, generando un proceso de "movilidad laboral ascendente". En este sentido, la tasa de empleo no registrado que se había duplicado entre 1980 y 2003, se redujo un tercio entre 2004 y 2010. En 2009 se alcanzó la tasa más baja de empleo no registrado de los últimos 17 años (Proyecto PNUD ARG/04/034, 2010: 78).

Los logros alcanzados demuestran que el camino elegido y sostenido, incluso en el último período de fuerte retracción a nivel mundial, conducen a la formación de una sociedad más igualitaria. Sin embargo, siguen subsistiendo problemas laborales que afectan a una parte de la población, tales como la informalidad, el empleo no registrado, la tercerización fraudulenta, el desempleo juvenil, la inserción laboral de adultos mayores de 45 años, entre otros colectivos con problemas. Estas dificultades plantean la necesidad de profundizar políticas para que las transformaciones aperiodadas permitan seguir avanzando hacia un cambio pleno de la estructura socio-económica del país.

i) El desempleo puede ser:

- Desempleo friccional: se debe al incesante movimiento de las personas entre regiones, cambios en los puestos de trabajo, el éxodo rural, el primer empleo o entre las diferentes fases del ciclo vital. Aún cuando una economía tuviera pleno empleo, este tipo de desempleo existiría. Dado que el desempleo friccional depende en la mayoría de los casos de las personas, se piensa que están desempleados voluntariamente.
- Desempleo estructural: significa un desajuste entre la oferta y la demanda de trabajadores. Puede haber desajustes porque la demanda de un tipo de trabajo esté aumentando y la oferta disminuyendo o no se ajusta rápidamente. Suele suceder en ciertas regiones (agrícolas) a causa de las privatizaciones o cierre de empresas.
- Desempleo cíclico: cuando la demanda total de trabajo es baja. Al disminuir el gasto y la producción totales, el desempleo aumenta en casi todas las partes. Sucede actualmente en la Argentina (desde el 2002), en 1999 en Brasil, en 1995 en México, entre otros ejemplos.

Por otra parte, debe destacarse el desempleo según las edades: es menos grave un joven desocupado (que pueden obtener un trabajo en un futuro) que una persona adulta (de más de 40 años desocupado) que difícilmente obtenga otro trabajo. También debe diferenciarse entre desempleo de trabajadores calificados y no calificados. Se afirma que una economía está en grave crisis si los trabajadores calificados están en situación de desempleo. (Dieckow, L.; 2010:114-115)

j) El índice de demanda laboral: Este índice mide la demanda de trabajo de una región teniendo en cuenta los "pedidos" de trabajo publicitados en los diarios. Es decir, trata de medir la actividad del mercado de trabajo y las condiciones económicas en general. El IDL es un indicador diseñado para monitorear la situación de mercado de trabajo, en particular, la evolución de la demanda de empleo. Sin embargo, la evolución de este índice, debe ser interpretada con cautela ya que se trata de un indicador de la demanda de empleo y no del nivel de empleo. (http://www.utdt.edu/ver_contenido.php?id_contenido=2595&id_item_menu=5009)

k) La educación formal y las competencias

Para el proyecto TUNING América Latina, los perfiles de los profesionales universitarios no solo deben satisfacer los requerimientos de la sociedad sino, proyectarlos de acuerdo a las realidades locales y regionales. En este sentido lo ideal es hacerlo mediante competencias. Las competencias representan una combinación de atributos con respecto al conocer y comprender (conocimiento teórico de un ámbito académico), el saber cómo actuar (la aplicación práctica y operativa a base del conocimiento) y el saber cómo ser (valores como parte integrante de la forma de percibir a los otros y vivir en un contexto) este nuevo enfoque, además de no centrarse exclusivamente en los contenidos teóricos de un área del conocimiento, tienen una ventaja adicional que consiste en determinar las metas a lograrse en la formación de un profesional, es decir, "el que", y dejar en libertad "él como" primordial en el ambiente universitario de autonomías académicas. (Tuning; 2007: 25)

l) Los emprendedores

En el ámbito del turismo se destacan las empresas PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas). Así, *“las PyME son agentes fundamentales para avanzar hacia una economía moderna y una sociedad verdaderamente democrática. La generación de puestos de trabajo y de innovaciones, el desarrollo del tejido regional, la diversificación del aparato productivo y de las exportaciones constituyen desafíos que difícilmente puedan enfrentarse sin el aporte sustantivo de un sector PyME en expansión.”*(Cardozo, A.; 2005:13)

Las empresas PyME nacen y se desarrollan gracias a la inspiración y empuje de un emprendedor, que pone en marcha recursos de determinada índole con el fin de crear y distribuir bienes y servicios de un modo fructuoso, útil y acumulativo, en un medio turbulento, dinámico, que evoluciona constantemente. Las pequeñas y medianas empresas nacen y evolucionan utilizando recursos de todo tipo: materiales, humanos y de información; logrando eficiencia por el clásico método de prueba y error; generalmente la propiedad y la gestión se concentran en una sola persona y/o en una familia. (Dieckow, L.; 2010: 53-55)

J) Formación laboral y profesional

La enseñanza universitaria en el siglo XXI deberá tener características disímiles de la enseñanza de los siglos anteriores.

Hoy día, la formación básica y la formación laboral se encuentra al alcance de todos los ciudadanos. Pero, lo más importante, es que como consecuencia del desarrollo y de la extensión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, a diferencia de lo que ocurría en los siglos precedentes, la información, la cultura y la tecnología se encuentra al alcance prácticamente de toda la población.

Se ha pasado de una enseñanza para incorporar a los ciudadanos a una sociedad desarrollada, a un aprendizaje para incorporarse a ella, para producir en ella, y para disfrutar de ella. Por esta razón, en el siglo XXI adquiere más importancia que nunca la educación permanente, una educación básica y profesional, la enseñanza académica; una educación profesional que se adapte a los continuos cambios de esa sociedad, la enseñanza profesional-laboral; y, 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 Carlos: 2008: 6)

El Turismo continúa siendo una de las actividades laborales con más futuro, a pesar de ello, el sector se encuentra en total evolución. Los empleadores potenciales y los Estados en sus diversos estamentos (nacional, provincial y municipal) son facultados para establecer los parámetros de cambios genéricos en las currículas y las universidades son las encargadas de delinear las directrices específicas en pro de la calidad y competitividad, no sólo de los responsables de la formación sino también de los egresados.

Podemos afirmar que existe consenso global en torno a la necesidad de una pedagogía que tome en cuenta al alumno como persona, que contextualice las prácticas y que privilegie un enfoque metodológico fundado en las tareas, en los problemas y proyectos, en suma, parece preciso desarrollar competencias con la finalidad de ir más allá del mero conocimiento, hacia la aptitud para enfrentar y resolver situaciones problemáticas, integrando conocimientos, habilidades y valores.

k) El informe Delors.

Este nuevo enfoque de la educación tiene su fundamento en ideas pedagógicas similares a aquellas que inspiraron el Informe Delors de 1996 que propugnaba una educación que desarrolle la persona desde una educación integral formada por cuatro elementos. Aplicados estos principios a un nuevo concepto de Universidad encontraremos:

1) Una enseñanza universitaria que enseñe a conocer: que significa dominar los instrumentos del conocimiento y de la comunicación haciendo especial hincapié en las técnicas de recuperación de la información a través del uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. Pero sobre todo, que enseñe el placer de conocer, comprender y descubrir la ciencia.

2) Una enseñanza universitaria que enseñe a aprender a hacer: en la que junto al aprendizaje necesario de los rudimentos y procedimientos de las diferentes materias permita a las personas adultas adquirir competencias personales como trabajar en rupo, tomar decisiones, relacionarse, crear sinergias y usar de su creatividad.

3) Una enseñanza universitaria que enseñe a aprender a convivir: que enseñe a conocernos a nosotros, nuestros sentimientos y emociones, que nos permita desarrollar nuestra empatía con los que nos rodean, y con la que también aprendamos a discrepar, ser críticos, a construir mundos en los que quepan ciudadanos con otras opiniones y de todas las culturas.

4) Una enseñanza universitaria que nos enseñe a aprender a ser: que nos posibilite desarrollar nuestra libertad, que nos ayude a tener un proyecto personal y autónomo insertado en una ciudadanía con la que convivir, que nos haga disfrutar de lo que ya hemos alcanzado y nos dirija hacia lo que todavía no hemos conseguido con tesón, trabajo e ilusión.

Un proyecto universitario que contemple estos cuatro principios será capaz de responder a las demandas exigidas para las Universidades (Hué García Carlos: 2008: 7) en este nuevo siglo.

Siguiendo a Van-Der Hofstan y Gómez (2006), si tenemos en cuenta los aspectos que más valoran las empresas en sus ofertas de empleo, podemos señalar como características que debemos 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 específicas (imagen, capacidad de comunicación, liderazgo, disponibilidad, resolución de problemas...)

I) Formación laboral y formación profesional de los Egresados de Licenciatura en Turismo y Guías de Turismo

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, no necesariamente relacionados con su campo específico de estudio. 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* surgen unos interrogantes: 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: 13)

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 profesión¹ que los inserte en un mercado laboral; este mercado está influido por los cambios económicos, sociales, políticos, culturales, etcétera; que sufre el país en el que se encuentra inmersa la institución educativa.

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 (empresario, social, gubernamental y no gubernamental), 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?

¿La institución universitaria enseña por competencias para mostrar una propuesta innovadora y efectiva en el proceso de aprendizaje?

¿Y al enseñar por competencias, intenta cambiar la forma de pensar, de actuar y de resolver problemas de los profesionales en el desarrollo de sus actividades y de esta manera acompañar de mejor manera los requerimientos de la sociedad?

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.

La planeación de la educación es fundamental en la relación educación/mercado, considerando que esta relación existe y debe ser estrecha en un proceso de economía global.

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 (Estado, Empresas e Instituciones) 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.

M) Competencias genéricas, transversales y específicas

La importancia de las distintas competencias del egresado de las Carreras de Turismo, ya sea Licenciado o Guía, han variado sustantivamente en los últimos diez años, producto de diferentes fenómenos como la tecnología y la globalización entre otros, lo que insta a pensar en diseños curriculares diferentes para enfrentar los nuevos requerimientos.

Los actuales Diseños Curriculares de las carreras de grado y pregrado que se cursan en la Universidad resultan poco adecuados para lograr estas competencias. Nos encontramos frente a la necesidad de efectuar innovaciones que aporten más sentido al trabajo pedagógico – didáctico del claustro docente, para que los resultados armonicen con los requerimientos del macro-entorno.

El estudio de las competencias profesionales tiene avances diferentes, conforme al país o a la región de análisis. En ciertos Estados como Inglaterra, Alemania, Australia y Estados Unidos, los antecedentes datan de varias décadas atrás. En otros, su desarrollo es reciente, pudiéndose citar el caso de México (Huerta Amezola y otros, 2000).

En nuestro país, la realidad se asemeja a México, mostrando incluso un menor avance, ya que la aplicación de la formación profesional por competencias resulta novedosa y la participación de las universidades en programas internacionales de definición y medición de competencias es aún escasa.

Diversos proyectos han emprendido el tratamiento de las competencias a nivel internacional, siendo de relevancia el Proyecto 6x4 de la Unión Europea, América Latina y el Caribe (UEALC) del año 2008; y el Proyecto Tuning América Latina del año 2007.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) considera que una competencia es *la capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada*.

En lo que hace al concepto de competencias, Fletcher (2001) considera que son los comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, y que las hace eficaces en una determinada situación.

Argüelles (1996) las define como el conjunto de habilidades, destrezas y actitudes que son necesarias para la realización de un trabajo efectivo y de calidad, llevando implícito el saber (conocimientos), el saber hacer (habilidades y destrezas) y el saber ser (actitudes).

Las competencias genéricas hacen referencia a competencias transversales, transferibles a diferentes tareas y funciones. Pueden ser instrumentales, interpersonales y sistémicas.

Las competencias genéricas son entendidas como los atributos que debe tener un graduado universitario con independencia de su titulación. En ellas se recogen aspectos genéricos de conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades que debe tener cualquier titulado antes de incorporarse al mercado laboral. (ICE; 2008: 27 – 30)

¹ Cfr. *Glosario de educación superior*. México: Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, 1988. P. 35.

- Competencias instrumentales, en las que se incluyen habilidades cognoscitivas, capacidades metodológicas, destrezas tecnológicas y destrezas lingüísticas.
- Competencias personales, referidas a las capacidades individuales y las destrezas sociales.
- Competencias sistémicas, destrezas y habilidades del individuo relativas a la comprensión de sistemas complejos.

Las competencias específicas son las relacionadas directamente con la ocupación. Han sido definidas como los atributos que deben adquirir los futuros graduados durante la estancia en la universidad y deben ser definidas por la experiencia de la propia titulación. Se dividen en dos grandes grupos: aquellas relacionadas con la formación disciplinar que deben adquirir los futuros graduados –competencias disciplinares y académicas- y las relacionadas con la formación profesional que deben poseer los futuros graduados –competencias profesionales.

Objetivos de la investigación

Objetivo General: Analizar el mercado de trabajo y empleo de los profesionales en turismo matriculados en Misiones y elaborar propuestas de formación permanente.

Objetivos Específicos:

- ❖ Analizar la percepción de los alumnos avanzados de las carreras de Licenciatura en turismo y Guía de la UNaM y la UGD acerca de su inserción y dificultades laborales.
- ❖ Caracterizar el mercado laboral del sector turístico de Misiones y los factores endógenos y exógenos que lo condicionan.
- ❖ Evaluar la inserción y movilidad de los profesionales en turismo en el mercado provincial.
- ❖ Evaluar la formación de los mismos por competencias.
- ❖ Analizar la opinión que poseen las entidades vinculadas y los empresarios acerca de sus profesionales y el mercado laboral en turismo.
- ❖ Analizar las particularidades de los profesionales en turismo que generan su emprendimiento y las dificultades que presentan.
- ❖ Aplicar un Índice de Demanda Laboral del sector Turístico (IDL) en la provincia de Misiones entre los años 2011 y 2012.
- ❖ Realizar propuestas de formación permanente para los profesionales en relación de dependencia y los profesionales emprendedores.

Metodología

Esta investigación realizó un **estudio descriptivo y analítico**.

Se trabajó con **fuentes secundarias**, mediante bibliografías y estudios de organismos e instituciones vinculadas a la educación y al empleo y diarios de circulación provincial. A su vez, se utilizaron como **fuentes primarias** encuestas a estudiantes avanzados de las carreras universitarias en turismo en la Provincia, a profesionales graduados matriculados en el Colegio Profesional y a empresarios turísticos de la Provincia y entrevistas a referentes académicos y empresariales de turismo.

El **universo de estudio** es el mercado de trabajo y empleo de la provincia de Misiones.

Las **unidades de observación** son los estudiantes avanzados de turismo, los profesionales de turismo matriculados, los referentes de instituciones vinculadas, los diarios provinciales para aplicar el Índice de Demanda Laboral turística.

Análisis de datos

Los datos que se presentan se organizaron en nueve apartados: A) El contexto turístico y el mercado laboral de Misiones, B) Los alumnos avanzados de Licenciatura y Guía de Turismo y su percepción de la inserción laboral, C) La inserción, movilidad laboral y formación por competencias de los graduados de las Carreras de Guía y Licenciatura en Turismo en Posadas e Iguazú, D) Los graduados emprendedores, E) Las posturas de las instituciones académicas, profesionales y empresariales del turismo, F) Las consultoras de RRHH, G) Índice de Demanda Laboral de Turismo en Misiones, H) Factores endógenos y exógenos que condicionan el mercado laboral del turismo en Misiones, I) Propuestas de mejora continua de formación, J) Conclusiones.

A) El contexto turístico y el mercado laboral de Misiones

Misiones, en su perfil generador de puestos de trabajo para el turismo, podría considerarse una de las provincias más dinámicas. Para ello, se pueden extrapolar los datos del crecimiento:

- o La demanda turística ha crecido a un ritmo anual de alrededor del 15%
- o La oferta de alojamientos ha tenido un crecimiento anual de entre un 7 y un 10%.

Esos datos podrían demostrar que se afianza la constitución de un verdadero sector productivo, en los términos que en economía se entiende por tal a la producción de bienes y/o servicios, exceptuando a los gubernamentales y sociales. Pero podría comenzar a pensarse al turismo en Misiones -en términos productivos- sin considerar los aportes del Estado (creación de oferta turística, infraestructura y administración de atractivos y recursos). Para ello, es necesario sopesar el efecto que el sector tiene en la economía, y en el empleo. En la provincia de Misiones, el turismo aporta al 15% del Producto Bruto Geográfico (PBG)

Se observan grandes cambios en alojamientos y ofertas en general en Puerto Iguazú y el interior de la provincia. Concretamente en la ciudad Posadas, no se observa un crecimiento significativo de las plazas hoteleras, pero si se ha expandido en actividades comerciales y de servicios. Su condición de ciudad capital y centro comercial de frontera, puede haber incidido en esto. Brasileños y Paraguayos cruzan diariamente la frontera para comprar, pasear, visitar la ciudad y asistir a sus restaurantes, entre otras actividades.

La demanda de puestos de trabajo en servicios ha crecido, especialmente en restaurantes y comercios. Los hoteles han tomado profesionales y técnicos sin que esto tuviera su consiguiente correlato en la mejora de los ingresos por salario. Esta brecha de satisfacción laboral entre los profesionales en turismo se denota en las entrevistas informales y en consultas realizadas a hoteleros de Posadas. Una cuestión a considerar, es el ciclo de vida de Posadas en tanto destino turístico.

Históricamente Posadas ha sido un lugar de paso a las Cataratas del Iguazú por vías terrestres. Tímidamente, desde hace unos dos o tres años la ciudad pretende posicionarse como un centro distribuidor para el sur de la provincia y nordeste correntino, especialmente para los Esteros del Iberá (Plan Estratégico Posadas - PEP 2022-) Este desafío de posicionar a Posadas como un centro distribuidor y también como un destino turístico puede considerarse en una fase inicial.

La plaza laboral que genera Posadas, es ciertamente limitada, con salarios por debajo de otros destinos y ciudades de servicio de Argentina. Sin embargo, lo que Iguazú no llega a completar, Posadas ofrece a aquellas personas que la eligen para trabajar: una mejor calidad de vida.

Problemática de los profesionales en Iguazú².

Desde el Estado provincial se realizan trabajos de recopilación de datos en la ciudad de Iguazú que han llevado varias etapas y niveles de elaboración.

- a) Levantamiento de datos secundarios de fuentes diversas.

² Esta sección ha formado parte de los trabajos de investigación de la Subsecretaría de Capacitación y Control de Calidad del Ministerio de Turismo, a través de un proyecto de investigación presentado por la becaria Lic. Gabriela Tejo en el CEDIT (Hoteles de Misiones: demanda de profesionales y técnicos ante los nuevos escenarios)

- b) Reuniones informales del equipo con hoteleros
- c) Recopilación de declaraciones periodísticas y de publicaciones del sector de alojamiento (AHT, AHGAI, etc.)
- d) Entrevistas a establecimientos (en curso)

Con los datos recabados en el segundo semestre del año 2012 y a inicios de 2013, se procederá a destacar aspectos puntuales de la cuestión de los recursos humanos profesionales en turismo en Iguazú. A saber:

Iguazú, con casi diez mil plazas de alojamiento (Ministerio de Turismo de Misiones. Empadronamiento 2012) se perfila como un destino cada vez más consolidado a nivel nacional, e internacional. Estas 10 mil plazas están repartidas en 141 establecimientos y 71 *casas de familia (alojamiento complementario)*. La demanda de profesionales calificados se detecta en los hoteles de mayor categoría, además de que en cierta forma son los que regulan el mercado laboral local. Y cuando hacemos referencia a ese segmento de mayor jerarquía hablamos de aproximadamente 22 establecimientos (unas 4 mil plazas). Si bien es posible encontrar, por ejemplo algunos hostels que han empleado (al menos ocasionalmente) a profesionales en turismo, se trata de excepciones.

La rotación laboral y la incorporación de nuevos empleados

La ciudad de servicios de las Cataratas del Iguazú, se ha convertido en un destino también de trabajadores graduados universitarios, y los hoteles son un objetivo. Los hoteles son uno de los subsectores con mayor tasa de rotación del personal calificado en términos generales, e Iguazú no es la excepción. Esta característica tiene las siguientes implicancias:

- El costo asumido por la empresa en la formación y capacitación del profesional. Los hoteles invierten en la mejora de las capacidades y pierden un activo valioso cuando el profesional se retira.
- La necesidad de mantener incentivos para retener personal. Los incentivos al personal pueden ser salariales o extra salariales e incluyen descuentos en sucursales, reuniones sociales, acceso a programas de desarrollo profesional, entre otros.

Dado que Iguazú se ha convertido en un destino más competitivo, la fuga de profesionales puede ser no solamente a Posadas, Corrientes o Foz de Iguazú, sino a otros destinos argentinos como Buenos Aires, el Calafate, Las Leñas, entre otros.

La demanda de profesionales de los hoteles

La demanda de profesionales en turismo Iguazú se centra en los mandos bajos y medios. Los gerentes o gerentes generales de los hoteles cuatro y cinco estrellas, provienen de otros destinos argentinos como Salta, destinos Patagónicos y otros. En este sentido, Iguazú se ha tornado una plaza de formación de gerentes, sean de cadena o no.

Los Técnicos y Licenciados en turismo que ingresan lo hacen ocupando las áreas más operacionales (recepción, housekeeping, etc.) y pueden ascender a jefaturas de áreas. Es decir, que los puestos de mayor decisión como las gerencias o gerencias generales se reservan para personas de gran experiencia (con o sin títulos profesionales) y para profesionales en general con experiencia en hoteles y destinos similares a Iguazú y de otras formaciones económicas.

Cabe destacar que en Puerto Iguazú puede observarse rotación intra y extra subsector alojamiento. Es decir, otros prestadores de servicios de envergadura son a manera de ejemplo el Duty Free Shop Puerto Iguazú, o la empresa concesionaria del manejo comercial del Parque Nacional, Iguazú Argentina UTE, el/los casinos, además de agencias de viajes que ofician de fuentes de captación y provisión de profesionales en el área.

Las nuevas exigencias

En Puerto Iguazú, la Asociación de Hoteles de Turismo de Argentina (AHT)³, posee una filial y casi diez establecimientos asociados. Desde 2010 viene incrementando las actividades en virtud de la importancia del destino y las nuevas demandas que esto genera en sus asociados. Ha implementado el concurso Hoteles Más Verdes en 2012 y 2013, con participación de establecimientos de Iguazú. Esta asociación y una participación activa puede considerarse un indicador de acceso a programas y acciones de mejora en los RRHH para afrontar las nuevas exigencias de los mercados. El concurso referido (ver <http://www.hotelesmasverdes.com.ar/>) se

³La AHT nuclea a hoteles de cuatro y cinco estrellas de toda Argentina, y constituye un importante referente sectorial.

presenta como una oferta de mejoramiento en la calidad ambiental, desarrollo de líneas de RSE (Responsabilidad Social Empresaria) y efectividad en la gestión, cuyo desarrollo no podría hacerlo un hotel individualmente. Y aunque lo pudiera llevar a cabo un hotel de cadena como el Sheraton Iguazú o Amerian Portal del Iguazú, no impactaría en el destino como sector.

A modo de ejemplo, durante el año 2012 se realizaron en Iguazú capacitaciones destinadas a los Hoteles socios y abierto el cupo a interesados del destino: Planificación y Producción de Eventos, Seminario de Hotelería Sustentable, Contabilidad para Hoteles, además de otros programas como mantenimiento de instalaciones, etc.

Una de las organizaciones mayor impacto en las capacitaciones del personal de hotelería es UTHGRA (Unión de Trabajadores del Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina), en todo el País. En Misiones específicamente actúan con capacitaciones dirigidas a personal operativo y se estacan los siguientes temas de formación: Cocina, manipulación de alimentos, salón comercial y protocolo, oratoria, atención al cliente, inglés técnico, portugués, computación, concientización turística, conserjería, regiduría de pisos.

B) Los alumnos avanzados de Licenciatura y Guía de Turismo y su percepción de la inserción laboral

1. Percepción de la Formación Académica

Tabla Nº 1: Tabla resumen de la percepción acerca de la formación académica del Licenciado en Turismo: UNaM - UGD (en %).

Item	Formación teórica general	Formación turística específica	Articulación Interdisciplinaria	Nivel de Actualiz. de Contenidos	Formación saber hacer	Utilidad carrera Mercado Laboral
MB	9,38	12,50		9,38		28,13
B	62,50	34,38	34,38	25,00	31,25	31,25
R	25,00	46,88	50,00	43,75	46,88	34,38
M		3,13	12,50	18,75	15,63	3,13
MM			3,13	3,13	3,13	
No/s	3,13	3,13			3,13	3,13

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

Sumando ambas carreras de Licenciatura en Turismo 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 mitad (50%) como Regular, un 34,38% como Bueno.
 - 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%, mientras que un 31,25% dice que es Buena.
- 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 más críticas en ambas carreras de Licenciatura en Turismo la actualización de contenidos en relación al mercado laboral, la articulación interdisciplinaria, y la formación para el saber hacer.

Tabla Nº 2: Tabla resumen de las habilidades formadas en los Licenciados en Turismo: UNaM - UGD (en %).

Item	Formación toma decisión	Formación en la Comprensión	Formación en planificación	Formación en Administración	Formación en investigación
------	-------------------------	-----------------------------	----------------------------	-----------------------------	----------------------------

		interpretación de la realidad	turística	turística	turística
MB	3,13	9,38	15,63	3,13	21,88
B	53,13	75,00	31,25	31,25	40,63
R	28,13	12,50	31,25	53,13	25,00
M	12,50	3,13	15,63	9,38	12,50
MM			6,25	3,13	
No sabe	3,13				

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

Se observa en los alumnos avanzados de ambas carreras de Lic. en turismo que:

- Más de la mitad 53,13% opina que su formación para la toma de decisiones o resolución de problemas es Buena, mientras un 28,13% considera que es Regular y un 12,50 % opina que es Mala.
- Un porcentaje considerable opina 75,00% que su formación para la comprensión e interpretación de la realidad es Buena, un 12,50% considera que es Regular.

En cuanto a las orientaciones laborales se observó:

1. Más de la mitad 53,13% reflexionó como Regular su formación en administración turística, mientras un 31,25% dice que es Bueno, mientras que un 9,38% que es Malo y con un 3,13% que es Muy Bueno y el mismo guarismo para aquellos que opinaron como Muy Malo su formación es esta temática.
2. En formación en planificación turística opinaron con un 31,25% como Bueno y el mismo porcentaje respondieron como Regular.
3. Respecto a la formación en investigación turística el 40,63% considera que es Bueno; el 25,00% que es Regular.

Esto indica claramente deficiencias en formación del Licenciado en turismo para desempeñarse como empleado como para comenzar su propio emprendimiento turístico.

Tabla N° 3: Tabla resumen de la formación del Guía de Turismo de la UNaM (en %).

Item	Formación teórica general	Formación turística específica	Articula. Interdisciplinaria	Nivel Actualiz. Contenidos	Formación Saber Hacer	Formación para toma decisión	Utilidad carrera Mercado laboral
MB	33,33	16,67	8,33	25,00	16,67	25,00	41,67
B	50,00	50,00	41,67	33,33	50,00	41,67	50,00
R	16,67	33,33	25,00	33,33	25,00	25,00	8,33
M			16,67	8,33		8,33	
MM							
No/s			8,33		8,33		

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta alumnos avanzados carrera de Guía - UNaM 2011

Se puede señalar que los entrevistados consideraron a su formación turística general como Regular con un 33%, la articulación interdisciplinaria también como Regular pero con un porcentaje por debajo del anterior con un 25%. Se observa que el nivel de actualización de contenidos es Regular con un 33%, también opinaron respecto a la formación en el saber hacer y en la toma de decisiones como Regular con el 25%. La utilidad de la carrera para el mercado laboral fue considerada como Muy Buena con un 42%.

Tabla N° 4: Tabla resumen de la formación del Guía de Turismo de la UNaM (en %.)

Item	Formación en identificación de flora y fauna	Idiomas	Técnicas de manejo de grupos	Oratoria	Formación en historia	Formación en geografía
MB	16,67			8,33	58,33	50,00
B	50,00	25,00	83,33	25,00	33,33	33,33
R		66,67	16,67	25,00	8,33	16,67
M	25,00	8,33		25,00		
MM				16,67		
No/s	8,33					

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta alumnos avanzados carrera de Guía - UNaM 2011

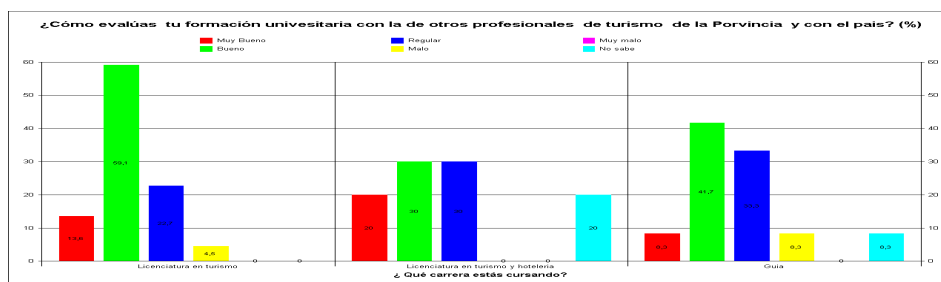
Cuando se empezó a indagar en la formación específica, en identificación de flora y fauna respondieron como Mala un 25%. Respecto a su formación en idiomas respondieron con un 67% como Regular. Cabe aclarar que los idiomas que forman parte de la currícula son el inglés y el portugués. En cuanto a la oratoria respondieron con un 25% como Mala y con un 17% como Muy Mala. Los valores más positivos fueron para la formación en historia con un 58% como Muy Buena; y con un 50% de los encuestados respondieron como Muy Buena su formación en geografía.

Si se ponderan los aspectos más negativos, los mismos se centran en la oratoria y la identificación de flora y fauna, seguido por idiomas.

Por otro lado, se analizó su percepción acerca de su formación en relación a otros profesionales, obteniéndose los siguientes resultados:

2. Percepción en relación a otros profesionales en turismo

Gráfico N°1

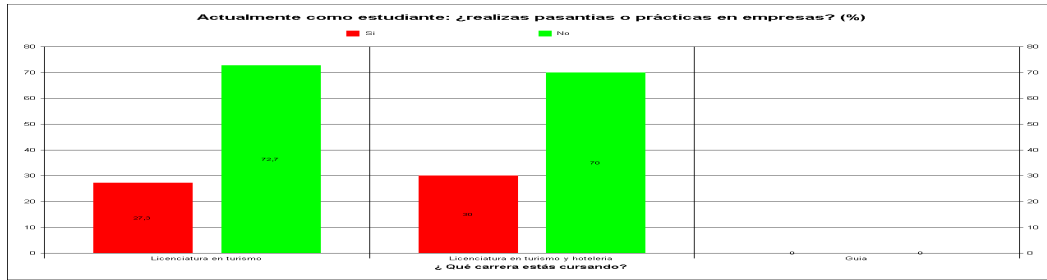


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta alumnos avanzados UNaM - UGD. 2011

Para el total de encuestados de la Lic. en Turismo de la UNaM el 13,6% respondieron como Muy Bueno su formación universitaria respecto a otros profesionales de turismo de la Provincia y con el País, para UGD un 20 % y los Guías opinaron solo con un 8,3%. Mientras los Lic. UNaM respondieron con el 59,1 como Buena, los UGD con un 30 % y los Guías consideraron su formación con un 41,7%.

3. Realización de pasantías o prácticas pre- profesionales

Gráfico N° 2



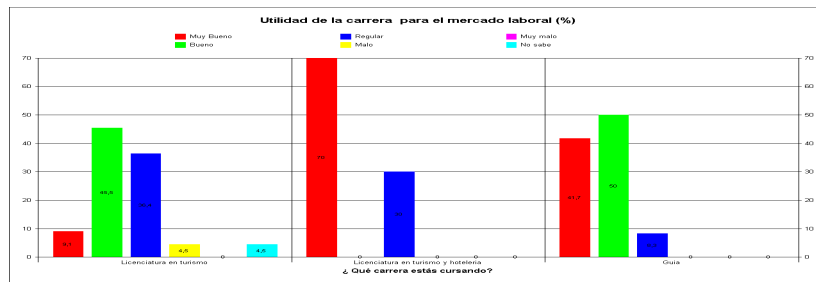
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta alumnos avanzados UNaM - UGD. 2011

Se observa claramente que en general los alumnos avanzados de las carreras de Licenciatura en turismo no realizan prácticas pre-profesionales.

4. 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:

Gráfico N°3

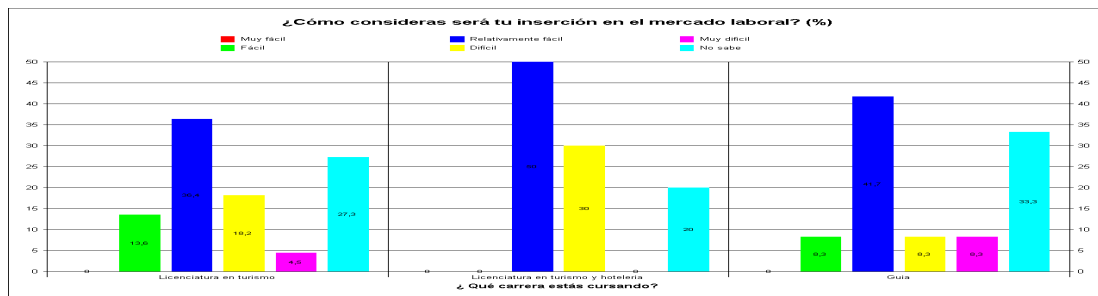


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta alumnos avanzados UNaM - UGD. 2011

Se observa que para los alumnos de la UGD la opinión es más positiva que las demás carreras y la Licenciatura en Turismo de la UNaM es la que tiene la percepción más negativa.

5. Inserción laboral

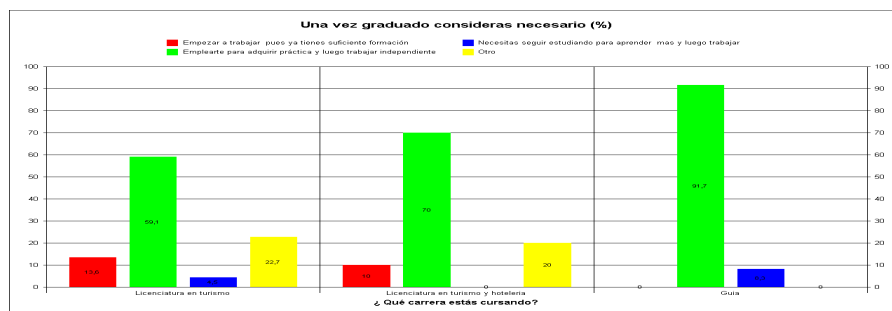
Gráfico N°4



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

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 se observa en los alumnos de la Licenciatura de ambas universidades en que será difícil su inserción laboral.

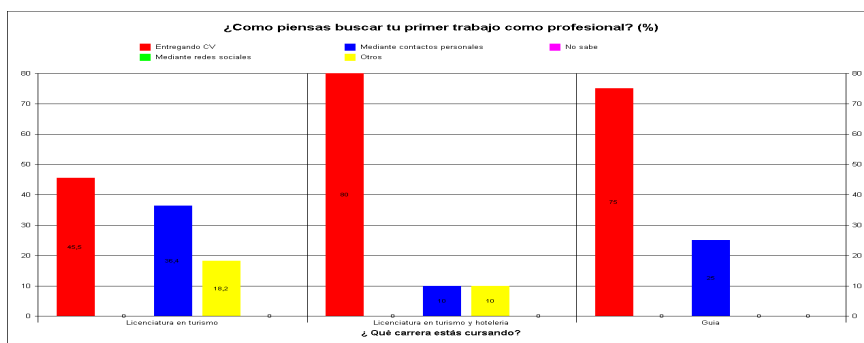
Gráfico N°5



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

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 solo 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. En el rubro Otros se ubican con un 22,7% los alumnos de la Licenciatura de la UNaM, destacando que trabajarán y seguirán estudiando algo más.

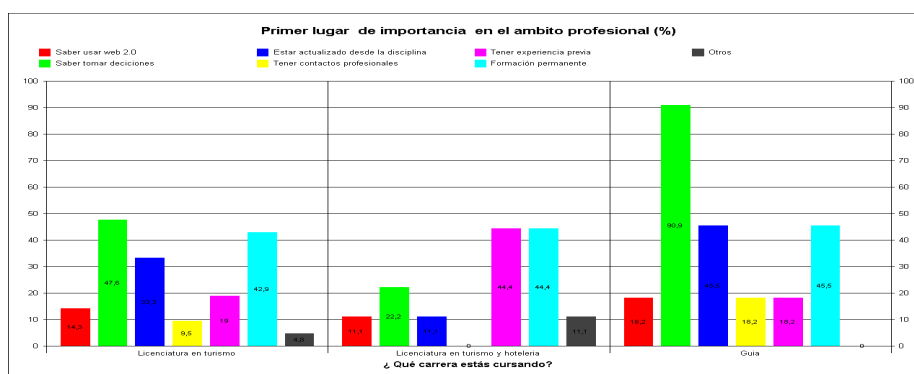
Gráfico N°6



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

Respecto a cómo piensan buscar su primer trabajo como profesional prevalece en ambas carreras la entrega de CV a diferentes instituciones. En segundo lugar se encuentran los que lo harán mediante contactos personales y en tercera instancia otras formas de realizar contactos para su inserción en el mercado laboral.

Gráfico N°7

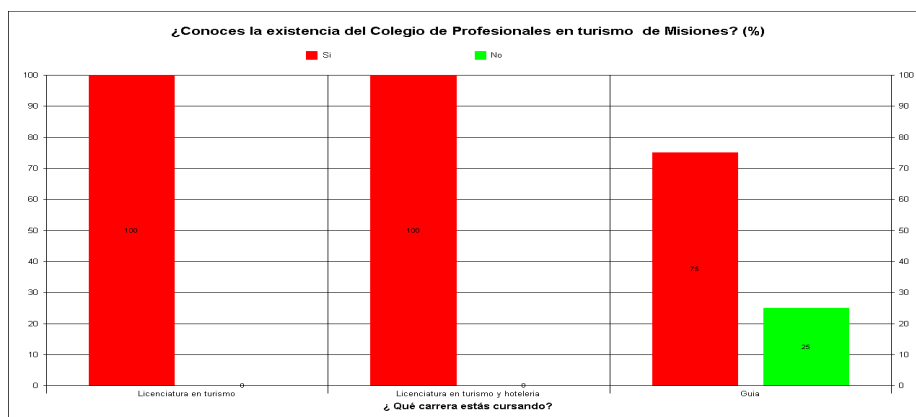


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta alumnos avanzados UNaM - UGD. 2011

Cuando se le preguntó respecto a que consideraban que estaba en el primer lugar de importancia en el ámbito profesional los Guías y Lic. de la UNaM respondieron que es importante saber tomar decisiones, mientras tanto para los alumnos UGD es importante

tener experiencia previa e formación permanente. Los Guías consideran que es importante calificándolo con el mismo porcentaje, el saber usar web 2.0, tener contactos profesionales y tener experiencia previa.

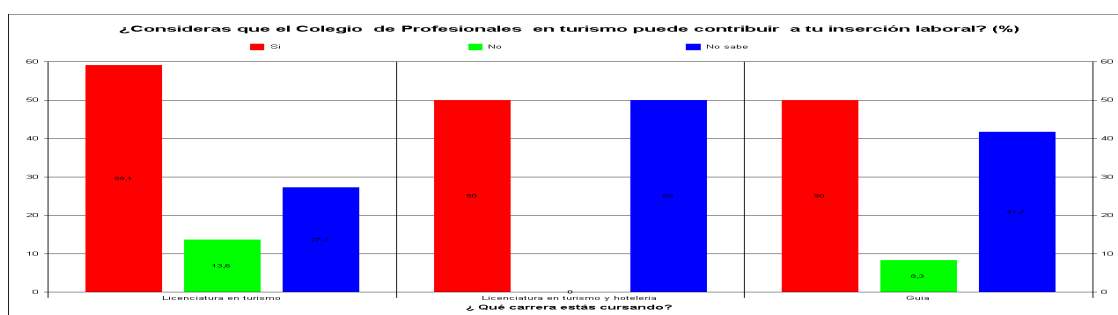
Gráfico N°8



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

Respecto al conocimiento sobre la existencia del Colegio de Profesionales en Turismo en la provincia de Misiones, los alumnos de la Licenciatura de ambos establecimientos respondieron en su totalidad que conocían la existencia, mientras los alumnos de la carrera de Guía el 75 % dijeron tener conocimiento y un 25 % que no tienen conocimiento de su existencia.

Gráfico N° 9

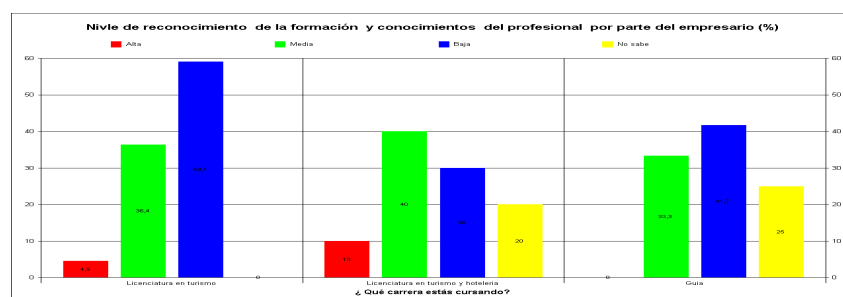


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta alumnos avanzados UNaM - UGD. 2011

Se observa claramente que para todos los alumnos avanzados el Colegio de Profesionales puede contribuir a su inserción profesional, aunque se destaca un alto porcentaje que desconoce esa posibilidad.

6. Mercado laboral de Misiones

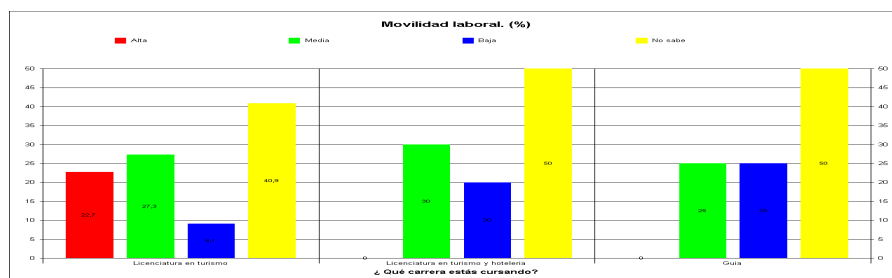
Gráfico N°10



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

Respecto al nivel de reconocimiento de la formación y conocimientos del profesional por parte del empresario misionero el 59,1% de los alumnos de la Lic. de la UNaM opinaron como Bajo, mientras que los UGD con un 30% y finalmente, los Guías opinaron con un 41,7% el bajo reconocimiento del profesional. Opinaron que el nivel de reconocimiento es Medio con un 36,4% de la Lic. de la UNaM, con un 40% los UGD y los Guías con un 33,3%. Debe destacarse finalmente, que los alumnos de la UNaM tienen una mirada más pesimista que los de la UGD en relación a este tema.

Gráfico N°11



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

Respecto a la movilidad laboral todos los entrevistados - entre un 40% y 50%- respondieron que No saben cómo será su movilidad laboral cuando se inserten en el mercado laboral, en segundo lugar están los que opinan que es Media, solo los alumnos de la Lic. en Turismo de la UNaM respondieron con un 22,7% como Alta la movilidad. También ocupa un lugar significativo aquellos que respondieron como Baja la movilidad entre un 20% para UGD y 25% para los Guía, mientras tanto los alumnos de la Lic. de la UNaM opinaron solo con un 9,1%.

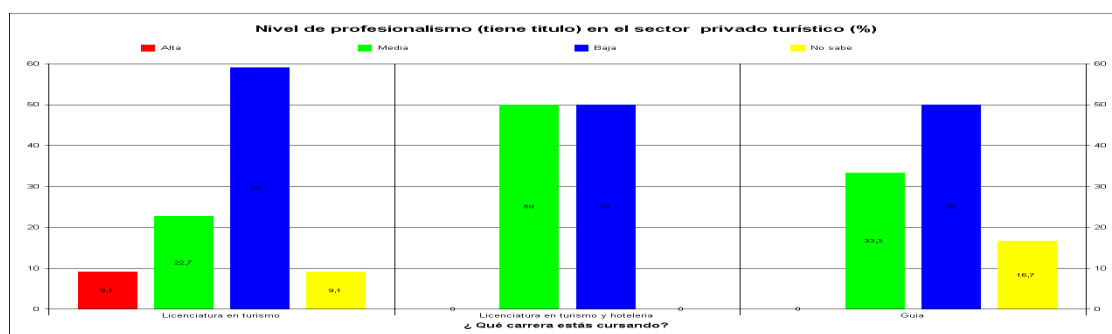
Gráfico N°12



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

El nivel de salarios es percibido como Medio a Bajo, especialmente para los alumnos de la Licenciatura de la UNaM. También debe destacarse un importante porcentaje de alumnos que desconoce el nivel salarial.

Gráfico N°13



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

En relación al nivel de profesionalismo en el sector, los alumnos avanzados consideran que en general es Bajo a Medio, destacándose nuevamente un porcentaje de alumnos que desconocen cuál es la situación del mercado misionero.

C) La inserción, movilidad laboral y formación por competencias de los graduados universtarios de las Carreras de Guía y Licenciatura en Turismo en Posadas e Iguazú.

En este apartado se analizan los datos de los matriculados en el Colegio de profesionales en turismo en Misiones y su inserción laboral. Los mismos fueron proporcionados por el Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia de Misiones.

Tabla N°5: Graduados Licenciados matriculados en el Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones.

UNaM	UGD	Otras Instituciones	Total Graduados
91	4	8	103
88%	4%	8%	(100%)

Fuente: Elaboración propia en base a registros del Colegio de Profesionales en Turismo Misiones. 2011.

Se observa que los Licenciados matriculados en el Colegio de Profesionales en Turismo son en total 103 graduados de los cuales el 88% pertenece a la Universidad Nacional de Misiones, el 4% a la Universidad Gastón Dachary, mientras que el 8% se reparte entre otras instituciones académicas nacionales.

Tabla N°6: Graduados Guías matriculados en el Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones.

UNaM	Otras Instituciones	Total Graduados
102	57	159
64%	36%	(100%)

Fuente: Elaboración propia en base a registros del Colegio de Profesionales en Turismo Misiones. 2011.

Entre los Guías matriculados registran un total 159 graduados de los cuáles el 64% pertenece a Universidad Nacional de Misiones y el 36% a otras instituciones (institutos y otras universidades nacionales)

Tabla N°7: Lugar de trabajo Graduado Lic. Matriculados en el Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones.

Lugar de Trabajo	UNaM	UGD	Otras Instituciones	Total	Total Matriculados %
Privado hotel	4			4	3,9
Privado restaurante	1			1	0,9
Privado agencia	24	1	2	27	26,3
Administración pública municipal	5	1	1	7	6,7
Administración pública provincial	6			6	5,8
Docencia	9		1	10	9,8
Emprendimiento propio	2			2	1,9
Varios	16			16	15,5
Consultoría	3			3	2,9
Otro no turístico	7		1	8	7,7
No trabaja				0	0
Sin datos	14	2	3	19	18,6
Total matriculado por Institución	91	4	8	103	100

Fuente: Elaboración propia en base a registros del Colegio de Profesionales en Turismo. 2011.

Al indagar respecto al lugar de trabajo de estos graduados matriculados podemos observar que 27 de ellos (que representa un 26,3%) trabaja para una agencia de turismo privada. Solo 10 (9,8%) de ellos se dedica a la docencia (generalmente universitaria). También podemos destacar que 16 licenciados un 15,5% cuenta con varios trabajos simultáneamente, entre empleo público, privado y docencia. Además, debe resaltarse que el Colegio de Profesionales no cuenta con datos del lugar de trabajo actual del 18,6% de sus matriculados. Lamentablemente, solo un 1,9% de los matriculados tiene un emprendimiento propio.

Tabla N°8: Lugar de trabajo Graduados Guías matriculados en el Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones.

Lugar de Trabajo	UNaM	Otras Instituciones	Total Matriculados	Total Matriculados %
Agencia	21	1	22	13,8
Free Lance	14	1	15	9,4
Adm. Pública	13	3	16	10,0
Docencia	9	1	10	6,2
Varios			0	0
Otros Turísticos	4	1	5	3,1
Otros no Turísticos	4		4	2,5
No Trabaja			0	0
Sin Datos	37	50	87	54,7
Total matriculados	102	57	159	100

Fuente: Elaboración propia en base a registros del Colegio de Profesionales en Turismo. 2011.

En cuanto al lugar de trabajo de los Guías matriculados se observa que 22 de ellos, que representa un 13,8%, trabaja relacionado con una agencia de turismo privada como guía contratado para prestar sus servicios. Mientras 15 trabajan como guías free lance (en forma independiente) lo que representa un 9,4%. En la administración pública hay 16 Guías, que representa un 10%, y se desempeñan en la Dirección de Turismo municipal o en el Ministerio de Turismo provincial como informantes o como guías en los predios jesuíticos perteneciente al Programa Misiones Jesuíticas. Podemos destacar del total de 159 matriculados 87 de ellos un 54,7% el Colegio de Profesionales no tiene registros de su lugar de trabajo actual.

El Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia

El primer agrupamiento de los Profesionales en Turismo de la Provincia de Misiones, que está muy ligada a la Universidad Nacional de Misiones, ya que sus primeros egresados en el año 1985, fundaron la Asociación Civil "Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia de Misiones". La Asociación funcionó con ese nombre hasta el año 1999, cuando se realizó el trámite ante la Dirección Provincial de Personas Jurídica, para que tuviera la denominación correcta de Asociación, con miras a impulsar la creación de un Colegio creado por Ley Provincial.

Durante la etapa inicial de la Asociación (primera en su tipo en la Provincia) centró su accionar en la integración, reconocimiento y la inserción de los profesionales y de la institución en el sector turístico. A partir del año 1999 la actividad prioritaria fue lograr el reconocimiento jurídico del campo profesional de Guías y Licenciados en Turismo.

La Asociación, en la búsqueda de cubrir la máxima aspiración de los profesionales de controlar y jerarquizar el ejercicio profesional, elaboró el Proyecto de Ley que fue presentado a la Cámara de Representantes en el año 2001. Durante el tratamiento parlamentario, se realizaron consultas con los diferentes sectores y entidades representativas de la actividad turística de la provincia, que permitieron lograr el consenso necesario para su sanción el 29 de Noviembre de 2001. La Ley registrada bajo el N° 3.816 fue promulgada por Decreto N° 1660 el 10 de diciembre de 2001, convirtiéndose así en el segundo Colegio de Profesionales en Turismo del país (Fuente: www.colproftur.org.ar).

Su sede central se encuentra en la ciudad capital de la Provincia (Posadas), por la necesidad de fortalecer la presencia y el accionar del Colegio en todo el territorio provincial, optimizando la comunicación interna, la vinculación con los Matriculados, autoridades locales e instituciones del sector, así como la coordinación y articulación de las actividades a desarrollar por el Colegio se crea la delegación del Colegio en la ciudad de Puerto Iguazú, San Ignacio y Apóstoles lugares en los que se concentra una considerable cantidad de matriculados.

Los matriculados hasta la fecha según categoría son las siguientes: 103 Licenciados en turismo, 28 Técnicos en: turismo, gestión turística y hotelera, en agencia, en gestión de desarrollo turístico. Y 159 Guías de turismo. Varios de ellos tienen doble titulación, especialmente Licenciados y Guías.

Es de destacar que el Colegio habilitó por única vez y durante noventa (90) días a contar de la publicación de ley, un registro de idóneos (personas con amplia trayectoria en turismo pero sin título habilitante), en el que se inscribieron las personas comprendidas en el artículo 23 inciso d). Una vez cumplida la matriculación, se procederá a darlo de baja. En el cual debieron justificar ante el Colegio, mediante certificado de trabajo y antecedentes, según se establezca en los estatutos, una experiencia funcional no inferior a cuatro (4) años, que se considere como propia de la profesión. Es así, que en términos relativos cada vez hay menos idóneos y más profesionales en turismo en el Colegio y en el mercado laboral.

Tabla N°9: Instituciones académicas de formación en Turismo en Misiones

Tipo de formación	Institución y localidad	Títulos que otorga
Superior no universitaria	ITEC (Iguazú, Corpus) IPESMI (Oberá) Instituto Linneo (Oberá) Instituto Cristo Rey (Apostoles)	Técnicos em turismo (pré grado)
Superior Universitaria	UNaM (Posadas) UGD (Posadas)	Lic. en turismo (grado) Guías en turismo (pre grado) (solo en UNaM)

Fuente: Elaboración propia en base a registros. 2011.

Se observa la presencia de varias instituciones superiores no universitarias (institutos) con sede en el interior de la Provincia y las dos universidades con carreras de turismo radicadas en la capital de la provincia, la ciudad de Posadas.

Tabla N°10: Otras Instituciones Académicas Nacionales de donde provienen Graduados en Turismo matriculados en Misiones.

Tipo de formación	Institución y localidad	Títulos que otorga
Superior no universitaria	Inst. Sup. Form. Doc y Técnica N° 173 (Buenos Aires) Instituto Privado Perito Moreno A-770 (Buenos Aires)	Técnicos en turismo (pré grado)
Superior no universitaria	Instituto Superior Perito Moreno (Buenos Aires) Ins. Sup. Santo Tomás de Aquino (Buenos Aires)	Guías de turismo (pré grado)
Superior Universitaria	Universidad de Morón (Buenos Aires) Universidad Blas Pascal (Buenos Aires) Universidad del Salvador (Buenos Aires) Universidad del Nordeste (UNNE) (Corrientes)	Técnicos en turismo (pré grado)
Superior Universitaria	Universidad de Morón (Buenos Aires) Universidad del Salvador (Buenos Aires)	Lic. en turismo (grado) Guías en turismo

Universidad Marcelino Champagnat (Buenos Aires) Universidad Empresarial Siglo 21(Buenos Aires) Univ. Argentina John F. Kennedy (Buenos Aires) Universidad Nac. de Mar del Plata (Buenos Aires) Universidad Nac. Del Sur (Bahia Blanca) Universidad Nacional del Comahue (Neuquén)	(pré grado)
--	-------------

Fuente: Elaboración propia en base a registros. 2011.

Se observan diferentes instituciones de educación superior universitarias como no universitarias de las cuales se gradúan quienes después se matriculan en el Colegio de Profesionales de Misiones. Es necesario destacar que en Argentina se ofrecen más de 100 carreras relacionadas con turismo, no todas reconocidas oficialmente por el Ministerio de Educación de la Nación, por consiguiente, no aptos para permitir la matriculación en el Colegio profesional de Misiones.

Puestos alcanzados por los Profesionales en Turismo en Misiones

Se observa en los últimos años una mayor profesionalización de la actividad turística en la provincia de Misiones y en Argentina en general. Ello se observa especialmente en los cargos de direcciones de turismo municipales donde en la actualidad su director es Licenciado en turismo: municipios de Posadas, Apóstoles, Capióvi, Jardín América, Puerto Libertad y han habido anteriormente directores de turismo profesionales en Oberá, y otras localidades. También hay direcciones de turismo a cargo de Guías como El Soberbio (con los atractivos de los saltos del Moconá)

Asimismo, se identifican graduados universitarios en turismo en funciones directivas en el Ministerio de Turismo provincial, a cargo de agencias de viajes, en áreas gerenciales de hoteles y a cargo de alojamientos alternativos o lodges.

Los Guías de turismo en Posadas e Iguazú

A continuación se presenta el análisis de los Egresados Guías de Turismo recabados a través de encuestas realizadas en Posadas, los Predios Jesuítico Guaraníes (ruinas de San Ignacio y Santa Ana) y de los Guías que se desempeñan en Puerto Iguazú.

El tipo de muestreo aplicado es el probabilístico por conglomerados, con un margen de error del 5% y un intervalo de confianza del 95.5%. El tamaño de muestra aplicado a Posadas y predios jesuíticos es de 18 Guías y en Puerto Iguazú es de 20 Guías. En Posadas y predios jesuíticos las encuestas se aplicaron en el año 2011 y en Puerto Iguazú en 2012.

Los Guías que se desempeñan en Posadas y Predios Jesuíticos son graduados de la UNaM, mientras que los que se desempeñan en Puerto Iguazú provienen de diversas universidades, como se presenta a continuación:

Tabla N°11: Guías en Puerto Iguazú: Universidad en la que se graduaron (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 UNaM	8	40,00
2 Morón	7	35,00
3 UNNE	3	15,00
4 Otra	2	10,00
Total frecuencias	20	100,00

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

Se observa que el 40% de los egresados de Guía de Turismo provienen de la UNaM, en comparación con el 35% que son de la Universidad de Morón (Bs. As.) y solo el 15% son de la UNNE (Corrientes).

Tabla N°12: Guías Posadas y predios jesuíticos. Evaluación de la Formación Universitaria respecto a otros Guías Profesionales

Ítem	Frecuencia	%
------	------------	---

Muy Bueno	7	38,89
Bueno	10	55,56
No Sabe	1	5,56
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

De los encuestados en relación a cómo evalúan su formación universitaria, la misma es percibida como Buena con un 55,56%, mientras que es considerada como Muy Buena con un 38,89% respecto a otros Guías de Turismo de la Provincia y con el País.

Tabla N°13: Guías en Puerto Iguazú: Evaluación de la Formación Universitaria respecto a otros Guías Profesionales (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Muy Bueno	16	80,00
2 Bueno	4	20,00
Total frecuencias	20	100,00

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

Respecto a la formación universitaria, opinaron con un valor significativo del 80% como Muy Bueno respecto a otros Guías profesionales. Se observa que los Guías de Puerto Iguazú opinan con un alto porcentaje que su formación universitaria de Muy Buena, mientras que los Guías de la ciudad de Posadas y de los Predios Jesuíticos lo hacen con una valoración levemente inferior a los primeros.

Tabla N°14: Guías Posadas y predios jesuíticos. Cantidad de empleos que ha tenido en turismo (en %).

Item	Frecuencia	%
Uno solo	12	66,66
Dos a tres	6	33,44
Cuatro y más	0	0,00
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Al consultarles respecto a la movilidad laboral respondieron que la misma es de un solo lugar con el 66,66% y más de un lugar el 33,44%.

Tabla N°15: Guías en Puerto Iguazú: cantidad de empleos que ha tenido en turismo (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Uno solo	8	40,00
2 Dos a tres	11	55,00
3 Cuatro y más	1	5,00
Total frecuencias	20	100,00

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

Respecto a la movilidad laboral opinaron que es de un 55,00% más de un lugar y solo el un 40% ha tenido solo un empleo desde que se recibió.

Podemos concluir que los Guías de Posadas y Predios Jesuítico tienen menos movilidad laboral que los de Puerto Iguazú, esto se debe a la mayor oferta laboral en el destino Iguazú.

Tabla N° 16: Guías Posadas y predios jesuíticos. Meses que tardó en conseguir su primer trabajo en turismo (en %).

Item	Frecuencia	%
------	------------	---

Cuatro a seis meses	3	16,66
De seis meses a un año	9	50,00
Mas de un año	6	33,33
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Con un 50% opinaron que tardaron entre medio año a un año en conseguir su primer trabajo en turismo.

Tabla Nº 17 : Guías en Puerto Iguazú: Meses que tardó en conseguir su primer trabajo en turismo (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Uno a tres meses	14	70,00
2 Cuatro a 6 meses	3	15,00
3 De 6 meses a un año	2	10,00
4 Más de un año	1	5,00
Total frecuencias	20	100,00

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

El 70% de los encuestados consiguieron su primer trabajo entre uno a tres meses, sin embargo, un 15% lo hace entre cuatro y seis meses.

Se observa que los Guías de Posadas y de los Predios Jesuíticos tuvieron mayor dificultad en conseguir su primer empleo, sin embargo los Guías de la ciudad de Puerto Iguazú lo obtuvieron relativamente más rápido.

Tabla Nº 18: Guías Posadas y predios jesuíticos. ¿La facultad donde se graduó facilitó para conseguir trabajo en turismo?

Item	Frecuencia	%
Si	8	44,45
No	10	55,55
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Más de la mitad del total de los Guías encuestados de la ciudad de Posadas y de los Predios Jesuíticos opinaron que la Facultad en donde se gradaron facilitó de alguna manera para conseguir su primer trabajo en turismo.

Tabla Nº 19: Guías en Puerto Iguazú: ¿La facultad donde se graduó facilitó para conseguir trabajo en turismo?

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Si	6	30,00
2 No	14	70,00
Total frecuencias	20	100,00

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

Opinaron con un 70% que la Facultad en donde se graduó No facilitó para conseguir su primer trabajo en turismo.

Al comparar las dos tablas podemos concluir que la Facultad ayuda de alguna manera para que rápidamente el graduado se inserte en el mercado laboral, mientras que los Guías de Puerto Iguazú lo realizan por sus propios medios.

Tabla Nº 20: Guías de turismo de Posadas y predios jesuíticos. Medio por el cual buscó trabajo (en %).

Item	Frecuencia	%
------	------------	---

Entrega de CV	8	44,44
Bolsa de trabajo del Colegio de Profesionales	6	33,33
Contactos personales	2	11,11
Otros	2	11,11
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Respecto a cuál fue el medio por el cual optó a la hora de buscar su primer trabajo, el 44,44% respondió que fue mediante entrega de CV, un 33,33% a través de la bolsa de trabajo del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones.

Tabla Nº 21: Guías en Puerto Iguazú: Medio por el cual buscó trabajo (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 entrega de CV a empresas	8	40,00
2 a través de pasantías	2	10,00
3 a través de prácticas pre profes.	5	25,00
5 Contactos personales	4	20,00
6 Recomendaciones	1	5,00
Total frecuencias	20	100,00

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

Los encuestados de Puerto Iguazú respondieron respecto a cuál fue el medio por el cual optó a la hora de buscar su primer trabajo, el 40% respondió que fue mediante entrega de CV, mientras que el 25% a través de de prácticas pre-profesionales.

Se observa que la Bolsa de trabajo del Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia incide directamente en la inserción laboral de los graduados Guías de la Ciudad de Posadas y los Predios Jesuíticos. Mientras los Guías de Puerto Iguazú 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.

Tabla Nº 22: Guías Posadas y predios jesuíticos. Tipo de contrato de trabajo (en %).

Item	Frecuencia	%
Período de prueba	1	5,56
Contrato por temporada	3	16,67
Contrato efectivo con relación de dependencia	4	22,22
Contrato sin relación de dependencia	7	38,89
Sin contrato	2	11,11
Otros	1	5,56
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Respecto a cuál fue el tipo de contrato realizado el 38,89% fue por contrato sin relación de dependencia, el 22,22% respondió que fue por contrato efectivo con relación de dependencia, mientras que el 16,67% fue por contrato por temporada, mientras que el 11,11% fue sin contrato.

Tabla Nº 23: Guías en Puerto Iguazú: Tipo de contrato de trabajo (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Periodo de prueba	2	10,00

2 Contrato por temporada	5	25,00
3 Contrato efectivo con relación dep.	1	5,00
4 Contrato sin relación de depend.	12	60,00
	-----	-----
Total frecuencias	20	100,00

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

Referente a cuál fue el tipo de contrato realizado el 60,00% fue por contrato sin relación de dependencia, el 25,00% fue por contrato por temporada, con el 10% período de prueba y con un porcentaje ínfimo del 5% respondió que fue por contrato efectivo con relación de dependencia.

Se observa al comparar a los Guías de Posadas y de los Predios Jesuíticos con los Guías de Puerto Iguazú, 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.

Tabla N°24: Guías Posadas y predios jesuíticos. Inserción laboral (en %).

Item	Frecuencia	%
Muy Fácil	4	22,22
Fácil	5	27,78
Relativamente Fácil	7	38,89
Muy difícil	2	11,11
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Se observa que para los graduados la inserción laboral es Relativamente Fácil en un 83,89%, mientras que para un 27,78% es Fácil y con un 22,22% Muy Fácil, su inserción laboral en turismo.

Al consultar acerca de la movilidad laboral, el 93,33% considera que no hay mucha movilidad laboral.

Tabla N° 25: Guías en Puerto Iguazú: Inserción laboral (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
-----	-----	-----
1 Muy fácil	6	30,00
2 Fácil	10	50,00
3 Relativamente fácil	4	20,00
	-----	-----
--		
Total frecuencias	20	100,00

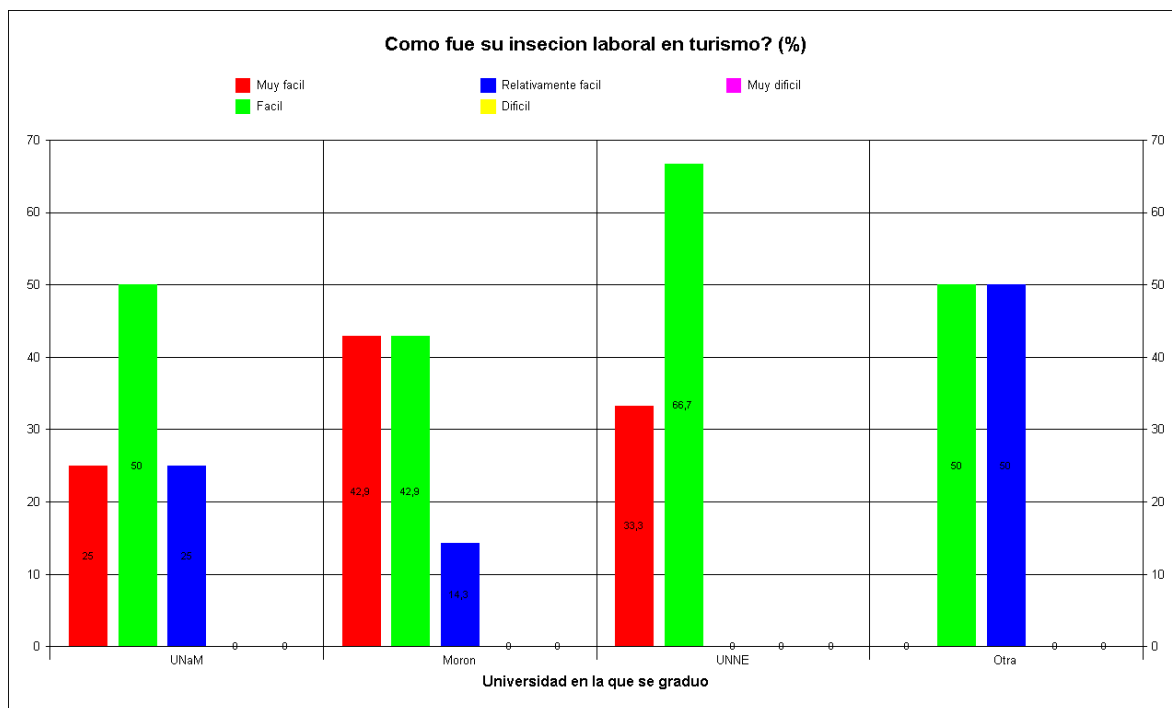
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. Puerto Iguazú 2012.

Se observa que para la mitad de los graduados la inserción laboral es Fácil, mientras que para un 30,00% es Muy Fácil, y con un 20,00% es Relativamente Fácil, su inserción laboral en turismo.

Al consultar acerca de la movilidad laboral, el 93,33% considera que no hay mucha movilidad laboral.

Podemos concluir que para los Guías Graduados de Posadas y los Predios Jesuíticos la inserción laboral es Relativamente Fácil, mientras que para los Guías de Puerto Iguazú ha sido fácil su inserción laboral en turismo.

Gráfico N°14: 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.

La Inserción laboral 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 otras Universidades el 50% opinó que fue fácil y con el mismo porcentaje que fue relativamente fácil.

Tabla N° 26: Guías Posadas y predios jesuiticos. ¿Cómo trabaja actualmente? (en %).

Item	Frecuencia	%
Guía de Sitio	8	44,44
Guía Free Lance	3	16,67
Informante	1	5,56
Otro (empleado)	6	33,33
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Cuando se les consultó sobre cómo y dónde trabajan actualmente el 44,44 % lo hace como Guía de sitio, mientras que un 33,33% lo hace como empleado con relación de dependencia.

Tabla N° 27: Guías en Puerto Iguazú: ¿Cómo trabaja actualmente? (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Guía de sitio	12	60,00
2 Guía free lance	8	40,00
Total frecuencias	20	100,00

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

En Puerto Iguazú del total de encuestados el 60% de los mismos trabajan como guías de sitio.

Podemos concluir la mayoría de los Guías de Posadas, Predios Jesuíticos y Puerto Iguazú trabajan como guía de sitio.

Tabla N° 28: Guías Posadas y predios jesuíticos. Requisitos para trabajar en Turismo (en %). Primer lugar

Item	Frecuencia	%
Idiomas	8	44,44
Formación en flora y fauna	1	5,56
Examen de ingreso	3	16,67
Estar actualizado desde la disciplina	1	5,56
Saber tomar decisiones o resolver problemas	2	11,11
Pasantía previa en el sitio	1	5,56
Prioridad de la Universidad donde se graduó	1	5,56
Otros	1	5,56
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de de Guía de Turismo. 2011

Se observa que un 44,44% opina que el requisito principal es tener conocimiento en idiomas, y en segundo lugar con un 17% consideran al examen de ingreso especialmente para los que aspiran trabajar en el Parque Nacional Iguazú, principales solicitados para trabajar en Turismo.

Tabla N° 29: Guías en Puerto Iguazú: Principales requisitos solicitados para el trabajo en turismo en primero lugar. (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Idiomas	20	100,00
Total frecuencias	20	100,00

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

En ambos casos se observa que el requisito principal es tener conocimiento en idiomas como principal requisito solicitados para trabajar en Turismo

Tabla N° 30: Guías en Puerto Iguazú: requisitos solicitados para el trabajo en segundo lugar. (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
2 Formación en flora y fauna	13	65,00
3 Formación en historia	5	25,00
4 Formación en geografía	1	5,00
6 Formación en técnicas de manejo grupo	1	5,00
Total frecuencias	20	100,00

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

Se aprecia que un 65% opina que el requisito en segundo lugar es tener formación en flora y fauna, mientras que el 25% considera la formación en historia como requisitos solicitados para trabajar en Turismo.

Tabla N° 31: Guías Posadas y predios jesuíticos. Salario mensual (en %).

Item	Frecuencia	%
Menos de \$2.500	3	16,67
De \$2.501 a \$3.000	1	5,56
Entre \$3.001 y \$3.500	2	11,11
De \$3.501 y \$4.000	3	16,67
Más de \$4.001	9	50,00
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Se observa que la mitad de los encuestados perciben un salario mensual de más de \$4.000.

Tabla N° 32: Guías en Puerto Iguazú: Salario mensual (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
3 Entre \$35001 y \$8000	20	100,00
Total frecuencias	20	100,00

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

El total de los encuestados perciben un salario mensual de entre \$3.500 y \$8.000.

Se observa que los Guías de Puerto Iguazú se encuentran con mejor remuneración mensual que los de Posadas y Predios Jesuíticos.

Tabla N° 33: Guías Posadas y predios jesuíticos. Valoración por ser Profesional en Turismo (en %).

Item	Frecuencia	%
Si	13	72,22
No	5	27,78
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Respecto a que si se sienten valorados por ser profesional en Turismo el 72,22% considera que si y solo el 28% considera que todavía no es valorado el profesional graduado en Turismo.

Tabla N° 34: Guías en Puerto Iguazú: Valoración por ser Profesional en Turismo (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Si	20	100,00
Total frecuencias	20	100,00

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

El total de los encuestados se sienten valorados por ser profesional graduado en Turismo.

Los graduados de Puerto Iguazú tienen una percepción positiva respecto a la valoración profesional del graduado en Turismo en relación a los Guías de Posadas y Predios Jesuíticos.

Tabla N° 35: Guías Posadas y predios jesuíticos. ¿Escuchó hablar de formación por competencias? (en %).

Item	Frecuencia	%
Si	3	16,67
No	15	83,33
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Con un 83,33% escucharon hablar de formación por competencias, solo el 17% no escuchó hablar de ello.

Tabla N° 36: Guías en Puerto Iguazú: ¿escuchó hablar de formación por competencias? (en %).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 No	20	100,00
Total frecuencias	20	100,00

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

El total de los Guías de Puerto Iguazú escucharon hablar de la formación por competencias, sin embargo el grupo anterior solo lo hizo un poco más del 30%. Los guías entienden por formación por competencias a la capacidad para guiar y manejo de grupos.

Tabla N° 37: Guías Posadas y predios jesuíticos. ¿Ha pensado en ser emprendedor y crear su propia empresa? (%).

Item	Frecuencia	%
Si	0	0,00
No	18	100,00
Total	18	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Guía de Turismo. 2011

Cuando se les consultó respecto a que si habían pensado en la posibilidad de ser emprendedor y crear su propia empresa el 100% dijo que no, entre los motivos argumentan que es por falta de dinero y tiempo para dedicarse a ello.

Tabla N° 38: Guías en Puerto Iguazú: ¿Ha pensado en ser emprendedor y crear su propia empresa? (%).

Valor Significado	Frecuencia	%
1 Si	5	25,00
2 No	15	75,00
Total frecuencias	20	100,00

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

Respecto a que si habían pensado en la posibilidad de ser emprendedor y crear su propia empresa el 25% dijo que si, entre los motivos argumentados figura las grandes posibilidades que hay en Puerto Iguazú con el turismo.

Un alto porcentaje 75% dijo que no, los motivos son la falta de recursos económicos y de conocimientos específicos que tienen los graduados de Licenciatura.

A continuación se presenta un listado en orden de importancia respecto a las habilidades, saberes, fortalezas y debilidades de los Guías de Posadas, Predios Jesuíticos y Puerto Iguazú.

a) Guías de Posadas y Predios Jesuíticos

Habilidades necesarias para desempeñarse como guía de turismo

1. manejo de grupos.
2. idiomas.
3. conocimientos de historia.
4. buen timbre de voz.

Saberes necesarios para desempeñarse como guía de turismo

1. idiomas.
2. historia.
3. flora y fauna.

Fortalezas personales del guía encuestado

1. adaptación a diversos grupos.
2. amabilidad.
3. buen humor.

b) Guías en Puerto Iguazú

Habilidades necesarias para desempeñarse como guía de turismo

1. manejo de grupos.
2. saber comunicarse.
3. ser cordial.

Saberes necesarios para desempeñarse como guía de turismo

1. conocimientos de cultura en general.
2. saber guiar (saber hacerlo).
3. buen manejo idiomas.
4. amplios conocimientos flora y fauna regional

Fortalezas personales del guía encuestado

1. tener conocimientos generales.
2. saber idiomas.
3. aprendizaje permanente.
4. conocer bien la historia y flora/fauna de la zona.

Debilidades personales del guía encuestado (pocos casos)

1. puntualidad.
2. paciencia

Respecto a las **Habilidades** ambos grupos coinciden que el manejo de grupos es fundamental, para los Guías de Posadas y Predios Jesuíticos en segundo lugar el idioma, sigue en importancia los conocimientos de historia y el buen timbre de voz. Sin embargo para los Guías de Puerto Iguazú en segundo lugar saber comunicarse y en tercer lugar ser cordial.

Los **Saberes** necesarios para desempeñarse como Guía de turismo en Posadas y Predios Jesuíticos, en primer lugar se encuentra el manejo de idioma, seguido de conocimientos de historia y de flora y fauna. Los Guías de Iguazú opinaron como importante el conocimientos de cultura en general, en segundo lugar saber guiar (saber hacerlo) y recién en tercer lugar el buen manejo de idiomas y

tener amplios conocimientos flora y fauna regional. Este orden de importancia se debe básicamente por las características de los lugares a guiar y la afluencia de visitantes a los diferentes sitios en donde se desempeñan los Guías encuestados.

Acerca de las **Fortalezas** personales de los Guías de Posadas y de los Predios Jesuíticos, en primer lugar opinaron la importancia en la adaptación a diversos grupos, luego la amabilidad y por último el buen humor. En Iguazú los Guías consideran importante tener conocimientos generales, en segundo lugar saber idiomas, sigue en importancia el aprendizaje permanente y conocer bien la historia y flora/fauna de la zona.

Respecto a las **Debilidades** personales del Guía hubieron muy pocas respuestas al respecto, los que lo hicieron señalaron la puntualidad como la más importante y la paciencia en segundo lugar.

Para concluir podemos señalar que **en el perfil general** de los Guías encuestados se observan en algunos casos ciertas coincidencias en otros no hay dicha similitud entre los grupos: Se destaca la valoración de su formación profesional para los Guías de Puerto Iguazú respecto a los de Posadas y Predios Jesuíticos. También, la cantidad de empleos que han tenido en turismo la mayor rotación se da en Iguazú. Este último grupo tardó menos tiempo en conseguir su primer empleo.

Las coincidencias básicamente se dan en el medio por el cual buscó su primer trabajo, donde coinciden que fue mediante entrega de CV, en segundo lugar la bolsa de trabajo y prácticas pre-profesionales. También existe una coincidencia en el tipo de contrato realizado con la empresa que les contrato su servicio que es sin relación de dependencia.

Se puede destacar del total de los encuestados, la **inserción** laboral se da relativamente fácil para los Guías de Posadas y Predios Jesuíticos y con mayor facilidad para los Guías de Iguazú.

Aquellos egresados que mejor y más rápido se posicionaron fueron los provenientes de la Universidad Nacional del Nordeste, seguido por la Universidad de Morón y en tercer lugar los que egresaron de la Universidad Nacional de Misiones. Los encuestados también opinaron acerca de la **movilidad laboral** y en este sentido afirmaron con un muy alto porcentaje que es escasa dicho cambio en el ámbito laboral.

Se observa una gran diferencia en las respuestas respecto a la **formación por Competencias**, siendo que los Guías de Posadas y de los Predios Jesuíticos escucharon hablar sobre la temática, no así los Guías de Iguazú.

Respecto a la posibilidad de **emprender** su propio negocio/empresa, se observa que hay un pequeño porcentaje en Puerto Iguazú, no así en Posadas y Predios Jesuíticos, esto se debe a que los Guías de Iguazú lo ven como una alternativa y posiblemente con un alto porcentaje de éxito porque el municipio de Puerto Iguazú alberga una de las "Maravillas Naturales del Mundo", gran afluencia de visitantes, como también, cuentan con mayores recursos económicos.

Los Licenciados en Turismo.

Se presentan a continuación resultados de encuestas realizadas a Egresados Licenciados en Turismo radicados y que se desempeñan laboralmente en las dos ciudades de mayor actividad turística en la provincia: Posadas y Puerto Iguazú. El tipo de muestreo aplicado es el probabilístico por conglomerados, con un margen de error del 5% y un intervalo de confianza del 95.5%. El tamaño de muestra aplicado a Posadas y predios jesuíticos es de 14 licenciados y en Puerto Iguazú es de 20 licenciados En Posadas y predios jesuíticos las encuestas se aplicaron en el año 2011 y en Puerto Iguazú en 2012.

Tabla Nº 39: Licenciados radicados en Posadas. Universidad en la que se graduó (en %).

Item	Frecuencia	%
UNaM	13	92,86
Morón	1	1,14
Total	14	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Se observa que de los encuestados el 92,86% se graduó en la Universidad Nacional de Misiones y solamente el 1,14 viene de otra unidad académica.

También es de destacar que el total de encuestados de Posadas, trabaja en turismo (90%) y es dueño(10%) de algún emprendimiento o empresa turística; mientras que los Licenciados que están en Puerto Iguazú, trabaja en turismo (70%) o es dueño (30%) de algún emprendimiento o empresa turística.

Tabla N° 40: Licenciados radicados en Puerto Iguazú. Universidad en la que se graduó.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	UNaM	11	55,00
2	Morón	4	20,00
3	Otra	5	25,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Nuevamente se observa que la mayor parte de los licenciados en turismo se graduó en la UNaM pero se observa que hay también graduados de otras universidades como de Morón y de Mar del Plata.

Tabla N°41: Licenciados radicados en Posadas. Evaluación en la formación Universitaria de los Licenciados graduados en la UNaM respecto a otros Licenciados en la Provincia y el País (en %).

Item	Frecuencia	%
Muy Bueno	4	28,57
Bueno	10	71,43
Total	14	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera Lic, turismo. 2011

En lo que respecta a cómo evalúan su formación universitaria, puede evidenciarse que es percibida como Muy Buena con un 28,57% y como Buena con un 71,43% respecto a otros Licenciados en Turismo de la Provincia y con el País.

Tabla N°42: Licenciados radicados en Puerto Iguazú. Evaluación de su formación universitaria con la de otros licenciados en turismo.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Muy buena	18	90,00
2	Buena	2	10,00
3	Regular		0,00
4	Mala		0,00
5	Muy mala		0,00
6	No sabe		0,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

La evaluación muy buena se incrementa al 90% no habiendo evaluaciones regulares o negativas.

Tabla N°43: Licenciados radicados en Posadas. Medio por el cual buscó trabajo (en %).

Item	Frecuencia	%
Entrega de CV	2	15,38
A través de pasantías	3	23,08
A través de prácticas pre - profesionales	1	7,69
Contactos personales	2	15,38
Recomendaciones	3	23,08
Otros	2	15,38
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Respecto a cuál fue el medio por el cual optó a la hora de buscar su primer trabajo, el 22,03% lo hizo mediante pasantías, 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.

Tabla N°44: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: Medio por el cual buscó trabajo.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Entrega de CV a empresas e instituciones	10	50,00
2	A través de pasantías		0,00
3	A través de prácticas pre profesionales	1	5,00
4	Bolsa de trabajo del Colegio de profesionales		0,00
5	Contactos personales	4	20,00
6	Recomendaciones		0,00
7	Abrió su propio emprendimiento	5	25,00
8	Otros		0,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Para los profesionales en Puerto Iguazú 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.

Tabla N°45: Licenciados radicados en Posadas: cantidad de empleos que ha tenido en turismo.

Item	Frecuencia	%
Uno solo	8	57,14
Dos a tres	4	28,57
Cuatro y más	2	14,28
Total	14	100

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Se observa que la mitad de los Licenciados en Posadas han tenido básicamente un solo trabajo en turismo, seguido de aquellos que han tendido entre dos a tres trabajos en turismo.

Tabla N°46: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: cantidad de empleos que ha tenido en turismo.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Uno solo	13	65,00
2	Dos a tres	7	35,00
3	Cuatro y más		0,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Para los Licenciados que trabajan en Puerto Iguazú, es aún más frecuente haber tenido un solo trabajo en turismo.

Tabla N°47: Licenciados radicados en Posadas: Tiempo que tardó en conseguir el primer empleo en turismo.

Item	Frecuencia	%
Hasta 3 meses	0	0,00
De tres meses a seis meses	2	14,28
De 6 meses a un año	5	35,71
Más de un año	7	50,00
Total	14	100

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Los Licenciados de Posadas 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.

Tabla N°48: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: Tiempo que tardó en conseguir el primero empleo en turismo.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Hasta 3 meses	5	25,00
2	De cuatro a seis meses	9	45,00
3	De 6 meses a un año	6	30,00
4	Más de 1 año		0,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Esta situación mejora sustancialmente en Puerto Iguazú, donde los licenciados obtuvieron su primer trabajo en cuatro a seis meses de haberse recibido y hasta un año.

Tabla N°49: Licenciados radicados en Posadas Tipo de contrato laboral obtenido (en %).

Item	Frecuencia	%
Período de prueba	2	15,38
Contrato efectivo con relación de dependencia	7	53,85
Contrato sin relación de dependencia	1	7,69
Planta permanente	2	15,38
Otros	1	7,69
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Respecto al tipo de contrato realizado, 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.

Tabla N°50: Licenciados radicados en Puerto Iguazú. Tipo de contrato laboral obtenido.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Periodo de prueba	1	5,00
2	Contrato por la temporada	3	15,00
3	Contrato efectivo con relación de dependencia	1	5,00
4	Contrato sin relación de dependencia	7	35,00
5	Pasó directamente a planta	5	25,00
6	Otro	3	15,00
Total frecuencias		20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

En el caso de los Licenciados en turismo de Iguazú la forma de contratación fue más dispersas 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 Posadas, en Iguazú apenas alcanzó el 5% de los encuestados.

Tabla N°51: Licenciados radicados en Posadas. La Universidad ayudó en la búsqueda de su primer trabajo (en %).

Item	Frecuencia	%
Si	5	38,46
No	8	61,54
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Esta pregunta se refiere a la intervención de la universidad en forma directa para que el graduado obtenga un trabajo ya sea a través de contactos, enlaces o bolsa de trabajo.

El 61,54% respondió que no ayudó y el 38,46% respecto afirmativamente acerca de si la universidad tuvo algún aporte en la búsqueda de su primer trabajo en Turismo, destacando la ayuda indirecta a través de la formación académica, los trabajos prácticos realizados, entre otros.

Tabla N° 52: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: La Universidad ayudo en la búsqueda de su primer trabajo (en %).

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Si	4	20,00
2	No	16	80,00
Total frecuencias		20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

En relación a la tabla anterior, la respuesta ha sido la misma que para Posadas, incrementándose aún más el porcentaje de los que dicen no haber recibido ninguna ayuda de su universidad al 80% de los encuestados.

Tabla N° 53: Licenciados radicados en Posadas: Inserción laboral (en %).

Item	Frecuencia	%
Muy Fácil	1	7,69
Fácil	7	53,85
Relativamente Fácil	4	30,77
Difícil	1	7,69
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Se observa que para los Licenciados la inserción laboral fue fácil (53,85%), mientras para un 30,77% fue relativamente fácil, su inserción laboral.

Tabla N° 54: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: Inserción laboral (en %).

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Muy fácil	3	15,00
2	Fácil	13	65,00
3	Relativamente fácil	4	20,00
4	Difícil		0,00
5	Muy difícil		0,00
Total frecuencias		20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Para los licenciados radicados en Puerto Iguazú, su inserción también fue fácil, pero en un mayor porcentaje que para los de Posadas, alcanzando el 65% de los encuestados y en segundo lugar los que consideran que su inserción fue relativamente fácil con el 20% de los encuestados. Al consultar acerca de la movilidad laboral, el 68% considera que no hay mucha movilidad laboral.

Tabla N° 55 : Licenciados radicados en Posadas. ¿Cómo trabaja actualmente? (en %).

Item	Frecuencia	%
Dueño o socio de empresas turísticas	2	15,38
Ministerio de Turismo Provincial	5	38,46
Municipalidad Local	1	7,69
Universidad o Terciario	5	38,46
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Cuando se les consultó sobre cómo y dónde trabajan actualmente, el 38,46% lo hace como docente en la Universidad o en una institución superior no universitaria, y con el mismo porcentaje son los que trabajan en el Ministerio de Turismo de la Provincia, y solo un 15,38% es dueño o socio gerente de una empresa turística.

Tabla N° 56: Licenciados radicados en Puerro Iguazú. ¿Cómo trabaja actualmente?

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Es dueño o socio gerente de empresa turística	7	35,00
2	Es empleado de empresa turística	9	45,00
3	En el Ministerio de turismo de la Provincia		0,00
4	Empleado en la Municipalidad	3	15,00
5	Trabaja en la Universidad o en un terciario	1	5,00
6	Otro		0,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

En el caso de los Licenciados que están radicados en Puerto Iguazú su situación laboral actual es bastante diferente a la de Posadas. En Iguazú, el trabajo más frecuente es el de empleado de empresa turística, seguido por dueño o socio gerente de empresa turística y solo un 5% trabaja en el ámbito de la educación superior.

Tabla N° 57: Licenciados radicados en Posadas: Requisitos para trabajar en Turismo.

Item	Frecuencia	%
Idioma	2	15,38
Formación en planificación	2	15,38
Resolución de problemas	6	46,15
Experiencia previo en el rubro o sector	2	15,38
Otros	1	7,69
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Se observa que un 46,15% opina que el requisito principal para trabajar en turismo es el de la resolución de problemas, mientras que el 15,38 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, significan son los principales requisitos solicitados para trabajar en Turismo.

Tabla N° 58: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: Requisitos para trabajar en Turismo en primer lugar (en %).

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Idiomas	11	55,00
2	Formación en planificación		0,00
3	Formación en administración	5	25,00
4	Formación en la toma de decisiones	1	5,00
5	Saber tomar decisiones y resolver problemas		0,00
6	Edad máxima		0,00
7	Pasantía previa en el sitio		0,00
8	Tener experiencia previa en el rubro o sector	2	10,00
9	Prioridad de la Universidad donde se graduó	1	5,00
10	Otros		0,00
	Total frecuencias	20	100,00

Para los Licenciados en Puerto Iguazú, el principal requisito es el de los idiomas (55%), seguido por los conocimientos de administración (gestión y contabilidad) con el 25% de los encuestados. Solo el 5% consideró importante saber tomar decisiones como requisito fundamental para trabajar en turismo.

Tabla N° 59: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: Requisitos para trabajar en Turismo en segundo lugar (en %).

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Idiomas		0,00
2	Formación en planificación	4	20,00
3	Formación en administración	11	55,00
4	Formación en la toma de decisiones	3	15,00
5	Saber tomar decisiones y resolver problemas	2	10,00
6	Edad máxima		0,00
7	Pasantía previa en el sitio		0,00
8	Tener experiencia previa en el rubro o sector		0,00
9	Prioridad de la Universidad donde se graduó		0,00
10	Otros		0,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

En segundo lugar, los Licenciados de Puerto Iguazú consideran fundamental tener conocimientos de administración y planificación.

Tabla N°60: Licenciados radicados en Posadas: Salario mensual (en %).

Item	Frecuencia	%
Menos de \$2.500	1	7,69
De \$2.501 a \$3.500	3	23,08
De \$3.501 a \$8.000	7	53,85
Más de \$8,001	2	15,38
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Se observa que más de la mitad de los encuestados perciben un salario mensual que oscila entre \$3.500 y \$8.000, un 23,08% cobran entre \$2.500 y \$3.500 y solo un 15,38% percibe más de \$8.000.

Tabla N° 61: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: Salario mensual (en %).

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Menos de \$2500		0,00
2	Entre \$ 2501 y \$ 3500		0,00
3	Entre \$3501 y \$8000	14	70,00
4	Más de \$8001	6	30,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Se observa un incremento en los salarios en los profesionales licenciados radicados en Puerto Iguazú, es de notar que los tres encuestados que ganan más de \$8001 son dueños de agencias de turismo.

Tabla N° 62: Licenciados radicados en Posadas. Valoración por ser Profesional en Turismo.

Item	Frecuencia	%
Si	11	84,62
No	2	15,38
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Al indagar si se sienten valorados por ser profesional en Turismo el 84,62% considera que si y solo el 15,38% considera que todavía no se valora al profesional graduado en Turismo.

Tabla N° 63: Licenciados radicados en Puerto Iguazú. Valoración por ser Profesional en Turismo

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Si	20	100,00
2	No		0,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Esta variable presenta resultados aún más favorables en Puerto Iguazú donde el 100% de los encuestados se siente valorado.

Tabla N°64: Licenciados radicados en Posadas ¿Escuchó hablar de la formación por competencias?

Item	Frecuencia	%
Si	9	69,23
No	4	30,77
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

En base a la tabla, se observa claramente que los Licenciados consideran tener cierto conocimiento sobre la formación por competencias. Quienes sostienen haber recibido formación por competencias, en su mayor porcentaje (57%) sostiene que el adquirido es su capacidad de adaptación a los cambios y el trabajo en equipo interdisciplinario (37%). Es decir, se ponen en evidencia competencias genéricas, pero no específicas de la carrera.

Tabla N° 65: Licenciados radicados en Puerto Iguazú ¿Escuchó hablar de la formación por competencias?

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Si	7	35,00
2	No	13	65,00
	Total frecuencias	20	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Para los licenciados que se desempeñan en Puerto Iguazú, la formación por competencias es un concepto conocido sólo por el 35% de los encuestados y los relacionan con las prácticas (el saber hacer) como la principal competencia adquirida.

Habilidades

Al consultar a los licenciados en general acerca de las habilidades que se debe tener para trabajar en turismo destacaron en primer lugar el desempeñarse correctamente y ser ejecutivo en las tareas, luego saber informar que implica saber de todo un poco y en tercer lugar desarrollar buenos proyectos, lo cual implica también saber lo que quiere la gente y que se le puede ofrecer y por sobre todo ser creativos y proactivos.

Saberes necesarios

Al consultarles, los Licenciados sostuvieron que se necesita saber de "todo un poco", mucha cultura general y conocimientos de administración, geografía, historia y varios idiomas.

Fortalezas y debilidades de los encuestados

Al ser consultados los Licenciados identificaron algunos aspectos que ellos consideran son sus fortalezas como ser tener muchos estudios, saber de todo un poco, ser cordial, ser alegre y positivo.

Al consultarles acerca de sus debilidades, pocos han respondido la pregunta y entre ellos han señalado la falta de dominio de idiomas y las dificultades de trabajar en equipo.

En síntesis, al analizar los Licenciados se observa que los mismos tienen situaciones diferentes si están radicados en Posadas o en Puerto Iguazú. En general, consideran de fácil a relativamente fácil su inserción laboral, especialmente los que están radicados en Puerto Iguazú.

Es relativamente baja la movilidad laboral (posibilidades de ascenso) dentro de una empresa y en general en Puerto Iguazú se quedan con un solo puesto de trabajo en turismo desde que se gradúan en la universidad.

En relación a la formación por competencias, en Posadas tienen más conocimientos que en Iguazú acerca de las mismas, pero en general reconocen que tienen formación en competencias genéricas pero no específicas de la carrera.

En cuando a ser emprendedores, el 15% de los residentes en Posadas son dueños o socio gerentes de empresas, situación que alcanza el 35% en el caso de los Licenciados que trabajan en Puerto Iguazú.

D) Los graduados emprendedores

Se destaca que el 35 % de los Licenciados en Posadas son socio gerentes de empresas turísticas y el 35% de los Licenciados que están en Iguazú son socio gerentes de empresas turísticas en el destino.

Al consultar a los Licenciados que son socio gerentes de empresas turísticas sobre los requisitos para ser emprendedores destacaron:

Tabla N°66: Licenciados radicados en Posadas. Requisitos para ser emprendedor.

Item	Frecuencia	%
Tener y conseguir el capital inicial	7	53,84
Tener amplio conocimiento práctico del mercadoturístico	3	23,07
Saber tomar decisiones y tener aversión al riesgo	4	30,76
Conocimientos de otras disciplinas como contabilidad	1	7,69
Total	13	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2011

Para los Licenciados radicados en Posadas, el principal requisito para ser emprendedor es tener y conseguir el capital inicial, saber tomar decisiones y tener aversión al riesgo y por último, tener amplio conocimiento del mercado turístico.

Tabla N° 67: Licenciados radicados en Puerto Iguazú: Requisitos para ser emprendedor.

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Tener y conseguir el capital inicial	4	33,33
2	Tener amplio conocimiento práctico del mercado turístico	4	33,33
3	Saber tomar decisiones y tener aversión al riesgo	0	0,00
4	Conocimientos de otras disciplinas como contabilidad	2	16,67
5	Otro	2	16,67
Total frecuencias		12	100,00

Fuente: Elaboración propia en base a encuesta Egresados carrera de Lic. En turismo. 2012

Se destacan las mismas variables que para Posadas pero en menor porcentaje y se suman los conocimientos de otras disciplinas y otros factores como tener todo lo anterior a la vez y tener buenas ideas de negocios, originales y novedosas.

En síntesis, se puede decir que los Licenciados que tienen empresas turísticas destacan que entre los requisitos que se deben cumplir es el de tener capital (propio o de terceros que suele ser difícil de acceder), conocer el mercado (su comportamiento, reglas, etc.) y saber tomar decisiones (que implica tener toda la información necesaria, tener aversión al riesgo y saber elegir entre alternativas)

E) Las posturas sobre el tema de las instituciones académicas y asociaciones profesionales y empresariales del turismo

a) Entrevistas a directores de las carreras de turismo (UNaM- UGD) y al Presidente del Colegio de Profesionales en turismo de Misiones

Se consultó a los directores de las dos Universidades que dictan las carreras de Turismo (Guía y Licenciatura en la Universidad Nacional de Misiones (UNaM) y Licenciatura y Hotelería en Turismo en la Universidad Gastón Dachary (UGD) y al Presidente del Colegio de Profesionales en

Turismo de Misiones, respecto a la formación universitaria de los profesionales en Turismo y el Mercado laboral de Misiones, a lo que respondieron lo siguiente:

¿Cómo caracterizaría Ud. la formación universitaria en turismo para Guías y para Licenciados dictado en la FHCS?

[Esta pregunta se puede contestar de varios aspectos...] en ambos casos creo que ostentamos un buen nivel teórico, en el caso de la Lic. posiblemente le falta cuestiones que tienen que ver con la práctica[...] caso de guía lo veo más reforzada. Lo veo con buen nivel teórico desde el punto de vista lo que se intenta formar, creo [...] que tiene serias deficiencia en el plan, pero no sé si pasa por la cuestión teórica, pasa más por articulación de saberes, los chicos intenten de incorporar una forma de razonamiento mas metódica, quiero decir con eso de encarar la vida de una forma más metódica, por ahí pasan algunos problemas, [...] creo que estamos un poco desequilibrados en función de lo que se requiere el medio, ahí si hay una brecha mayor [...]. Creo se ha armado un plan en el cual aparece la intensión de la especificidad tiene que ver con la formación por competencias que sepan positivamente una determinada cosa y posiblemente eso haya hecho que falta esto de la integración que yo te decía[...] Respecto al saber hacer falta bastante, hay un saber teórico medianamente bueno y el saber hacer lo veo bastante más flojo].
[Andueza, Julieta. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo. FHCS-UNaM 15/12/2.012].

[Yo creo que el primer análisis que hay que hacer que la carrera parte de un estudio que hicimos y que en el Nordeste no existía una carrera que involucrara al turismo y a hotelería, por eso nosotros armamos una carrera que apunte hacia a la formación en turismo y hotelería esa es una ventaja competitiva y una necesidad del mercado] [...] [Otra ventaja que tiene la Universidad privada es que podemos ir readecuando los contenidos de las cátedras o quizás las cátedras mismas en función a las necesidades] [...] [Por eso otra ventaja que tiene nuestra carrera es que apunta a la idea del emprendedurismo para que generen sus propios proyectos, buscamos de incentivar en el alumno la idea del emprendedurismo, que sean jefe de su propio proyecto, creo que es una de las ventajas. Fuimos viendo o observando que el mercado necesita siempre cambios y hoy se manifiesta en la necesidad de profesionales que están ligados a la hotelería, nuestros egresados tienen una rápida inserción laboral, y creo que eso es lo interesante] [...] [creo que la formación es optima].

Los alumnos reciben formación por competencias creo de forma adecuada] [...] [los docentes tienen mucha vinculación con el medio, no solamente tienen el saber teórico sino que además tienen la vinculación con el medio y esto es muy bueno cuando al momento que transmiten los docentes a sus alumnos sus experiencias fundada en el conocimiento] [...].
[Posdeley, Jorge. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo. UGD. 15/12/2.012]

Considera que se prepara adecuadamente a los alumnos para el mercado laboral? ¿Porque?

[...] [Creo que hay una orientación más que interesante al mercado laboral, pero la falta de sustento en teorías mas genéricas que tienen nuestros chicos creo que le generan un problema] [...] [nosotros estamos dando aplicación y no estamos dando el sustento teórico, entonces los chicos incorporan la aplicación pero cuando salen al mercado laboral y en el mercado laboral hubo algun tipo de fluctuación cambiaron las condiciones del mercado laboral los chicos no tiene como acomodar eso que tienen porque justamente lo que le está faltando es una base más amplia].
[Andueza, Julieta. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo. FHCS-UNaM 15/12/2.012].

[Yo creo que sí, la respuesta es que el mercado lo absorbe muy rápido, o sea que están preparados para una necesidad del mercado] [...] [eso lo califica el mercado en función de incorporarlo o no al mercado laboral].
[Posdeley, Jorge. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo. UGD. 15/12/2.012]

¿Cómo es el mercado laboral en turismo en Misiones? Se consiguen puestos de trabajo calificados? Hay movilidad? Y los salarios?

[En Guía yo veo que hay un mercado laboral bastante más conformado con mayor posibilidad de ingreso de nuestros Guías] [...] [en el caso del mercado laboral del licenciado en turismo está bastante más complicado eso me parece a mí que tiene que ver con que inicialmente no está demasiado claro el perfil] [...] [la amplia mayoría lo hacen desde puestos de trabajo que no requieren mayor calificación, respecto a la remuneración no creo que sea muy buena]
[Andueza, Julieta. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo. FHCS-UNaM 15/12/2.012].

[Paulatinamente se empiezan a encontrar empleos calificados] [...] [hay movilidad] [...] [los sueldos, todavía pasa por una etapa de negociación de cada una de los profesionales y que deberíamos trabajar entre todos para hacer respetar un concepto colectivo]. [Posdeley, Jorge. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo. UGD. 15/12/2.012]

[La dinámica que se da a raíz de varias variables] [...] [nosotros tenemos los rubros más clásicos como hotelería, agencias, transporte turísticos y nuevas modalidades que van surgiendo justamente por requerimiento de la demanda como lo son el sector docente tanto en el nivel medio como en el superior, y de la consultoría que tiene que ver con asesoramiento, esto todo lo que es quizás dentro del ámbito privado. Lo que es dentro del ámbito público van apareciendo nuevas áreas específico de turismo] [...] [ej. Ministerio de Turismo donde surgen 4 subsecretarías de las cuales están al frente en tres profesionales en turismo y en los cuadros técnicos también hay profesionales. En los municipios pasa algo similar] [...] [desde directores de turismo y en otros lugares las asesorías. Se está viendo cierta movilidad. Los salarios varían depende del tipo de contratación] [...] [hay lugares que se está pagando bien y otros no].

¿Qué problemáticas afectan actualmente al mercado laboral turístico de Misiones?

[Tiene que ver con el reconocimiento y jerarquización del profesional en turismo]. [Alvez, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/2.012].

Los graduados de Guía y Licenciatura consiguen fácilmente trabajo? ¿Dónde? (rubro y ciudad) ¿Cómo lo hacen? ¿Porque?

[Se insertan bastante rápido] [...] [pero no sé si es aquello que nuestros egresados están buscando] [...] de todas maneras hay varias empresas puestos por nuestros egresados, pequeñas y medianas empresas que está haciendo la diferencia han tenido una crecimiento muy buen, respecto a donde consiguen trabajo, en IGR es más fácil conseguir trabajo para guía, y la licenciatura Yo creo que acá también tienen un mercado bastante interesante] [...] [Andueza, Julieta. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo. FHCS-UNaM 15/012/2.012].

[Hay una necesidad del mercado de tener mano de obra calificada] [...] [de hecho de mayor necesidad de mano de obra calificado es Iguazú, no así Posadas es mucho más difícil] [...] [cada graduado busca su perfil, lo hacen en forma individual]. [Posdeley, Jorge. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo. UGD 15/12/2.012]

[En el caso de los Licenciados hay una dificultad para el ingreso, especialmente en puestos jerárquicos. Se da en los rubros de alojamiento] [...] [la relación se va dando trabajando como empleado].

[Los guías hoy principalmente en Iguazú consiguen fácilmente, de hecho los honorarios de las diarias de los guías está en un valor que esta respetado en el mercado. El resto de la Provincia estamos en problemas] [...] [que cubran guardias en otro destino cuesta] [...] [por cuestiones económicas Iguazú es preferido] [...] [Hay guías que se están capacitando en calidad. El Guía consigue trabajo ofreciendo sus servicios a las AGT y los que rinden porque trabajan como free lance]. [Alvez, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/2.012].

¿Cómo evalúa Ud la relación entre profesionales universitarios e idóneos en el mercado laboral turístico de Misiones?

[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] [...] [eso es problema del profesional que acaba de egresar. Es un problema que tenemos de ausencia de fiscalización del sector público] [...] [y por lo tanto proliferación de idóneos y truchos] [...] [en ese caso la mayor debilidad tiene la carrera de guía] [...] [por ejemplo en Iguazú los guías que vienen de Brasil con carreras de 6 meses y compiten con nuestros guías con carreras de 3 años. En el caso del Licenciado, creo que están un poco más ordenados, pero lo que pasa inclusive nuestros Licenciados compiten con nuestros guías, si bien los dos son profesionales estaremos hablando de luchas pre-profesionales e idóneos. Creo que la lucha inicialmente entre idóneo

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. FHCS-UNaM 15/012/2.012].

[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 15/12/2.012].

[Considero que hay un avance si nos fijamos un poco más atrás donde había ciertas tensiones, Yo creo que esas tensiones van disminuyendo a partir del reconocimiento del profesional y porque va creciendo el número de profesionales. Y el caso de los idóneos algunos ya se van retirando o están posicionados en el mercado entonces tampoco hay una especie de peleas entre querer ocupar un lugar y el crecimiento del mercado]. [Alvez, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/2.012].

Los graduados universitarios en turismo ¿son emprendedores? ¿Porque? ¿Qué dificultades tienen?

[Yo creo que hay varios emprendedores] [...] [no es lo mismo poner una agencia o un hotel] [...] [posiblemente nuestros egresados no tienen el soporte económico, eso no quiere decir que no sean emprendedores] [...] [uno no emprende así nomás] [...] [uno no solo se requiere una inversión inicial, sino, tiene que prever una carga social una carga impositiva que es bastante importante, eso también a mi juicio ofrece una limitación al egresado que quiera emprender algo]. [Andueza, Julieta. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo. FHCS-UNaM 15/012/2.012].

[El alto porcentaje que se han recibido, he, alumnos recientemente recibidos son muy pocos, me animaría a decir que no llega a un 5%] [...] [el mayor problema es tener los recursos para emprender]. [Posdeley, Jorge. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo. UGD 15/12/2.012]

[El emprendedurismo entendido desde la persona que puede ser privado o dentro de una organización se forma, y tiene que ver con la práctica de ciertas características personales que deben trabajarse y personalmente creo que está faltando el desarrollo el emprendedurismo en los profesionales que recién salen] [...] [las dificultades que tienen es la relación que tienen con el mercado principalmente, Yo creo que la cuestión económica es una variable] [...] [creo que hay que trabajar eso junto al mercado]. [Alvez, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/2.012].

¿El empresariado valora al profesional en turismo en general y en particular de la UNaM? Porque?

[Yo creo que sí] [...] [lo que se observa es que hace una práctica pre-profesional se queda al terminar esta en la empresa] [...] [seguimos con prestigio diferente]. [Andueza, Julieta. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo. FHCS-UNaM 15/12/2.012].

[El empresario debería empezar a valorar, él sabe de la necesidad que tiene que contar con un profesional, la otra situación es económica que le demande el pago de un profesional y en eso yo considero que es escasa la relación necesidad- incorporación-pago, ellos tienen clara la necesidad de incorporar a un profesional] [...] [el profesional en general, el empresariado se fija en el perfil del egresado]. [Posdeley, Jorge. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo. UGD 15/12/2.012]

[Poco, se está dando el cambio pero aún no hay un reconocimiento general en la mayoría del empresariado, yo creo que tiene que ver con la identificación de los contenidos de las carreras y con la falta de conocimiento de los que puede dar un Licenciado en turismo]. [Alvez, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/2.012].

¿En qué temáticas considera Ud. que se deberían capacitar a los profesionales en turismo en Misiones? (tanto a Guías como a Licenciados)

[Formas alternativas, ecológico]. [Andueza, Julieta. Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo. FHCS-UNaM 15/012/2.012].

[Respecto a los Guías, habría que buscar la especialización de los Guías] [...] [debería haber Guías con especialidades debería ver Guías destinados a observación de aves, dedique a actividades de trekking, en mountain bike, canopy, guía de selva, monumentos históricos, se tendría que buscar el constante perfeccionamiento en función a la demanda que tenemos] [...] [El idioma es fundamental] [...] [no hay guía en idioma japonés por ejemplo.

Respecto a los Licenciados en Marketing, en destinos, nuevas tendencias del mercado, en las TICs, ir capacitándose y buscar maestrías, doctorados, eso tiene que ver con el lugar donde se insertó el profesional]. [Posdeley, Jorge. Director de la carrera de Licenciatura y Hotelería en turismo. UGD 15/12/2.012].

[Nosotros tenemos que estudiar las cuestiones de oportunidades, por ejemplo en el caso de las normativas legales en la formación docente] [...] [no hay profesorado ni profesores en turismo, en desarrollo de proyectos, alguna especialización más puntual. En el caso de los Guías en flora y fauna, conocer un poco más la historia de toda Misiones, porque tiene un potencial de desarrollo y genera oportunidades]. [Alvez, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/2.012].

¿Qué acciones lleva a cabo el Colegio de Profesionales en turismo en relación a este tema?

[Respecto a los Guía anualmente se realizan capacitaciones, en el año 2.012 se realizó en el Parque Nacional Iguazú sobre mitos y leyendas...estamos trabajando en conjunto con la Intendencia de Parque en varias líneas incluso en atención al cliente, al derecho del turista. Respecto a los Licenciados estamos trabajando en conjunto con el Ministerio de Turismo donde se va a exigir la certificación del profesional en ciertas áreas, principalmente en alojamiento y en Agencias] [...] [en cuestiones de emprendedurismo, normativas y elaboración de proyectos son las tres líneas principales, se está viendo de promover la cuestión de formadores, en conjunto con el Ministerio de turismo y con otras organizaciones]. [Alvez, Mauricio. Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. 15/12/2.012].

Se observa una cierta crítica a los planes de estudios de ambas carreras que se dictan en la UNaM, respecto a la formación universitaria en turismo. Esto tiene que ver con que los alumnos salen con una formación específica en turismo y con algunas falencias en temáticas más generales que puedan ser aprovechadas en el momento de tomar decisiones en el tan fluctuante cambio en el mercado laboral turístico. Sin embargo, el director de la carrera de turismo en la UGD considera a la formación como óptima, argumentando para ello la especificidad respecto a las necesidades del mercado.

Los entrevistados, en general, coinciden que se consiguen puestos de trabajo más calificados para los guías profesionales, respecto a los Licenciados, todavía existen cierta dificultad para insertarse en puestos calificados a nivel privado, en los ámbitos públicos (municipal y provincial) hubo cierta apertura para la inserción de los profesionales. Los entrevistados sostienen que la movilidad es escasa y que la remuneración en general es media a baja. Esta problemática tiene que ver con el escaso reconocimiento y jerarquización del profesional en turismo por parte del empresariado misionero.

Es de destacar la coincidencia entre los entrevistados respecto al lugar de inserción que es por excelencia en el mercado turístico de Puerto Iguazú que ostenta el mayor atractivo turístico de la Provincia como lo son la Cataratas del Iguazú declaradas recientemente como "Maravilla Natural del Mundo".

Cuando se les consultó respecto a la relación "Profesional" e "Idóneo" coincidieron en que es un tema prácticamente resuelto en la actualidad.

En relación al emprendedurismo se observa que hay una minoría de egresados que llevaron adelante sus propios proyectos, una de las razones o variable que les limita son los costos que implica llevara delante un proyecto de este tipo.

Paulatinamente se está valorando al profesional en turismo, referentes de la UNaM consideran que todavía siguen teniendo cierto prestigio frente a otras organizaciones educativas en la Provincia.

Cuando se les consultó en que temáticas se debería capacitar a los profesionales, los mismos sostienen que existen la necesidad de capacitar en algunas especializaciones en los profesionales de Guía de Turismo (idioma, actividades en ámbitos rurales, sobre flora y fauna, historia, etc.) y para los Licenciados en temáticas que el mercado turístico va solicitando como puede ser las TICs, marketing, desarrollo de proyectos de investigación, formación docente, entre otras.

b) Entrevista al Sr. Eduardo Brajkovic Presidente de la Cámara de turismo de Misiones- CATUMI-

Se realizó una entrevista al Presidente de esta Cámara empresarial del turismo de la provincia.

¿Cómo caracterizaría la actividad turística en general en Misiones?(como sector económico-empresario)

En Misiones, el sector o la actividad está muy buena en lo que hace a producción y trabajo. Creemos que se está transformando en la tercera pata o eje de la Economía de Misiones junto a la Foresto Industria y la Agricultura. El Turismo actualmente está aportando el 12% del PBG, a pesar de que no hay Ley de Turismo en la provincia. Si bien se ha presentado un Proyecto de Ley con base en la ley nacional y otras leyes existente en el país, a la fecha no tenemos Ley. [Eduardo Brajkovic, 18/12/12]

¿Cómo es el mercado laboral general de la provincia de Misiones?

Desde el Punto de vista Empresarial, conforme al criterio y relevamientos realizados en la provincia estamos con falta (Empresarios y resto de la sociedad) de mano de obra para este sector. Hay dificultades para tomar empleados, éstos no tienen la capacidad (educativa y de gerenciamiento) para administrar recursos ajenos. Tenemos tres facultades que nos dan egresados, pero no se asumió desde el punto de vista empresario la incorporación de profesionales.

Por otro lado, desde el Punto de vista del Egresado, el mismo no toma conciencia que "puede trabajar para" solo quiere ser dueño. Ellos pueden insertarse en ámbitos públicos y privados. Esa dualidad es responsabilidad de todos. [Eduardo Brajkovic, 18/12/12]

A su entender ¿Qué problemáticas afectan actualmente al mercado laboral turístico de Misiones?

El mercado laboral se ve afectado por la calidad del servicio, la atención, no nos aggiornamos a las circunstancias. Estamos contentos con el desarrollo pero estamos caminando lento [Eduardo Brajkovic, 18/12/12]

¿Cómo son valorados los graduados de Lic. y Guía de turismo la UNaM y los de la UGD? (tienen buena formación, reconocidos).

Los graduados en general son reconocidos en su gran mayoría, se destacan como Licenciados y como Guías. No obstante ello, considero que los egresados de la UNaM – Universidad Pública tienen formación académica direccionada con la Profesión, en cambio los egresados de la Universidad Privada, el Gastón Dachary, tienen proyección empresarial y eso verdaderamente se necesita. Se prefiere gente preparada para trabajar en las empresas. [Eduardo Brajkovic, 18/12/12]

¿Cómo evalúa Ud. la relación entre profesionales universitarios e idóneos en el mercado laboral de Misiones?(el idóneo es el que trabaja en turismo pero no tiene título).

Hoy día trabajamos en buenos términos, está nivelado. La capacidad del idóneo se impuso pero se dignifica la profesión que los otros asumen como propia. Somos (y me incluyo) profesionales en el tema (principalmente quiénes tenemos cierta antigüedad y trayectoria)...Ejemplifico lo dicho enunciando ejemplos de Brasil y principalmente España, donde la mayoría de las Agencias de Viajes son propiedad de idóneos. [Eduardo Brajkovic, 18/12/12]

¿El empresariado misionero valora al profesional universitario en turismo? ¿Por qué?

El empresario lo valora mucho, porque "da el valor agregado necesario". EL Licenciado en Turismo puede trabajar en una empresa sin necesidad de ser el dueño. Debería salir de la universidad sabiendo que pueden trabajar para alguien....[Eduardo Brajkovic, 18/12/12]

¿En qué temáticas considera Ud. que se deberían capacitar a los profesionales en turismo en Misiones? (tanto a los Guías como a Licenciados).

Los Licenciados en Turismo deberían capacitarse principalmente en Gerenciamiento de Hoteles, en Costos, en armado de Circuitos, Programas, en Administración de Recursos Ajenos, y los Guías [...] Acá en Misiones supongo que salen sin saber todo... Pero deberían capacitarse en idiomas extranjeros (por ejemplo, Inglés hay muy pocos guías que hablan un inglés fluido). Debemos recurrir a idóneos u otros profesionales para que hagan las traducciones (traductores o profesores de inglés). [Eduardo Brajkovic, 18/12/12]

¿Qué acciones lleva a cabo la Cámara de turismo en relación al tema laboral, empresario o turístico en general?

La Cámara de Turismo como objetivo principal tiende a: "Posicionar a Misiones como provincia turística por excelencia" estamos trabajando para eso y para elevar la capacidad del Empresario – Socio (Capacidad empresarial) y para ello estamos utilizando el apoyo de la UGD. También estamos intentando incorporar en el empresario la necesidad de capacitarse y capacitar al personal (trabajo sin prisa pero sin pausa). También interactuamos con las diferentes Cámaras a nivel nacional e internacional. La CATUMI ha formado la Asociación de Cámaras Internacionales de la Región de las Misiones Jesuíticas Guaraníes (junto a Brasil, Paraguay y Uruguay). Como así también forma parte del CILAM. [Eduardo Brajkovic, 18/12/12]

c) Postura de los empresarios turísticos de Iguazú

Se entrevistaron gerentes de hoteles y responsables de agencias de la ciudad de Puerto Iguazú, para poder observar realmente cuántos Licenciados y Guías son contratados.

Se entrevistaron cinco gerentes de hoteles de categoría entre 5 y 3 estrellas. Los de menor categoría y hostels, antes de empezar la entrevista anticipaban que no tenían Licenciados o Guías trabajando, algunos no tenían empleados con estudios en turismo y en menor medida tenían Técnicos en Turismo y Hotelería. En cuanto a los cargos que ocupan (Licenciados, Guías y Técnicos) en los establecimientos hoteleros, y respondieron que la mayor parte ocupa puestos en áreas de recepción y reservas.

En cuanto a la antigüedad del personal, se relaciona con la movilidad laboral. Todos manifestaron que hay mucha rotación de personal. No tienen mucha antigüedad, en la mayoría de los casos, acumulan experiencia en un lugar y en cuanto pueden cambian de establecimiento.

El ascenso laboral es considerado posible apenas en la mitad de los hoteles según lo que manifestaron los encargados de éstos. Existen departamentos de reservas, marketing, recursos humanos, compras, eventos, lo que hace posible ir rotando y ascendiendo dentro del mismo.

Todas las autoridades máximas del hotel son profesionales de otras disciplinas. Todos saben hablar inglés, en un nivel medio, en promedio.

En cuanto a preparación de los egresados profesionales en Turismo, la mitad de los entrevistados considera, que si salen preparados para comenzar a trabajar, no en los puestos de mayor jerarquía, pero si es posible en recepción.

El idioma es considerado fundamental para contratarlos, en especial inglés y portugués. En lo posible se espera que los aspirantes tengan estudios en turismo o administración. Hay casos aislados de profesores o intérpretes de inglés que son contratados, priorizando así el idioma, aunque no tengan estudios de turismo.

Como principales falencias en la preparación de los profesionales en turismo, manifestaron la falta de conocimientos en el área contable-administrativa e idiomas. En su totalidad afirmaron que tienen un nivel de inglés básico, pero no es suficiente para el turismo que maneja Puerto Iguazú.

Casi todos estuvieron de acuerdo con que las pasantías son muy importantes realizarlas antes de graduarse. Influyen al momento de contratarlos, no es lo fundamental que se tiene en cuenta, pero es favorable para quienes las tienen.

Finalmente, los gerentes de los establecimientos entrevistados, manifestaron que no mandan a capacitar a sus empleados.

En definitiva, los empresarios destacan falencias formativas del Licenciado y Guía, además del propio desconocimiento del perfil del Licenciado en turismo frente a los Técnicos en turismo que les genera confusión. Diversas empresas prefieren contratar Lic. en administración o contadores públicos para cubrir puestos gerenciales al percibir la escasa formación académica en estas temáticas que tienen los Lic. en turismo.

Respecto del debate entre idoneos y profesionales universitarios, tanto en Posadas como en Iguazú muchos idoneos son los propietarios de empresas que generalmente ocupan la mayor cuota del mercado turístico, aunque ya no se pueden incorporar nuevos idoneos al mercado.

F) Las consultoras de RRHH

Las entrevistas fueron realizadas a las consultoras de Misiones con mayor antigüedad y trayectoria. Se tomó una de cada las ciudades más pobladas y con cierta actividad turística. Estas localidades son: Posadas, (ciudad capital) Eldorado (a 100 km de las Cataratas) y Puerto Iguazú (donde se localizan las Cataratas). Todas las consultoras trabajan hace más de 5 años en la provincia. En cuanto a la cantidad de empresas turísticas con las que trabajan, hay una gran diferencia entre las de Posadas y Eldorado, que con la cantidad que trabaja la de Iguazú.

Al consultar sobre el tipo de puestos que se les solicita la consultora de Puerto Iguazú (VR Nexos) dijo lo siguiente: *"Puestos operativos, atención al público, mucamas, limpieza, chefs. Supervisores, reservas, mantenimiento. Gerentes operativos, jefe de alimentos y bebidas. Preferentemente profesionales, dependen el perfil".* Por su parte la consultora de Posadas (Agein) decía: *"Mayormente las empresas del rubro hotelero con el que trabajamos administran y manejan sus procesos de reclutamiento de manera interna. Este no es un dato menor, dado que una vez que agotan todos sus recursos recién en ese momento acuden a la consultora. 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".*

En cuanto a la demanda en cantidad de profesionales en turismo, lo notable, es que si bien la consultora de Puerto Iguazú trabaja con casi prácticamente el doble de empresas relacionadas al rubro, no tiene demanda de profesionales, sino de gente con experiencia e idioma, en cambio Agein comentó que si, que de cada 30 búsquedas 1 o 2 son de profesionales en el rubro. Asimismo, Epsa de Eldorado, la única búsqueda que tuvo en el año relacionado al turismo, fue para un puesto que requerían un Licenciado. En cuanto a quienes demandan más -si hoteles, o agencias- en los 3 casos la respuesta fue Hoteles, si bien las agencias buscan gente, son más para cubrir puestos administrativos. Al momento de hablar de habilidades y cualidades (competencias) buscadas de un profesional destacaban: VR Nexos decía *"Se busca idioma, a medias, manejo de sistemas de hotelería y de agencias".* En cambio Agein respondió *"Los requerimientos van variando según el tipo de posición a ocupar y según la empresa solicitante. 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".* Por su parte Epsa decía *"Liderazgo, objetivos de superación, ordenados, correctos, responsables, cumplidor por objetivos, proactivo".* Si bien estas son las habilidades que se buscan, VR Nexos, que es la consultora con mayor cantidad de profesionales en turismo en contacto, dijo que encuentra que *"Los recibidos de los últimos 5 años, les falta más inglés, no son flexibles para la demanda de la hotelería, son muy analíticos, les faltan pasantías y prácticas profesionales".* En cuanto a los criterios de evaluación de los profesionales para evaluarlos, destacan dos puntos totalmente diferentes, mientras que VR Nexos analiza los intereses de la carrera dentro de la hotelería, la remuneración pretendida, idiomas, inglés, actitudinal, flexibilidad, multitareas y en los guías, manejo de grupos, operativos, proactivos, Agein comentó que desde su punto de vista este ítem es dinámico a cada requerimiento de cada empresa. Aquí se pueden encontrar factores similares entre empresas (filosofía, cultura, perfil). En otro punto que disiente estas dos consultoras (VR Nexos y Agein) es que desde el punto de vista de la de Posadas es *"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",* sin embargo la de Puerto Iguazú decía que *"Si, hay mucha rotación, en reservas y recepción. Las personas buscan cambiar. Se hacen contratos eventuales".*

Además, disienten totalmente en la valoración del profesional en turismo, mientras que VR Nexos, dice que no se valora para nada, que siempre se prioriza idiomas, Agein comentaba que sí, que de hecho según un dato estadístico del IERAL, en el sector turístico el año pasado casi un 40% de las empresas no lograron cubrir vacantes con profesionales del sector turístico. Ambos opinan que las perspectivas del mercado laboral en el ámbito turístico, son muy buenas, es un sector en expansión. Si bien se requerirán mayores profesionales, también será mucho más competitivo, demandando para puestos de mandos medios y operativos mayores requisitos, tales como mucamas con idiomas.

G- Índice de Demanda Laboral en Turismo de Misiones (enero 2011 – diciembre 2011 y enero 2012- diciembre 2012)

La primera etapa del Índice consistió en recabar los datos de anuncios publicitarios de oferta laboral de empleos en turismo en el diario de mayor circulación provincial. En este caso se trata del diario provincial "El territorio" en su edición dominical. A partir de allí, se identificó el

tipo de pedido que se realiza y si se repite la búsqueda la semana siguiente. Una vez que se tuvo una serie de datos se estableció el período de base que en este caso será el mes de marzo de 2011 para empezar a usar el índice propiamente dicho, que se aplicó al período del año 2012. Debido a que nunca se aplicó este índice, para el año 2011 solamente se hizo un análisis descriptivo de las solicitudes durante el año.

Tabla N°68: Anuncios de solicitud de empleados en 2011(meses enero a marzo)

Día domingo	Para Agencias (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Restauración (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Alojamiento (cantidad absoluta y porcentaje)	Para otros Servicios vinculados al turismo (cantidad absoluta)	Total (cantidad absoluta)	Promedio mensual
02/01/11	0	0	0	0	0	
09/01/11	0	1(jefe salón IGR) 1 salón (PSS) 1 cocinero (PSS) 1 Parrillero (Eldorado) (100%)	0	0	4	
16/01/11	0	0	0	0	0	2,2
23/01/11	0	1 encargado (IGR) 1 cocina (IGR) 1 Salón (IGR) (42%)	1 gerente turismo (IGR) 1 empleado (IGR) 1 gerente turismo (PSS) 1 empleado (PSS) (58%)	0	7	
30/01/11	0	0	0	0	0	
Total mes					12	12
06/02/11	0	0	0	0	0	
13/02/11	0	1 responsable depósito (IGR) (100%)	0	0	1	
20/02/11	0	0	1 jefe ventas dto comercial (IGR) (50%)	1 profesor turismo (Pss) (UNaM) (50%)	2	1,25
27/02/11	0	1(jefe salón (IGR) (50%)	1 jefe ventas dto comercial (IGR) (idem anterior) (50%)	0	2	
Total mes					5	5
06/03/11	0	0	1 jefe ventas dto comercial (IGR) (idem anterior) (100%)	0	1	
13/03/11	0	1 Jefes de área (Pss)(20%)	4 Jefes de área (Pss) (80%)	0	5	2,5
20/03/11	0	0	1 recepcionista (Pss) (100%)	0	1	
27/03/11	0	1 mozo (Pss) 1 ayudante de cocina (Pss) (67%)	1 recepcionista (Pss) (33%)	0	3	
Total mes					10	10

Tabla N°69: Anuncios de solicitud de empleados en 2012 (meses enero a marzo)

Día domingo	Para Agencias (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Restauración (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Alojamiento (cantidad absoluta y porcentaje)	Para otros Servicios vinculados al turismo (cantidad absoluta)	Total (cantidad absoluta)	Promedio mensual
08/01/12	0	0	1 encargado atención al huésped (PSS)	0	1	
15/01/12	0	0	0	0	0	
22/01/12	0	0	0	0	0	2
29/01/12	0	1 cocinero o cheff 1 encargado administrativo 3 mozos (PSS)	1 jefe de área alimentos y bebidas 1 encargado de mantenimiento (Pss)	0	7	
Total mes					8	
05/02/12	0	0	0	1 gerente para empresa de transporte de	1	

				pasajeros (Oberá)		
12/02/12	0	0	0	0	0	0,5
19/02/12	0	1 oficial panadero para Terminal Crucero (PSS)	0	0	1	
26/02/12	0	0	0	0	0	
Total mes					2	
06/03/12	1 vendedor para agencia de turismo (PSS)	0	1 empleado administrativo em hotel (IGR)	0	2	
11/03/12	0	0	0	0	0	
18/03/12	0	0	0	0	0	1
25/03/12	0	0	1 encargado mantenimiento hotel (IGR) 1 jefe de alimentos y bebidas hotel (PSS)	0	2	
Total mes					3	

Tabla N°70: Anuncios de solicitud de empleados en 2011(meses abril a julio)

Día domingo	Para Agencias (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Restauración (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Alojamiento (cantidad absoluta y porcentaje)	Para otros Servicios vinculados al turismo (cantidad absoluta)	Total (cantidad absoluta)	Promedio mensual
03/04/11	0	1 mozo (Pss) 1 ayudante de cocina (Pss) (Idem anterior) (25%)	1 recepcionista (Pss) (Idem anterior) 1 Recpcionista (IGR) 2 Mucama (IGR) 2 Mozos (IGR) (75%)	0	8	
10/04/11	0	0	1 mozo (Pss) 2 camareras (Pss) (100%)	0	3	3,2
14/04/11	0	0	0	0	0	
24/04/11	0	1 jefe de salon (IGR) 1 jefe e cocina (IGR) (50%)	1 Encargado de depósito masculino (IGR) 1 jefe de bares (IGR) (50%)	0	4	
30/04/11	0	0	0	1 asistente de marketing para casino(IGR) (100%)	1	
Total mes					16	16
08/05/11	0	0	0	1 guia parque temático(IGR) (100%)	1	
15/05/11	0	1 chef (PSS) (50%)	0	1 guia parque temático(IGR) idem anterior (50%)	2	1,0
22/05/11	0	0	0	1 guia parque temático(IGR) idem anterior (100%)	1	
29/05/11	0	0	0	0	0	
Total mes					4	4
05/06/11	0	0	0	0	0	
12/06/11	0	0	0	0	0	
19/06/11	0	2 ayudantes de cocina (Pss) mujeres (100%)	0	0	2	0,75
26/06/11	0	0	0	0	0	
Total mes					2	2
03/07/11	0	0	1 pastelero panadero (Pss) (100%)	0	1	
10/07/11	0	0	0	0	0	
17/07/11	0	0	0	0	0	
24/07/11	0	0	1 camarero (Pss) 1 bachero (Pss) (100%)	0	2	0,40
31/07/11	0	0	0	0	0	
Total mes					3	3

Tabla N°71: Anuncios de solicitud de empleados en 2012(meses abril a julio)

Día domingo	Para Agencias (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Restauración (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Alojamiento (cantidad absoluta y porcentaje)	Para otros Servicios vinculados al turismo (cantidad absoluta)	Total (cantidad absoluta)	Promedio mensual
01/04/12	1 asistente agencia (PSS)		1 supervisor de housekeeping hotel (PSS)	0	2	
08/04/12	0	0	0	0		
15/04/12	0	0	1 encargado de alimentos y bebidas hotel(PSS)	0	1	
22/04/12	0	0	0	1 chofer empresa de transportes regular (PSS)	1	1
29/04/12	0	0	0	1 empleada administrativa empresa de transporte (Pss)	1	
Total mes					5	
06/05/12	0	0	1 chef ejecutivo para hotel (PSS) 2 mozos hotel (PSS) 2 mucamas hotel (PSS)	1 empleada administrativa empresa de transporte (Pss)	6	
13/05/12	0	0	1 gerente de hotel (IGR)	0	1	2,5
20/05/12	1 vendedor empresa turismo (PSS)	0	1 gerente de hotel (IGR)	0	2	
27/05/12	0	0	1 gerente de hotel (IGR)	0	1	
Total mes					10	
03/06/012	0	1 jefe de salon (PSS) 3 camareros (PSS)	1 gerente de hotel (IGR)	0	5	
10/06/12	0	0	0	0	0	
17/06/12	0	0	0	5 Choferes transporte regular (PSS)	5	2,5
26/06/12	0	0	0	0	0	
Total mes					10	
08/07/12	0	1 chef restaurante (PSS)		1 chofer transporte regular internacional(pSS) 5 conductores transporte regular (PSS)	7	
15/07/12	0	0	0	5 conductores transporte regular (PSS)	5	5,5
22/07/12	0	0	0	5 conductores transporte regular (PSS)	5	
29/07/12	0	0		5 conductores transporte regular	5	

				(PSS)		
Total mes					22	

Tabla N°72: Anuncios de solicitud de empleados en 2011(meses agosto a diciembre)

Día domingo	Para Agencias (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Restauración (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Alojamiento (cantidad absoluta y porcentaje)	Para otros Servicios vinculados al turismo (cantidad absoluta)	Total (cantidad absoluta)	Promedio mensual
07/08/11	0	0	1cocinero (IGR) 1 ayudante de cocina (IGR) 1 bachero (IGR) 2mozos (IGR) 1 recepcionista (IGR) (100%)	0	6	
14/08/11	1 lic en turismo idoneo (PSS) (100%)	0	0	0	1	
21/08/11	0	0	1 Peón general (masculino) (PSS) (100%)	0	1	4,25
28/08/11	0	1cocinero (IGR) 2 ayudantes (IGR) 2 camareros (IGR) 2 barmans (IGR) 2 cajeros (IGR) (100%)	0	0	9	
Total mes					17	17
041/09/11	0		1 Supervision de AA yBB (Pss) 1 Supervisor de restaurante (Pss) (100%)	0	2	
11/09/11	0	0	0	0	0	1
18/09/11	0	0	0	2 choferes larga distancia (Pss) (100%)	2	
25/09/11	0	0	0	0	0	
Total mes					4	4
02/10/11	0	2 mozos (IGR) 1 cocineros (IGR) 2 ayudante se cocina (IGR) 1barman(IGR) (100%)	0	0	6	
09/10/11	0	0	1 gobernanta(Pss)(femenino) (100%)	0	1	
16/10/11	0	1panadero (Pss) 1 pizzero (PSS) (100%)	0	0	2	15,8
23/10/11	0	0	0	0	0	
30/10/11	0	1 jefe de cocina (IGR) 1 auxiliar de cocina (IGR) 1 pizzero (IGR) 1 auxilair pizzero (IGR) 2 bacheros (IGR) 2 mozos(IGR) 1panadero (Pss) 1 pizzero (PSS) idem anterior (14%)	0	60 conductores ómnibus larga distancia (Pss) (86%)	70	
Total mes					79	79

06/11/11	0	0	1 encargada de hotel(Pss) Femenino (100%)	0	1	
13/11/11	0	0	1 encargada de hotel(Pss) Femenino (100%)	0	1	
20/11/11	0	2 personal de cocina(Pss) (100%)	0	0	2	2,5
27/11/11	0	1 chef (Pss) 2 mozos (Pss) 1 maitre(Pss)(67%)	0	1 capitán (PSS) 1 marinero(PSS) 33%	6	
Total mes					10	10
04/12/11	0	0	0	0	0	
11/12/11	0	1 chef (Oberá) 2 cocineros (Oberá) 2 mozos(Oberá) (100%)	0	0	5	4
18/12/11	0	1 chef (Oberá) 2 cocineros (Oberá) 2 mozos(Oberá) (71%)	0	2 chóferes parque temático (IGR) (29%)	7	
Total mes					12	12
Total anual	1	58	31	69	158	13/mes

Tabla N°73: Anuncios de solicitud de empleados en 2012 (meses agosto a diciembre)

Día domingo	Para Agencias (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Restauración (cantidad absoluta y porcentaje)	Para servicio de Alojamiento (cantidad absoluta y porcentaje)	Para otros Servicios vinculados al turismo (cantidad absoluta)	Total (cantidad absoluta)	Promedio mensual
05/08/12	0	0	1 jefe de partida hotel (IGR) 1 mozo hotel (IR)	5 conductores transporte regular (PSS)	7	
12/08/12	0	0	0	5 conductores transporte regular (PSS)	5	5,75
19/08/12	0	0	1 encargado alimentos y bebidas hotel (PSS)	5 conductores transporte regular (PSS)	6	
26/08/12	0	0	0	5 conductores transporte regular (PSS)	5	
Total mes					23	
02/09/12	0	0	0	5 conductores transporte regular (PSS)	5	
09/09/12	0	0	0	5 conductores transporte regular (PSS)	5	
16/09/12	0	0	0	5 conductores transporte regular (PSS)	5	3,4
23/09/12	0	0	1 coordinador de alimentos y bebidas hotel (IGR)	0	1	
30/09/12	0	0	1 cocinero para lodge (El soberbio)	0	1	
Total mes					17	
07/10/12	0	0	1 recepcionista hotel (IGR) 1 encargado mantenimiento hotel (IGR)	0	2	
14/10/12	0	0	1 jefe ventas hotel (IGR)	0	1	1,25
21/10/12	0		1 jefe ventas hotel (IGR)	0	1	
28/10/12	0	0	1 jefe ventas hotel (IGR)	0	1	
Total mes					5	
04/11/12	0	1 chef (Obera) 1 barman (Obera) 2 mozos(Obera)	1 jefe ventas hotel (IGR)	0	5	
11/11/12	0	0	1 ejecutivo comercial hotel (PSS)	0	1	2,75
18/11/12	0	0	0	0	0	
25/11/12	0		1 supervisor de recepción hotel (IGR) 1 supervisor ama de llaves hotel		5	

			(IGR) 1 agente de reservas hotel 8(IGR) 3 recepcionistas hotel 8(IGR)			
Total mes					11	
02/12/12	0	0	0	0	0	
9/12/12	0		0	3 empleados atención al público área Cataratas (IGR)	3	
16/12/12	0		0	0	0	0,6
23/12/12			0	0	0	
30/12/12	0		0	0	0	
Total mes					3	
Total anual	3	15	35	68	121	10/mes

Fuente: Elaboración propia en base a diario El territorio enero-diciembre 2012

Se observa claramente que el rubro más solicitado es el gastronómico y con empleos de baja calificación y remuneración, seguido por el de alojamientos. Debe resaltarse que en todo el año 2011 se ha solicitado un solo puesto para agencia de viajes. También debe destacarse que en general la búsqueda se hace para emprendimientos que abren al público y no para recambio de personal. Sedestacan muy pocos pedidos de Guías de turismo.

Tabla N°74: Solicitud de empleados en turismo en Misiones según mes en los años 2011 y 2012

Mes	Cantidad 2011	Porcentaje 2011	Cantidad 2012	Porcentaje 2012
Enero	12	7,6	8	2
Febrero	5	3,1	2	0,5
Marzo	10	6,3	3	1
Abril	16	10	5	1
Mayo	4	2,5	10	2,5
Junio	2	1,2	10	2,5
Julio	3	1,9	22	5,5
Agosto	17	10,7	23	5,75
Septiembre	4	2,5	17	3,4
Octubre	79(9)	50 (5,6)	5	1,25
Noviembre	10	6,3	11	2,75
Diciembre	12	7,6	3	0,6
Total	158	100		100

Fuente: Elaboración propia en base a diario El territorio desde enero 2011 a diciembre 2012

Se observa que los meses de más solicitud son los de octubre, agosto, enero y diciembre, es decir antes del inicio de cada temporada. Si se hace el análisis por localidades se observan los siguientes resultados:

Tabla N°75: Solicitud de empleados en turismo en Misiones en 2011 según localidad

Localidad	Cantidad 2011	Porcentaje 2012	Cantidad 2012	Porcentaje 2012
Posadas	100	63,3%	90	74,38%
Puerto Iguazú	50	31,6%	25	20,66%
Otras localidades de Misiones	8	5,1%	6	4,95%
Total	158	100%	121	100%

Fuente: elaboración propia en base a diario El territorio desde enero 2011 a diciembre 2012

Se observa que en general la solicitud se hace para las localidades de Posadas, seguido por Puerto Iguazú.

Indice de Demanda Laboral Turística (IDL T) de Misiones.

Para realizar este índice se hace un relevamiento de diarios un año base (N) y otro año (t) que se toma para aplicar el índice. Con esta información se elabora un indicador mensual que compara el número de pedidos de trabajo en un mes dado, con el respectivo número de

pedido de trabajos en cada mes de un año considerado como base. El año base seleccionado en este caso es el año 2011 (IDL=100) y el año en estudio es 2012.

La fórmula a aplicar es:

$$IDL = \frac{N^t}{N_{2011}} \times 100$$

Tabla N°76: Índice de demanda laboral turística de Misiones 2012

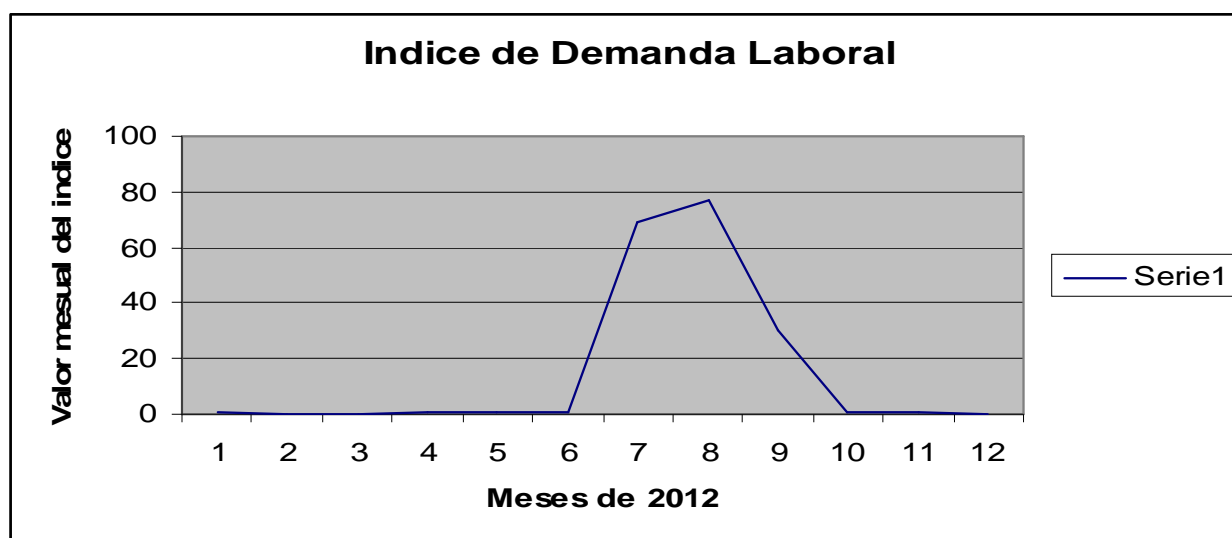
Mes	Meses de 2011 Cantidad de pedidos	Meses de 2012 Cantidad de pedidos	Índice
Enero	12	8	61,5
Febrero	5	2	15,3
Marzo	10	3	23
Abril	16	5	38
Mayo	4	10	77
Junio	2	10	77
Julio	3	22	169
Agosto	17	23	177
Septiembre	4	17	130
Octubre	79(9)	5	38
Noviembre	10	11	84
Diciembre	12	3	23
Total	158 Promedio: N = 13	121	

Fuente: elaboración propia en base al índice de demanda laboral turística Misiones 2012.

Los valores se interpretan: mes de julio 2012= 169. Esto significa que se incrementó un 69 % la la solicitud laboral, mientras que en el mes de enero de 2011 se redujo al 61%.

La representación gráfica muestra el siguiente resultado:

Gráfico N°15: Índice de Demanda Laboral en turismo en Misiones 2012



Fuente: elaboración propia en base al índice de demanda laboral turística Misiones 2012.

Se observa que el año 2012 ha arrojado en general resultados más negativos que el año 2011, sin embargo mantiene y pone en evidencia la época del año en la cual se presentan la mayor parte de las solicitudes de empleo (junio a septiembre)

H) Factores endógenos y exógenos que condicionan el mercado laboral del turismo en Misiones

Factores endógenos del mercado laboral

- **Encuentro entre oferentes y demandantes:** en el Mercado se observa que tanto los Guías como Licenciados consideran fácil su inserción laboral, pero a la vez es escasa la movilidad y el ascenso dentro de las empresas.
- **Las búsquedas del tipo y perfil de empleados que realiza la oferta:** se observa mediante el IDL que las búsquedas están especialmente relacionadas en las empresas a puestos de baja a media calificación, generalmente orientados a áreas gastronómicas y hoteleras en Posadas y Puerto Iguazú. En pocas ocasiones se menciona la búsqueda de Guías de turismo.
- **Confusión de los empresarios acerca del perfil e incumbencias laborales del licenciado en turismo frente al técnico.**
- **Conocimientos de administración, contabilidad, finanzas y planes de negocios:** que lleva a que las empresas contraten contadores y Lic en administración a ocupar puestos de trabajo para las áreas gerenciales de hoteles.
- **Los salarios:** son relativamente bajos para los Licenciados y más elevados para los Guías free lance. Es más elevado el salario en Iguazú frente a Posadas.
- **La actualización permanente de los profesionales:** para mantenerse en el mercado laboral y ascender acorde a un contexto cambiante.

Factores exógenos del mercado laboral

- **La formación académica universitaria:** que presenta ciertas deficiencias detectadas mediante las encuestas a alumnos y graduados.
- **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.

- **Visitantes cada vez más informados y de segmentos con motivaciones diferentes:** que requieren de Guías y Licenciados con amplios, profundos y variados conocimientos.
- **Las diferencias marcadas en la oferta general y de trabajo** entre Posadas y Puerto Iguazú.
- **Las políticas económicas vinculadas al turismo** (tipo de cambio, promoción turística de Misiones, inversiones en el destino entre otros.)
- **Centros de capacitación, formación y actualización permanente** accesibles en el destino.

i) Propuestas de mejora continua de formación

Propuestas para la mejora de la formación académica en universidades

- Formación por competencias (especialmente para el saber hacer y saber ser y actitudinales como la flexibilidad, adaptación y resolución de problemas).
- Formación en planificación y administración.
- Formación en contabilidad, finanzas, planes de negocios y nuevas tendencias del marketing y Tics.
- Idioma inglés permanente y un tercer idioma.
- Formación en gastronomía.
- Formación en sistemas de reservas en hoteles.

Propuestas de formación permanente para los profesionales en Turismo en la provincia de Misiones.

- ✓ Entrenamiento en idioma inglés y aprendizaje de otros idiomas como el mandarín, portugués, francés, guaraní, etc.
- ✓ Cursos de capacitación en diferentes temáticas:
 - Recursos Humanos.
 - Gestión de pymes.
 - Cómo emprender un negocio con éxito.
 - Consultorías a diferentes empresas.
 - En diferentes idiomas solicitados en el mercado.
 - Atención al turista.
 - Comercialización y comunicación para el turismo.
 - Ecoturismo o Turismo Ecológico.
 - En espacios protegidos para su desarrollo turístico, las posibilidades que presentan desde el punto de vista del aprovechamiento turístico.
 - Normas IRAM y Sistemas de calidad de establecimientos turísticos y calidad de atención al turista.

Para los guías de turismo en particular

- Talleres de Liderazgo y manejo de grupos.
- Talleres de oratoria.
- Talleres con diversas actividades: observación de aves de flora, relacionados con las artes (historias propias de los municipios, Monumentos, Jesuítico - Guaraní, mitos y leyendas, nombres relacionados con la historia de Misiones).
- Actividades Físicas de Turismo Activo en la Naturaleza.

Para los Licenciados en turismo en particular

- Talleres de emprendedurismo y cursos de Gestión de proyectos.
- Gestión de Destinos Turísticos y formar al profesional como especialista en destinos turísticos.
- Planificación y ordenamiento territorial.
- Especialización en docencia, lo cual habilita a los profesionales en turismo a ocupar puestos docentes tanto en el nivel medio y superior. Actualmente las horas son cubiertas por docentes con muy poca formación en turismo.

- Especialización y/o pos títulos referido a temáticas novedosas como el marketing personalizado, TICs (turismo 2.0 y 3.0).
- Capacitación para acceder a créditos para pequeñas y medianas empresas y, de este modo, las mipymes puedan acceder a financiamiento para sus actividades empresariales, productivas, profesionales o comerciales.
- Capacitación en Economía, contabilidad, finanzas y control de gestión.

J) Conclusiones.

Finalizada la investigación y habiendo alcanzado los objetivos propuestos en la misma se destacan las siguientes conclusiones:

Los alumnos avanzados de las carreras de Guía y Licenciatura en turismo consideran fácil a relativamente fácil su inserción laboral, aunque reconocen falencias de formación en áreas específicas. Los alumnos de Guía de turismo destacan como falencias formación en oratoria, interpretación de flora y fauna, idiomas, entre otros aspectos y los alumnos de Licenciatura consideran tener falencias en administración, en el saber hacer y en tomar decisiones. Muy pocos alumnos han realizado prácticas pre profesionales y muchos desconocen cómo es el mercado laboral.

En cuanto a los Licenciados y Guías graduados, éstos consideran que ha sido de fácil a relativamente fácil su inserción laboral en el ámbito turístico, pero responden además que los puestos alcanzados no han sido siempre los buscados y que no hay mucha movilidad laboral ascendente, si hay rotación y cambio de empleados entre empresas, generando desempleos friccionales con cierta frecuencia.

Se destacan una serie de factores endógenos y exógenos que condicionan el mercado turístico, evidenciándose especialmente en el momento de des - encuentro entre lo que busca la oferta (empresarios) y lo que pueden ofrecer en cuanto a habilidades, conocimientos y pretensiones salariales los profesionales en turismo que buscan trabajo.

La mayor parte de los profesionales en turismo desconoce que es la formación por competencias. Los que saben de su contenido consideran que en su formación universitaria han recibido formación por competencias genéricas, pero no las específicas de la carrera que implican el "saber hacer" y el "saber ser " profesional.

Los empresarios en turismo valoran a los profesionales en turismo aunque para ciertas áreas gerenciales consideran más preparados profesionales de las ciencias económicas o personas con formación técnicas en puestos de menor jerarquía.

Los graduados universitarios en turismo destacan para ser emprendedores deben tener ciertas condiciones de aptitud económica (capital) pero también de formación (conocer el mercado turístico) y de actitud (aversión al riesgo, saber tomar decisiones y tener buenas ideas de negocios)

Acorde al Índice de Demanda Laboral Turística (IDLt) se observa que el año 2012 ha sido menos positivo que el año anterior en materia de pedidos de trabajo publicados en el diario de mayor circulación provincial. Además pone en evidencia la época de mayor solicitud de empleos que coincide con la temporada alta del turismo en la provincia (meses de junio y julio).

Acorde a Adela Mariscal (citando en Saenz) quien sostenía que el mercado laboral del turismo se caracteriza por los indicadores de inestabilidad, la estacionalidad, la movilidad y la feminización, en la provincia de Misiones se evidencian claramente los mismos, originados en la gran dinamicidad y flexibilidad del sector turístico, condicionado no solo por las nuevas inversiones - especialmente foráneas- y las nuevas modalidades de turismo que los visitantes practican, así como los cambios generados por las nuevas tecnologías en un mundo globalizado.

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

Finalmente, se han planteado una serie de propuestas para la formación permanente de los graduados Guías y Licenciados en turismo, orientados básicamente a cubrir deficiencias detectadas por parte de los empresarios y por los propios profesionales y generadas a partir de las nuevas tendencias del mercado turístico.

Como continuidad de este proyecto de investigación, el equipo de investigación se propone hacer una investigación enfocada concretamente sobre la percepción de la profesionalización de los graduados Licenciados y Guías de turismo, y dentro de las empresas turísticas de Posadas y de Puerto Iguazú, considerando a la profesionalización no solo como aquella condición de que la persona posee un título universitario, sino además de contar con actitud, habilidades y desempeño de nivel en un mercado laboral dinámico y cada vez más exigente.

Bibliografía consultada y otras fuentes

- ARGÜELLES**, Antonio (1996). Competencia laboral y Educación basada en normas de competencia. Editorial Limusa.
- BAUMAN**, Zygmund (1998): La Globalización: Consecuencias Humanas. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- BECK**, Ulrich (2008): Que es la globalización. Paidós Buenos Aires.
- BIGNE**, Enrique (2000): Marketing de destinos turísticos. Esic. ISBN: 84-7356-262-3.
- CAPECE**, Gustavo (2007): Turismo, la esencia del negocio. Cengage Learning. Buenos Aires
- CARDOZO**, Alejandro (2008): Pymes, intuición o método.
- DE LA GARZA**, Enrique, e.a. (1998): Ciencia económica. Siglo Veintiuno editores. México.
- DEUSTO-GRONINGEN**: (2007): Proyecto Tuning América Latina. Bilbao.
- DIECKOW**, Liliana (2010): La problemática económica del turismo. Un abordaje teórico, aplicado y práctico. Editorial Universitaria. Posadas.
- FERRUCCI**, Ricardo (1997): Instrumental para el estudio de la economía Argentina. Macchi, Buenos Aires
- FIGUEROLA**, Manuel (1990): Teoría económica del turismo. Alianza Universidad Textos. Madrid.
- FLETCHER**, Shirley (2001). Diseño de capacitación basado en competencias. Editorial Panorama.
- GANDUR**, Antonio (1999): Microeconomía al alcance de todos. Macchi, Buenos Aires.
- GARCÍA MANJÓN**, Juan Vicente, Pérez López, María del Carmen (2008). El Grado en Turismo: Análisis de las competencias Profesionales. Cuadernos de Turismo – Enero – Junio, número 021. Universidad de Murcia, España.
- GRISOLÍA**, J. (2004). Guía de Estudio Laboral, Editorial Estudio.
- ICE** (2008): Competencias genéricas y transversales de los titulados universitarios. ICE de la Universidad de Zaragoza.
- HUÉ GARCÍA**, Carlos (2007): Pensamiento emocional. Un método para el desarrollo de la autoestima y el liderazgo, Mira Editores, Zaragoza.
- HUERTA AMEZOLA**, Jesús; Pérez García, Irma y Castellanos Castellanos, Ana (2000): "Desarrollo curricular por competencias profesionales integrales". Revista digital Educar, 13/2000. Ed. Secretaría de Educación – Gobierno de Jalisco, en <http://educar.jalisco.gob.mx/13/13Huerta.html> [consulta: 06/03/2013].
- MATHIESON**, A.; WALL, G. (1982): Tourism economic, physical and social impacts. Longman, Harlow.
- MEYER KRUMHOLZ**, Daniel (2004): Economía turística en América Latina y el Caribe. Universidad Externado de Colombia. Colombia.
- MOCHON MORCILLO**, Francisco (2004): Economía y Turismo. Mc Graw Hill. Buenos Aires
- MOLINA**, Sergio (1991): Conceptualización del turismo. Lumisa. México.
- NEFFA**, Julio, e. a. (2000): Actividad, empleo y desempleo. Conceptos y definiciones. Asociación Trabajo y Sociedad. Argentina.
- PARKIN**, Michael (1995): Microeconomía. Addison Wesley- Iberoamericana, Delaware.
- PEREZ ENRRY**, Daniel (2000): Economía. En el pensamiento, la realidad y la acción. Casos y aplicaciones. Macchi. Buenos Aires.
- 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
- POON**, Aulina (1998): Competitive strategies for a new tourism, en Progress in Tourism: Recreation and Hospitality Management. Vol. 1, Bethaven Press, London.
- PROYECTO TUNING** Informe Final - América Latina 2004-2007 (2007): Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Bilbao: Universidad de Deusto.
- SAENZ**, Antonia; e.a. (2006): Estructura económica del turismo. Síntesis. España.
- SAMUELSON**, Paul (1971): Curso de economía moderna. Mc Graw Hill, Madrid.
- SAMUELSON**, Paul (2004): Economía. Mc Graw Hill. Buenos Aires.
- SCHIEL**, E. O. (2010). Guía Práctica: Remuneraciones, Liquidaciones finales, Indemnizaciones laborales. Aplicación Tributaria,
- SOULE**, George (1982): Ideas de los grandes economistas. Buenos Aires.
- UEALC** Informe Final del Proyecto 6X4 Unión Europea, América Latina y El Caribe - (2008): Propuestas y acciones universitarias para la transformación de la educación superior en América Latina. Bogotá: Asociación Colombiana de Universidades - ASCUN.
- URRY**, John (2004): La mirada del turista. Universidad San Martín de Porres, Lima.
- VALLS**, Joseph (2003): Las claves del mercado turístico. Deusto. España.
- VAN-DER HOFSTAN**, R. y Gómez Gras, J. M. (2006) Competencias y habilidades profesionales para universitarios. Editorial Díaz de Santos, Madrid.

Otras fuentes

- 📖 Andueza, Julieta (2012). Directora de las carreras de Guía y Licenciatura en Turismo. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Misiones.
- 📖 Posdeley, Jorge (2012). Director de la carrera de Licenciatura en Turismo y Hotelería. Universidad Gastón Dachary.
- 📖 Alvez, Mauricio (2012) Presidente del Colegio de Profesionales en Turismo de Misiones. Posadas. Misiones.
- 📖 Brajkovic, Eduardo (2012). Presidente de la Camara de turismo de Misiones
- 📖 Encuestas a alumnos avanzados de lic en turismo y guais de la UNaM y UGD
- 📖 Encuestas a graduados matriculados en el Colegio de profesionales en turismo
- 📖 Diario *el Territorio* desde enero 2011 a diciembre de 2012
- 📖 Ministerio de turismo de Misiones. Empadronamiento 2012 de hoteles en Misiones.
- 📖 Padrón de Matriculados del Colegio de profesionales en turismo de Misiones

Firma Director de Proyecto

Aclaración:.....

Fecha de presentación del Informe de Avance – Final.....

Presentar 1 (una) copia en papel y acompañar en soporte digital incluyendo los Anexos.