XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2023.

La relación formación-empleo en el Turismo mendocino.

Marta Panaia.

Cita:

Marta Panaia (2023). *La relación formación-empleo en el Turismo mendocino. XV Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: https://www.aacademica.org/000-025/811

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto*. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: https://www.aacademica.org*.



Eje 6: Cultura, significación, comunicación, identidades

La relación formación-empleo en el Turismo mendocino.

Marta Panaia

CONICET-UBA

ptrabajo@yahoo.com.ar

Palabras clave: Formación; Empleo; Circuitos; Mendoza; Vitivinicultura.

1.Introducción

Según el Ministerio de Medio Ambiente, la superficie cultivada con vid a nivel mundial ronda los 7,6 millones de ha3, Argentina ocupa cerca del 3,03 %. Esta superficie está distribuida en distintas provincias de Argentina: Mendoza con 158.585 ha cultivadas (70,81 %), San Juan con 47.533 ha (21,23 %), La Rioja con 7.428 ha (3,32 %), Salta con 3.245 ha (1,45%), Catamarca con 2.697 ha (1,20 %), Neuquén y Río Negro con 3.413 ha (1,52 %), y algunas otras provincias que revisten menor importancia, por tratarse de pequeñas superficies (0,47 %) (INV, 2017). La vitivinicultura en Argentina tiene ventajas comparativas con respecto a otras regiones vitivinícolas del mundo dadas principalmente por el alto potencial productivo y cualitativo de los ambientes donde se desarrolla. La cordillera de los Andes y el desierto que rodea a las áreas de cultivo, brindan una barrera natural frente a plagas y enfermedades, favoreciendo condiciones de alta sanidad (MINMA, 2018).

La Provincia de Mendoza (Argentina) se considera un Circuito turístico en formación, que tiene una construcción desde 2007, con el asesoramiento y acompañamiento de la Junta de Andalucía y la Provincia de Málaga (España), instrumentado y financiado a través del Consejo Federal de Inversiones.[1]Esto significa que, en la provincia, desde hace quince años, está vigente la planificación estratégica, la participación de todos los actores sociales y la evaluación externa de resultados. Sin entrar aquí en detalles sobre

[1] Para su desarrollo se ha contado con la Dirección Técnica de la Sociedad de Planificación y Desarrollo (SOPDE), que ha trabajado con la Secretaría de Turismo de Mendoza. Cf. TURPLAN II-2007-2011.Pcia de Mendoza.

el Plan, solamente se destaca que, en este período, hay una visión de planificación estratégica que se encara a nivel del país, de la provincia y del Ministerio de Turismo de la Provincia de Mendoza que construye sinergias importantes que se pueden observar en el funcionamiento del turismo de la Provincia.

Según el Diccionario Breve de Turismo (2009) los *circuitos turísticos* son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio. Existen distintas fases en la conformación de un circuito algunas de las cuales todavía están en construcción en el caso de Mendoza o no tienen total seguridad y eficiencia.

En este caso se toma en cuenta, entre otros productos turísticos, las rutas alimentarias, porque la investigación está circunscripta a la Ciudad de Mendoza y Gran Mendoza (2008-2011) y son ellas las que favorecen la aparición de un tipo especial de hoteles y resort. Las rutas alimentarias argentinas entendidas como un itinerario, que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina tradicional y de otras expresiones de la identidad cultural, tienen su origen en 1999 cuando la Secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, se propuso desarrollar el programa denominado las Rutas Alimentarias, utilizando al turismo para dar a conocer, los productos que se elaboran en el interior del país. Luego el TURPLAN I y II otorgan un tratamiento estratégico al impulso inicial (Bocchicchio,2009). La provincia bajo estudio, tiene en funcionamiento dentro de las rutas alimentarias, la ruta de las huellas caprinas, la ruta de los olivares y la ruta del vino, como figuras de ordenamiento territorial, asociados a centros turísticos de estadía, que consisten en nucleamientos de atributos que en forma espontánea u obedeciendo a una relación planificada están rodeados de una concentración de infraestructura y servicios que abastecen las necesidades turísticas (Bocchicchio,2009).

Según Aguilera (2007) la Ruta Turística tiene por función la promoción de un área facilitando el encuentro entre el visitante y el medio, con libertad de movimiento Se puede comercializar organizar a modo de paquete turístico o pueden ser paseos o

senderos temáticos, pueden abordar diferentes temáticas y cuando una ruta incluye la prestación de servicios turísticos pasa a convertirse en un paquete turístico.

El enoturismo cumple el rol de dar a conocer la cultura del vino mostrando la actividad vitivinícola en el medio rural, y ofreciendo al territorio como un todo (cultura paisaje y servicios). A pesar de que este tipo de turismo es un objeto de estudio con creciente atención por parte de los investigadores de diferentes países de mundo, aún existen muchas posibilidades de estudios significativos sobre la dinámica existente entre la industria vitivinícola y el servicio turístico, que para nuestro país no han sido realizados todavía. (MINMA, 2018)**.**

Para tener una idea de la importancia del enoturismo, durante el año 2006 y el 2007, según datos de la Comisión Nacional de Turismo de Bodegas Argentinas indican que, durante el 2007, 1.100.000 personas recorrieron los denominados *Caminos del Vino de la Argentina*, teniendo un crecimiento del 118% con respecto al año anterior, una cifra considerablemente mayor que el crecimiento del total de turistas que visitaron la Argentina durante el 2007 (21%).En 2018 más de 200 bodegas integran el circuito de enoturismo, distribuidas en 9 provincias vitivinícolas Desde Mendoza a la Patagonia, crece el turismo del vino.

En Mendoza, de acuerdo con la misma fuente: 96 Bodegas, se abren al turismo, 85 de ellas reciben visitas con horario fijo y disponen de personal permanente para la atención al turista y 45 ofrecen material de promoción (*merchandising*). Durante el 2007, las visitas de turistas extranjeros a bodegas se incrementaron en un 11% y esto refleja el posicionamiento que está teniendo los *Caminos del vino* en nuestro País. De esta manera, se da inicio en el país al –en el caso de la industria vitivinícola- lo que se conoce como enoturismo o turismo del Vino, que es una de las variantes de productos turísticos de Mendoza. Los turistas argentinos son principalmente de: Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe y La Pampa. Los visitantes internacionales corresponden a los siguientes países: Brasil, Estados Unidos, México, Chile e Inglaterra (en ese orden). (Bocchicchio,2009).

La provincia de Mendoza ubicada en la zona central –oeste del territorio nacional, forma parte de las provincias cuyanas y está dividida en cinco zonas turísticas, pero a los efectos de esta ponencia, se analizan los datos de la zona 2[2]. Por las características de

[2] Por razones de espacio solo se presenta la zona 2: La zona 1 es la Zona turística Norte o Montañas y Travesías (Lavalle); La 2. **Zona turística Gran Mendoza o Metrópolis del Vino;** la

las zonas seleccionadas, es importante observar el *turismo cultural*, de *Congresos y exposiciones* , que queda fuera de los límites de este trabajo y todo relacionados con los *circuitos del vino y del olivo* con una estacionalidad anual, en el que está centrado este trabajo.[3]

El trabajo de campo del estudio[4] abarca la ciudad Capital y las siguientes ciudades del Gran Mendoza: Guaymallén, Luján de Cuyo, Godoy Cruz, Maipú, Las Heras, y se realiza en el marco del Convenio FCS-UBA- Mintur (2008-2011).

Sintéticamente[5] Mendoza y el Gran Mendoza se caracteriza por ser una de las grandes *Metrópolis del Vino*, elegida en el año 2005, como una de las 8 *Capitales del Vino* a nivel mundial. Vale aclarar que Mendoza es la principal provincia productora de vino del país. De esta forma el *turismo del vino*, como derivado especial del turismo rural, cobra cada vez más fuerza en la provincia y en la Capital con el desarrollo de servicios complementarios al turismo, como hospedajes y restaurantes en Bodegas, la selección de bodegas como escenario para la realización de eventos culturales, tendencia a construir circuitos turísticos atractivos para la atención del turista.[6] Esto impulsa otros productos turísticos que se ven favorecidos por los escenarios del vino, como la realización de *eventos y convenciones*, y el *turismo cultural,* relacionado con la cultura del vino y del olivo, pero también con una importante corriente artística, puesta en marcha por las industrias culturales mendocinas[7].

2.Zona Turística Este o Valle Central; la zona 4 Zona Turística Centro o Valle de Uco; y la zona 5 Zona Turística Sur o Mendosur.

3. Programa de Consolidación del Enoturismo, en manos de Bodegas Argentinas financiado por BID-FOMIN, Cf. TURIPLAN II, 2007-2011.

4 El campo se realizó en la ciudad capital y en los barrios circundantes en el mes de marzo de 2009.

5 TURIPLAN II, 2007-2011.Durante el trabajo se campo se tomó contactó con el equipo de consultores que diseñó e implementa el Plan de Desarrollo Turístico de Mendoza 2007- 2011 (TURPLAN II). Este programa, que cuenta con financiamiento externo, señala entre las debilidades del sector la necesidad de un mayor compromiso que mejore la calificación de los empleados y propone emprender actividades de capacitación como elemento decisivo en la conformación del valor agregado de la zona.

6 Zamora y Barril, 2007

7 Mendoza cuenta con 14 áreas naturales protegidas bajo la dirección de Recursos Naturales Renovables, cuenta con dos Parques Provinciales el Aconcagua y el Tupungato y el Ñancuñán que es administrado por la Nación a través del Instituto Argentino de Investigaciones en Zonas Áridas (IADIZA).
Todas las áreas protegidas cuentan, con un sistema de Guarda-parques capacitados y que realizan las visitas guiadas dentro de las mismas, además de vigilar esos espacios.

Los circuitos del vino son de gran importancia y también el turismo naturaleza, salud y aventura. La Fiesta de la Vendimia, Semana Santa, El acceso al Aconcagua, los recorridos sanmartinianos, constituyen los paquetes más demandados. Su Red de Museos, las actividades culturales y estéticas y la Fiesta de la Vendimia que constituye una herramienta importante para la difusión de los circuitos del vino. Los circuitos vitivinícolas incluyen diversas actividades, entre ellas recorrer viñedos en bicicleta, picnics en jardines, participar de la cosecha de la uva, elaboración de vino y de la poda de las vides. También se puede realizar catas de vino y disfrutar de la mejor vista con espacios para organizar eventos, casamientos o encuentros con amigos. Además, las bodegas preparadas para el turismo brindan la posibilidad de almorzar o cenar en ellas con una degustación de distintos vinos y maridajes con entradas, vegetales, carnes y postres, donde se combina el paisaje con los sabores de la gastronomía típica del lugar y los vinos recomendados por los enólogos que deleitan a los visitantes con sus saberes sobre la cultura del vino.

Hoy en día estas iniciativas adquieren una nueva importancia en el marco de la pandemia del Covid-19, que actualiza la necesidad de volcarse al turismo rural y el impulso que este tipo de turismo proporciona al desarrollo regional. Con este motivo conviene retomar estos estudios con miras a analizar su punto de partida, su evolución y las transformaciones que debe afrontar.

En el caso de la Ciudad de Mendoza y Gran Mendoza se observa en este período, el peso del uso de Internet y la existencia de operadores que no funcionan en negocios a la vista, pero es difícil de evaluar la cantidad de actividad *en negro* u oculta de este tipo, ya que se requiere un tipo de instrumental específico, que no es el que se utiliza para este trabajo. En cambio, en la zona del Gran Mendoza, las situaciones son mucho más variadas, encontrándose zonas de perfecta conexión y zonas totalmente desprovistas de conexiones telefónicas o de Internet, con lo cual el mecanismo de las agencias o de otras instalaciones turísticas es totalmente externo a la zona o se maneja con mecanismos de la boca a boca, de los anuncios parroquiales o de las volanteadas.

La concentración de la actividad nodal del turismo (hoteles y agencias) en la zona céntrica de la ciudad es marcada y esto refuerza la hipótesis inicial de los enclaves dentro de la misma, ya que hay zonas, no demasiado alejadas que carecen totalmente de este servicio. Esto también alimenta los operadores ocultos que hacen el servicio por Internet y, además, sobre todo en la población joven que tiene un mayor conocimiento de la informática, la resolución de contrataciones por vía individual es más frecuente.

Se considera que el dinamismo del sector permite la renovación de las actividades económicas relacionadas con el turismo, el cual impacta positivamente en la generación de empleo y en el incremento de ingresos e inversiones. Por ese motivo, el turismo está muy relacionado con el crecimiento económico en la provincia y esto adquiere más resonancia a partir de las tendencias del *turismo de proximidad* que se perfila como la alternativa más viable a partir de la situación de pandemia. Por otro lado, es un mecanismo eficaz de distribución de la riqueza, pues permite la generación de empleos en zonas deprimidas que poseen importantes atractivos turísticos en algunos casos todavía no aprovechados para tal fin.

Dentro de las limitaciones de la provincia para el turismo, se observan las deficiencias de infraestructura, que están contemplados en los Planes de integración MERCOSUR. Para la parte turística, son importantes todos los tramos vinculados con la ruta 40, que fundamentalmente facilitan la conectividad con Chile. Algunas rutas son de transito simultáneo de micros turísticos y camiones de transporte de productos comercializados en el MERCOSUR y esto genera riesgos adicionales para los turistas, y limitaciones en el aprovechamiento de los paquetes vinculados con el acceso a las playas chilenas.

En el marco del desarrollo del turismo para impulsar el desarrollo regional y la importancia de las instituciones formadoras para transformar el desarrollo turístico, en esta ponencia se presentan las características de las instituciones de formación terciaria y universitaria y los graduados de las ofertas de formación, que se consideran un elemento estratégico para lograr la conformación del circuito y mejorar la *perfomance* de la región.

En este sentido, el rol de la universidad y de las instituciones formadoras terciarias puede poner en marcha un proceso de desarrollo participativo, en la medida que puede definir propuestas de acción colectiva. Para ello se requiere, *por un lado*, el conocimiento científico de los especialistas y los conocimientos y sabes prácticos de los actores sociales. Esto en el marco de un proceso general de transición del sector turístico nacional, hacia una etapa de mayor profesionalización, pero todavía en un período pre-fordista y con alta precarización del empleo en el sector y donde el turismo receptivo proviene generalmente de países que ya han superado la etapa de profesionalización fordista y se encuentran cursando la segunda modernidad (Panaia,2021) pero que, *por otro lado*, se ve fuertemente afectado por la situación pandémica.

También hay que destacar que las características del turismo como mercado de trabajo de servicios, flexible, con fuertes aumentos de competitividad en los mercados turísticos internacionales más importantes, ha producido fuertes transformaciones en la demanda de calificaciones de los perfiles de técnicos y profesionales del área. Las llamadas "*competencias sociales del trabajo*" son consideradas el nuevo principio de valorización que las gerencias deben conocer y explotar para responder a los cánones de competitividad internacional que le otorga centralidad al cliente y su satisfacción se considera como la estrategia de diferenciación productiva. De hecho, la mayor complejidad de los lugares de trabajo modifica las demandas de formación, virando las demandas más profesionales a demandas más centradas en las competencias sociales y personales.

En este nuevo esquema de trabajo, se produce un nuevo concepto de cadena en la que cada trabajador se convierte en proveedor y a la vez en cliente de los demás, en la medida en que se valora no solamente lo que produce sino cómo lo produce y el clima que genera con su producción, para que el consumidor se encuentre cómodo y satisfecho con su servicio. Esto implica una transformación importante en el proceso de trabajo, que no vimos considerada como tal en las distintas instituciones educativas visitadas, porque implica el pasaje de calificaciones más específicas a competencias más amplias y generales y sobre todo un predominio de la polivalencia, cuando lo que parece primar en estas instituciones es todavía un privilegio de la profesionalización, que todavía no se cierra como etapa en nuestro país.

También es preciso señalar que en términos relativos la cantidad de jóvenes graduados de las Carreras de Turismo, en el período estudiado, es significativa y se reparte entre universidades públicas y privadas y tecnicaturas de buen nivel en ambas modalidades de gestión, pública y privada. La población aquí estudiada presenta altos niveles de ocupación, si bien en esta provincia las diferencias según género son bastante marcadas. El inicio de su actividad laboral, así como de las búsquedas de empleo se dan, de manera más intensa a partir del año 2003. Dado que la población tiene un perfil muy joven y en plena construcción, se indica la tendencia a combinar los estudios con el inicio de la inserción en el mercado de trabajo, aunque no se de en ámbitos vinculados a la profesión.

2. las Instituciones

Dentro de las instituciones entrevistadas de la provincia de Mendoza hay una fuerte presencia de universidades privadas en el dictado de carreras asociadas al hotelería, la

gastronomía y el turismo. El siguiente cuadro ofrece información detallada sobre la conformación de la oferta y del personal docente involucrado.

Diagrama Nº 1

Institutos educativos Mendoza Capital: carreras H, G y T				
Nombre	Localidad	Sector	T. Carrera	Títulos
Universidad Champagnat	Godoy Cruz	Privado	Grado / Tecnicatura	Licenciado en Turismo Guía de Turismo
Escuela Internacional de Turismo, Hotelería y Gastronomía. Ex Escuela de la Fundación Islas Malvinas	Mendoza Capital	Privado	Tecnicatura	Licenciado en Turismo Técnico Superior en Turismo Licenciado en Administración Hotelera Licenciado en Administración Gastronómica
Instituto de Enseñanza Superior del Atuel	San Rafael	Privado	Tecnicatura	Técnico Superior en Turismo Guía de Turismo
Universidad Tecnológica Nacional	Mendoza Capital	Estatal	Tecnicatura	Licenciado en Gestión de Empresas Turísticas Técnico en Gestión de Empresas Hoteleras Técnico en Gestión de Empresas Turísticas

Universidad de Congreso*	Mendoza Capital	Privado	Grado	Licenciado en Turismo
Universidad del Aconcagua	Mendoza Capital	Privado	Grado	Licenciado en Turismo Licenciado en Administración Gastronómica Licenciado en Administración Hotelera

Fuente:
Informe Final.

Convenio MINTUR-FCS-UBA (2008-2011)final [8]

Para tener presente las características de las Instituciones formadoras se hace una breve referencia a sus perfiles y orígenes:

1.*Universidad Champagnat*, dicta las Carreras de Licenciado en Turismo y Guía de Turismo y Coordinador de viajes (Título intermedio) y se encuentra ubicado en la ciudad de Mendoza (Capital de la provincia). Es una institución de gestión privada.

Es una institución confesional de los Hermanos Maristas**,** fundado en 1967. En el año 1971 el Instituto Superior Champagnat, se transforma en la Facultad de Ciencias Empresariales Marcelino Champagnat dependiente de la Universidad Católica de Cuyo y en 1991, la universidad se independiza creando la Facultad de Ciencias Empresariales. La universidad se sustenta en las disciplinas de las Ciencias Económicas e incorpora progresivamente carreras vinculadas a las Ciencias Humanas y Sociales. Actualmente ofrece 16 carreras de grado, diplomaturas intermedias y una Maestría en Informática.

[8] Se agradece la colaboración de M. E. San Martín en la confección de estos cuadros para el Informe final del MINTUR-FCS-UBA (2008-2011).

2. *Universidad del Aconcagua*, dicta las carreras de Licenciado en Turismo y Guía de Turismo y Coordinador de viajes (Título Intermedio) y está ubicada de Mendoza capital). Es una institución de gestión privada

Fue creada en 1965**,** junto con el Instituto Superior de la Empresa y el Instituto Superior de Psicología*.* Un año después se crean la Facultad de Ciencias Sociales *y* Administrativas y la Facultad de Psicología y una Facultad de Economía y Ciencias Comerciales que se agruparon bajo la denominación actual en el año 1967. Hoy en día, está formada por cuatro Facultades: Ciencias Sociales y Administrativas; Psicología; Ciencias Económicas y Jurídicas y Ciencias Médicas; una Escuela Superior de Lenguas Extranjeras y un colegio de nivel Secundario. Las carreras de gastronomía, hotelería y turismo corresponden a ciclos de complementación curricular para graduados en tecnicaturas, por lo cual sus ciclos son de tres semestres.

3.*Universidad Tecnológica Nacional – Regional Mendoza*, que dicta las carreras de Licenciado en Turismo y Guía de Turismo y Coordinador de viajes (título intermedio) y se encuentra ubicada en Mendoza, ciudad capital. Es una institución de gestión pública.

La Facultad Regional Mendoza es de las primeras regionales que integran la Universidad Tecnológica nacional cuando todavía era Facultad Obrera Nacional en el año 1953, junto con las Facultades Regionales de Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Santa Fe. Comenzó con 69 alumnos inscriptos en dos divisiones de primer año, para cursar tres especialidades: Construcciones de Obras, Construcciones Mecánicas e Instalaciones Eléctricas. Actualmente ofrece cinco ingenierías (Civil, Electromecánica, Electrónica, Química, en Sistemas de Información). También ofrece licenciaturas y posgrados. En materia de hotelería, gastronomía y turismo se ofrecen tres tecnicaturas.

4. Escuela Internacional de Turismo, Hotelería y gastronomía. Fundación ex Islas Malvinas, dicta las carreras de Licenciado en Turismo; Licenciado en Administración Hotelera y Licenciado en Administración Gastronómica. Se encuentra ubicada en la ciudad de Mendoza (capital)y es una institución de gestión privada.

La *Escuela* tiene reconocimiento y trayectoria en la provincia, pertenece a la Fundación Islas Malvinas. Han desarrollado áreas de investigación propias, un instituto de capacitación laboral y una agencia de viajes propia. Cuenta con un Museo Argentino de Turismo, un restaurante escuela y residencias educativas, además de cinco laboratorios

de gastronomía y convenios de pasantías con numerosos restaurantes y hoteles regionales.[9]

Una vez presentadas las instituciones vale la pena preguntarse cuál es la relación entre la universidad y el desarrollo local, máxime cuando se trata de una actividad como el turismo y la gastronomía, que tiene fuertes implicancias en las características de la región y particularmente en el desarrollo de la actividad turística.

Siguiendo a Coraggio (2009) la ventaja de la universidad en esta tarea de desarrollo es muy importante porque es una institución muy estable, pero su producto, los graduados que forme, tienen un largo período de maduración y también una promesa de ascenso social. Al mismo tiempo cada universidad tiene una cierta autonomía relativa, pero también forma parte de una red nacional e internacional de universidades y esto la vincula con la región y con el mundo. Casi ninguna institución universitaria está aislada del sistema científico, educativo y cultural. Es decir, que forma parte de una red de conocimiento y pensamiento universal que podríamos llamar global.

Esto quiere decir que, con la aparición de la masificación de la universidad y la aparición de la educación a distancia, se complejiza el concepto de vinculación local/regional y hay que poder encarar los efectos del desarrollo tanto a nivel de la sociedad local/regional como ámbito territorial o hábitat dentro del cual está la sede y donde pueden mantenerse relaciones de intercambio cara a cara con frecuencia cotidiana, pero también recibe los efectos de la comunicación a distancia y los movimientos de la sociedad global, los vínculos internacionales y los intercambios típicos que realizan las universidades en su proceso de conocimiento científico.

En general, lo que se observa es que las universidades están instaladas en poblaciones de alta densidad poblacional y, en este caso, esto se repite, con lo cual hay que tener presente que estas instituciones compiten por cantidad de alumnos y estilos de estudio, posgrados y títulos, especialmente cuando predominan las instituciones privadas, hay que esperar que la cooperación entre ellas es escasa.

En las últimas décadas, se pueden distinguir las universidades de *gestión pública* y las de *gestión privada*, como es el caso que se presenta en este estudio, pero también es importante marcar que existen las *universidades completas* y las *universidades parciales*. La parcialidad puede estar dada porque no cubren todos los campos disciplinares o porque no integran todas las funciones de formación, investigación,

[9] El Instituto de Enseñanza Superior “El Atuel” queda fuera del trabajo porque se encuentra situado en San Rafael.

servicios y generación de cultura. Según la información de Turiplan II (2007-2011) la situación de cada una de las universidades entrevistadas tiene una situación diferente y es destacable la Universidad Aconcagua y la Fundación Islas Malvinas que incluyen la función de investigación.

Cuadro No 1: Unidades Educativas según titulaciones y personal específico de turismo. Graduados –

Mendoza 2009

Unidad Educativa	Personal específico de turismo					
	Docentes		Jerárquicos		Administrativos	
	CT	ST	CT	ST	CT	ST
5 escuelas con orientación en turismo (10 materias)	50	-	-	-	-	-
20 escuelas con IFL-AST (8 materias)	160	-	-	-	-	-
3 escuelas con IFL-ASH (7 materias)	14	-	-	-	-	-
3 escuelas con IFL-ASH (7 materias)	66	44	15	-	6	41
Esc. Sup. De Turismo y Hotelería "Islas Malvinas"	6	40	1	-	-	-
Universidad Champagnat	10	2	1	1	-	-
Universidad de Congreso	9	11	.-	1	-	1
Universidad del Aconcagua	32	3	1	-	-	2
Total	347	100	18	2	6	44
	447		20		50	

Fuente: TURPLAN II 2007/2011

(Se agradece la colaboración de M. E. San Martín en la confección de estos cuadros para el Informe final del MINTUR-FCS-UBA (2008-2011).

IFL: Itinerario Formativo Laboral

AST: Auxiliar en Servicios Turísticos

ASH: Auxiliar en Servicios Hoteleros

CT: Con Titulaciones en Hotelería o Turismo

ST: Sin Titulaciones en Hotelería o Turismo.

En el caso de las universidades privadas (algunas muy poderosas e internacionales) tensionan desde afuera de la estructura universitaria las tendencias a la mercantilización de la Educación Superior, así como la investigación y los servicios. También es posible y, la pandemia lo ha demostrado, la aparición de una universidad de la segunda modernidad, como una gran empresa productora de software, con comunicación multimedia, sin identidad histórica y donde científicos y profesores enseñen por su cuenta. Dado que todo esto es posible y puede coexistir en un mismo tiempo, hay pensar la relación entre la universidad y el desarrollo, en este caso turístico y esto implica conocer con qué tipo de universidad se trabaja, cuál es la relación con los actores políticos y sociales y qué perfiles profesionales producen. Esto quiere decir que es una época de profundas transformaciones para la universidad de países como la Argentina y que todo vínculo con ellas hay que encuadrarlo en una etapa de transición en el que ellas mismas están incluidas.

3. El contenido de la formación y el perfil de los graduados del período[10]

El proceso de profesionalización se realiza durante el ejercicio profesional, pero desde la formación existen saberes propios de la especialidad turística y gastronómica, que comprende asignaturas específicas y que contemplan la futura inserción de estos graduados de manera de facilitar también la reproducción del campo profesional. En el caso de la provincia de Mendoza se incluye el turismo aventura, el turismo rural y el turismo del vino como espacios de mercado en consolidación y crecimiento.

El análisis de los planes de estudio de las carreras en Turismo, a nivel terciario y universitario relevadas en la zona II de la provincia de Mendoza , se observan áreas de conocimientos generales de base y competencias para desarrollar el perfil profesional

[10] Se toma como referencia para este parágrafo, el informe sobre Mendoza de San Martín, M.E. incluido en el informe final del Convenio Mintur-FCS-UBA, (2008-2011), que abarcó 10 provincias argentinas.

del graduado[11].Ambas muestran dificultades interdisciplinarias para integrar los conocimientos propios de la gestión con la planificación turística. Se incorporan conocimientos básicos sobre la región, pero en el nivel de la formación de grado no se observa una profundización en competencias que permitan valorizar los destinos turísticos de la provincia.

En el caso específico de las carreras de hotelería y gastronomía, no aparece para esta fecha ninguna asignatura que refuerce un perfil regional en la formación. De esto quedó constancia en el Informe TURPLAN 2007 – 2011 donde se destaca entre las debilidades del sector gastronómico de Mendoza la escasa oferta de establecimientos especializados en comidas típicas de la provincia, la no comercialización de circuitos gastronómicos y el hecho que los roles laborales no incluidos en la educación formal presentan escasa capacitación, la definición de competencias requeridas, que suelen tener un carácter ambiguo y muy abarcativo [12].

La base de conocimientos digitales, tan crítico a partir de la pandemia, pero no menos importantes en el período previo para mantener una comunicación de tipo internacional con las universidades de la especialidad a nivel global, tiene en la provincia de Mendoza, de acuerdo a las respuestas de las instituciones entrevistadas un acceso de un 40%.En el caso de las instituciones educativas mendocinas, el mayor grado de actualización tecnológica lo desarrollan las dos universidades privadas, de todos modos, no incursionan en el dictado de carreras a distancia sino en brindar herramientas de gestión curricular y académica que facilite la labor de estudiantes y docentes.

El perfil de los graduados del período[13] muestra una población predominantemente joven, femenina y con altos niveles de ocupación: el 76% de los entrevistados tiene entre 20 y 30 años de edad de los cuales el 69,6% son mujeres. Por su parte casi la totalidad de los varones tienen algún tipo de empleo y cerca del 80% de sus pares femeninos también, aunque aún no se analice la calidad de los mismos. Al inicio de la carrera la abrumadora mayoría es soltero/a, pero en el caso de Mendoza el pasaje a la vida

[11] Se incluyen entre los conocimientos formales: Gestión empresarial; Técnica; Cultural; y dentro de las competencias: Idiomas; Ética; Competencias actitudinales.
[12] TURPLAN 2007 – 2011. Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza. Pags. 183 y 184. Ministerio de Turismo y Cultura, Gobierno de Mendoza.
[13] El relevamiento de campo se hace en marzo de 2009, se relevaron 92 graduados y se utilizaron formularios retrospectivos y entrevistas biográficas, lo que permiten abarcar un período de formación más amplia y esto se confronta con la formación de los ocupantes de cargos claves del sector, como para poder proyectar las transformaciones en ciernes. (Convenio Mintur-FCS-UBA 2008-2011).

conyugal es muy alto al egreso de su formación. Más del 80% de los graduados no han sido padres / madres aún al momento del trabajo de campo y se mantiene la tendencia a que los profesionales formen unidades conyugales con personas de un nivel de instrucción similar al propio, el 76,7% tiene parejas que al menos alcanzaron el nivel terciario completo y la totalidad de los mismos tiene una inserción en el mercado de trabajo. Respecto de la condición socio educativa de origen de los entrevistados, una vez más se señala el proceso de ascenso educativo inter generacional que se ha dado a partir del mayor acceso y la masificación de la educación superior.

Cerca del 50% de los padres y madres de los graduados/as no tienen estudios terciarios completos, particularmente son las madres quienes menor acceso han tenido a la formación universitaria. La proporción de padres que habían alcanzado el nivel de secundario completo llegaba al 70%, lo que muestra una mayor movilidad intergeneracional en estas grandes metrópolis. Los graduados provienen de sectores medios, donde las profesiones liberales, universitarias o no y las actividades por cuenta propia son predominantes. El 50% de los padres y el 45,7% de las madres se desempeñan en estos sectores. De los 92 graduados entrevistados, la mayoría provienen de instituciones universitarias, siendo la de mayor importancia la tecnicatura ofrecida por la Regional Mendoza de la Universidad Tecnológica Nacional. La formación tiene características muy dispersas con gran variedad de títulos, pero la presencia de carreras asociadas al turismo es importante. Hay pocas interrupciones de carrera durante el período de formación de los graduados entrevistados y nunca superiores a un año. La mayoría de ellas por responsabilidades laborales o familiares, los acontecimientos de salud y la redacción de tesis.

Como una de las debilidades de la población se señala la limitada formación en idiomas y la falta casi completa de capacitación en conocimientos específicos de la región de manera independiente a la formación recibida en la carrera. Asimismo, es una población que escasamente continúa sus estudios hacia una segunda diplomatura o complementación curricular, ni se forma en el nivel de posgrado: Sólo el 6,5% realizó una segunda carrera y tan solo 2 de los 92 entrevistados cumplimentó estudios post – universitarios

4. Nivel de formación del personal en ejercicio

Las llamadas "*competencias sociales del trabajo*" son consideradas el nuevo principio de valorización que las gerencias deben conocer y explotar para responder a los

cánones de competitividad internacional que le otorga centralidad al cliente y su satisfacción se considera como la estrategia de diferenciación productiva. De hecho, la mayor complejidad de los lugares de trabajo modifica las demandas de formación, virando las demandas más profesionales a demandas más centradas en las competencias sociales y personales. El valor de estas competencias no es nuevo en el sector turístico, pero antes de la década del '90, estas tenían un valor implícito, el cambio de esa valoración para convertirse en una preocupación central se refleja sobre todo en las conductas de prevención de accidentes y enfermedades (Panaia,2021).

Por otra parte, el *trabajo directo*, sobre todo en hoteles y agencias, pero también en la enseñanza que se utiliza en las instituciones educativas, del sector no ha perdido centralidad, pero da paso con mucha importancia al *trabajo inmaterial.* Es decir, la propia tarea en estas áreas se ha reformulado por los cambios de los medios informáticos, las habilidades necesarias para utilizar estos nuevos medios informatizados son más sencillas para las generaciones más jóvenes y el tener acceso a ellos desde los primeros años de vida facilita para algunos futuros graduados, su comprensión y gestión. De esta manera estas formas de *trabajo inmaterial* se convierten en un bien económico que toma centralidad en la economía política del sector turístico, particularmente en las ciudades de alta complejidad (Castellanos Ortega, y Pedreño Cánovas, 2005).

En este esquema de trabajo, se produce un nuevo concepto de cadena en la que cada trabajador se convierte en proveedor y a la vez en cliente de los demás, en la medida en que se valora no solamente lo que produce sino cómo lo produce y el clima que genera con su producción, para que el consumidor se encuentre cómodo y satisfecho con su servicio. (Panaia,2021).

Sub sector de Hotelería

En el sector de Hotelería[14] el turismo en el marco de una sociedad como la nuestra, tiene que ver en primer lugar con la complejización y especialización de la división del trabajo, los procesos educativos y de conformación de puestos de trabajo sufrirán estas mismas características de complejización y especialización.

[14] No es el objeto de este trabajo, pero sería importante actualizar y modernizar la normativa del sector que en comparación con las pautas internacionales resulta restrictiva y poco adecuada a las pautas del turismo actual.

La distancia que existe entre el mercado educativo y el mercado de trabajo es significativa en esta provincia, y se traduce en constantes contradicciones. Un indicador de esta situación forma parte de las codificaciones de Puestos de trabajo (Código Nacional de ocupaciones CNO) que traduce y reproduce esta contradicción. En este sentido, la tarea de los organismos de Estado a seguir es dificultosa y debe ser constante, desde la construcción de un diálogo entre partes que implique la reconstrucción de nuevos paradigmas que se traduzcan en nuevos currículos educativas, nuevos procesos de educación formal para los ya incluidos en el mercado de trabajo, y la discusión posterior de nuevos clasificadores nacionales de puestos de trabajos para poder medir sub./ sobre educación por calificación con los parámetros que impone esta nueva división del trabajo.

Se tomaron cargos claves en distintos sectores para clasificar su nivel de formación específica. En el sector de hotelería el perfil de los Gerentes se puede describir como conformado por un 78.4% de ellos ejercen Gerencias Generales[15]; el 68.4% del total se encuentran Asociados a la entidad habiendo una relación entre régimen de tenencia y gerenciamiento; el 95% de ellos son de nacionalidad argentina; el 64.4% son hombres; el 50% de ellos están en el rango etario correspondiente a “30 a 49 años”. El 34,4% tiene estudios universitarios, el 34,4 % tiene secundaria completa; 23,3% tiene terciario no universitario, 2,8% tiene ‘primaria completa y 5 % no sabe no contesta. La distribución de los cargos por categoría, según su calificación en las 42 instituciones entrevistadas es la siguiente:

Cuadro 2: Distribución de la Calificación profesional de puestos requeridos y efectivizados. Hotelería-Mendoza

Distribucion de Calificacion profesional de puestos requeridos efectivizados		
	fa	fr
profesional	8	17,4
tecnico	3	6,5
operativo	15	32,6
no calificado	20	43,5
Total	46	100,0
SECTUR/UBA MENDOZA 2009		

Fuente: Convenio MINTUR-FCS-UBA 2008-2011

[15] Se entrevistaron 42 Gerencias en 2009. Bocchicchio, F. (2009) “Informe hotelería de Mendoza” en Panaia, M. (2011) Informe Final Convenio FCS-UBA-MINTUR (2008-2011)

La calificación de la tarea, describe los requerimientos del puesto de trabajo y no necesariamente las aptitudes de quienes los ocupan; no obstante, ello, existe una correlación empírica entre ambas dimensiones. Que no siempre se corresponde. A modo de ejemplo para mostrar la falta de correspondencia entre la calificación de la tarea y la calificación de la persona que ocupa el puesto describimos el siguiente cuadro.

Cuadro 3: Nivel educativo requerido para el puesto de trabajo según calificación profesional-Mendoza-Hotelería.

Nivel educativo requerido para el puesto de trabajo s/ calificación profesional									
Calificación profesional	NIVEL EDUCATIVO REQUERIDO PARA EL PUESTO								Total
	Primaria incompleta	Primaria completa	Secundaria incompleta	Secundaria Completa	Terciaria Incompleta	Terciaria Completa	Universitaria Incompleta	Universitaria Completa	
profesional			1	1		1		5	8
técnico				1		2			3
operativo				7	2	3	1	2	15
no calificado	1	2	2	11	2	2			20
Total	1	2	3	20	4	8	1	7	46
	Correspondencia entre calificación de la tarea y nivel de educación formal requerido								
	La calificación ocupacional es superior al nivel educativo formal requerido								
	La calificación ocupacional es inferior al nivel educativo formal requerido								
SECTUR/UBA MENDOZA 2009									

Fuente: Convenio MINTUR-FCS-UBA 2008-2011

Las casillas amarillas muestran claramente los niveles de subcalificación o sobre educación, entre la calificación de la tarea y la persona que la ocupa, que en este ejemplo implican un total de 17 de 46 puestos de trabajo en el hotelería entrevistada.

Si se hace referencia a puestos concretos se tomaron dos de los más numerosos y demandados para ejemplificar:

1. *Puesto de Mucama*: 10 de los 11 puestos entrevistados demandan educación superior a la requerida por el cargo, llegando hasta el nivel de Terciaria Incompleta.
2. *Puesto de recepcionista*: De los 14 puestos entrevistados ninguno tiene correspondencia entre calificación profesional y nivel educativo alcanzado formal. Llegando hasta Universitaria Completa.

Hay que tener en cuenta que ciertos cargos, a pesar de ser operativos requieren certificaciones para mejorar el desempeño, en este sector una de las certificaciones valiosas con que debe contar el personal es el manejo de idiomas, especialmente en zonas donde el visitante extranjero es recurrente.

Cuadro 4: Herramientas educativas no formales según Calificación profesional. Mendoza.Hotelería.

Calificación Profesional/ Herramientas educativas no formales				
Calificación profesional	MANEJOS DE IDIOMAS			Total
	SI	NO	INDISTINTO	
profesional	4	4		8
técnico		3		3
operativo	13	2		15
no calificado	6	12	2	20
Total	23	21	2	46
Calificación profesional	MANEJO DE HERRAMIENTAS INFORMATICAS			Total
	SI	NO	INDISTINTO	
profesional	5	3		8
técnico		3		3
operativo	12	1	2	15
no calificado	3	17		20
Total	20	24	2	46
SECTUR/UBA MENDOZA 2009				

Fuente: Convenio MINTUR-FCS-UBA 2008-2011

El cuadro 4 muestra el conocimiento de idiomas y el manejo de herramientas informáticas en los 46 casos entrevistados. Esto plantea indicios sobre dos mecanismos que pueden estar funcionando en el momento de la contratación o en el momento de la formación: *por un lado,* que no siempre las personas contratadas tienen la formación necesaria, y *por otro*, que la formación recibida no incluye con suficiente profundidad algunos conocimientos de suma importancia para el sector. Existe también en el sector de hotelería una *"demanda laboral insatisfecha"*[16] entendida como la ausencia de oferta idónea de trabajadores para responder a un requerimiento específico por parte de las empresas que actúa como demandante de sus servicios. Esto plantea una forma de

[16] Esta definición tiene similitud por la adoptada por el INDEC en sus encuestas sobre demanda laboral, pero se han agregado en el instrumento de recolección de datos, nuevos indicadores referentes específicos de la relación que se encuentra en estudio.

inadecuación entre la formación y el trabajo o por lo menos de un desconocimiento de las instituciones formadoras de las necesidades que plantean las demandas del sector.

Sub-sector de Agencias

Se entrevistaron 38 Agencias de la Región II. El 56,8% de los encargados son hombres y el 97,4% son empleados formales o en blanco. El nivel de estudios alcanzados por los encargados es medio, destacándose que un 34,2% tiene estudios universitarios completos, el 31,6% tiene estudios secundarios completos y un porcentaje significativo casi el 23,7%, tiene estudios terciarios. Aproximadamente, el 10,5% tiene estudios específicos sobre turismo. En muchos casos, sin embargo, la persona que tiene firma y lo gerencia no es el que está cotidianamente al frente del negocio, por eso aparecen en el perfil del Encargado muchos idóneos. Casi todos los *Encargados de Agencias* entrevistados estaban en regla, pero es significativo el personal sin titulación y con idóneos. En la mayoría de los casos se señalan deficiencias en el sistema de control y hay quejas por la competencia desleal, especialmente los operadores ocultos, que son los más difíciles de detectar. Se reclaman acciones de control más efectivo y mayor concientización para el público.

Una situación muy frecuente, aun en Agencias chicas, es la presencia de dos y tres Directores o Encargados, aunque a veces los empleados totales sean menos de cinco. Esto se debe que, dentro de la estrategia de supervivencia del Negocio, para financiar su funcionamiento se necesitan dos personas, a que una tiene el capital y la otra pone el trabajo o que una pone el título y otra el trabajo o la cantidad de horas y/o resuelve la cuestión administrativa. Hay situaciones variadas con respecto a esta situación, a todas luces poco económica para el sostenimiento del negocio. El 56,8% de los encargados son hombres y el 97,4% son empleados formales o en blanco. El nivel de estudios alcanzados por los encargados es medio, destacándose que un 34,2% tiene estudios universitarios completos, el 31,6% tiene estudios secundarios completos y un porcentaje significativo casi el 23,7%, tiene estudios terciarios. Aproximadamente el 10,5% tiene estudios específicos sobre turismo.

Predomina la empresa pequeña y familiar, de baja estructura formal y de perfil de formación medio, generalmente alrededor de algún graduado de Turismo o profesional que instala la empresa. Las grandes estructuras administrativas son inexistentes y cuando existen tienen una mayor complejidad de la tarea y sobre todo un volumen de actividad mucho mayor que estas empresas familiares. El 79,4% son empresas de

menos de 5 empleados, el 13,2% de hasta 10 empleados y solo el 7,4% alcanza los 25 empleados que, en proporción a las Agencias del país, se pueden considerar dentro de las de tamaño mediano. Esta dimensión pequeña está basada en la superposición de funciones sobre todo entre personal directivo y administrativo y entre personal de recepción y personal de ventas. Los idiomas más demandados al personal, además de un buen uso del idioma español, son el inglés y el portugués. Otro fenómeno muy generalizado es la tercerización y la falta de controles para evitar los operadores "truchos".

Se demanda especialmente personal profesional, 56,7% y técnico 33,8% y cuentan con pocos guías propios 11,8% y casi el 66% hace la contratación por la vía de conocidos y amigos.

A pesar de que está muy generalizado el sistema de pasantes y becarios universitarios, no se encontró demasiado personal en estos rubros. En cambio, son más frecuente los estudiantes de carreras turísticas que trabajan "*en negro*" y que a la hora de ser declarados no figuran ni como becarios ni como pasantes, porque no han entrado por este sistema legal, sino por contrataciones directamente "*en negro*". Aunque sea difícil de contabilizar, la presencia de escritorios ocupados por personal que no figura en ninguna categoría y que el propio Encargado niega como personal, es un indicador del mismo. El 63,2% del personal trabaja entre 5 y 8 horas diarias, es la frecuencia mayor, el 30,9% trabaja entre 9 y 13hs diarias. Esto es un porcentaje muy alto, con lo cual es muy posible que sean familiares o dueños que cumplen un horario muy extendido, de ahí el carácter familiar que mantienen estos negocios. Solo un 2,9% cumple menos de cuatro horas que en general pueden ser o pasantes o personal que viene a cumplir un servicio por horas como personal de limpieza o guías.

La parte menos importante de los guías son propios, éstos llegan al 11%, la mayor parte, casi un 90% son contratados. Muchos de los guías no habilitados son trabajadores por cuenta propia que cumplen roles de venta de servicios en la vía pública o conductores de taxis que se ofrecen como guías, con distintos sistemas, que no pasan por inspección. Según los agencieros, los guías no tienen formación y lo que es peor no tienen comportamientos éticos, así que ofrecen recorridos alternativos al de la Agencia por su cuenta con tarifas propias y utilizando la posibilidad que le da la Agencia para hacer los contactos. Por otra parte, las Bodegas, no contratan guías profesionales, sino profesores de idioma, para que se puedan entender con los turistas extranjeros, de

manera, que estos guías idiomáticos, carecen totalmente de formación sobre los circuitos del vino.

Aproximadamente el 22% de los Coordinadores de viajes tiene estabilidad laboral y se le exige nivel profesional apenas a un 6%. Las funciones del Coordinador de viaje están discriminadas, pero no son estables, se subcontratan en un 98,5% y no se piden elevados niveles de formación. Es mejor la situación del técnico, que es más requerido y tiene mayor estabilidad laboral. La mayoría de las agencias carece de sistema de transportes propios, la gran mayoría terciarízan el servicio de manera que sería muy aventurado, sin entrevistar directamente a las principales empresas tercerizados, afirmar si se encuentran en situación de regularidad y si cumplen con todas las normas de seguridad. Esto forma parte del mercado fragmentado del sector turístico y queda fuera de los límites de este trabajo[17].Según las entrevistas realizadas a informantes clave, la rotación de personal es bastante alta en el sector y es difícil retener al personal mejor formado, porque siempre surgen ofertas tentadoras, o sea que de por sí, en el medio la movilidad es alta. Por otra parte, se trata de un personal con aspiraciones permanentes de cambio, especialmente el personal técnico y profesional. En general, para la búsqueda se apela a las relaciones de confianza, es decir, conocidos del personal, amigos o recomendados de relaciones de la agencia. Solamente en casos puntuales, en que se requiere algún perfil muy específico se apela a la búsqueda por diarios. En algunas ocasiones se recurre a las instituciones de formación para contratar personal, pero esto ocurre cuando existe alguna relación previa con las mismas y se conoce al cuerpo docente. Esto ocurre especialmente con los técnicos y los profesionales y en mucha menor medida con los pasantes.

Las instituciones relevadas variaron desde museos, catedrales, espacios protegidos, plazas, iglesias, ferias artesanales y de antigüedades, teatros, parques y plazas, exposiciones, etc. que nos permiten contar con un abanico de información sobre el tipo y calidad de servicios ofrecidos y consumidos por los turistas. En las instituciones se puede observar sobre todo personal de oficios y de personas que poseen título

[17] Otros servicios que frecuentemente se terciarizan en las Agencias y que llamativamente en Mendoza aparecen como no tercerizados son la publicidad y la limpieza. Aparentemente se realizan con personal estable, aunque este es un dato llamativo. Aparece también la tercerización de hoteles, cosa poco frecuente sin embargo un 14,7% lo hace y se quejan de la falta de recatecorización de los mismos, que los condicionan en tarifas y servicios. Existen tercerizaciones de otros trabajos en un 19,1%. (Convenio MINTUR-FCS-UBA 2008-2011)

universitario[18], tal vez por las características señaladas más arriba, si bien hay un porcentaje importante de profesionales, la mayor cantidad del personal empleado no posee títulos superiores y en algunos casos tienen estudios secundarios incompletos. Sin embargo, los puestos jerárquicos y la presencia de las Universidades aseguran una proporción importante de personal muy especializado. Según lo manifestado por el personal, en general, las instituciones dependen del Estado, pero tienen mucha presencia de público internacional, sobre todo en la zona turística y en el Centro Histórico y muchos trabajadores vinculados a la salud, por la actividad termal. No obstante, consideran que el turismo en Mendoza debería ser más cultural y menos económico. Encontramos muchos trabajadores independientes que son estudiantes universitarios que tienen pequeños negocios o emprendimientos que realizan circuitos culturales propios, y muchas veces no regulados por ninguna institución.

Las ferias artesanales tienen asignado un predio especial y están reguladas y controladas. Tienen habilitación municipal y horarios estipulados. Esto no quiere decir que no se hayan observado otras ferias no regladas, sino que la mayoría se encuentra en esa situación. Las instituciones poseen poco personal en algunos casos y muchos en otros; esto varia con la importancia de las instituciones, los encuestados afirmaron que hay una tendencia a tener menor cantidad de personal que el requerido para cubrir la demanda o la potencial demanda, pero muy pocos presentan estudios sobre la opinión del público y boletas para llenar para conocer las prioridades del público o sus opiniones sobre la atención recibida. El conocimiento de idiomas no se presenta como una necesidad o requerimiento a excepción de lugares específicos.

Los trabajadores de recepción, en las agencias pequeñas y en algunas medianas cumplen funciones también de ventas, es una de las categorías que no se encuentra discriminada.Los trabajadores afines, que poseen título universitario, conocen dos y tres idiomas, en cambio los trabajadores por cuenta propia y los empleados manifestaron no conocer otro idioma, aunque manejan algunas palabras en inglés, portugués, francés, lo cual les permite contactar a turismo extranjero y ofrecerles sus mercaderías o dar alguna indicación para orientarlos. El personal de las instituciones cumple un horario de trabajo fijo, no varía en temporada y es respetado; se trabajan 8 horas diarias.

[18] Se encontraron antropólogos, veterinarios, botánicos, historiadores, bibliotecarios, licenciados en arte, en literatura, músicos, comunicadores, médicos, enfermeras, kinesiólogos, trabajadores de la salud trabajadores sociales,

El horario de los trabajadores afines varía mucho en temporada y sobre todo aquellos que arman circuitos propios, especialmente si tienen movilidad propia.
Los que están mejor, son los guías que tienen título universitario y movilidad propia, porque, aunque trabajan como cuenta-propistas y muchas veces como sub-contratados regulan mejor su actividad, organizan sus excursiones y eligen el público al que se dirigen. A veces, lo hacen en forma totalmente independiente y a veces aceptan encargos de Agencias relacionadas o amigas. La rotación de puestos de trabajos es alta, y la contratación de nuevo personal en las instituciones se hace a través de conocidos y amigos, se le consulta generalmente al mismo personal.

El acceso a las distintas instituciones es gratuito o de bajo precio que varían según sean, museos, exposiciones, etc. La ciudad cuenta con hermosas plazas y parques financiados en forma conjunta con ciudades europeas y con detalles folklóricos muy atractivos. Siempre hay precios diferenciados para estudiantes y días en que la entrada es gratuita. Los precios en general presentan categorías según la población asistente: niños, adultos mayores, turismo internacional, local, etc. Hay visitas guiadas de grupos, de colegios y de ancianos. El público al cual se dirigen las actividades es amplio y tratan de captar todo tipo de población. No se llevan registros para presentar la cantidad de visitantes en cifras, en algunas instituciones hay pequeñas encuestas, libro de visitas o buzones para dejar iniciativas, pero en general muy poco.

Reflexiones finales

En términos generales, la universidad o las instituciones formadoras terciarias pueden contribuir legítimamente a los procesos de planificación estratégica y gestión pública, encarnando valores de desarrollo y participación de los actores sociales. Para ello los actores sociales y económicos locales tienen que tener acceso privilegiado al conocimiento y a la información y las instituciones funcionar como un factor de reintegración de la sociedad.Por esta misión de la universidad no puede ser ella misma local, debe fortalecer su relación con otras instituciones educativas y técnicas, fortalecer la vinculación nacional e internacional, pero su campo primordial de acción es la sociedad local, donde se encuentran todas las contradicciones a resolver, incluidas las propias.

Es muy importante que las universidades hagan investigación (en este caso turística)-especialmente en países en desarrollo como Argentina- para posibilitar el desarrollo

turístico del país al que pertenecen porque hay particularidades que solo pueden ser captadas por las universidades propias del medio.

Por otro lado, respecto del circuito del vino y el olivo en la provincia de Mendoza Sección II, se puede afirmar que se encuentra en formación, pero todavía no ha logrado constituirse en un circuito completo. Suiguiendo a Wallingre y Toyos (1998) el circuito turístico es la "combinación de determinados elementos (atractivos turísticos, centros turísticos, equipamiento, infraestructura, etc.) que permite el conocimiento de los destinos turísticos" (1998, p.55). Según Nélida Chan (1991) el circuito turístico está compuesto por cuatro elementos: el espacio, el patrimonio cultural o natural, la temática y la capacidad de innovación. La conformación de un circuito turístico incluye varios pasos como: 1. La definición de aspectos generales del circuito; 2. La identificación de los recursos turísticos; 3. La definición del recorrido y sus correspondientes paradas y horarios 4. La recopilación de información y reconocimiento del circuito apoyado por consultores y guías; 5. La realización de una prueba piloto del circuito evaluando atractivos y dificultades; y 6. Hacer una difusión apropiada del circuito.

Del período observado para Argentina se destaca una insuficiente oferta de capacitación para profesionales y falta de posibilidades de articulación entre las diferentes terminales de estudios para Graduados y docentes. Por otra parte, se observa falta de sistematicidad en los registros de instituciones terciarias y universitarias, con importantes falencias en el registro de continuidad de los estudios, duración de la graduación y abandono de los estudios. Deficiencias en el transporte y bajo control de la seguridad y altos niveles de precariedad del empleo del personal que realiza los servicios, en un mercado de trabajo muy fragmentado y falta de regulación de varios servicios que se ofrecen en el circuito. Deficiencias en los circuitos viales de la región.

También se registra una prolongación de la duración de los estudios por complementariedad de estudio – trabajo y redacción de tesis. Se destaca la importancia de los talleres y el seguimiento de los grupos de graduados que mantienen pendiente sus tesis y/o se destaca la importancia de viajes de estudios y experiencias profesionales que pongan a los graduados en contacto con la calidad del servicio en otros países[19].

Se considera necesaria una re- lectura posible respecto de las representaciones del mundo del trabajo y la flexibilidad positiva y negativa. En este sentido es muy importante el trabajo de los Colegios Profesionales, los cursos de actualización y la defensa de un ejercicio responsable de la profesión para asegurar mejores formas de institucionalización de los profesionales.De acuerdo a las observaciones y entrevistas realizadas podríamos partir de un primer encuadre hipotético que defina en los países desarrollados el Turismo como post-fordista con "*integración garantizada*" (Paugan, 2015) y en cambio en la Argentina, podríamos hipotetizar un Turismo pre-fordista o Turismo de la etapa de profesionalización, con "*integración incierta*" "*laboriosa* " o "*descalificadora*" según los casos" (Paugan,2015) o de "*profesionalización problemática"* Demazière, (2009), en el encuadre de Sociología de las Profesiones.

El rol fundamental de la Universidad y en este caso también de las instituciones terciarias es "*enseñar a aprender*", para poder investigar, formar y prestar servicios, pero también para poder superar la debilidad entre la universidad, el gobierno y las empresas.

Bibliografía

Aguilera, Tatiana (2011) *Circuitos Turísticos,* OMT.

Bocchicchio, F. (2009) "Informe hotelería de Mendoza" en Panaia, Marta (2011) Informe Final Convenio FCS-UBA-MINTUR (2008-2011)

Castellanos Ortega, M. y Pedreño Cánovas, A. (2005) **"**La mirada del turista y la corporeidad del trabajo en la reestructuración productiva del sector turístico "en Juan José Castillo *El trabajo recobrado* Miño y Dávila, Buenos Aires-Madrid.

Chan, Nélida (2005). "*Circuitos turísticos. Programación y Cotización*". Buenos Aires Ediciones turísticas.

Coraggio, J.L. (2009) "*La gente o el capital. Desarrollo local y economía del trabajo*" Argentina Espacio Editorial.

Cordero Ulate, Allen (2006) "*Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo"* CLACSO, Buenos Aires,

Demazière, Didier (2009) “Postface: Professionnalisations problemátiques et problemátiques de la professionnalisation “ *Formation Emploi* Nº 108 (pp83-89) , Marseille, CEREQ.

Font Sentias, Joseph (2001) *El turisme cultural: estadístiques sobre demanda* Ed l'autor, Paris, 2001.

Godinez, R., Calderón, A. (2009). “*Breve Diccionario de Turismo*”. México; Editorial Umbral. Zapopan,

Heras, A. I.; Burín, D. (2008) “*Trabajo Desarrollo Diversidad*” Buenos Aires, Argentina CICCUS; INCLUIR.

Mendoza, TURPLAN II (2007-2011) Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Mendoza. Ministerio de Turismo y Cultura - Pcia de Mendoza**,** 2007.

MinMA (2018) “*Sector Vitivinícola. Guía para una producción sustentable*”, Argentina, Ministerio de Medio Ambiente.

OIT (2001) “El desarrollo de los recursos humanos, el empleo y la mundialización en el sector de hostelería, la restauración y el turismo, Organización Internacional del Trabajo, Géneva, (Mimeo).

Panaia, Marta (Coord.) (2009) “*Inserción de jóvenes en el mercado de trabajo*” La Colmena, Buenos Aires, mayo.

Panaia, Marta (2011) Informe Final Convenio FCS-UBA-MINTUR (2008-2011).

Paugan, S. [2000] (2015)” *El trabajador de la precariedad*” Buenos Aires, UNESCO Uni Twin Aulas y Andamios Catálogos.

Schluter, R. **(**2008) “*Turismo: una visión integradora*” CIET 2008

Wallingre, N. (2007) “*Historia del turismo en Argentina* “Ediciones Turísticas 2007

Wallingre, N. y Toyos, M. (1998) “Diccionario de Turismo, Hotelería y Transporte” Universidad de Texas-Autores Editores.

Zamora, J. y Barril. Ma. E. (2007) “Turismo y vino” en Estudios y perspectivas en Turismo; vol 16. Nº 2 2007 (pp173-194).