
APORTES y Transferencias



Año 8

Volumen 2

2004

Mar del Plata

Centro de Investigaciones Turísticas
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata

Centro de Documentación
Instituto de Investigaciones
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Nacional de Mar del Plata
cendocu@mdp.edu.ar
<http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>

**LA IMPORTANCIA DE LA GENERACIÓN DE EMPLEO
COMO DINAMIZADORA DEL DESARROLLO LOCAL
EN UN CENTRO TURÍSTICO. CASO: SAN CARLOS DE BARILOCHE.**

MSc José Luis Bosch. Prof. Silvana Suárez. MSc. Gladys Olivares
Universidad Nacional del Comahue
jlbosch_@hotmail.com

Resumen

El presente trabajo es el resultado de la investigación realizada en San Carlos de Bariloche, principal centro turístico de la Norpatagonia, en el que se estudió como uno de los temas, el empleo en el sector turismo. El artículo expresa la importancia de considerar dentro de las políticas de desarrollo del fenómeno turístico, a la generación de empleos como alternativa para dinamizar la economía local. Tal concepción de desarrollo está sustentada en reivindicar la capacidad endógena de las comunidades locales y rescatar el rol fundamental del municipio, en articulación con el sector privado, como principal ejecutor de las políticas turísticas desde una perspectiva sistémica.

Palabras claves: desarrollo local, empleo, políticas, turismo.

THE IMPORTANCE OF EMPLOYMENT GENERATION
AS A PROMOTER OF LOCAL DEVELOPMENT IN A TOURIST CENTRE.
CASE OF SAN CARLOS DE BARILOCHE

José Luis Bosch. Silvana Suárez. Gladys Olivares
Universidad Nacional del Comahue

Abstract

The present paper is the result of a scientist research carried on San Carlos de Bariloche, which is identified as the main tourist centre in Argentinean Norpatagonia. One of the main subject that has been studied is the tourism employment situation. The paper express the importance of considering the tourism employ into the touristical development politic as an alternative to dinamice the local economy. This development conception is support in claiming the endogenous capacity of local communities, and ransoming the capital municipal role as principal executor of touristical politic in connection with private sector.

Key words: local development, employment, politic, tourism.

LA IMPORTANCIA DE LA GENERACIÓN DE EMPLEO COMO DINAMIZADORA DEL DESARROLLO LOCAL EN UN CENTRO TURÍSTICO. CASO: SAN CARLOS DE BARILOCHE.

José Luis Bosch. Silvana Suárez. Gladys Olivares
Universidad Nacional del Comahue

Introducción

En un escenario de globalización de la economía y paralelamente la descentralización de funciones estratégicas a los municipios, adquiere relevancia en el actual contexto, el empleo como variable social, más precisamente la generación de empleo que se desprende de la actividad turística. Este tema alcanza aún más trascendencia cuando lo vinculamos a los centros turísticos, como escala del desarrollo local, ya que son las autoridades de los destinos las encargadas de encauzar el mismo y la problemática del empleo está implícito. La posibilidad de alcanzar los principales objetivos planteados, es alta, ya que los centros turísticos son conglomerados urbanos de ámbitos acotados donde se facilita el consenso con la comunidad, de las políticas y los programas y proyectos a llevarse a cabo y toda forma de relación y creatividad que permita llevar adelante el intrincado proceso del desarrollo turístico.

Es oportuno destacar que el turismo en el ámbito mundial, no ha escapado a la lógica económica global, y en los últimos años fundamentalmente se ha asistido a un crecimiento desmedido de los destinos turísticos, el que ha generado grandes distorsiones en el funcionamiento de sus sistemas y por ende la imposibilidad de responder a las demandas sociales que se producen en cada localidad. Es dable recordar que en la Argentina existió un largo período de convertibilidad de la economía, es decir en la paridad del peso con respecto a la divisa norteamericana, que sumado a los efectos de la globalización y la descentralización mencionadas precedentemente, y la instalación del modelo económico neoliberal, produjeron severos efectos sociales de gravitación negativa.

Podemos destacar la baja ocupación y rendimiento de la mayoría de los servicios que integran la planta turística, la escasa rentabilidad en general de las inversiones en la mayoría de los centros y la pérdida de gran parte del mercado interno que caracterizó al turismo argentino, que se dirigió a otros destinos regionales e internacionales en virtud de la situación cambiaria. Esta situación trajo como una de las consecuencias más significativa, la pérdida de puestos de trabajo y precarización del empleo en la actividad, y además la ausencia del Estado en sus distintos niveles, como el responsable del establecimiento de políticas públicas tendientes a la resolución de los problemas existentes.

La devaluación del peso realizada recientemente no permite pensar en una reactivación de la actividad turística, en la medida que no se abandone definitivamente el modelo económico neoliberal, que encontró campo propicio en la globalización, y que trajo para Argentina la destrucción de sus industrias, altas tasas de desempleo, concentración de la riqueza y el aumento de la pobreza, destruyendo la capacidad de gasto del mercado interno, del cual surge gran parte de la demanda a los centros turísticos argentinos.

Sin embargo, a pesar de la situación de crisis que vive nuestro país, la generación de empleo por medio del desarrollo de la actividad turística alcanza relevancia, en virtud de que esta presenta ventajas relativas importantes a la hora de conformar una fuerza de trabajo, operativa y con destreza técnica-administrativa capaz de integrarse rápidamente al sector. Esta cuestión, ha sido uno de los principales objetivos políticos de numerosos gobiernos de países subdesarrollados y también de países del primer mundo para sus zonas deprimidas, de desarrollar el turismo con el principal objetivo de generar empleos y resolver uno de los problemas sociales más importantes que tiene el planeta en los últimos años.

Es oportuno recordar que los europeos a partir del año 1995, ya han buscado respuestas a los problemas de desempleo y desorganización económica por medio del enfoque local del desarrollo; la idea de utilizar procedimientos locales han ido ganando vigencia, en virtud de los fracasos relativos de los proyectos organizados y aplicados por organismos nacionales, según Cuervo (1998), en base a documento de la OCDE, citado por Boisier (2001).

Este artículo pretende destacar la importancia que tienen los centros turísticos como ámbito del desarrollo local y la relevancia del empleo, más precisamente de la generación de empleo como dinamizadora de la economía. Además se hace hincapié en las ventajas que ofrece el turismo y la contribución en generar nuevas y novedosas oportunidades de empleo, teniendo en cuenta el valor social que ha alcanzado esta variable.

Desarrollo local a escala de centros turísticos

Es muy reciente el reconocimiento del turismo como actividad compleja, y el hecho de que si bien se puede aceptar que este se origina en el desplazamiento de personas que denominamos turistas desde su residencia habitual, no se comprende aún totalmente el rol que juegan y el significado que tienen las ciudades que actúan como destinos del turismo, llamadas centros turísticos. Esta visión de que hay que pensar que el turismo es demanda o solo los turistas que se desplazan, no ha permitido y aún permite en numerosos casos, una visión sistémica de la actividad, y el hecho de pensar en el diseño de políticas

tendientes a la aplicación de criterios de sustentabilidad del desarrollo a nivel local, en la cual deberá estar explícito el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores del lugar. Esto significa, encauzar la actividad para que por medio del turismo se logren beneficios sociales para el conjunto de la comunidad; generación de empleos duraderos, inversiones en infraestructura social, seguridad, entre otros.

Es oportuno destacar entonces, que el desarrollo del turismo implica necesariamente compatibilizar los intereses y deseos entre los residentes del destino y de estos con los requerimientos de los turistas que visitan la localidad; que arriban dispuestos a realizar sus actividades de preferencia en los atractivos que pertenecen al lugar o están en su área de influencia.

Lo expresado precedentemente se fundamenta en el sentido de que en los centros turísticos, se elaboran los bienes y servicios y/o los distintos productos que se ofrecen al mercado consumidor y en este mismo ámbito urbano se concreta el encuentro entre la oferta y la demanda, en definitiva se produce el intercambio necesario que favorece el consumo. Toda la ciudad actúa como un gran producto, en función de la concentración e interrelación que se debe dar entre los elementos que conforman su estructura de producción y el hecho de que los turistas califican su estadía, de acuerdo también a como han sido recibidos en esa localidad y la situación ambiental en que ésta se encuentra.

Para Güidi (1999), los centros turísticos son vistos por los visitantes como el producto mismo, y la ciudad toda se convierte en un atractivo en función de la calidad ambiental que en su conjunto posee y de sus espacios urbanos en particular.

Estos conglomerados urbanos que de acuerdo a la función que cumplen son definidos como centros turísticos, deben poseer atractivos en su ejido municipal o en su área de influencia, los que actúan como materia prima de la actividad, permitiendo la conformación de una estructura de producción de bienes y servicios y en definitiva la elaboración de distintos productos, tendientes a satisfacer los requerimientos de los turistas que lo visitan.

Para Bosch (2001), en este último sentido, las localidades destinos del turismo son unidades urbanas receptoras, destinadas a facilitar las prácticas del ocio creativo de los visitantes; ocio entendido como tiempo libre del hombre, según definición de Munné (1980), como transformación del mismo. Deben estar diseñadas o concebidas para sus prácticas personales y sociales, las que se manifiestan en numerosas actividades como resultado de conductas autocondicionadas, que permiten el ejercicio pleno de la libertad. Comprender la actividad de ocio como creativa, es pensar que la creatividad "no significa la mera realización de algo novedoso, sino que significa que el efecto de

ese enfoque novedoso debe hacer avanzar o mejorar la actividad" (Godbey, 2000).

Para este autor, en la mayoría de los casos, la creatividad en el ocio viene después de que una persona ha aprendido bastante sobre una actividad. En el turismo, debemos imaginar los sujetos con un importante grado de experiencia en las actividades que repiten durante sus estadias, como resultado de sus sucesivas visitas al destino o que han desarrollado en otros destinos. También simplemente el avance que experimenta en la práctica de la actividad, sea un turista repetitivo o no del destino, pero que aprecia las facilidades turísticas que el destino pone a su disposición.

Por lo expuesto precedentemente, es pertinente mencionar que los destinos turísticos se posicionan como verdaderas marcas en las mentes de los consumidores. Para Valls (1992), la marca facilita y simplifica el proceso de elección de estos, en virtud de que tiende a promover confianza en lo que representa, la que se construye en el tiempo como resultado de un proceso continuo de satisfacción de necesidades de los consumidores, mencionados precedentemente.

En virtud de lo dicho anteriormente, es importante reflexionar sobre el concepto de desarrollo y destacar que existen numerosas acepciones sobre el mismo. Si bien hace muchos años atrás se consideraba sinónimo de crecimiento, estos dos términos tienen significados opuestos.

El crecimiento económico ligado solo al incremento de la producción y al aumento del producto bruto interno de las naciones, ha sido considerado prioritario en muchos países del mundo. El sector industrial principalmente ha sido generador de "crecimiento", y el espacio se ordenó de manera funcional a esta propuesta, adaptándose las ciudades a esos fines.

La idea de crecimiento responde a la concepción tradicional del desarrollo, más específicamente al modelo desarrollista, que conjuntamente con el modelo monetarista de corte neoliberal, entraron en una profunda crisis, cercana al fracaso en muchos países, especialmente en Latinoamérica, con el incremento de la desigualdad social, la pobreza extrema, el desempleo, la inseguridad, en fin, un deterioro ambiental creciente. En realidad es justo reconocer, que los dos modelos mencionados, han medido el progreso de un país o región, principalmente por medio de variables cuantitativas, sin incorporar una visión integral del desarrollo.

Para Bunge (1999), "la mayor parte de los teóricos del desarrollo son economistas, y la mayoría de los economistas equipara desarrollo con crecimiento económico, ignorando los factores demográficos, la distribución de la riqueza y los ingresos, la salud pública, la cultura, la política y el medioambiente". Manifiesta además que el

crecimiento crea más desequilibrios que los que corrige. Está vinculado al establecimiento de políticas unidimensionales, que pueden tener éxito a corto plazo, y aún así generan desequilibrios. El autor citado manifiesta que el Banco Mundial ha llevado a cabo sus políticas con la idea de que desarrollo es igual a crecimiento económico y la UNESCO estableció que el desarrollo cultural en especial el educacional, sea el motor del progreso.

Similar opinión tiene Racionero (1983), quien hace referencia al sistema que organiza la economía mundial, destacando que numerosos estudios indican que el crecimiento ilimitado no puede continuar y que en algún momento la naturaleza impondrá sus límites. Agrega que la economía debe concebirse como una rama de la ecología; "y la producción, distribución y consumo deben realizarse por empresas o grupos con la misma elegancia y mesura que se ve en la naturaleza". Plantea que es necesario un desarrollo cualitativo sin crecimiento cuantitativo, vinculado a lograr estabilidad económica y ecológica que se pueda sostener en el futuro.

La concepción de la economía vinculada al crecimiento, respondió a la lógica de expansión del capitalismo en el ámbito mundial. El turismo no escapó a esta lógica, y hoy muchos destinos y/o zonas no podrán revertir al menos fácilmente su situación, como resultado del proceso establecido. En tal sentido, se recomienda consultar los siguientes estudios: Desarrollo turístico y sustentabilidad, el caso México (1997), El turismo como modelo de industrialización: una guía de costes ecológicos y sociales en el Mediterráneo (1996), Configuración socio-espacial de los balnearios del Partido de la Costa (1993), Introducción a la problemática actual de las áreas de montaña, caso: San Carlos de Bariloche, entre otros.

Para Balastreri Rodríguez (1997) "el turismo en el mundo globalizado se expresa en innumerables modalidades, bajo diversas formas evolutivas, que ocurren sincrónicamente en un mismo país, en escalas regionales o locales". Para esta autora, el turismo representa una importante fuente de recaudación de divisas en el comercio internacional y de reproducción de capital. Hace referencia que las megaempresas de capitales transnacionales, que buscan llevar a cabo sus emprendimientos apoyándose en el discurso ecológico y de esta manera proyectarse en áreas de gran valor turístico y ambiental, donde expandir sus dominios. Da el ejemplo de Brasil, que con el argumento del "desarrollo sostenible", se justificaron grandes proyectos en reservas ecológicas del Amazonia y el Pantanal.

Es oportuno agregar, que la apropiación privada de atractivos turísticos públicos estratégicos, como la costa de lagos, ríos y mares, entre otros, en los cuales se localizan inversiones, que no mejora la situación social de un destino o zona turística, con altos costos ambientales, ha sido un modelo que se reproduce en los últimos años con más énfasis, especialmente en Islas del Caribe, Centro América y distintos países del Sur de América.

Coriat (1997), quien establece el rol del Estado en el actual contexto, asegura que se deben establecer estrategias a largo plazo, resguardando un mínimo de seguridad económica, lo que llama "función de anticipación". Además agrega que se debe evitar las "irreversibilidades", que implica por ejemplo en el turismo, la urbanización de cualquier forma de aquellos lugares naturales, que ocasiona la destrucción irreversible del valor de uso de esos bienes, la pérdida de ingresos económicos y el aprovechamiento de generaciones futuras.

Seers (1970) citado por Boisier (1999), inspirado en el pensamiento de Gandhi, apuntaba como condiciones básicas necesarias para la realización del potencial de la personalidad humana, a la alimentación; traducida en pobreza y nivel de ingresos, el empleo y la igualdad, entendida como equidad. Estos objetivos, planteados hace más de treinta años por el economista inglés no han perdido aún vigencia y abrió el camino para analizar y comprender la complejidad que abarca el concepto de desarrollo económico. En realidad generó en aquel momento un gran debate que actuó como punto de partida entre los conceptos de crecimiento y desarrollo, usados como sinónimos. El nivel alcanzado de estos términos se medía principalmente por el PIB per cápita, lo que marcaba el monopolio profesional de intervención de los economistas en el tema, mencionado por Boisier (1999) y precedentemente por Bunge (1999).

Aparecieron nuevos análisis y propuestas para medir el desarrollo y concebir el mismo, lo que ha permitido el enriquecimiento del concepto, aunque es indudable que significa a la vez todos los adjetivos que se le han agregado en los últimos años "sostenible", "sustentable", "endógeno", "descentralizado", entre otros. Rescatamos en tal sentido la propuesta de Max Neff (1993), quien propone un nuevo paradigma de desarrollo, reorientando el mismo por medio de la autoconfianza de las comunidades locales de base, de manera de convertirlas en sujetos del proceso y no meros objetos de este. Basa su propuesta en el protagonismo de la propia gente, tanto en la definición de su vida presente como futura. Es dable destacar que el economista chileno sostiene que es necesario implementar un indicador de crecimiento cualitativo de las personas, argumentando que la calidad de vida dependerá de las posibilidades que tengan estas de satisfacer adecuadamente sus necesidades fundamentales; finitas, pocas y clasificables.

La participación de las comunidades locales y el protagonismo de éstas en la búsqueda del desarrollo, que plantea Max Neff (1993), está relacionado con el concepto de desarrollo local de Madoery (2000), en cuanto a que este es una oportunidad para la innovación política, por medio de nuevas formas de participación y relaciones que se deben establecer entre la población y los gobiernos. Destaca este autor, la posibilidad

que se presenta para la creación espontánea, y la incorporación de nuevos instrumentos de desarrollo, por medio del acuerdo público-privado y la planificación estratégica, entre otros puntos.

Lo local, es el ámbito para la participación política, tendiente a fijar objetivos para la construcción consensuada de un nuevo desarrollo, entre todos los actores de la comunidad, fortaleciendo la autonomía de los Municipios, como referente político-administrativo en estrecha relación con las necesidades de la gente.

Para Borja y Castells (1997), en la actualidad es posible la innovación democrática tomando como ámbitos las ciudades. Destacan además que la relación directa que se da entre elector-elegido, facilita el acceso a la consulta inmediata, la cooperación pública-privada y la autogestión social, lo que permitiría superar la crisis que atraviesan las organizaciones representativas y burocráticas. Esta concepción del desarrollo, nos hace pensar en un proyecto vinculado a la actividad turística, como alternativa socio-económica para numerosas zonas y destinos de la misma.

Por las características, naturaleza y funciones que cumplen las ciudades destinos del turismo, es oportuno rescatar que son el ámbito apropiado para la construcción de un proceso de desarrollo, participativo y consensuado con la totalidad de la comunidad; que en forma directa e indirecta está involucrada en la actividad turística. La participación de todos los actores en el diseño de las políticas y en la gestión de las iniciativas públicas, permitirá fortalecer las identidades colectivas integradoras y avanzar en la búsqueda del equilibrio social del sistema local, representado en los centros.

Esta autonomía municipal a que se hace referencia, implica pensar en funciones mucho más amplias a escala municipal, que la sola administración de los servicios públicos, y en el turismo la creación de una categoría denominada "municipios turísticos", los que deberían adaptar sus estructuras organizacionales, sus recursos y sus estrategias, en función al rol que cumplen los centros y la naturaleza de la actividad que pretenden desarrollar.

Es posible incorporar la generación de empleo, tanto directo como indirecto, como uno de los principales objetivos del desarrollo local, en virtud de las ventajas relativas que presenta la actividad turística. La capacidad de generar empleos, está previsto en la propuesta de la OMT (1999), como una de las variables fundamentales que integra el concepto de sostenibilidad económica, conjuntamente con la recepción de ingresos, como eficacia de la actividad. Esta Organización incorpora también a la sostenibilidad ambiental y la sostenibilidad social y cultural, en su propuesta de "turismo sostenible", tendiente a aumentar los niveles de bienestar de la comunidad en general.

La generación de empleo como factor dinamizador de la economía en un centro turístico

La generación de empleo es la capacidad que tiene la actividad turística para la creación de nuevos empleos en un destino o centro turístico. Mathienson y Wall (1990) establecen tres tipos de empleos que son generados por la actividad: directos, indirectos e inducidos. Por los primeros se entiende al empleo resultante de los ingresos generados por la prestación de los servicios turísticos básicos y complementarios del turismo, a saber: alojamiento, alimentación, esparcimiento, transporte turísticos y agencias de viajes receptoras. El empleo indirecto está constituido por aquellos puestos de trabajo generados por actividades de los proveedores de los servicios básicos y complementarios mencionados. Se considera como empleo inducido al generado como consecuencia del efecto multiplicador del gasto turístico en el centro receptor, que realizan los recursos humanos relacionados con la actividad.

Es importante destacar la diferencia conceptual entre los términos trabajo y empleo. El primero de estos puede definirse como todas las actividades que el hombre desarrolla con una intención, para producir un bien o brindar un servicio determinado. Para Neffa, Panigo y Pérez (2000) el trabajo implica movilizar tanto la dimensión física como psíquica. Al desarrollar la actividad definida como trabajo, el hombre pone de manifiesto su capacidad creadora generando las condiciones que le permitan resolver las dificultades que en los distintos tipos de organizaciones existen.

Por otra parte, el empleo, para el autor de referencia, es el trabajo dirigido a obtener un ingreso sea en calidad de asalariado o por cuenta propia, con la finalidad de obtener una remuneración que le permita satisfacer las necesidades psicosociales.

El nuevo escenario, -globalización / modelo económico neoliberal- ha modificado la situación del empleo en la actividad, ya que si bien hay que reconocer que el empleo del sector turismo tuvo siempre como resultado de la estacionalidad características de flexible y precario -al menos en puestos operativos- actualmente esta situación se ha vuelto más extrema y se ha extendido a otras funciones que requiere personal de mayor destreza técnica; media y alta capacitación. Es decir, que la flexibilidad está vinculada a las externalidades de la propia fuerza de trabajo, de acuerdo a las necesidades de las organizaciones de realizar los ajustes en forma rápida y con bajos costos en los despidos. Por otra parte, la flexibilidad interna está asociada a la posibilidad de movilidad y la polivalencia del trabajador dentro de la estructura de producción de la empresa, desempeñando funciones en diversos puestos de trabajo dentro de ella.

En tanto, la precarización es definida como la debilidad que el trabajador tiene de permanecer en relación de dependencia con continuidad, en este contexto de recesión

económica. Sin embargo, esta característica es propia de muchas empresas turísticas del sector turismo, sobre todo en aquellas localizadas en centros turísticos con marcada estacionalidad como ocurre en la mayoría de los centros argentinos. Esta situación da origen a otra categoría de empleados como son los temporarios efectivo; es decir aquellos a los que se les garantiza el trabajo sólo en las temporadas altas.

Es importante destacar que la generación de empleo, es un objetivo prioritario del enfoque local del desarrollo, que lleva implícito la sustentabilidad del mismo, donde esta variable tiene un lugar preponderante. La actividad turística es generadora de empleo, y posee ventajas relativas si se la compara con otras actividades económicas. Esta es la razón por la cual ha sido uno de los principales objetivos desde hace muchos años de países en vías de desarrollo e inclusive en países desarrollados, para sus zonas deprimidas.

Interesa destacar, que lo dicho anteriormente se fundamenta en el hecho de que el turismo generaba empleos en una proporción mayoritaria para trabajadores no calificados, de bajo nivel de escolaridad y/o escasa capacitación; estos últimos relacionados con puestos operativos de los servicios turísticos o de actividades que estaban vinculadas al sector o eran consecuencia del mismo. Sin embargo, esta situación ha tendido a revertirse en el último lustro, debido a los profundos cambios producidos en el mercado como consecuencia de la fuerte competencia entre las empresas y de las mayores exigencias de la demanda, en cuanto a la calidad de las prestaciones de los servicios turísticos.

Pero resulta oportuno destacar, que el turismo aún presenta ventajas relativas a la hora de capacitar en un corto período de tiempo, una fuerza de trabajo destinada a dar respuesta a las necesidades que requiere la actividad, en puestos como mucamas, mozos, peón de cocina, ayudante de cocina, gobernanta de piso, recepcionista de hotel y otras clases de alojamientos, informantes de oficinas de turismo, jardineros, peones de patio, mantenimiento especializado en establecimientos de alojamientos, auxiliares de agencias de viajes receptivas, guías especializados en determinadas actividades y/o productos, entre otros.

También hay que considerar la posibilidad de la capacitación de recursos humanos, con la finalidad de formación de emprendedores de proyectos turísticos que como oferta complementaria de bienes y/o servicios, se integren a la estructura de producción local de la actividad, con sus productos específicos, a saber: chocolates, frutas finas, artesanías y tejidos, entre otros productos.

La capacitación en turismo refiere a la posibilidad de los sujetos para desarrollar aptitudes y habilidades con el propósito de ejecutar un trabajo en una organización o en forma independiente.

Según los datos obtenidos en el estudio realizado en San Carlos de Bariloche, la capacitación en lo que se refiere a las unidades productoras de alojamiento turístico, en sus diferentes tipos y categorías y por sector, refleja que tanto para los que desarrollan sus tareas en el sector gerencial como los que están en ventas/reservas y recepción los tres primeros requerimientos están vinculados a computación, atención al público y conocimiento de idiomas.

Para los sectores de cocina, pisos, alimentos y restaurante, adquiere relevancia la capacitación en lo vinculado al oficio y se mantiene el interés en la intención de capacitación en idiomas y atención al público.

CUADRO N° 1: Requerimientos de capacitación para las organizaciones prestadoras del servicio de alojamiento, según sector de trabajo del establecimiento, de S.C. de Bariloche

	Oficio	Idioma	Computación	Atención al público	TOTAL
Gerencia	13,30%	28,30%	30,00%	28,30%	100%
Ventas/Reservas	11,70%	26,50%	32,40%	29,40%	100%
Recepción	15,40%	28,50%	26,40%	29,70%	100%
Cocina	40,00%	13,30%	16,70%	30,00%	100%
Pisos	35,90%	20,30%	10,90%	32,80%	100%
Alimentos	25,80%	25,80%	22,60%	25,80%	100%
Restaurante	31,40%	17,10%	17,10%	34,30%	100%

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las organizaciones prestadoras del servicio de alimentación, las demandas de capacitación con relación a los puestos de trabajos y para aquellos que están en contacto directo con los pasajeros como son el personal de gerencia, mozos y adicionistas, le asignan importancia a lo vinculado a la atención al público y al idioma. En tanto, para aquellos que se desempeñan en tareas operativas sin contacto directo con los turistas, la prioridad está en lo que refiere a la formación en el oficio.

Es importante destacar que, si bien los propietarios y/o gerentes de estas organizaciones le confieren importancia al tema de la capacitación del personal, esta preocupación no se ve reflejada en la política interna de formación de recursos humanos de los establecimientos.

CUADRO N° 2: Requerimientos de capacitación para las organizaciones prestadoras del servicio de alimentación, según sector de trabajo del establecimiento, de S.C. de Bariloche

	Oficio	Idioma	Computación	Atención al público	TOTAL
Gerencia	30,80%	23,00%	15,40%	30,80%	100%
Jefe de cocina	59,10%	9,10%	4,50%	27,30%	100%
Ayudante de cocina	53,80%	15,40%	3,90%	26,90%	100%
Fiambrero	50,00%	50,00%	-	-	100%
Repostero	50,00%	50,00%	-	-	100%
Mozos	24,50%	33,30%	2,20%	40,00%	100%
Adicionista	18,20%	36,30%	18,20%	27,30%	100%

Fuente: Elaboración propia

Las otras unidades productoras de servicios estudiadas fueron el transporte, en tanto este servicio fuera prestado en el ámbito de una agencia de viajes en cualquiera de las categorías establecidas en la ley 18.829. Para los sectores comprendidos en gerencia, guía de turismo, chofer, ventas/reservas y administrativo-contable, resultó significativo la convergencia en la capacitación en idiomas, computación y atención al público, con variaciones en la prioridad asignada a cada una de las necesidades de capacitación, según puesto de trabajo.

CUADRO N° 3: Requerimientos de capacitación para las organizaciones prestadoras del servicio de transporte, según sector de trabajo del establecimiento, de S.C. de Bariloche

	Oficio	Idioma	Computación	Atención al público	TOTAL
Gerencia	18,20%	36,40%	27,20%	18,20%	100%
Guía de Turismo	-	20,00%	60,00%	20,00%	100%
Chofer	-	80,00%	20,00%	25,00%	100%
Ventas / Reservas	-	50,00%	25,00%	-	100%
Administrativo / Contable	6,20%	12,50%	6,20%	75%	100%

Fuente: Elaboración propia

Los diferentes informantes clave entrevistados, expresaron la necesidad de capacitación y de concertar políticas de capacitación con consultoras externas o con diferentes asociaciones con otras organizaciones locales; es decir generar una forma de asociatividad que tenga como objetivo la planificación de cursos con relación a las demandas planteadas por los trabajadores en cada uno de los sectores en las diferentes unidades productoras de servicios turísticos.

De esta manera, la asociatividad permite obtener rendimientos superiores que trasciende la sumatoria de los rendimientos individuales, según lo expresa Dejours (1998). Por otra parte, esta forma de recrear ámbitos de capacitación es el escenario en que se manifiestan las conductas del sujeto en relación con el trabajo que realiza, donde se pueden reconocer los errores individuales, a la vez de brindar la posibilidad de mejorar o prevenir aspectos negativos en el proceso del trabajo.

Este espacio creado con la intención de mejorar las habilidades y aptitudes de los trabajadores, desde la dimensión subjetiva contribuye a otorgarle más seguridad, estar más confiado en la tarea que realiza y por ende mejorar la calidad del servicio que repercute en forma directa en el turista y en forma indirecta en el centro turístico receptor, fundamentalmente por la relación que existe entre la calidad de los servicios y la representación que el turista tiene del centro turístico.

Otro aspecto relacionado como efecto positivo del turismo en la generación de empleo, es el hecho de que los proyectos turísticos que se incorporan a la planta de los destinos, relacionados con los servicios que integran la estructura de producción del sector, se pueden implementar más rápidamente, que por ejemplo proyectos industriales. Estos requieren un período menor de maduración y tienen un grado de complejidad relativamente simple en relación con la ingeniería del proyecto, especialmente cuando se tratan de pequeños y medianos emprendimientos.

Es relevante hacer referencia a los servicios esenciales, llamados básicos, que no pueden faltar en la estructura de producción de un centro, como el alojamiento, la alimentación y el transporte local, terrestre y lacustre si correspondiera, todos en sus diferentes clases y categorías. Estos servicios conforman el producto mismo de los destinos y son fundamentales en el diseño de los subproductos o productos específicos que se elaboran y prestan en un centro receptor.

La generación de empleo en el turismo, deberá ser uno de los objetivos principales de la política turística, orientada al desarrollo sistémico y por ende integral de la actividad. Como efecto socio-económico, se deberá tener en cuenta su incidencia en la calidad de vida del poblador local, fundamentalmente si se pretende alcanzar mejores

condiciones de empleo, tanto del empleo ubicado en la categoría de "temporario" o de "temporada", como aquellos definidos como "permanente", por su continuidad en la tarea durante todo el año, dentro de la organización a la cual pertenece el trabajador.

Con relación a lo antes expuesto en Bariloche se pudo comprobar que, comparando ambas temporadas, en los hoteles de categoría 4 y 5 estrellas se observa una variación significativa en cantidad de empleados, en tanto en categorías inferiores los empleados en alta temporada y baja temporada es mucho menor. De esa información se infiere que el nivel de complejidad de las organizaciones de alojamiento condiciona la variación en la cantidad de empleos según las temporadas.

CUADRO N° 4: Cantidad de empleados en alta y baja temporada en las organizaciones prestadoras del servicio de alojamiento en S. C. de Bariloche según clase y categoría

Clase	Categoría	Alta	Baja	Cálculo de empleados por establecimiento
		Promedio de empleados por establecimiento	Promedio de empleados por establecimiento	
HOTEL	5 Estrellas	141,2	107,4	33,8
	4 Estrellas	27,6	17,4	10,2
	3 Estrellas	9,6	7,8	1,8
	2 Estrellas	13,75	12	1,75
	1 Estrellas	15,39	9,63	5,76
	Sindical	17,99	12,33	5,68
HOSTERIA	3 Estrellas	5,33	3,01	33,8
	2 Estrellas	4,17	2	10,2
	1 Estrellas	2	2	-
CABAÑA BUNGALOW	3 Estrellas	1,75	1,5	33,8
	2 Estrellas	3	2,5	0,25
ALBERGUE	Categoría A	2	2	-
HOSPEDAJE	3 Estrellas	5	4	1
	Categoría A	13,67	10,67	3

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la categoría temporario efectivo, según lo establece la legislación laboral vigente, en Bariloche, se puede afirmar que la hotelería trabaja mayoritariamente con esta figura. Esta situación puede justificarse con las marcadas temporadas que tiene Bariloche correspondiente a la invernal y a la estival.

CUADRO N° 5: Personal temporario efectivo de las organizaciones prestadoras del servicio de alojamiento de S.C. de Bariloche

	Posee		No posee		Ns / Nc		TOTAL	
	VA	%	VA	%	VA	%	VA	%
Hotel	29	46,80%	6	9,70%	1	1,60%	62	58,10%
Hosteria	10	16,10%	3	4,80%	-	-	13	21,00%
Cabañas / bungalow	3	4,80%	1	8,00%	-	-	8	12,90%
Albergue	-	-	1	1,60%	-	-	1	1,60%
Hospedaje	3	4,80%	1	1,60%	-	-	4	6,50%
TOTAL	44	72,60%	16	25,80%	1	1,60	62	100%

Fuente: Elaboración propia

En las organizaciones que prestan el servicio de alimentación, pudo observarse que, del conjunto de sectores que las conforman, sólo los identificados como mozos presentan un incremento de empleados en las temporadas turísticas. Esto tiene que ver con la estrecha relación que existe entre la variable empleado por sector y cantidad de comensales atendidos simultáneamente.

CUADRO N° 6: Cantidad de empleados por sector en la estructura de las organizaciones prestadoras del servicio de alimentación de S.C. de Bariloche- según alta y baja temporada -

	Establecimientos con empleo en el sector	ALTA		BAJA		DIFERENCIA ENTRE TEMPORADAS	
		Cantidad de empleados	Promedio de empleados por establecimiento	Cantidad de empleados	Promedio de empleados por establecimiento	Cantidad de empleados	Cambio de empleos por establecimiento
Gerencia	23	35	1,5	35	1,5	-	-
Jefe de cocina	19	37	1,9	36	1,8	1	0,1
Ayudante de cocina	25	56	2,2	44	1,7	12	0,5
Fiambrero	3	3	1	3	1	-	-
Reposero	2	2	1	2	1	-	-
Peón de cocina	10	21	2,1	13	1,4	8	0,7
Mozos	27	110	4	66	2,4	44	1,6
Adicionistas	8	13	1,6	13	1,6	-	-

Fuente: Elaboración propia

Con relación a los empleados que cumplen funciones en los servicios de transporte, dentro de las Agencias de Viajes, analizados los diferentes sectores que componen la estructura productiva, los que tienen un incremento en cantidad de empleados son los guías de turismo y los que están en ventas / reservas.

CUADRO N° 7: Cantidad de empleados en alta y baja temporada para hosterías de tres estrellas, según sectores de trabajo, de S. C. de Bariloche

	ALTA		BAJA		DIFERENCIA E/ TEMPORADAS	
	Cantidad de empleados	Promedio empleados Est.	Cantidad de empleados	Promedio empleados Est.	Cantidad de empleados	Variación
Recepción	14	2,33	10	1,67	4	0,67
Pisos	12	2	7	1,17	5	0,83
Restaurante	3	0,5	1	0,17	2	0,33

Fuente: Elaboración propia

De los tres tipos de organizaciones consideradas para el estudio, la hotelería es la organización que significativamente incrementa el número de empleados en temporada alta.

Las políticas mencionadas con anterioridad deberán estar orientadas de manera específicas a la generación de empleo, basadas en el conocimiento de la situación que atraviesa la actividad y las características de los centros.

En lo estrictamente relacionado con las políticas de empleo, en Bariloche resultó significativo la identificación de la falta de demanda en el destino y la actual situación económica, como elementos obstaculizadores de la generación de empleo.

Es oportuno destacar la necesidad de elaboración de programas permanentes de capacitación, tanto a nivel formal como informal, tendientes a acompañar las necesidades de la actividad turística, en cuanto a la formación de recursos humanos. En el marco de negociaciones colectivas entre los organismos públicos y privados y los sectores del trabajo, se tendrá que establecer una agenda de negociaciones para mejorar las condiciones laborales de los empleados, minimizando por ejemplo los efectos de la flexibilización laboral, en el entendimiento de que debe primar el interés común, la solidaridad social y la comprensión entre las partes. Comprender por un lado, al tema del empleo como una cuestión social. En otro sentido, reconocer que la calidad que se

da en las prestaciones, está dada fundamentalmente por las características y el sentido particular que cada empleado de una organización turística, le confiere a la relación que establece con el destinatario del servicio.

Hay experiencias positivas de negociación entre partes, según la OIT (1999), en Québec, Canadá, las consultas tripartitas en el marco del llamado "Contrato Social", llevado a cabo conjuntamente entre sindicatos, empleadores y el gobierno provincial, ha generado una base consistente para el funcionamiento del sistema de relaciones laborales. Otros países, como Irlanda y Noruega, utilizando el criterio de la negociación colectiva centralizada, han podido alcanzar crecimiento económico, salarios moderados y la creación de nuevos empleos.

Conclusiones

Una visión estratégica del desarrollo turístico, implica concebir al mismo desde las políticas, de manera sistémico e integral. Se deben compatibilizar los intereses de ambos sujetos de la actividad; por un lado el turista que arriba al centro dispuesto a realizar sus actividades de preferencia en los atractivos del mismo, y las necesidades del poblador local, integrándolo a la actividad y que ésta realmente sirva para resolver al menos en parte sus problemas sociales más acuciantes, como el trabajo remunerado, en condiciones dignas.

Esta posición implica una mirada del turismo como actividad socio-económica, a escala local por centros turísticos, con la participación de las organizaciones tanto públicas como privadas con responsabilidad en el destino, dispuestas a consensuar ideas, programas y proyectos tendientes a valorizar y potenciar las ventajas competitivas del lugar.

La calidad ambiental del destino debe ser un objetivo estratégico del desarrollo. Implica crecimiento económico, traducido en rentabilidad de las empresas que integran la estructura de producción del sistema local, distribución adecuada de los ingresos, creación de empleos duraderos, con salarios suficientes y condiciones de trabajo dignas. Un paso fundamental para este punto es la profesionalización en la gestión de las organizaciones locales, mejorando su rendimiento por medio del aumento de la eficiencia y la eficacia de las mismas. Esta herramienta permitirá profundizar la sinergia -tanto en el ámbito de unidades productoras de oferta, como entre éstas y el sector público- lo que redundará en un abordaje holístico del sistema turístico local.

La explotación racional y ambientalista de los atractivos turísticos, que son la materia prima del turismo, tendría que estar incluida en la estrategia de desarrollo

local; estos -los atractivos- generalmente tienen carácter público, aunque el dominio pertenezca a distintas jurisdicciones. El Municipio debe asumir un rol preponderante en encauzar el desarrollo sistémico, y de manera particular en la protección y conservación de los atractivos turísticos, en sus diferentes clases y tipos. Además esta propuesta tiene que contemplar la situación social del destino y el respeto de los valores culturales.

Un proceso de desarrollo autogestionado desde el propio centro turístico, será auténtico y destacará aspectos relevantes de esa comunidad como anfitriona, considerando que los destinos son vistos por los visitantes como el atractivo mismo, o como un macroproducto. Claro está que esto no implica desconocer los efectos de la globalización, la situación del contexto socio-político, regional y nacional, las tendencias del mercado turístico a nivel nacional e internacional, y la necesidad de adecuación del destino al mercado turístico.

El fracaso en el turismo de las planificaciones impuestas por los Gobiernos Nacionales en los últimos treinta años, con nula o muy escasa participación de las comunidades, está la vista, y hay numerosos ejemplos que también la planificación impuesta desde los propios gobiernos provinciales, no han dado resultados.

BIBLIOGRAFÍA

BALASTRERI RODRÍGUEZ, A. 1997 Turismo y lugar. Un contrapunto a la globalización. Ponencia presentada en el Seminario Internacional de Estudios de Turismo. Universidad Nacional de Mar del Plata.

BOISIER, S. 1999 Desarrollo (Local) ¿ De qué estamos hablando Módulo: Municipio y desarrollo local. Carrera de Especialización en Municipio y Desarrollo Territorial. Facultad de Humanidades de la UNC.

- BORJA, J. - CASTELLS, M 1997 Local y global. La gestión de las ciudades en la era de información. Grupo Santillana de Editores. Madrid.
- BOSCH, J. L; SUÁREZ, S y otros 2000 La generación de empleo en los servicios turísticos básicos en San Carlos de Bariloche. Características y factores condicionantes. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue.
- BOSCH, J. L. 2001 Política y gestión pública del desarrollo turístico en un centro receptor. Caso: Villa La Angostura. Tesis para optar por el grado de Magíster en Teorías y Políticas de la Recreación. Facultad de Turismo. UNC.
- BUNGE, M. 1999 Las ciencias sociales en discusión. Capítulo 4 Ciencias políticas. Capítulo 11 Planear el futuro. Editorial Sudamericana. Buenos Aires.
- CORIAT, B. 1997 Los desafíos de la competitividad. Asociación Trabajo y Sociedad y Universidad nacional de Buenos Aires.
- DEJOURS, C. 1998 El factor humano. Editorial Lumen. Buenos Aires.
- El ocio y la celebración de la vida. Publicado en ocio y desarrollo humano.
- 2000 Propuestas para el 5to. Congreso Mundial de Ocio. Editor Manuel Cuenca Cabeza. Universidad de Deusto. Bilbao. España.
- GÜIDI, G. 1999 Desarrollo y gestión de ciudades para su competitividad turística. Documento de base. III Seminario Internacional de Turismo Receptivo. Bariloche. Río Negro.
- MADOERY, O. 2000 El valor de la política de desarrollo local. Módulo: Municipios y desarrollo local. Carrera de Especialización en Municipios y Desarrollo Territorial. Facultad de Humanidades de la UNC.
- MATHIESON; A. - WALL, G. 1990 Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales. Editorial Trillas. México.
- MAX NEEF, M. 1993 Desarrollo a escala humana. Editorial Nordan Comunidad Montevideo. Uruguay.
- NEFFA, J. - PANIGO, D. - PÉREZ, P. 2000 Actividad, empleo y desempleo. Concepto y definiciones. Asociación trabajo y Sociedad. Programa de investigaciones económicas sobre tecnología, trabajo y empleo. CEIL, PIETTE CONICET, Buenos Aires.
- Oficina Internacional del Trabajo (OIT) 2000 Negociar la flexibilidad. Función de los interlocutores sociales y del Estado. Director de la publicación: Ozaki, M. Ginebra.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) 1999 Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión Municipal. Edición para América Latina y El Caribe. Madrid España.
- RACIONERO, L. 1983 Del paro al ocio. Editorial Anagrama. Barcelona. España.
- VALLS, J. F. 1992 La imagen de marca de los países. Cap. 1 Nuevo entorno de los modelos de la relación comunicativa. Punto 3 Concepto de imagen de marca de país. McGraw-Hill de Management. España.