

¿Más trabajo, mejor trabajo? : el caso de los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes de ciudad de Buenos Aires	Titulo
Tottino, Laura Isabel - Autor/a;	Autor(es)
Buenos Aires	Lugar
Facultad de Ciencias Sociales, UBA	Editorial/Editor
2015	Fecha
	Colección
Mercado laboral; División del trabajo; Condiciones de trabajo; Turismo; Formación profesional; Ciudad Autónoma de Buenos Aires; Argentina;	Temas
Tesis	Tipo de documento
* <a href="http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/iigg-uba/20151022061125/TesisTottino.pdf">http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/iigg-uba/20151022061125/TesisTottino.pdf</a> *	URL
Reconocimiento-No Comercial CC BY-NC <a href="http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es">http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.es</a>	Licencia

**Segui buscando en la Red de Bibliotecas Virtuales de CLACSO**

<http://biblioteca.clacso.edu.ar>

**Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)**

**Conselho Latino-americano de Ciências Sociais (CLACSO)**

**Latin American Council of Social Sciences (CLACSO)**

[www.clacso.edu.ar](http://www.clacso.edu.ar)



Laura Isabel Tottino

# **¿Más trabajo, mejor trabajo?**

El caso de los trabajadores y las trabajadoras de las agencias  
de viajes de ciudad de Buenos Aires.

Tesis para optar por el título de Magister en Ciencias Sociales del  
Trabajo

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Buenos Aires

Directora: Doctora Marta E. Panaia

Buenos Aires

2015

### ***Resumen:***

El turismo argentino es un fenómeno que se destaca por su creciente desarrollo económico y social. Por la diversidad y transversalidad que presenta es difícil delimitarlo y, laboralmente es muy heterogéneo por el abanico de actividades que ofrece. Por ello, este estudio se enfoca desde una visión sociológica, en los trabajadores y las trabajadoras del sector de servicios turístico que realizan sus labores en las agencias de viajes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre los años 2003 y 2010 con el objetivo de explorar el tipo de trabajo y la organización del servicio. En primer lugar, desde una visión más cuantitativa no da cuenta de la calidad del puesto de trabajo. En segundo lugar, es preciso relacionar el crecimiento del sector turístico y con el empleo. Es decir, por la importancia que adquiere el sector como generador de empleo en Argentina, al presentar un crecimiento del 61,38% entre el 2002 y el 2008.

Como las agencias de viajes cumplen una importante función de intermediación entre la oferta y la demanda de servicios turísticos me pregunto, cómo es la organización del trabajo en dichas agencias y, en relación a los trabajadores y las trabajadoras, cómo los contratan, cuántas horas y días trabajan en este sector de servicio que aumenta o disminuye su actividad en relación a la estacionalidad o la mayor demanda. Estos interrogantes adquieren una característica distintiva, fundamentalmente porque la actividad turística se encuentra enmarcada por el resabio amargo que dejó la crisis del 2001 e impulsada bajo la premisa implícita de que tiene un efecto positivo sobre el empleo, por el solo hecho de generar rápidamente puestos de trabajo. Es importante aclarar que en este estudio se aborda al empleo no en términos económicos sino en relación a su evolución, es decir para saber en qué medida aumenta o disminuye en el mercado de trabajo, ya que es parte importante del contexto laboral.

Esta investigación resulta todo un desafío que necesita de una combinación de técnicas. Primero, se utilizan técnicas cuantitativas mediante el uso de datos secundarios (encuestas realizadas en el convenio SECTUR/UBA 2008-2010, datos extraídos de los organismos oficiales, revistas científicas y diarios) para poder lograr un mayor acercamiento al objeto de estudio y luego, para responder a los interrogantes planteados, se utilizan técnicas cualitativas mediante observaciones y entrevistas a trabajadores/as e informantes claves

(dueños de agencias, directores de instituciones de carreras afines al turismo, representantes gremiales y del Foro de turismo de CABA).

La investigación se lleva a cabo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que es relevante en la generación de puestos de trabajo, porque tiene una mayor concentración de agencias de viajes, en comparación al resto de las provincias del país. Los problemas atinentes al trabajo en el ámbito del turismo, específicamente en las agencias de viajes, son comprendidos contemplando las diversidades y las diferencias (en los puestos y el tamaño de las empresas) con el fin de dar a luz algunas cuestiones sobre el tipo de trabajo que genera el turismo, que contribuya a visibilizar no solo al trabajador o trabajadora sino a su actividad. Finalmente, se analiza el desarrollo y el progreso del sector, mediante un tipo particular de organización de trabajo que se observa en las agencias, considerando los siguientes aspectos: tamaño de las agencias, organización y división del trabajo, presión y exigencia en el puesto, salarios y comisiones, relación entre educación y empleo y movilidad y flexibilidad laboral.

Como conclusión, se puede adelantar que la mayoría de las agencias de viajes presenta una baja estructura formal donde se realizan múltiples tareas. Asimismo, a medida que aumenta el tamaño de la agencia se observa mayor división del trabajo. También se desprende de la investigación que existe mucha rotación de personal entre las agencias, inclusive entre los hoteles y que la relación entre educación y empleo es un elemento clave en la producción turística. Los perfiles más demandados en las agencias son personas con conocimiento específico en turismo. En los puestos de trabajo la educación formal en carreras afines es un elemento muy importante, pero no determinante para obtener un trabajo, porque lo que más se demanda es el conocimiento específico adquirido en la tarea y/o fluidez en idiomas extranjeros.

Con mi investigación pretendo mostrar que generar más trabajo en el sector de turismo teniendo en cuenta la cantidad, sin considerar su calidad, sólo contribuye a promover la ilusión de ir tras un próspero desarrollo y progreso social en un país como es Argentina (receptor de turismo).

***Abstract:***

Tourism in Argentina is a phenomenon known for its growing economic and social development. Owing to its diversity and transversality, it is difficult to delimit and, occupationally, it is very heterogeneous in the range of activities offered. Therefore, this study focuses from a sociological view on the female and male tour operators who do their work in travel agencies in Ciudad Autónoma de Buenos Aires between 2003 and 2010, with the aim of exploring the type of work and service organization. First of all, from a more quantitative view, it does not consider the job quality. Secondly, it is necessary to relate the growth and its relation to employment. That is to say, the importance of that sector to generate employment in Argentina, presenting a growth of 61.38% between 2002 and 2008.

As travel agencies play an important role as an intermediary between supply and demand for tourist services, I wonder how the organization of work in these agencies is, how female and male tour operators are contracted, how many hours and days they work in this service sector, which increases or decreases its activity in relation to the season of the year or the demand increase. These questions have a distinctive feature, mainly because tourism is framed by the bitter memories left by the 2001 crisis and driven by the implicit assumption that it has a positive effect on employment, by the mere fact that it rapidly generates jobs. It is important to explain that this study involves employment, not in economic terms but in relation to its development, ie, in order to know to what extent it increases or decreases in the labor market, since it is an important part of the work context.

This research is a challenge that requires a combination of techniques. First, quantitative techniques are used through the use of secondary data (surveys conducted according to SECTUR / UBA 2008-2010 agreement, data from government agencies, scientific journals and newspapers) in order to achieve a closer view to the aim of study and then, in order to answer the questions raised, qualitative techniques are used through observations and interviews with female and male tour operators and key informants (agency owners, heads of institutes of studies related to tourism, union and Foro de Turismo C.A.BA. representatives)

The research is conducted in Ciudad Autónoma de Buenos Aires, which is relevant in the generation of jobs, because it has a higher concentration of travel agencies, compared to

the rest of the provinces. The issues pertaining to work in the field of tourism, specifically in travel agencies, are included considering diversities and differences (in the posts and the agency size) in order to bring forth some questions about the type of work generated by tourism, which helps to show not only the female or male tour operator but also her/his activity. Finally, the development and progress of the sector is analyzed through a specific type of work organization observed in the agencies, considering the following aspects: size of the agency, organization and division of labor, the post pressure and demand, salaries and commissions, relationship between education and employment and labor mobility and flexibility.

In conclusion, one can say that most travel agencies have a low formal structure, where multiple tasks are performed. In addition, the bigger the agencies are, the greater the labor division is. It is also clear that there is a lot of staff turnover among agencies, including in hotels and the relationship between education and employment is a key element in the tourist production. The profiles most requested by the agencies are people with specific knowledge in tourism. Formal education in related studies is a very important element for the post, but it is not decisive to get a job, because what is more requested is the specific knowledge acquired in the task and / or fluency in foreign languages.

Through my research I intend to show that generating more jobs in the tourism sector, considering the quantity and regardless of its quality, only helps to give an illusion of going after a prosperous development and social progress in a country like Argentina (tourism inbound).

# INDICE

---

---

<b>INDICE.....</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>I. LA DIFÍCIL TAREA DE EXPLORAR EL ESPACIO DE TRABAJO: ALCANCES Y LIMITACIONES .....</b>	<b>19</b>
1.1. COLOCANDO EL OBJETO DE ESTUDIO BAJO LA LUPA.....	28
1.2. ESTADO DEL ARTE .....	31
<b>II. LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA REGIÓN Y SU VINCULACIÓN CON EL MERCADO LABORAL .....</b>	<b>37</b>
2.1. PROYECCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO EN ARGENTINA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS .....	41
2.2. LA FUNCIÓN DE LA AGENCIA COMO UNIDAD ECONÓMICA .....	45
<b>III. UNA APROXIMACIÓN AL TRABAJO QUE SE REALIZA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES: ¿CÓMO ES LA ORGANIZACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES? .....</b>	<b>54</b>
3.1. LA VINCULACIÓN DEL TIPO DE TRABAJO, LAS CALIFICACIONES Y EL PROCESO PRODUCTIVO DE LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS .....	60
<b>IV. EL CASO DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. ....</b>	<b>70</b>
4.1. EL EMPLEO REGISTRADO, COMO INDICADOR DE CALIDAD LABORAL Y FORMALIDAD.....	75
4.1.1. EL TRABAJO DE LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES .....	76
4.1.2. LOS TRABAJADORES FLOTANTES DEL TURISMO Y SUS CARACTERÍSTICAS .....	78
4.2. EL PERFIL DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES.....	81
4.2.1. CAPACITACIÓN .....	82
4.2.2. EL CONOCIMIENTO DE IDIOMAS:UN CONOCIMIENTO ESPECÍFICO MUY VALORADO. ....	86
4.2.3. LOS PASANTES .....	87
4.3. TIEMPO DE TRABAJO .....	90
4.4. LA OCUPACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES SEGÚN SEXO .....	93
4.5. REPRESENTACIÓN SINDICAL Y SECTORIAL .....	95
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>100</b>
<b>INDICE DE CUADROS E ILUSTRACIONES .....</b>	<b>108</b>
<b>INDICE DE GRAFICOS.....</b>	<b>109</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>110</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>118</b>

*Las palabras me hacen falta  
Me hacen falta cien millones de palabras  
Las palabras siempre se las lleva el viento  
Pero yo las necesito somos dos viejos amantes  
Muy chiflados, muy astutos, desafiantes...  
Son el arma con la que me das consuelo  
El cuchillo que se hunde en mi pellejo  
La apariencia bien organizada  
Las palabras son traiciones de alto vuelo*

*Mis palabras...las palabras...*

*Fito Paez*

#### *Agradecimientos:*

Las palabras que dan a luz este trabajo son producto de variados autores pero principalmente de los trabajadores y las trabajadoras con los que tuve la oportunidad de charlar y entrevistar durante casi dos años, a ellos mi mayor respeto.

Agradezco la paciencia y el perseverante trabajo de mi directora, la Dra. Marta Panaia en cada uno de los avances de esta tesis, porque no solo supo confiar en mí, sino que como buena maestra, me conduce y me orienta permanentemente con sus críticas, correcciones y sobre todo con su acompañamiento, tanto en la construcción del objeto de estudio como en la realización del trabajo campo, forjándome en el oficio de socióloga, como dice siempre, "metiendo los pies en el barro".

También a un gran colega y compañero, Rodolfo García Silva, por el respeto y la generosidad con la que me acompañó y me alentó en esta investigación. Por supuesto, a los compañeros y las compañeras de los grupos de investigación y de trabajo con los cuales compartimos muchos momentos de alegrías, discusiones y angustias: Melina, Ramos, Nicolás



Villanova María E. San Martín, Juan Hudson, Eric Moench, Vanina Simone, Lucila Somma y Nicolás Ortiz.

Quiero agradecer especialmente a Bárbara Catalano, una compañera que con su generosidad y tenacidad contribuyó al estudio de turismo, impulsándome con ricas discusiones y valiosos aportes teóricos. A Claudia Serra, que colaboro para que la traducción del resumen en inglés se mantenga lo más fiel posible, además de ser una gran profesora. También a Julián Rebón un referente, colega y amigo que me regalo la vida, con quien aprendí a construir el conocimiento de forma colectiva.

Seguramente me quedan por nombrar muchas personas del ámbito académico de las cuales me nutrí, pero no puedo dejar de nombrar a las personas que son parte de mi círculo íntimo, dado que son los que me acompañaron y apoyaron de forma incondicional para cerrar la primera parte de este estudio. Por ello agradezco y me disculpo con mis tres hijos, Juanma, José y Flor por las ausencias impuestas y las angustias transmitidas, producto del proceso de investigación. Agradezco a mi compañero de vida, Manuel, porque me aportó la luz necesaria para visualizar y transitar este camino con libertad; por acompañarme y mantener largas charlas y discusiones sociológicas y por confiar en mí.

A Romelia y Pérez, mis padres, porque están siempre presentes ayudándome y aunque todavía no les quede claro que hace un sociólogo, se sienten orgullosos de mí; básicamente porque son los primeros trabajadores que conocí, y por la dignidad que me transmitieron. A ellos les digo gracias por educarme en libertad.

*Muchas veces las palabras nos explican lo que nunca entenderemos...*

## INTRODUCCIÓN

---

El turismo como sector de actividad económica, política y social se vuelve, en esta última década, de gran interés no sólo para los estudiosos del tema sino para los gobiernos y sus economías, particularmente en materia de empleo, dado que agrupa a una gran diversidad de puestos de trabajo. Sin embargo, los límites de esta actividad son todavía difusos y requieren enfoques multidisciplinarios para su abordaje, ya que han sido estudiados predominantemente desde el enfoque económico.

En ese sentido, el problema que surge en Argentina con el empleo turístico, es que los datos existentes no reflejan adecuadamente a todos los empleados y las empleadas del sector. Es difícil cuantificar las personas que trabajan y su forma de contratación, porque muchos realizan estas actividades en forma independientes o *freelance*.

En general el turismo se caracteriza por aportar al crecimiento de las economías, por eso es considerado una exportación (no tradicional) que se produce de una región o país hacia el lugar de destino o en otras palabras hacia el país receptor. Se considera que en el país receptor donde se genera la renta, se favorece la creación de empleo, se aporta divisas, que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta de esta manera, la creación de empresas y la actividad empresarial.

El turismo depende de la demanda y tiene un efecto multiplicador porque también beneficia a otros sectores de la economía, pero sus repercusiones no son solo económicas. De esta forma se comprende que en el turismo receptivo internacional, los flujos de divisas hacia el país de destino no solo constituyen una fuente de ingresos para las empresas vinculadas a esta actividad sino para muchos otros sectores de la economía. Es decir, el dinero o la renta destinada al gasto turístico fluye hacia otras empresas en la medida en que las empresas turísticas como las empresas de viajes reponen stock, renuevan sus materiales o mobiliarios, pagan a proveedores, pagan salarios, impuestos y tasas de luz, de esta manera se produce un reparto de la renta en la propia economía local y también fuera de ella; de ahí que la actividad turística, al crecer cobra una gran importancia en las economías de los países como es el caso de Argentina, donde se favorece la demanda y genera puestos de trabajo.

La aparición y desarrollo del turismo en general no se produce de la misma manera en todas las regiones o países; pues el desarrollo del turismo depende del nivel de vida de cada país, del nivel educativo, de la situación política y social, y del lugar que ocupa en la economía a escala global. Desde sus comienzos el turismo se caracteriza por producir una ampliación de los movimientos de personas a escala regional y mundial, que se inscribe en una larga tradición de migraciones y comunicaciones entre los pueblos. Estos movimientos de población traspasan los límites de ciertas regiones para ampliarse a casi la totalidad de los países del mundo, ya sean emisores o receptores de turistas. Actualmente, también este sector se encuentra en proceso de transformación en cuanto a la forma de producir, y esto se debe a los avances tecnológicos en las comunicaciones y en la movilidad que brindan principalmente los servicios aéreos. Por ello, el fin que se persigue con este estudio es explorar los aspectos sociales, políticos, empresarios y culturales, de algunas de sus actividades básicas que son tan poco abordados en este sector. En particular, se considera importante ocuparse de la organización del trabajo en las agencias de viaje que funcionan en el sector de turismo Argentino, concretamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, porque se entiende que cada ciudad o región asume una especificidad que le es propia, debido a sus diferencias territoriales, culturales, económicas y sociales y que en todo caso en la ciudad de Buenos Aires por sus dimensiones, las agencias deben concentrar la mayoría de las formas de organización de esas empresas.

Como actividad dinamizadora de la economía, el turismo receptivo internacional aporta divisas y su evolución no depende en forma excluyente de la economía interna, lo que contribuye a amortiguar las situaciones de recesión en los mercados internos, como ocurrió en la Argentina luego del *default* a principio de 2002. Es así que el gobierno argentino, en el marco de una devaluación monetaria con crisis de ocupación a partir de 2003, impulsa al sector desde las políticas públicas con el fin de fortalecer la creación de puestos de trabajo; bajo la premisa subyacente de que en general la actividad turística es relativamente intensiva en mano de obra y tiene un efecto positivo sobre el empleo. Este enfoque social trata de captar todos los aspectos que tienen que ver con la organización del trabajo y los trabajadores involucrados tomando como base las agencias de viajes.

La actividad turística involucra a diversas unidades de trabajo como: agencias de viajes, transporte, alojamiento, ocio y otros servicios de viajes; servicios administrativos,

financieros, sanitarios, culturales, etc., a los que hay que añadir todos los otros sectores proveedores de las empresas turísticas como la construcción, la agricultura, las industrias manufactureras e industrias de transformación (Ver ilustración 1)

Ilustración 1: Sector de servicios Turístico



Fuente: Elaboración propia. 2014

Por las características de heterogeneidad y transversalidad del sector, es necesario aclarar que para responder con contundencia a todos los interrogantes que surgen sobre la calidad de trabajo que genera el sector de turismo, se necesitan muchos estudios focalizados; porque como bien destaca Cordero, Allen (2006, p. 15) "la ciencia social que toma como su objeto al turismo intenta orientarse en un mar de hechos problemáticos y a primera vista azarosos". Principalmente porque la medición del empleo turístico, conceptualmente no se desarrolló lo suficiente a causa de la dificultad para asociar claramente el empleo a una actividad de consumo que abarca un amplio espectro en términos de producción y servicios (Libreros, 2005; Oliva, M. y Schejter, C., 2006). Además las mutaciones que afectan al mercado de trabajo, en el sentido de una creciente informalidad, requieren afinar los instrumentos de captación de la ocupación laboral.

De este modo se encuentra que los interrogantes planteados en este estudio, adquieren una característica distintiva en este periodo de estudio porque muchos países como Argentina, se interesan en el desarrollo del turismo entendiendo que presenta una alta incidencia en la generación de empleo y oportunidades laborales en personas con menor capacidad de inserción en el mercado de trabajo. Argentina bajo el Gobierno democrático de Néstor Kirchner, le da un fuerte impulso a la actividad turística en un momento donde el país presenta altos niveles de desocupación, bajo la premisa implícita de que tiene un efecto positivo sobre el empleo. Sin embargo, las estadísticas que se producen en Argentina en relación al empleo en el turismo, que produce el MINTUR, no dan cuenta de los niveles de trabajos en negro en el sector de turismo. Por eso desde este estudio se espera promover el debate acerca de cuáles deben ser los parámetros en donde el trabajo se acerca o se aleja de lo que considera decente o de muy baja calidad en el sector de servicios turístico argentino y qué tipo de contrataciones promueve la organización del trabajo en el sector, tomando como ejemplo para este ejercicio las agencias de viaje.

En suma, este estudio se enfoca desde una visión sociológica, en los trabajadores y las trabajadoras del sector de servicios turístico que realizan sus actividades laborales en las agencias de viajes y turismo de Ciudad de Buenos Aires entre los años 2003 y 2010 con el objetivo de explorar el tipo de trabajo y la organización del servicio. En primer lugar, porque no sabemos si el aumento de la demanda de empleo genera una mayor complejidad de organización de las agencias de viaje, y no conocemos la calidad de ese empleo. En segundo lugar, para caracterizar puestos de trabajo en empresas de viajes que necesitan responder rápidamente a las demandas siempre cambiantes que enfrenta su organización y que interactúan constantemente en un sistema de producción fragmentado (porque intervienen empresas aéreas y terrestres, hoteles, restaurantes, agencias mayoristas y minoristas, museos, espectáculos artísticos diversos, eventos deportivos y congresos), donde sus empleados cumplen una función de intermediación relevante entre las personas que demandan servicios y las unidades productivas que lo ofrecen. Porque el principal interés en este estudio es explorar el tipo de trabajo y su organización para saber qué se demanda en el ámbito de trabajo y los requerimientos que se le piden a las personas que se postulan para cubrir cada uno de los puestos de trabajo en las empresas de viajes que cumplen funciones de intermediación entre la demanda y la oferta del servicio turístico, en término de registración, organización, capacitación y tiempo de trabajo.

Con relación a la actividad económica, en la actualidad existe consenso respecto de que deben incluirse todas las actividades orientadas a la obtención de un ingreso (monetario o en especie<sup>1</sup>), ya sea directa o indirectamente, independientemente de la capacidad de identificar una profesión u ocupación específica.<sup>2</sup> Por esta razón es que se señala en esta introducción que este estudio se apoya en el concepto de trabajo, ya que contiene a todas las personas que realizan actividades en el sector y que obtienen un ingreso, sean asalariadas o no; y que se toman necesariamente datos de empleo con el fin de saber en qué medida aumenta o disminuye el mismo en el mercado de trabajo en el periodo de estudio, ya que es parte importante del contexto laboral. Lo que se destaca es que en Argentina, desde las estadísticas oficiales (OMT, INDEC, Anuario Estadístico de Turismo), en general se estima solo la cantidad total de empleos directos e indirectos que se generan a partir de 2003 en el sector de turismo; sin medir la calidad de los mismos, en cuanto a tiempo de trabajo, tipo de trabajo, es decir si son contratados, estables o independientes.

Ésta es una de las razones, por las cuales es necesario problematizar al sector que brinda servicios turísticos, desde una visión más integral que tenga en cuenta a los trabajadores y a las trabajadoras, a través de una combinación de dimensiones (Cuantitativas y cualitativas) que contribuyan a visibilizar la calidad de trabajo que genera el sector, además de la cantidad de puestos, teniendo en cuenta que la calidad del trabajo también favorece la imagen turística argentina en el exterior, a cuyo efecto el Instituto Nacional de Promoción Turística<sup>3</sup>, prevé el desarrollo y ejecución de planes, programas y estrategias destinadas a promover el turismo receptivo como actividad de interés nacional, generadora de divisas y de empleos, por su carácter de exportación no tradicional y de impacto multisectorial (Ley de turismo. (24 de junio de 2014))

En este trabajo en principio, se realiza de forma contextual una descripción del sector de servicios turístico argentino entendiendo que es un fenómeno complejo y dinámico en el

---

1 Es la expresión adecuada en este trabajo para decir que algo se paga (o se cobra) en frutos o géneros y no en dinero.

2 Se excluyen las actividades domésticas y las orientadas a la producción de bienes y servicios para el autoconsumo.

3 Presidido por el Secretario de Turismo de la PRESIDENCIA DE LA NACION e integrado con representantes del sector público nacional y provincial y con el sector privado, como ente de derecho público no estatal

cuál confluyen diversos factores y variables centrados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) que funciona como puerta de entrada al país. Además, es muy elegida por los turistas por ser una ciudad metropolitana con intensa actividad cultural y por contar con una infraestructura muy variada en cuanto a la oferta de alojamiento y espectáculos.

Las Agencias de Viajes<sup>4</sup> en esta ciudad, dependiendo de su categoría, tienen como fin proporcionar al turista asesoramiento, coordinación, venta y organización de viajes y otros servicios turísticos (estas empresas de viajes no solo son de gran utilidad para toda persona que desea conocer la ciudad sino que cumplen una función importante de intermediación entre la oferta y la demanda de servicios turísticos: asesoran, informan y organizan el viaje de los turistas en la ciudad). Se puede observar en el Anuario de CABA que las agencias de viajes de la ciudad siguen cumpliendo una importante función de venta de servicios; porque más de la mitad de los turistas extranjeros y nacionales que organizan sus viajes en el 2003, lo hacen a través de agencias de viajes y optan por paquetes turísticos como tipo de reservas (55% y 50% respectivamente). En cuanto a los paquetes son muy variados ya que incluyen desde pasajes, alojamiento y alimentación hasta excursiones y alquiler de auto (p. 63).

La Ciudad Autónoma de Buenos Aires, después de diciembre de 2001 es elegida cada vez más con fines turísticos favorecida por el tipo de cambio monetario, lo que le otorga la posibilidad de generar más y nuevos puestos de trabajo. No obstante, siete años después se produce un impacto negativo en la llegada de turistas internacionales debido a la crisis mundial y la gripe A. "De acuerdo a las cifras que difundieron en 2009 el INDEC y la Secretaria de Turismo de Nación la llegada de extranjeros al país durante el mes de julio cayó un 39%" (16/09/2009, En un año cayó un 39% la llegada de turistas extranjeros. Diario Clarín, p.34). En cuanto a las actividades recreativas es necesario aclarar que todas las actividades turísticas tienen efectos multidimensionales que repercuten en el desarrollo cultural, social y económico del lugar de destino. En este caso, se observa que los turistas tienden a visitar los barrios porteños característicos de esta sociedad, e interesarse por su

---

4 Se clasifican en AVT (empresas de viajes y turismo) son aquellas que pueden realizar las actividades que determina el artículo 1° de la Ley 18829 para sus propios clientes, para otras agencias del país o del exterior o para terceros, AT (agencia de turismo) son aquellas que pueden realizar las actividades que determina el artículo 1° de la Ley 18829, exclusivamente para sus clientes, incluyendo el turismo receptivo, AP (agencia de pasajes) son aquellas que pueden actuar en la reserva y venta de pasajes en todos los medios de transportes autorizados o en la venta de los servicios programados por las Empresas de Viajes y Turismo y los transportes marítimos fluviales, ESFL(sin fines de lucro).

cultura y su historia, como el Centro Cívico que incluye la peatonal Florida, Plaza de Mayo y alrededores, Recoleta, Palermo , San Telmo y Once, entre otros; además de desarrollar las múltiples actividades recreativas que ofrece la ciudad como, espectáculos, conciertos, visitas a Museos, cines, discos, excursiones para profundizar el conocimiento de la misma y convenciones.<sup>5</sup>

Es importante señalar que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en relación a su organización, sufre intervenciones urbanas durante los años noventa que cambian la fisonomía del área central, orientadas a revitalizar la ciudad que se percibe en decadencia y en el contexto de su conversión en campo de intervenciones económicas signadas por las ideologías liberales. "La ciudad de los negocios" propicia procesos de revitalización urbanas asociados a la valorización de su patrimonio histórico-cultural y a intervenciones urbanas orientadas a la estetización de la Ciudad y al llamado *city-marketing*" (Bertoncello, V. Rodolfo; 2010, p. 197-198). Estos cambios se vinculan con servicios avanzados a las empresas (Catalina Norte) y a las personas (San Telmo, Recoleta). Entre los íconos de estos emprendimientos están los edificios inteligentes para las sedes corporativas, grandes centros comerciales, hotelería internacional, entre otros.<sup>6</sup> A contracorriente de lo precedente, el empobrecimiento general y la falta de oportunidades de habitación dan lugar a fenómenos de ocupación urbana no previstos, como el de las casas tomadas, el crecimiento de la población viviendo en hoteles y pensiones o crecimiento de las villas miseria.

A saber, en estos últimos años CABA, asume una gran particularidad por el significativo crecimiento de la demanda turística, a causa del negocio ferial, de congresos y de turismo corporativo. Por añadidura, es sede de varias muestras, congresos y eventos internacionales de diferentes rubros y temáticas, entre los más importantes se destacan el Festival y Mundial de Tango, el ATP Tour (circuito de tenis internacional), la Feria del Libro, el Festival de Cine Independiente, la Exposición Ganadera, el Campeonato Abierto de Polo, la Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT), *Fashion* Buenos Aires, ArteBA y la

---

5 En el 2010 Argentina ocupa el puesto 18 a nivel mundial, con 172 eventos internacionales. Buenos Aires figura en el puesto 18 del ranking de ciudades con 98 eventos internacionales en el año y es la metrópoli líder en Latinoamérica en el año 2009 y 2010. Tendencias: viajes corporativos (18/12/11), Eventos con sello porteño. Diario Clarín.

6 El proyecto Puerto Madero es un caso paradigmático de los llevados a cabo en la década de 1990 en Buenos Aires. El viejo, obsoleto y en desuso, fue desafectado como tal y refuncionalizado para usos comerciales, recreativo y de servicios.



temporada lírica del Teatro Colón, una de las más prestigiosas del mundo (Ente Turismo de Buenos Aires, 2013). De manera que la ciudad elegida (CABA) de la Argentina para abordar este estudio de caso, es una metrópoli que contiene un espacio de vida complejo, cambiante y que funciona como tránsito obligado de la intensificación del comercio producido por el Mercosur por integrar su corredor central.

Finalmente, en cuanto a Ciudad de Buenos Aires se puede decir que su infraestructura es desde el 2003 cada vez más propicia para ofertar nuevos puestos de trabajo en un marco de importantes atractivos turísticos, culturales, históricos y patrimoniales. En relación a los estudios que conciernen al trabajo y al turismo, Oliva, (2006) coincide con lo dicho anteriormente, es decir: que se necesitan estudios que contribuyan a la obtención de un panorama más completo sobre la situación del mercado laboral argentino en el sector de turismo. Porque "aunque la caracterización de la inserción de los individuos en la compleja división social del trabajo de una sociedad moderna fue siempre foco de interés de relevamientos censales, su conceptualización ha sido, sin embargo, cambiante, reflejando en parte cambios metodológicos así como el interés de definir con mayor rigurosidad el conjunto de actividades destinadas a la producción del sustento de la población" (Comelatto, 2010, p. 235). Entonces, para obtener un panorama más completo sobre la situación del mercado laboral argentino se "requiere observar las condiciones de trabajo y las características sociodemográficas de los empleados/as" (Oliva, 2006, p.42); porque coincidiendo con lo que se viene exponiendo, dice que los datos de empleo y desempleo son insuficientes para observar muchos aspectos del mercado de trabajo, dado que muchos de estos empleos no son a tiempo completo, ni tienen las mismas condiciones de estabilidad, formalidad e ingreso.

El desarrollo del trabajo más allá de su particularidad intenta realizar una descripción de las agencias de viaje dentro del sector de servicios turístico argentino. Se describirán las situaciones de trabajo, en un área del sector, centrado en las agencias de viajes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Como aproximación, en el segundo capítulo se aborda la importancia del turismo en la región y su vinculación con el mercado laboral en Argentina. En el tercer capítulo con el objetivo de indagar las exigencias en el puesto de trabajo, se intenta comprender como se organizan las agencias de viajes según su tamaño y como es la división del trabajo dentro de ellas, reconstruyendo tres tipos de organización a partir de las observaciones realizadas y de las palabras de los que trabajan. También se interroga sobre la

función de la agencia desde una visión social, entendiendo que tiene un objetivo de lucro y que es eso lo que le posibilita generar empleo.

El último capítulo se centra en el caso de los trabajadores y las trabajadoras de las Agencias de viajes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el periodo 2003-2010, allí se exponen los resultados logrados en el trabajo de campo; se despliega el estudio de caso con el fin de describir las formas de contratación de los trabajadores y las trabajadoras, el tiempo de trabajo y el nivel máximo educativo alcanzado para resaltar algunas cuestiones sobre el trabajo que realizan que contribuya a visibilizar no solo al trabajador y a la trabajadora sino a su actividad en el periodo de estudio.

Así, por una cuestión metodológica se aborda a los trabajadores y a las trabajadoras de las agencias de viajes mediante la búsqueda de la articulación entre la teoría y la realidad empírica. En éste trabajo "el método tiene una función fundamental: tornar plausible el abordaje de la realidad a partir de las preguntas planteadas por el investigador." (De Souza Minayo, María C., 2009, p.45). Entonces, por un lado para responder cuál es la forma de contratación y el tiempo de trabajo, se utilizan datos secundarios de índole cuantitativos, extraídos de encuestas realizadas a los encargados de agencias de viajes en CABA (realizada entre el 2008 y 2009), además de los datos de empleo y del desarrollo del sector, extraídos del Anuario Estadístico de Turismo y el Anuario de Ciudad de Buenos Aires que contribuyen a contextualizar la actividad en el periodo 2003-2010. Por otro lado, para describir la organización del trabajo en las agencias de viajes, se utilizan datos primarios de índole cualitativos, que resultan de las observaciones en el lugar de trabajo y de entrevistas semiestructuradas a informantes claves (realizadas entre el 2010 y 2013) porque se presume que quien mejor conoce el trabajo es quien lo realiza. Además, en este caso complementar los datos cuantitativos secundarios con el método cualitativo, significa enriquecer ese dato desde la óptica de los actores en "relación a cómo viven, construyen sus instrumentos y a sí mismos, sienten y piensan"(De Souza Minayo, María C., 2009, p.47). Es útil señalar que la utilización de distintas fuentes (datos primarios y datos secundarios), no fue una elección o una preferencia personal, sino la necesidad de lograr un mejor acercamiento a la realidad que viven las personas que trabajan en este sector.

Las limitaciones presentes durante el trabajo de campo son principalmente, la reticencia y desconfianza de los/as encargados/as y dueños o dueñas de las agencias visitadas

a la hora de realizar las observaciones y las entrevistas en el lugar. Esta actitud, actúa como un obstáculo en toda la investigación, dado que muchas veces no se permiten concluir las entrevistas con los trabajadores y se deben hacer fuera del ámbito laboral. Esto me condujo a ser más flexible en el relevamiento y a modificar constantemente la forma de acercamiento a mi objeto de estudio. Con respecto a la relación trabajo - turismo, se encuentra que los estudios de caso en este terreno no son muy profusos en Argentina, especialmente desde una visión social. A partir de la experiencia de realizar el trabajo de campo en el sector de turismo argentino y escuchar la palabra de los que trabajan es que me pregunto: ¿los trabajos generados en éste terreno son de calidad? ¿Se puede hablar de un próspero desarrollo turístico sin contemplar o reflexionar acerca de la calidad de los empleos?

## I. LA DIFÍCIL TAREA DE EXPLORAR EL ESPACIO DE TRABAJO: ALCANCES Y LIMITACIONES

---

Como lo dice el título, explorar el trabajo que se hace en las agencias de viajes, que brindan servicios específicos que dependen totalmente del turismo no resulta sencillo debido a que operan con un conjunto amplio de empresas formalmente independientes, que dependen en forma crucial entre sí, con fuertes relaciones de complementariedad y además y sobre todo porque los dueños de las empresas se presentan reticentes a que se lleven a cabo observaciones y entrevistas *in situ*, relacionados con el trabajo que realizan.

A pesar de ello, la decisión fue sumergirme en este sector de servicios específico de turismo y observar el tipo de trabajo y la forma de organizar el servicio. Esto implica la formadora tarea de caminar los espacios donde se ofrecen los servicios (Agencias de Viajes), el contacto con las personas involucradas (Trabajadores/as) que trabajan para ofrecerlos, organizarlos y en algunos casos diseñarlos. Otro aspecto que se destaca en el trabajo de campo, es la experiencia diaria compartida con los trabajadores y las trabajadoras entrevistados/as, la organización de la información y la realización de los informes de campo, al final del día.

Ante todo hay que aclarar que la elección del tema no fue al azar, sino que surge a partir de un primer acercamiento a la problemática del turismo, a través de un trabajo previo a esta investigación, mucho más amplio, que dirige entre los años 2008-2010<sup>7</sup> la Dra. Marta Panaia y que abarca el anexo correspondiente al ítem de Agencias de Viaje, entre otros; siguiendo los objetivos formulados por el “Laboratorio de Monitoreo de Inserción de Graduados en Turismo”<sup>8</sup>. En este proyecto convenio SECTUR/UBA se sacan a luz datos,

---

<sup>7</sup>Se realiza un intenso trabajo de campo (se realizan encuestas, entrevistas y observaciones) en veintiséis ciudades de provincias seleccionadas como, Córdoba, Mendoza, Mar del Plata, Bahía Blanca, Patagonia, Calafate, Buenos Aires, entre otras.

<sup>8</sup>Este gran proyecto abarca veintitrés ciudades de las provincias seleccionadas, según el criterio de corredores turísticos del Plan 2016 (PFETS), en el cual se realizan relevamientos a lo largo de tres años. La población objeto de estudio han sido, los encargados de agencias de viajes y turismo, los hoteles y los graduados en las carreras de turismo, hotelería y gastronomía.

indicadores y tendencias observables del sector de turismo argentino que me conducen a interrogantes más específicos; en este caso relacionados al tipo de trabajo que se genera. Vale decir, que trabajar en dicho proyecto de investigación mayor, significa en principio, descubrir un nuevo espacio de relaciones laborales, inmerso en un red de servicios, que asume una forma de comercialización que se dirige de forma directa a cautivar el tiempo de ocio, de recreación y de placer; en un territorio compartido (en este caso CABA) por los visitantes y los que trabajan. Porque como se pudo observar (en la Ilustración 1) <sup>9</sup>, el turismo como servicio, no es un producto que se consume de una vez, por el contrario está formado por un amplio conjunto de bienes y servicios ofrecidos por diferentes empresas que se combinan a su vez con los recursos turísticos del destino.

Dentro de esta red de servicios la agencia de viaje es intermediaria, no solo porque los oferentes y los demandantes residen en lugares diferentes, sino porque tienen posibilidades de contacto directo a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Además, porque la oferta depende muchas veces de la creatividad e idoneidad de las personas que trabajan en el sector además de los recursos turísticos del destino. No obstante, para abordar esta problemática es necesario en principio entender la estructura del mercado turístico. El turismo cuenta con una estructura de mercado basado en la intermediación e información. Su singularidad radica en que se relaciona con formas de comercialización entre oferentes y demandantes y que no puede entenderse al margen de los recursos de atracción en el destino.

El trabajo de campo que se realiza en este estudio específico, contribuye a moldear una mirada sectorial y regional,<sup>10</sup> ya que la actividad turística en el país no se desarrolla de forma homogénea, ni de forma permanente en este sector de servicios. Además teniendo en cuenta que "los estudios sobre el turismo desde una perspectiva sociológica o antropológica apenas se encuentra en una fase muy inicial en América Latina" (Cordero, Allen 2007, p.15),

---

9 Pág. 11.

10Es preciso aclarar que si bien duro cuatro meses el trabajo de campo en CABA. Desde 2008, se realizan trabajos de recolección de datos y de informes para el proyecto denominado "Monitoreo de Graduados en Turismo" que dirigió la Dra M. Panaia en distintas ciudades del país.

es importante participar como socióloga de la observación de la realidad que viven los trabajadores y las trabajadoras del sector de turismo argentino en su ámbito laboral.

"No pueden ser descartadas las dificultades de trabajar con un abordaje metodológico de un tipo de ciencia donde el observador y el observado son de la misma naturaleza y donde el investigador y su tema comparten los mismos recursos." Guiddens (citado en De Souza Minayo, María C., 2009, p.50)

La actividad de investigación y de relevamiento es un desafío que se lleva a cabo con una combinación de fuentes porque "tiene que ver con el carácter del objeto específico de conocimiento aquí tratado: con el entendimiento de que en los fenómenos sociales existe la posibilidad de analizar regularidades, frecuencias, pero también relaciones, historias, representaciones, puntos de vista y lógica interna de los sujetos en acción" (De Souza Minayo, María C., 2009:52) Por ello los problemas atinentes al trabajo, en el ámbito del turismo, tienen que ser comprendidos contemplando las diversidades y las diferencias (en los puestos y en las unidades de trabajo que componen la industria del turismo).

Para el caso de los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires, surgen los siguientes interrogantes: ¿Cómo los contratan? ¿Cuántas horas trabajan? ¿Cuántos días a la semana? Además, teniendo en cuenta que deben responder a demandas cada vez más individuales y cambiantes interesa saber, ¿Cómo es la organización del trabajo en las agencias de viajes? Todo esto con el fin de dar a luz algunas cuestiones sobre el trabajo en el sector, que contribuyan a visibilizar no solo al trabajador o trabajadora sino a su actividad. Porque si bien se abordan dos dimensiones relacionadas, *Trabajo-turismo*, se parte del supuesto que, en el periodo 2003- 2010 existe una tendencia creciente en la evolución de la actividad, pero sin saber si la ocupación es de calidad. Todo, como efecto o resultado del gran impulso que se le otorga a la actividad turística en Argentina a partir de 2003 desde las políticas públicas, como parte de una estrategia política, económica y social, bajo el lema subyacente de que este sector es generador de nuevos puestos de trabajo.

Al tomar como objeto de estudio el trabajo que realizan los trabajadores y las trabajadoras en las agencias de viajes, la observación más allá del nivel de profundidad que

adquiere en este estudio, se torna una herramienta fundamental puesto que contribuye a profundizar las impresiones y notas sobre las diferenciaciones entre lo que se habla, los comportamientos y las relaciones. Según De Souza Minayo, María C., (2009) la respuesta a la pregunta, de si los investigadores deben usar o no datos de su diario de campo para el análisis de su objeto de investigación, es afirmativa, de otro modo dice no sería necesario invertir tanto en la observación (p. 241).

En el intento de cercar el objeto de estudio, durante el relevamiento se observa a los trabajadores y a las trabajadoras sentados en una computadora o atendiendo teléfonos y a otros como los guías, que entran y salen en busca de rutinas programadas. Pero por sobre todo se comienza a comparar la inmediata respuesta recibida en cada una de las entrevistas dentro de estas empresas, con lo que realmente se observa en ese ámbito; dado que en muchas oportunidades no coinciden (las respuestas con lo observado). Por ejemplo, la respuesta a la pregunta cuántas personas trabajan en esta agencia, correspondía a un número menor que la cantidad de personas observadas en el lugar. Otro aspecto que se destaca es que, la mayoría de los empleados y empleadas son jóvenes y altamente calificados, es decir técnicos y/o Licenciados en las carreras afines al turismo; entre ellos algunos (estudiantes avanzados en estas carreras) en situación de pasantes.

Los datos primarios de índole cualitativos tomados de mi trabajo de campo resultan del recorrido por los lugares de trabajo durante más de un año. Durante el relevamiento, la poca disposición de los dueños de las empresas a contestar preguntas atinentes al tipo de trabajo, me posiciona como un observador participante, más allá del nivel de profundidad adquirido durante ese tiempo, en las distintas agencias de viajes visitadas en la ciudad (50 agencias de viajes elegidas al azar en CABA). Lo observado es volcado en un cuaderno de notas y que no es modalidad de ninguna entrevista. Esta estrategia surge como una necesidad, porque en muchas ocasiones no me permiten concluir la entrevista dentro del ámbito de trabajo, así como tampoco quedarme un tiempo prolongado (una semana o dos). El motivo que aducen tiene como argumento general "la desconfianza" (son temerosas de los controles fiscales y existe desconocimiento de la tarea investigativa). No obstante se realizan 20 entrevistas semiestructuradas a personas que trabajan en agencias de viajes en Ciudad de Buenos Aires y 10 entrevistas a informantes claves, como a directores de carreras de turismo

de universidades de Ciudad de Buenos Aires (El Salvador, CAECE, Kennedy, UADE, UP), a una institución Terciaria (La Suisse) y a representantes de la UTHGRA por ser un gremio que desde el 2004 incorpora a los trabajadores del turismo y del Foro de Profesionales de Turismo de CABA que promueven la necesidad de un colegio que agrupe a los profesionales del turismo en la ciudad. La mayoría de las entrevistas se realizan fuera de las agencias de viajes:

Denzin (1973)"insiste en que, en comparación con los científicos que trabajan con surveys, el investigador de campo que incluye en su investigación la observación participante está más libre de prejuicios, dado que no es, necesariamente, prisionero de un instrumento rígido de colecta de datos e hipótesis testeadas previamente, y tampoco durante el proceso de investigación", (citado en De Souza Minayo, M. C., 2009, p. 234)

También se utilizan datos secundarios de índole cuantitativos, que resultan de 105 encuestas<sup>11</sup> dirigidos a los encargados de las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires durante 2008 y 2009 (la justificación de que las encuestas se dirijan a los encargados de las agencias de viajes, es que se considera que es el que mejor conoce el oficio y que además está al frente del negocio). Conjuntamente, con otros datos secundarios extraídos del Anuario Estadístico de Nación y de CABA. Como señala Denzin (1973), "toda triangulación de métodos y técnicas favorece a la calidad y profundidad del análisis." (Citado en De Souza Minayo, María C., 2009). Así, la necesidad de combinación de métodos en este estudio específico, resulta de los obstáculos reales que aparecen durante el proceso de relevamiento, para realizar tanto entrevistas *in situ* como observaciones prolongadas en el ámbito de trabajo (en principio uno de los objetivos del proyecto es observar el proceso de trabajo). En suma, los datos secundarios de índole cuantitativos contribuyen a caracterizar el sector de turismo argentino, específicamente en Ciudad de Buenos Aires, entre los años 2003 y 2010.

Entonces es a partir de las observaciones, que se logra detectar diferentes puestos de trabajo existentes en las agencias de viajes y turismo (AVT) de CABA, aunque sin ahondar en su calidad debido a que no me permiten la permanencia durante mucho tiempo dentro de las mismas en el momento de relevamiento. Los motivos que aducen son varios: en algunos casos

---

11 Es importante aclarar que las 105 las encuestas fueron realizadas por mí, para el proyecto mayor mencionado anteriormente.



dicen que la normativa vigente no permite la permanencia durante un tiempo prolongado de una persona sin seguro, sobre todo porque es motivo de multa, en otros casos temen un control encubierto de parte de organismos del Estado. Otros simplemente se niegan a que se realice este estudio en esas empresas mediante observaciones, así como tampoco dan cuenta de la cantidad de personas que trabajan; no obstante, cuando lo hacen, el número no coincide con lo que se observa. A pesar de todo se logra realizar observaciones en el lugar pero por momentos reducidos, que no duran más de dos a tres horas diarias en cada una de las agencias visitadas.

En esos pequeños momentos puedo hablar con los trabajadores y las trabajadoras, quienes me cuentan, en general en espacios de no trabajo, como viven la actividad y lo que les provoca. De esta manera, uno de los principales obstáculos a la hora de realizar el trabajo de campo, es la desconfianza de los dueños de estas empresas. Lo que conduce a pensar que no están acostumbrados a recibir personas con intereses de estudio, alejados de los controles del Estado.

De Souza Minayo, María C. (2009) "señala que la entrevista, como forma privilegiada de interacción social, está sujeta a la misma dinámica que las relaciones existentes en la propia sociedad. Cuando se trata de una sociedad o de un grupo marcado por grandes conflictos, cada entrevista expresa de forma diferenciada la luz y la sombra de la realidad, tanto en el acto de realizarla como en los datos que allí son producidos." (p. 216)

Así, por medio de las palabras de los trabajadores y las trabajadoras, se logra caracterizar la actividad que realizan y a partir de allí, se describe como organizan el servicio según el tamaño de cada empresa; que se categorizan en pequeñas, medianas o grandes según cantidad de trabajadores (hasta 5 empleados, de 6 a 25 empleados y de 26 o más empleados respectivamente).

Este estudio coloca el foco solo en Ciudad de Buenos Aires, porque se asume que no todas las ciudades turísticas son iguales, debido a su especificidad regional, cultural, ambiental y climática; por lo tanto los resultados de este trabajo exploratorio, no se pueden

homologar al resto de las ciudades del país. En consecuencia, se sostiene que los saberes y las prácticas turísticas así como las políticas públicas, deben estar muy relacionados con las características intrínsecas de cada región. En cuanto al turismo argentino como sector, la descripción se apoya para tener un panorama más general de las tasas de ocupación, en las estadísticas oficiales (PEA<sup>12</sup>). Porque el desafío es avanzar en un terreno poco explorado desde la sociología, que tiene constantemente en cuenta tanto la situación del trabajador como su entorno, es decir la empresa (AVT). Por consiguiente se va a analizar en conjunto, debido a que en realidad estas dimensiones mantienen entre sí una relación sumamente compleja. Conforman una auténtica configuración que cambia rápidamente produciendo variaciones en las condiciones concretas de trabajo, ya que lo que motiva y empuja al hombre al trabajo es la satisfacción de necesidades, que se ordenan dentro de una jerarquía de valores que no solo es diferente para cada persona, sino que puede modificarse según las circunstancias.

Como el crecimiento del sector turístico en los países en desarrollo e industrializados es especialmente creador de empleos, sobre todo no cualificado y semi-cualificados (Vellas, 2004); la relevancia de explorar el tipo de trabajo y la organización del servicio en las agencias de viajes de CABA, reside en la importancia que se le otorga a la calidad del trabajo además de la cantidad, en un sector que por su dinamismo, ofrece una mayor alternativa al trabajo independiente, es decir, “ligado a una mayor libertad, autonomía y flexibilidad (...) en condiciones de alta precariedad, baja productividad y escasa probabilidad de supervivencia de los emprendimientos montados” (OIT, 2008, p. 46). De esta manera, los efectos del turismo sobre el empleo se analizan desde un punto de vista cualitativo (con datos primarios) y cuantitativo (con datos secundarios), asumiendo que quien mejor conoce la actividad de un puesto o cargo es quien lo realiza. En efecto, indago las situaciones de trabajo, a través de las siguientes dimensiones: el tipo de contrato, el tiempo de trabajo, el nivel educativo y la forma de organizar el servicio; porque es importante saber si el empleo en estas empresas es de calidad. En un marco donde la configuración laboral dentro del sector que brinda servicios, específicamente el de turismo, se transforma continuamente y por ende sus efectos en relación

---

12 Población Económicamente Activa.

al empleo pueden ser considerables para los países que pasan a ser en gran medida dependientes de los flujos turísticos y de los ingresos que proporcionan. (Vellas, 2004).

En cuanto al rol de las personas que trabajan en las agencias de viajes, es el de intermediario entre la persona que demanda turismo y la persona que ofrece esa demanda y que es productor de bienes o servicios turísticos. Las *agencias de viajes y turismo* son definidas como una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes u otros servicios turísticos dentro del marco de la Ley Nacional de Turismo N° 25997 (2004). En síntesis, el interés es explorar el tipo de trabajo que se genera dentro de estas empresas o unidades productivas, debido a que significativos sectores de la población deben trabajar bajo las condiciones que los coloca el capital transnacional turístico.

Es importante señalar que en la actualidad, las empresas de viajes están representadas por al menos una persona que tenga título en carreras de turismo reconocido por el Ministerio de Educación. En cambio en los '70, cuando se crea la Ley 18.829 (Ley Nacional de Agentes de Viajes) no se establece como condición tener un título, se le otorga la licencia a un idóneo (pero no necesitaba tener título para ejercer como idóneo). En realidad es un decreto Ley porque se funda y aplica bajo un gobierno dictatorial ('72 firmada por Lanusse), se puede observar que nunca se modifica porque no se hizo otra nueva, las que se sancionan entre el '72 y 2003 son Resoluciones.

El decreto n° 2.182 firmado en Buenos Aires, 19 de Abril de 1972, está dirigido a adaptar la reglamentación de la misma a la modalidad operativa de las agencias de viajes en relación a las características particulares del mercado turístico argentino y a las prácticas del turismo internacional. Así "dichas normas resultan impostergables para el inmediato funcionamiento del Registro de Agentes de Viajes y el control de la calidad y honestidad de los servicios prestados por dichos agentes. Debido a los estudios realizados para la puesta en marcha de la Ley 18.829, y a las consultas efectuadas a los distintos sectores de la actividad turística, se ha hecho necesaria la reelaboración del Decreto N° 2.254/70 y prorrogar el plazo fijado para el registro y obtención de las licencias habilitantes." Para desarrollar estas

actividades, las agencias de viajes en este momento, cuentan con la autorización respectiva de la Dirección Nacional de Turismo y de los restantes organismos competentes, cubriendo las exigencias legales respectivas. Dentro de la estructura funcional de las agencias en ese primer momento, el Decreto Ley dice que "se debe contar con el personal técnico especializado de reconocida idoneidad profesional para satisfacer los requerimientos de los usuarios, así como poseer los elementos necesarios de información técnica y de consulta vinculados con la actividad específica que realizan, y disponer de un local para la atención al público, conforme con las reglamentaciones que para cada caso establezca la Dirección Nacional de Turismo teniendo en cuenta la ubicación geográfica y la categoría de la agencia de que se trate". En 1975 Res. 216/75 y Res. 323/75 se crean los registros de profesionales en turismo y el registro de idóneos. Pero estos registros no se consolidaron institucionalmente. Más adelante, por la Res. 763/92 la Secretaria de turismo exige, a los empresarios la licencia para actuar como agentes de viajes, tienen que acreditar como mínimo en la estructura funcional básica (art 9 del decreto 2182/72) a un idóneo con título profesional. También a través de la Res. 799/92 se crea el Registro nacional de guías de turismo y en 1997 por impulso de la AAAYT y la Res. 431/97 se constituyó una comisión de estudio sobre guías turísticos con el objeto de analizar la actividad en todo el territorio nacional. Finalmente la Res. 774/03 dice de nuevo, que el requisito para ejercer la idoneidad es tener el título.

En suma, si bien mediante la Ley 18829 y el Decreto 2182/72, se reglamentan las actividades de los agentes de viajes; es recién en el 2003, con la Resolución 774/2003 firmada por Carlos Enrique Meyer (Secretario de Turismo de Nación), cuando se establece el requisito de cumplir con la condición de profesionalidad obtenida en las carreras de turismo de nivel terciario o universitario reconocido por el Ministerio de Educación, para ejercer la idoneidad técnica en la actividad; y "que a tal efecto, se habilita el registro de idóneos en Turismo que tiene por finalidad inscribir a los acreditados o que se acrediten en el futuro para actuar como tales, en las agencias de viajes". Porque se entiende que se jerarquiza la estructura básica funcional de la agencia, tanto para su habilitación como para su continuidad operativa.

## 1.1. Colocando el objeto de estudio bajo la lupa

---

En el apartado anterior se pudo entender las normas modificatorias que reglamentan a las agencias de viajes, particularmente el Decreto de 2003 firmado por Carlos Enrique Meyer que persigue el fin de jerarquizar cada vez más la actividad (al regular más concretamente la apertura y funcionamiento de las agencias de viajes, además de proteger los derechos del turista) dado que exige a los prestadores (en este caso la agencia de viajes) el cumplimiento efectivo que garantiza servicios eficaces. No obstante esta jerarquización no puede ser completa, si no se comprende que es importante conseguir el compromiso de los trabajadores y las trabajadoras en esa organización del trabajo. Por ello es esencial en este estudio, captar las propias perspectivas de los actores, es decir de los trabajadores y las trabajadoras que realizan actividades en estas empresas de servicios.

En efecto, el objetivo general de este trabajo es describir y analizar el tipo de trabajo y la organización del servicio en las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires en el periodo 2003-2010 a través de las siguientes dimensiones: tipo de contrato, tiempo de trabajo, nivel educativo; para saber la calidad del trabajo que se genera. En un sector que ofrece una mayor alternativa al trabajo independiente, es decir, ligado a una mayor libertad, autonomía y flexibilidad.

Teniendo presente que el interés subyacente que guía toda investigación, implica que los investigadores y las investigadoras nos preocupemos por la complejidad de las interacciones sociales que se expresan no solo en el mundo del trabajo, sino en la vida cotidiana y por el significado que los actores le atribuyen a esas interacciones. "Este interés ubica a los investigadores en situaciones naturales y fomenta el empleo de múltiples métodos para estudiar el tema que les concierne" (Marshall y Rossman, 1999 citado en Vasilachis de Gialdino, I. 1987, p.34). Por ello es que se tiene muy presente que los valores, perspectivas, creencias, deseos y expectativas influyen en la construcción de la realidad que se presenta, del mismo modo que la experiencia vivida durante el trabajo de campo. Como dice Vasilachis de Gialdino, I. (1987) es una "experiencia corporeizada" que me constituye, como

investigadora, en una fuente más de datos en este estudio. De este modo los objetivos específicos son:

- Explorar las formas de contratación de los trabajadores/as de las agencias de viajes (AVT) de Ciudad de Buenos Aires.
- Describir el nivel de estudios alcanzados de los trabajadores y las trabajadoras y si tienen estudios específicos en turismo.
- Indagar la duración de la jornada laboral, en días, horas y meses.
- Indagar los tipos de contratos y si contemplan los aportes jubilatorios.
- Describir el modo en que organizan el trabajo en las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires desde la palabra de los actores involucrados en la actividad.

Este estudio, articula la recolección de datos primarios de tipo cualitativos, con los datos secundarios de tipo cuantitativos con el fin de facilitar una mayor descripción y análisis del trabajo que se realiza en las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires. La recolección de datos se realiza teniendo en cuenta que siempre en el cuestionario cuantitativo el investigador pierde parte de la información o corre el riesgo de transformarla sesgándola o simplificándola cuando codifica la respuesta. En efecto, los datos secundarios que resultan de las 105 encuestas, fueron de suma utilidad porque se trabajó en un tema sobre el que no hay casi antecedentes en el país. Concluyendo, se trata de un estudio de caso porque está focalizado sobre un fenómeno particular (el caso de los trabajadores y trabajadoras del sector de turismo argentino). Segundo, porque tiene un alto contenido descriptivo que permite mostrar las complejidades de una parte del turismo, y señalar que más de un factor o circunstancia contribuye a dicha complejidad y tercero, la cualidad heurística del estudio de casos permite abordar explicaciones en términos de como suceden los hechos y porqué, y cuáles son las razones inmediatas y el contexto en que tienen lugar. (Ruth, 2003, p. 80)

Para cumplir con estas tres condiciones, como se vino explicitando utilizamos variadas estrategias: entrevistas semi-estructuradas a informantes claves, observaciones *in situ* y fuentes estadísticas como el Anuario Estadístico de Turismo, EOH –INDEC, OMT; periódicos, reglamentos, revistas científicas. En suma, el andamiaje metodológico es lo más

flexible posible atendiendo al requerimiento de dicha estrategia de trabajar con múltiples fuentes y formas de recolectar los datos. Desde un abordaje sociológico, el interés está en la forma en la que el mundo es comprendido, experimentado y reproducido por las personas que trabajan en el sector turístico, por el contexto y por los procesos; por la perspectiva de éstos participantes, por sus sentidos, por sus significados, por su experiencia, por su conocimiento y por sus relatos (Vasilachis de Gialdino, 2006, p.28). Porque la sociedad y los individuos tienen “*conciencia histórica*” es decir, no es solo el investigador el que le da sentido a su trabajo intelectual, sino que los seres humanos, los grupos y la sociedad le dan significados e intencionalidad, e interpretan sus acciones y construcciones. De acuerdo con el desarrollo de las fuerzas productivas y con la organización particular de la sociedad y de su dinámica interna, se crean visiones del mundo, con matices y diferencias relacionadas con las condiciones de vida y las herencias culturales. Tal conciencia se proyecta en el mundo de la vida y de esta manera pasa a ser registrada en los procesos de construcción de conocimientos (de Souza Minayo, 2009, p. 33-34). La idea de conciencia histórica, contiene en sí la idea de que debe ser analizada teniendo en cuenta la contribución de un determinado actor social o colectivo, en este caso son los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes y su contexto, en el tiempo histórico en el que viven, pues sus conocimientos y sus prácticas se vinculan a los límites de las relaciones sociales de producción concretas.

En cuanto al estado del arte, el turismo en cuanto actividad social, posiblemente tenga una larga trayectoria en la historia humana desde la experiencia griega<sup>13</sup> pero es recién a mitad del siglo XX cuando surge como un fenómeno de masas, haciéndose más accesible a un porcentaje cada vez mayor de la población debido a diferentes factores como por ejemplo la aparición del avión de pasaje a fines de la Segunda Guerra mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas. El desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte fue otro factor determinante que amplió enormemente las posibilidades de viajar a nuevos destinos turísticos y el aumento del tiempo libre del que dispone la población de los países industrializados; así como el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre los distintos mercados mundiales que trajo consigo el correspondiente incremento de los desplazamientos no ya por razones de ocio, sino por razones de negocios o estudios profesionales.<sup>14</sup>

Pero en lo que respecta a este estudio es preciso aclarar que no se interesa por esa construcción histórica del turismo, sino por la exploración desde su esfera productiva, ya que estamos ante un sector económico que es creador de valor añadido, de empleos y divisas (Vellas, 2004). Oliva, M. y Schejter, C. (2006) sostienen que en general las actividades

---

13"Sería interesante rastrear, por ejemplo, si la historia griega que ya había empezado a conceptualizar el ocio, tuvo, además, ciertas experiencias sociales que pudieran asimilarse al turismo tal y como se conoce en el marco de la sociedad contemporánea (...) recuérdese los hermosos escenarios en que se llevan a cabo los diálogos platónicos. Estos diálogos aparte de bellos en tanto expresiones literarias se van desarrollando, aparentemente día tras día, en lugares específicos donde los dialogantes se han concentrado y al tiempo que elucubran sobre lo que debe y no debe ser la república ideal, saborean deliciosas frutas y estimulan el espíritu con sabias bebidas espirituosas. En el caso de La República, este diálogo se efectúa en el Pireo, casa de Céfalo, en este lugar y de manera muy relajada los comensales van elucubrando sobre los temas más variados. Así, pasan de las elaboraciones sobre teoría política a escuchar versos y canciones. A lo mejor, los pioneros de la cultura occidental, soñaron algunas de las ideas más originales sobre el ser y el no ser político, sobre las cuatro operaciones fundamentales del alma, sobre la relatividad de la mentira respecto al bien y al mal y otras muchas otras ideas que aún seguimos estudiando, acicateados por el placer de disfrutar una temprana experiencia que de alguna manera se acerca al turismo. Si esta conjetura no fuera del todo falsa quizás se podría pensar que no todo lo que se asocia al placer es puramente inmediatista y superfluo pues más bien pareciera que, dadas ciertas condiciones culturales y educativas, los escenarios placenteros pueden estimular el alma para la contemplación de la belleza inteligible. Como prácticamente todo en esa sociedad griega, excepto el trabajo claro está, solamente las clases mejor acomodadas podían disfrutar del ocio y quizás de las tempranas experiencias turísticas que en ese entonces tuvieron lugar." Ver Cordero Ulate (2006, Pág. 12).

14 Amparo Sancho (2008); "Introducción al turismo". OMT. Pág. 11.



turísticas son relativamente intensivas en mano de obra y tienen un efecto positivo sobre el empleo. Convirtiéndose la generación de puestos de trabajo en una variable muy valorada a la hora de evaluar el desarrollo turístico en el país. En efecto, para obtener un panorama más completo sobre la situación del mercado laboral, es necesario observar las condiciones de trabajo en el sector turístico y las características socio-demográficas de los empleados (p.42).

La complejidad del sector de servicio turístico hace difícil delimitarlo no obstante, es importante señalar que desde un aspecto cuantitativo y estadístico sí es posible dimensionarlo, por ejemplo, desde las cuentas nacionales y en particular en la cuenta de servicios contabilizando la balanza entre las divisas que ingresan a un país y las que egresan. Sin embargo, el turismo en las economías es mucho más que eso, debido al efecto multiplicador tan característico de este tipo de actividad. Por este motivo existen mediciones más complejas tales como los indicadores macroeconómicos del turismo<sup>15</sup> que utiliza la CEPAL, o bien las cuentas satélites de turismo.<sup>16</sup> Estas mediciones permiten observar el crecimiento del turismo Argentino a partir de 2003, lo que hace que se vislumbre como próspero y se proyecten más y nuevos puestos de trabajo, en un marco de crisis de ocupación.

Existen varias conceptualizaciones sobre el turismo como una actividad económica, no obstante, desde una perspectiva predominantemente económica, se considera que cualquier producto o servicio turístico consumido por un visitante extranjero equivale a una exportación que no sufriría problemas de los costes de transporte y de la distribución en los mercados exteriores. Sin embargo, se trata de una acción compleja dado que es transversal a otras prácticas y a su vez, es interdependiente de otras industrias de servicios tales como la gastronómica, la hotelera y la de transportes. Tottino, L. y Catalano, B. (2014) observan que en esta complejidad en la que se ve inmerso el turismo es posible subcategorizar los enfoques desde varios puntos de vista, ya sea desde la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los actores intervinientes en el sistema turístico.

---

15 Los indicadores macroeconómicos del turismo (Cepal y OMT) permiten extraer cálculos sistemáticos utilizados en el análisis del turismo relacionando el ingreso que se obtiene por turismo y otras variables.

16 Las Cuentas Satélites de Turismo es un sistema que permite cuantificar una valoración real del impacto turístico en la actividad económica de los destinos y sus relaciones directas con el empleo, la renta y los impuestos. Este instrumento de análisis fue impulsado por la OMT a fin de que los países puedan contar con información sistematizada y organizada y de esta manera servir de instrumento clave a la hora de diseñar políticas públicas acordes a la dimensión que el turismo tiene en cada caso.

En relación a los estudios encontrados sobre el turismo se observa un sesgo económico o dicho de otra forma, una mirada económica dominante, que si bien contribuye a enmarcar este trabajo, no es lo que guía este estudio. En el campo de las ciencias sociales, por un lado se encuentran mayormente teorías referidas al turismo internacional tanto en países en desarrollo como desarrollados; inspiradas en la perspectiva antropológica, donde se trabajan los conceptos de cultura, poder e identidad. (Salazar, 2006). Los primeros intentos antropológicos de teorizar sobre el turismo contemporáneo se inscriben en el marco de la economía política y se centran en las desigualdades a escala macro. Enlazando al turismo con la dependencia y la dominación, dichas teorías están muy influenciadas por la teoría marxista. Recientemente el mismo marco se ha usado para analizar las teorías “alternativas”, que hacen énfasis en lo auténtico y la sostenibilidad. Sin embargo esta rama académica tiene una apremiante necesidad de lograr un marco integrador que entrelace los diferentes niveles en los que entran en juego las culturas, las identidades y los poderes. (Cohen, 1974; Nuñez, 1963; Gudykunst, 1983; Stronza, 2001; Stonich, 2000; Turney & Ash, 1975). Es de destacar que las discusiones que proponen éstos autores, aparecen desconectados en los planos micro y macro para analizar y entender el turismo global.

Por otro lado, sin alejarse de la visión económica en la actualidad se encuentran estudios con una visión cada vez más integradora (Getino, 2009) que intenta reflexionar con una mirada integral al turismo, relacionando circunstancias nacionales, regionales y mundiales con explicaciones económicas, sociales, culturales y políticas; debido a que entiende que es una tarea necesaria y urgente, armonizar los objetivos sociales, culturales y económicos del turismo con las necesidades del desarrollo nacional y subregional. Por otro lado, Boto,L. ; Mantero,J. C.; Barreto,M.; Pesci,R.; Apollonio,A.; Bernardelli,C.; Capurro,D. y Nardone,A. (2010) desde un enfoque de diseño de políticas públicas en relación al desarrollo del turismo, repasan algunos elementos que ayuden al desarrollo exitoso de una política integradora del turismo en las ciudades metropolitanas. Salazar N. (2006) encuentra que en relación a la escala macro, pueden clasificarse los estudios en dos categorías amplias (Miller y Cheong, 2000), la primera consiste en la planificación y políticas públicas (Elliot, 1983; Reed, 1997; Richter, 1989; Geymonat,A. M. ; Donadoni,M.; Tello, D. y Busso,G. 2009; Gandara, 2001; Schulte, 2003), la segunda categoría incluye a los estudios sobre economía

política y sobre el desarrollo. Así una corriente analítica involucra una visión de las políticas de desarrollo orientada hacia el mercado y un enfoque en los ajustes estructurales a la cambiante economía global (Hall, 1994; Lea, 1988; De Kadt, 1979; Poirier, 1995; Matthews, 1988 ). Mowforth M. y Munt I. (1988, p. 44-83) sostienen que la economía política del turismo en los países en desarrollo desde un marco teórico inspirado en Karl Marx, ofrece el intento más sistemático de criticar y explicar la naturaleza desigual del desarrollo del turismo.

Según estos autores los países en desarrollo sostienen una relación desigual con el mundo desarrollado, en cuanto la estructuras de sus economías se basa históricamente en la dominación imperial sobre los vínculos comerciales y el ejercicio de la autoridad (Lea, 1988). En muchos casos se cree que el involucramiento de un país en desarrollo con el turismo sirve simplemente para confirmar su posición dependiente y subordinada. Dicha hipótesis es generalizada a comienzos de la década de los setenta, cuando se reconoce que el turismo no constituye una fuente de crecimiento económico (Salazar, 2006, p.102). Así, varios estudios bastantes críticos destacan desiguales impactos económicos y sociales asociados con el turismo (Britton, 1981, 1982, 1989; Hills y Lundgren, 1977; Pérez, 1974). El turismo de enclave por ejemplo es requerido por la disparidad entre la riqueza de los turistas y la pobreza de los lugares que visitan (Freitag, 1994),

Así y todo, los estudios sobre turismo en la actualidad, enfocados desde una perspectiva sociológica o antropológica apenas se encuentra en una fase muy inicial en América Latina. Desde esta disciplina, Cordero Ullate, A. (2006) a partir de un estudio focalizado en un país latinoamericano como Costa Rica, sostiene que el turismo no es más que una fase adicional de la reproducción ampliada del capital, y que su dinamismo resulta de la relación histórica entre economía y naturaleza. Lo que sugiere en este caso, tener presente las consecuencias nefastas, tanto para la salud de los trabajadores del turismo como para los atractivos naturales, donde parece evidenciarse una correlación de fuerzas sociales, entre los trabajadores insertos en el sector turístico y el capital extranjero.

Por otra parte y desde una visión opuesta, Scott Lash y John Urry (1998) a partir de un libro denominado "Economías de signos y espacios", no analizan estructuras sociales sino flujos, sostienen que las sociedades contemporáneas no se explican si no se analizan esos

flujos masivos sobre la economía y las estructuras sociales y los modos de comprensión cultural de sociedades diferentes, otorgándole, una creciente importancia al sector servicios entre los que se encuentra el turismo. Como efecto, Cordero Ullate (2006) y Scott Lash y John Urry (1998) el primero desde las estructuras y el segundo desde los flujos masivos de la economía, coinciden en otorgarle gran importancia al turismo, como una rama de creciente complejización de la estructura económica global. Pensar en lo global, requiere introducirse en el aporte que hace con esta noción Sygmun Bauman (1999), puesto que invita a comprender la idea de flexibilidad. Un concepto que oculta su naturaleza en tanto relación social. Entendida de este modo, la flexibilidad laboral se traduce, la mayor de las veces, en el largo plazo de forma negativa afectando la salud física y psíquica de cada uno de los hombres y mujeres que desarrollan actividades laborales; incluidas el sector de servicios turístico. Lo que conduce a preguntarse ¿cómo influye este tipo de trabajo sobre las personas involucradas y la calidad de lo producido?

En cuanto al desarrollo turístico local argentino, existen variados trabajos regionales. Por ejemplo, Geymonat, A. María; Donadoni M.; Tello, D. y Busso, G. (2009) dicen que el sur de Córdoba necesita mayor activación de la dotación de recursos humanos, culturales e históricos para obtener más dinamismo local además de una mejora en la calidad de los vínculos interinstitucionales de carácter público y privado. Otro estudio de Besson, N. M. (Octubre de 2006) aborda el desarrollo turístico en la región de Salto Grande y explora los objetivos de la Ley Nacional de Turismo con el fin de que se instale el debate en cuanto a las posibilidades concretas de validar dicha Ley con las peculiaridades de cada región y adoptar de manera exitosa un plan de carácter nacional, teniendo en cuenta considerables diferencias de partida, en términos de acceso a mercados nacionales e internacionales y aprovechamiento de recursos a través de la generación de encadenamientos productivos que vinculen al turismo con otras actividades económicas ya consolidadas.

Desde una visión más histórica, y menos regional, Schluter G. R. (2008), estudia la evolución del turismo a partir del siglo XVII, distinguiendo tres etapas con el fin de analizar los diferentes factores que determinaron su crecimiento y los aspectos que hay que tener en cuenta para que su crecimiento sea armonioso. Estos estudios, están dirigidos hacia la comprensión y el diseño de políticas públicas con el objetivo de que contribuya al mejoramiento y crecimiento económico del turismo, sin tener en cuenta las especificidades

regionales y locales a nivel social y cultural. Por otro lado, Pastoriza, E. (2011), estudia la ampliación del turismo a partir de la inclusión de nuevos sectores, entre los años veinte y treinta. Con lo cual el término se amplía y se conforma lo que hoy denominamos "turismo". Muestra el surgimiento del turismo entre los siglos XIX y XX y señala que es uno de los fenómenos actuales más destacados del desarrollo económico y social del mundo y de la sociedad argentina vigente. Para ello, traza un bosquejo de la historia del turismo nacional argentino hasta los años sesenta porque es entonces cuando el hábito de hacer turismo se instala definitivamente en las amplias capas de la estructura social argentina, masificándose. Su ejemplo más paradigmático es Mar del Plata. La evolución y desarrollo del turismo impacta la función y la organización de la agencia como canal de comercialización a lo largo de la historia.

Y si bien avanza en un terreno poco explorado por la sociología, este trabajo se encamina en la línea de análisis encarada por estudios que intentan revalorizar el análisis sectorial o regional y que tiene como antecedente los saberes que surgen del Laboratorio de Monitoreo de Insección de Graduados en las carreras de Turismo y Hotelería, donde Panaia, M. (2008) realiza estudios sobre la oferta educativa y la demanda ocupacional. (Convenio SECTUR/UBA 2008-2009). Con esta base, Panaia, M. y Tottino, L. (2010) comienzan a dar cuenta de las características que tiene el encargado de una agencia de viaje y la importancia de su función. Del mismo modo, Tottino, L. (2013, 2011), indaga la visión de los hombres y mujeres que trabajan para el turismo argentino, donde se tiene en cuenta los perfiles educativos, etarios, etc. y el tipo de trabajo. En cuanto a los perfiles educativos en las carreras de turismo, San Martín, M. Eugenia (2013) en un reciente estudio que también pertenece al Convenio SECTUR/UBA (2008-2009), contribuye a analizar variables relacionadas (educación, trabajo y graduados en turismo) desde las carreras de hotelería, gastronomía y turismo en Argentina. Finalmente, con el fin de complementar estos estudios específicos, Tottino, L. y Catalano, B. (2014) trabajan la perspectiva histórica del turismo como actividad económica y social en Argentina con el propósito de visibilizar su crecimiento y el tipo de empleo en las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires en el periodo 2003-2010. Por lo que es válido preguntarse: ¿Qué función está cumpliendo en la demanda de empleo el sector de turismo y las agencias en particular? ¿Cuáles son las condiciones de contratación de los trabajadores en estas empresas de viajes? ¿Qué tipos de contratos tienen? ¿Cómo organizan el trabajo dentro de estas empresas? ¿Cuántas horas trabajan? y ¿Cuántos días a la semana?

## II. LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA REGIÓN Y SU VINCULACIÓN CON EL MERCADO LABORAL

---

El turismo como sector de actividad se vuelve en esta última década de gran interés no solo para los estudiosos del tema sino para los gobiernos y sus economías en materia de empleo, dado que se caracteriza principalmente porque agrupa a una gran diversidad de puestos de trabajos. Como sector de actividad presenta una gran capacidad para generar divisas, atraer inversión privada y promover de forma rápida nuevos puestos de trabajo.

En retrospectiva se observa que "los países hegemónicos, desde la Segunda Guerra mundial promueven una resuelta intervención destinada a lograr una presencia mayor del turismo en los mercados." (Getino, 2009, p.16). Ya en 1982, la protección y el mejoramiento de los diversos elementos que constituyen el medio ambiente del hombre figuran entre las condiciones fundamentales del desarrollo armonioso del turismo. Estados Unidos y Gran Bretaña, siendo en un primer momento dos de los países más desarrollados, utilizan en principio diversas medidas restrictivas, para evitar la fuga de divisas originadas por la salida anual de millones de turistas. Estas medidas resultaron ineficaces, lo que provoca la búsqueda de una mejor estrategia para buscar el dinero allí donde se gasta. Así, este sistema sigue la tendencia actual de las grandes sociedades económicas, basada en la constitución de empresas transnacionales, que tiene por finalidad crear un circuito cerrado para que las divisas que salen de sus países regresen incrementadas. Según Allen Ulate, Cordero, (1998) en países como Argentina (en desarrollo) esta situación influye en el sector de servicios, y en particular en el sector de turismo con una fuerza casi igual a la del sector industrial.

Desde una visión distinta en un comunicado, la Conferencia de la ONU sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) sostuvo que el turismo tiene gran potencial para sacar a las poblaciones de los países menos adelantados, de la pobreza. "La Conferencia de Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés)<sup>17</sup> advierte que el turismo es uno de los rubros económicos más importantes para los países en desarrollo. Como ejemplos tenemos a las naciones del Caribe, que tras la reestructuración económica que se produjo luego de su independencia se busca incrementar la competitividad en ámbitos no tradicionales, donde el turismo tiene una gran participación" (Catalano, 2013,

---

17 ([www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=20933](http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=20933))

p.205) y el MERCOSUR<sup>18</sup>, que también cuenta con políticas concretas de cooperación con el fin de concientizar sobre el impacto que tiene el turismo en las economías del Sur. La importancia que asume el turismo en la región latinoamericana, es la aportación económica que produce o puede producir en materia de empleo y de ingresos de divisas.

También la “Declaración de Manila”, con un sentido transformador, manifiesta que como actividad, el turismo se convierte en una alternativa para muchos hombres y mujeres que desean trabajar. Que tiene consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales. En ese mismo año (1980), la Asamblea General de la Naciones Unidas, destaca la importancia del turismo mundial y pide su desarrollo como medio para alcanzar un nuevo orden económico internacional que permita la supresión de las desigualdades económicas entre los países subdesarrollados y los más industrializados. En la actualidad existe un gran consenso sobre el papel que el turismo desempeña y puede desempeñar directa e indirectamente sobre la economía de un país, en términos de creación de valor agregado, empleo, renta personal e ingresos.<sup>19</sup>(Anuario Estadístico de Turismo 2006; OMT; Cordero Ulate, A. 1998; Lash, S. y Urry, J. 2006). Debido a que el desarrollo de esta actividad manifiesta un inmenso potencial para generar beneficios económicos y sociales.

El turismo internacional es considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia otro destino, es decir hacia el país receptor o lugar de destino en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo, se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumenta los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Así la actividad turística cobra importancia en las economías, debido a su elevada aportación a la generación de valor Añadido Bruto en la región receptora. Sin embargo su importancia tiene distinta intensidad según sea el dinamismo y la diversificación de cada una de las economías y las sociedades. Así la economía en cuestión puede ser la propia de un país desarrollado o de un país en desarrollo, puede estar basada en varias industrias o en una sola, por lo que el turismo puede representar una opción importante para la misma o ser completamente irrelevante. Estas características van a determinar el grado de participación

---

18 El Mercado Común del Sur es un proceso de integración regional fundado en 1991 por Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. En fases posteriores se incorporaron Venezuela y Bolivia.

19 En el pasado el abordaje analítico del turismo se centraba en las características de los visitantes, en las condiciones en que llevaban a cabo sus viajes y estancias, el motivo de la visita, etc.

local y de las inversiones extranjeras en el desarrollo de la actividad turística, así como los beneficios y costes que se derivan de ella (Sancho, Amparo; 2008)

Como actividad dinamizadora de la economía, el turismo receptivo internacional aporta divisas y su evolución no depende en forma excluyente de la economía interna sino que muchas veces contribuye a amortiguar las situaciones de recesión en los mercados internos, como ocurre en la Argentina luego del default a principio de 2002, debido principalmente a la coyuntura cambiaria (devaluación de la moneda) y el impulso que recibe a través de un conjunto de políticas públicas la oferta turística. En un contexto donde el crecimiento del sector de servicios en general a diferencia del sector industrial, lo coloca en un lugar de privilegio como atrayente de capitales y promotor de nuevos puestos de trabajo.

Por ello se considera en este trabajo, que es importante comenzar a vislumbrar la función que está cumpliendo el turismo en la Argentina, especialmente en materia de empleo. Porque “si bien todas las personas quieren un empleo, quieren sobre todo un buen trabajo”<sup>20</sup>. Esto implica como sostiene la OIT (Oficina Internacional del Trabajo), tener un empleo de calidad, pero no solo eso. Implica la existencia de un marco regulador de la actividad laboral y de la relación de trabajo que garantice muy especialmente los derechos fundamentales de trabajadores y empleadores. Implica gozar de adecuados niveles de protección frente a la adversidad como son los accidentes y las enfermedades y durante la vejez. Implica asimismo, el derecho y, en ese marco, participar en procesos de diálogo social a nivel micro (la empresa), meso (provincias o ámbitos locales) y macro (país).<sup>21</sup>

En materia de empleo, los datos estadísticos que produce el MINTUR<sup>22</sup>, dan cuenta solo de la cantidad de empleo creado y registrado en el sector de actividad turístico, pero no de su calidad y menos aún se hace referencia a la existencia del trabajo no registrado o en negro. Por eso es válido señalar que los datos de empleo y desempleo son insuficientes para observar muchos aspectos del mercado de trabajo debido a que muchos de estos empleos en el sector en estudio no son a tiempo completos, ni tienen las mismas condiciones de estabilidad, formalidad e ingreso. "Para obtener un panorama más completo sobre la situación del

---

20 Generando Trabajo Decente en el Mercosur; Volumen I. Pág. 11.

21 Generando Trabajo Decente en el Mercosur; Volumen I. Pág. 11.

22 Contribuye a esclarecer la evolución de la actividad, la creación de puestos de trabajo remunerados y registrados, y a evaluar más precisamente el impacto sobre esta contribución de distintas políticas e inversiones públicas y privadas



mercado laboral, es necesario observar las condiciones de trabajo en el sector turístico y las características socio-demográficas de los empleados" (Oliva, Miguel; 2006, p. 42). En consecuencia asevera el autor que también el empleo, en las ramas característico de turismo, refleja que este sector es poco homogéneo en términos de formalidad y de condiciones de trabajo y que la heterogeneidad laboral revela, la diversidad y transversalidad del abanico de actividades que ofrece (Miguel Oliva, Constanza Schejter; 2006, p.44).

Desde este estudio se espera propiciar el debate acerca de lo que se considera decente o de muy baja calidad en el sector de actividad turístico argentino, así como del tipo de contrato que promueve su organización en el sector, porque se entiende que los empleos de baja calidad (mal remunerado, inestable, de jornadas extendidas) en los lugares donde se asienta el turismo no es una consecuencia derivada de las características intrínsecas del turismo, sino de cómo éste se organiza en cada región. Se toma como ejemplo para este ejercicio a las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires.

## 2.1. Proyección histórica del turismo en Argentina en los últimos años

---

El turismo argentino como sector de actividad económica, presenta un crecimiento moderado en los últimos años. En retrospectiva, se observa que (cuadro1), en los últimos años de la década de los '90 este sector crece de forma moderada hasta 1999 que es cuando se avecina la profunda crisis económica, política y social. En el año 2001 decrece en gran parte, debido a la crisis económica por la que transcurrió el país con el gobierno del presidente De La Rúa. Lo que sucede en 2001 es que, luego de 10 años, el sistema cambiario fijo aplicado por la "Ley de convertibilidad" de 1991, se quiebra y la cotización del dólar respecto al peso abandona su paridad de un peso por dólar. Este cambio de una tasa fija a una tasa flotante da lugar a una devaluación de la moneda argentina y así se inicia una nueva etapa en la economía argentina en la cual los tipos de cambio resultan ser más convenientes para impulsar la exportación de ciertos productos, como el que ofrece el sector de turismo. A partir de ese entonces, y debido al tipo de cambio favorable, el país se torna competitivo y comienzan a llegar cada vez más turistas internacionales.

En relación trabajo, la configuración macroeconómica en la década de 1990, resulta sumamente nociva para la creación de empleo, lo cual se traduce en un aumento de la desocupación y de la subocupación sin precedentes. El deterioro se extiende también a las condiciones de trabajo y a la estabilidad de las ocupaciones (Campos; G. y Sacavini 2010; p 49). En relación al sector de actividad de servicios, donde se encuentra el turístico, Pérez, P. (2001) basándose en las estimaciones del Censo de 2001 y datos de la EPH encuentra que esta situación vuelve atractivo al sector de servicios, sobre todo para paliar la problemática de la ocupación en el país, que se agudiza a partir de la crisis de 2001, donde el 18% de la población económicamente activa (PEA<sup>23</sup>) se encuentra desempleada y a su vez, de la población ocupada, el 20% se encuentra subocupada por el horario.

"La mayor presencia de los jóvenes en los sectores de la construcción y de los servicios, sectores típicamente de trabajo intensivo, tienen efectos positivos sobre su tasa de empleo. La OIT (2005) encuentra que el sector de servicios es el sector que presenta un crecimiento más intensivo en trabajo"

---

23 PEA: 15.203; Ocupados: 12.421; Subocupados: 2478; Desocupados: 2782 (en miles).

CUADRO 1: VARIACIONES INTERANUALES CORRESPONDIENTES A LA LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS, EN PORCENTAJES. 1995-2010

Variacion %	AR	BR	PY	UY	CH	TTL
1995 - 1996	14	34	-3	4	-6	12
1996 - 1997	6	7	-7	9	13	7
1997 - 1998	9	69	-11	-6	7	21
1998 - 1999	-4	6	-23	-2	-7	-1
1999 - 2000	0	4	7	-2	7	3
2000 - 2001	-10	-10	-3	-4	-1	-8
2001 - 2002	8	-21	-10	-37	-18	-17
2002 - 2003	6	9	7	11	14	9
2003 - 2004	15	16	16	24	11	16
2004 - 2005	11	12	10	2	14	10
2005 - 2006	9	-6	14	-5	11	1
2006 - 2007	9	0	7	0	11	5
2007 - 2008	3	0	3	24	8	6
2008 - 2009	-8	-5	2	2	2	-4
2009 - 2010	24	7	6	18	1	12
Variación promedio anual	6	8	1	3	4	5

Fuente: Cuadro en base a los datos obtenidos de la OMT para los países Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay y datos obtenidos de la Sernatur para Chile. En Catalano B; (2014).

A partir de las variaciones interanuales correspondientes a la llegada de Turistas extranjeros, se puede observar (cuadro 1) que en la década de los '90 Argentina presenta un crecimiento moderado exceptuando el año 1999 donde se visualiza una reducción del -4% y que continua en el año 2001 donde se visualiza una merma del -10 %. Sin embargo, a partir de 2002 debido al tipo de cambio favorable para el turista extranjero, el país se torna competitivo y comienzan a llegar cada vez más turistas internacionales. Tal es así que, desde 2002 hasta 2008 se encuentra que el crecimiento es del 61 %<sup>24</sup> (considerando una media cercana a 8.74 % anual<sup>25</sup>). En el año 2008, producto de la crisis internacional la entrada de turistas se reduce (-8%) pero merece la atención que al comparar el crecimiento de las llegadas internacionales entre 2009 y 2010 versus el observado entre 2008 y 2009, Argentina

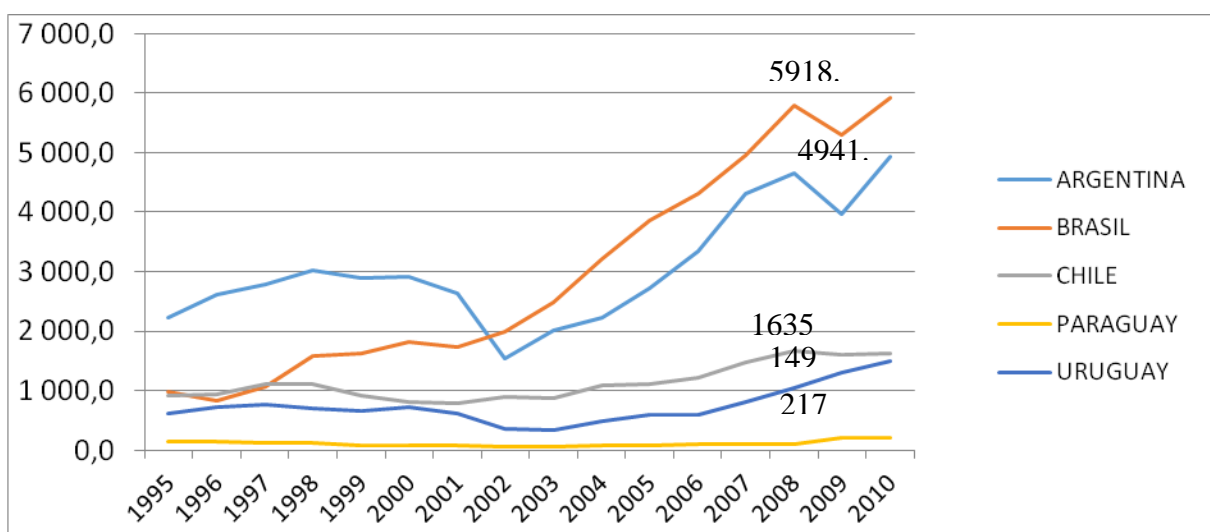
24 Este porcentaje corresponde a la suma de los años 2002 hasta 2008 que figuran en el cuadro 1.

25 Es importante considerar como lo indica Catalano, B: (2014) que la media de crecimiento del turismo mundial se sitúa en ese período entre un 5 y un 6% anual.

es el país que tiene el mayor crecimiento en la llegada de turistas internacionales en el año 2010 (24%), en comparación con el resto de los países de la región (Mercosur + Chile).<sup>26</sup>

Si bien los tipos de cambio y los precios relativos son dos variables fundamentales que impactan en la evolución del turismo receptor como es el caso de Argentina, se observa que desde 2002 la Argentina presenta un crecimiento constante y a tasas significativas en la llegadas de turistas extranjeros, salvo en 2008 (-8%).

GRÁFICO 1: INGRESOS DE DIVISAS POR TURISMO EN LOS PAÍSES DEL MERCOSUR Y CHILE, EN MILLONES DE DÓLARES, 1995-2010



Fuente: CEPALSTAT – Balanza de Pagos – Cuenta Viajes. En Catalano B. (2014).

En cuanto a los ingresos de divisas por turismo se puede observar que los datos ubican a la Argentina en segundo lugar, luego de Brasil (Gráfico 1).

A través de ambos cuadros que comparan al país con el resto de los países de la región (Brasil, Paraguay, Uruguay y Chile), se observa el crecimiento y la importancia que asume en el período de estudio (2003-2010) la actividad del turismo en la Argentina. A partir de fines de 2002 se observa en el país, que la devaluación de la moneda ofrece una situación favorable para el arribo de llegadas de turistas. Según datos del INDEC, durante 2004 se registra un

<sup>26</sup> Es cierto que este abrupto crecimiento se debe al efecto rebote propio luego de una declinación de la economía, sin embargo ese considerable porcentaje resultó ser muy importante para la industria turística en el país.

nuevo record de visitantes extranjeros al país, que alcanza la cifra de 3,3 millones de turistas, 11,9% más que en 2003. Por otro lado también se registran cambios en los mercados interesados por Argentina donde la demanda<sup>27</sup> turística de visitantes extranjeros revaloriza al país. Comparado con otro rubro de exportación el turismo genera más del doble de las divisas por la exportación de carnes y ligeramente inferiores a las exportaciones de cereales (productos tradicionales del comercio exterior argentino). La evolución está marcada en un primer momento (2001-2002) por la coyuntura económica y social desfavorable, pero superada la crisis, el crecimiento del sector es destacado. (Besson, 2006, p.187).

---

27 La demanda impacta en la organización del sector

## 2.2. La función de La agencia como unidad económica

---

La agencia es una unidad económica generadora de riqueza, con una estructura bastante rígida dado que obedece a la propia rigidez de la oferta turística. Allí imperan los objetivos de servicio y de lucro, además cuenta con una organización social y humana en una estructura que se observa mayormente formal, donde se aplican las técnicas de gestión. Razón por la cual requiere, de forma ideal, personal calificado y/o con conocimiento específico en turismo. Interactúa tanto en el mercado nacional como en el internacional, con una demanda que no es continua (más bien intermitente), porque está sujeta principalmente a las fluctuaciones de los precios además del control gubernamental.

Hasta acá, se delinea en forma breve "el perfil y la estructura de la empresa turística como ente productivo, y proveedor de servicios de recreación en el marco de, la cultura del ocio" (Cavassa, C. R. 2007, p.90) que desde los países centrales o con mayor capacidad adquisitiva se va expandiendo e incrementando. En éste apartado, se va a poner de relieve la función que cumple la agencia como entidad económica y productiva en el sector de turismo, en términos de sus interconexiones con la sociedad y las diversas industrias que trabajan para el turismo, es decir, como entidad de funcionamiento. Porque se considera que la interpretación de la función de intermediación o interconexión en el sistema turístico mediante la tarea laboral, es lo que va a permitir que se logre una mejor comprensión y caracterización del tipo de trabajo que se genera.

Lo que posibilita la generación de nuevos puestos de trabajo en el sector de servicios de turismo en general y de la actividad específica que se realiza en las agencias en particular, es su sentido (económico). En cuanto a la agencia como entidad de trabajo, su función es la de intermediación o interconexión entre la demanda abierta y los países que generan turismo. Desempeña a su vez el rol de ofertante (hacia el turista) y de demandante (hacia el prestador de servicio). Hay que aclarar que esta intermediación es posible gracias al puente que representa el sistema turístico mundial<sup>28</sup> actual, entre las personas que están en condiciones de hacer turismo y las personas que viven y sobreviven del sistema de producción turística;

---

28 Con un 10% del PBI mundial y más de 115 millones de empleos directos, tal como lo indican las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

que se desenvuelve en una estructura jerarquizada de diferentes niveles de productividad y que también es el resultado del desarrollo desigual y combinados de estados, regiones, ramas de la misma industria y de empresas particulares..

A causa de este fenómeno continúan en incremento las relaciones entre los países desarrollados y en desarrollo, convirtiéndolo en un gran sistema de oferta y demanda, de producción y consumo, altamente interdependiente, en el que el turismo asume mayor importancia por sus implicancias económicas, culturales y políticas. Este desarrollo está desencadenado por la búsqueda de ganancias extraordinarias. Los Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT), dicen que el desarrollo sin precedentes del turismo en estos últimos años es uno de los signos manifiestos del aumento del nivel de vida en los países industrializados. Porque el turismo se desarrolla rápido, en relación a otras formas de transacciones internacionales, además las entradas que surgen a partir de él, son una fuente importante de divisas extranjeras dentro de un buen número de países. En cuanto a los países en vías de desarrollo, a la vez, sostienen que existe una gran posibilidad de explotar este campo y un reto a levantarse. Que el reto es hacer, que la expansión benéfica de divisas que provienen del turismo sirva para dar una base mucho más grande a la aceleración del desarrollo económico (UIOOT, 1973). Desde esta óptica, es factible pensar que el turismo es un gran atrayente de capitales, pues en un contexto de globalización y flexibilización laboral, emerge como una fuente extraordinaria de ganancias. Sin embargo hay que tener presente que “el subdesarrollo no permite viajar por placer, sino emigrar buscando trabajo; tampoco facilita el tiempo de ocio sino, por el contrario, promueve el subempleo o la desocupación más o menos generalizados”. (Getino, 2009, p.9).

Los países latinoamericanos, sobre todo los de importante desarrollo turístico se colocan principalmente como oferentes de servicios. Además las dificultades que provocan las crisis económicas a los individuos de estos países, no solo les restringe la posibilidad de salir de sus lugares de origen a hacer turismo, sino que grandes sectores de la población deben trabajar bajo las condiciones que los coloca el capital transnacional turístico. Estas características, explican no solo el lugar que ocupan los países en desarrollo en el turismo mundial, sino la gran contradicción laboral cuando gran parte de la población local debe emplearse en el turismo como recurso último de sobrevivencia, ante el recorte de las posibilidades laborales y la pérdida incluso de los bienes locales en pos del “desarrollo turístico” (Cordero Ulate; 2006). En suma, el turismo es una actividad económica compleja

dado que es transversal a otras actividades y, a su vez, interdependiente de otras industrias de servicios tales como la gastronómica, la hotelera y la de transportes. (Tottino, L y Catalano, B., 2014). En esta actividad tan compleja que es atravesada por los avances tecnológicos en su gestión, vale preguntar en relación a las agencias, como siguen existiendo en Argentina cuando internet suple su función y las personas acceden desde sus máquinas particulares a hacer reservas de viajes y de pasajes. Porque se entiende que el uso que la sociedad hace de internet suple cada vez más la función que cumple la agencia

Las agencias siguen existiendo, en primer lugar, porque en Argentina, todavía hay zonas y/o regiones donde internet es de difícil acceso porque el sistema funciona mal o directamente no llega el cable coaxial y la población no tiene conocimientos informáticos. Por el contrario, en las zonas donde hay internet y funciona mejor, se observa que existe bastante trabajo subterráneo que se genera por internet y que compite con la agencia. En segundo lugar, porque todavía no están dadas las condiciones estructurales para que la población pueda, por un lado tener acceso a internet y por otro lado, manejarlo. Porque a diferencia de los países con mayor desarrollo o con más poder adquisitivos todavía no contamos con permanentes mejoras y ampliaciones de la tecnología en relación a la infraestructura de los servicios y a las instalaciones. Por último, por la confianza que le genera a muchos usuarios o clientes, el hecho de contar con un operador que se haga responsable ante el surgimiento de alguna dificultad o imprevisto durante sus viajes.

En relación al sistema productivo turístico, la expansión nacional y la obtención de mayores ventajas competitivas de las agencias, dependen de la evolución del turismo argentino y el lugar que ocupe en la economía a escala global. Por ello es interesante observar que en el periodo de estudio, Argentina, no solo sufre un impacto positivo del desarrollo del turismo como una de las principales actividades económicas, sino que sucede al compás de un mayor desarrollo de todos los servicios. Así, las últimas décadas evidencian un creciente peso de los flujos de inversión extranjera directa a escala global. Pues se observa cada vez más, una mayor competencia en servicios asociados a los productos (pos-venta, asistencia técnica, imagen de marca, etc.) lo que induce a las empresas transnacionales a invertir en actividades periféricas a su propio negocio principal (que incluyen actividades diversas, servicios contables, legales, administrativos, call centers, servicios técnicos,



servicios de back o front office y procesos de negocios con diferentes niveles de complejidad) (López Kosacoff, 2008).

En cuanto a los propósitos de las multinacionales que participan de la actividad económica turística, no solo se ven favorecidos por la situación de progreso social de la población de los países más industrializados, que les posibilita practicar el turismo a más capas sociales, sino también porque en esos países hubo una reducción de la jornada laboral, lo que re-ubicó al turismo como una necesidad inherente al mejoramiento de la calidad de vida dejando atrás el concepto de lujo. Por ello su evolución o crecimiento depende de la demanda turística y de los conocimientos aplicados al proceso productivo que crece y se dinamiza a medida que la demanda se va modificando como consecuencia de los requerimientos y exigencias en los servicios, las recreaciones y comodidades que son cada vez mayores. A esto hay que sumarle, las mejoras y ampliaciones que se introducen a través del progreso tecnológico en la infraestructura de los servicios y en las instalaciones, más, el flujo de información, la publicidad y el trabajo de las empresas a cargo del recurso.

Según Cordero, Ulate (2006) y Getino, O. (2009) las diferencias existentes entre las regiones no solo no disminuyen con el desarrollo del sector, sino que se acentúan. Porque aunque este sector mantenga el crecimiento, no sigue la misma dirección, ni beneficia a los mismos destinos a causa de las modificaciones que producen los países tanto emisores como receptores, y los cambios políticos y económicos a los que se exponen, al igual que el proceso de centralización de capitales<sup>29</sup>. Con respecto al proceso de centralización de capitales se puede observar que tiene una faceta técnica y otro de carácter económico-social. En cuanto a lo técnico se hace referencia a la creciente división del trabajo que solo es posible gracias a una extensión de las funciones intermedias, es decir la expansión del comercio, los transportes y los servicios en general. En cuanto al aspecto económico, se expresa como centralización de capital mediante otras formas, mediante la integración vertical de grandes compañías, firmas transnacionales y conglomerados. (Cordero Ulate, 2006, p.35). Según éste autor hay que entender al turismo como actividad económica y social que se convierte para muchos

---

29 "En el análisis mandeliano, en un primer momento, los capitales se mueven hacia donde hay oportunidades de una acumulación ampliada del capital a partir de que se ubiquen posibilidades de captar ganancias extraordinarias. En este sentido es preciso aprovechar las desigualdades, es decir los nuevos sectores de acumulación que surjan al calor de los cambios históricos. Pero, una vez que los capitales empiezan a fluir, invariablemente se experimenta, una vez más, un proceso de centralización capitalista. " Ver, Ulate, C (2006, p. 35)

capitales en una fuente extraordinaria de ganancias y que asume una forma productiva que involucra cada vez más a la fuerza de trabajo en la gestión de la producción. Donde además se puede adaptar conceptos organizativos de fuerza de trabajo como Taylor-fordismo o especialización flexible o como refiere Scott Lash y John Urry, *acumulación reflexiva*. Puesto que los flujos de producción demandan mayores calificaciones y requieren competencias técnicas crecientemente complejas (Naclerio, 2006, p. 75).

En relación a las formas internas de organización del trabajo en las agencias, es imprescindible tener presente los cambios sufridos en el denominado capitalismo posmoderno, con el fin de superar las crisis taylorista- fordista. A causa de esta se introducen diversas maneras de organizar el trabajo, como los denominados *just in time*, los círculos de calidad, la calidad total, etc. Con el objetivo de lograr sistemas organizativos que involucren cada vez más a la fuerza de trabajo en la gestión de la producción.

Los flujos de producción en turismo tanto en los países con mayor desarrollo tecnológico como en los de menor acceso a ello, demandan en el puesto de trabajo (que requieren técnicas crecientemente complejas) responsabilidad, compromiso y mayores calificaciones. En efecto en estas empresas se observa un sistema organizativo que necesita involucrar cada vez más a la fuerza de trabajo en su gestión de producción. Pero en esta línea de análisis aparece una contradicción en relación al trabajo, porque por un lado, el capital turístico requiere de consumidores posibilitados de comprar los servicios turísticos y por otro lado, el capital turístico, donde se incluye a las agencias, requiere de trabajadores/as baratos/as, es decir, que sus necesidades no sean complejas sino reducidas a su mínima expresión. Por lo que es imprescindible preguntarse cuál es la función que están cumpliendo las agencias de viajes como entidad productiva, cuando requiere trabajadores y trabajadoras muy involucrados en su organización y a un muy bajo costo. En el sistema turístico de un país como Argentina, que promueve el desarrollo del turismo con la finalidad de generar empleo. Como ya se explico con antelación, la función que cumple la agencia en el sector turístico es la de intermediación o interconexión entre la demanda y las industrias que trabajan para el sector, pero procurando maximizar sus ganancias con el menor costo. Porque se observa en al trabajo de campo que involucran en su organización productiva a trabajadores y trabajadoras altamente calificados, ofreciéndoles muy bajos salarios.

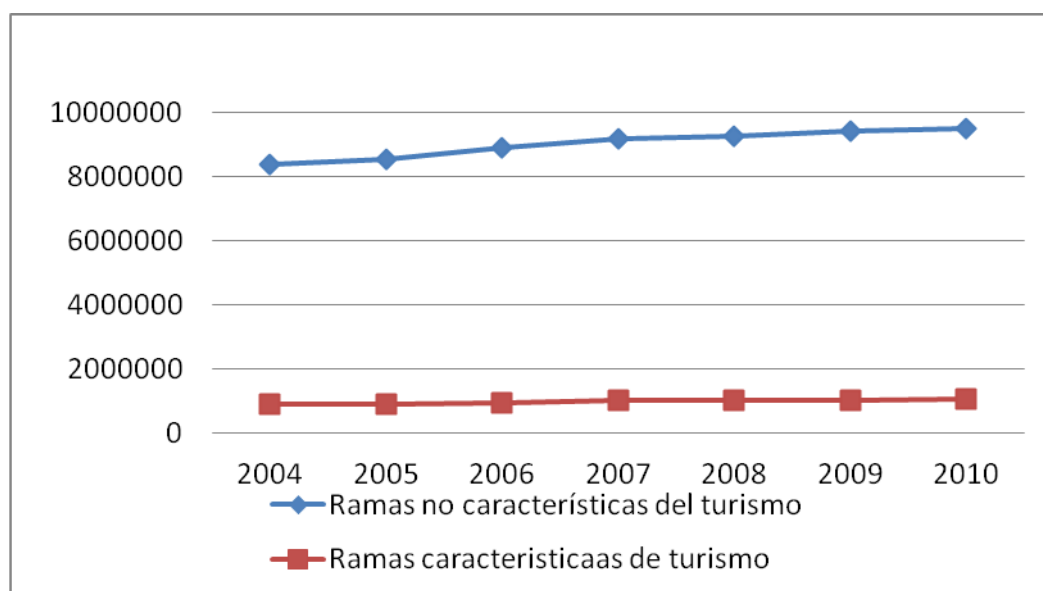
Según Neris Miguel Besson, (2006), el turismo es un sector de exportación invisible sobre el que el país tiene un mayor control ya que no está sujeto a aranceles, regulaciones y trámites del comercio internacional y donde cuenta con la utilización de mano de obra intensiva, puesto que se presenta como oferente de numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes. Pero la existencia de numerosos subsectores y el pequeño tamaño de la mayoría de las empresas turísticas complican la tarea de identificación de negocios estratégicos y dificultan la organización y colaboración entre los actores para ser más competitivos así como la visibilidad del trabajo de calidad con los que conviven cotidianamente las mujeres y los hombres insertos en las empresas turísticas argentinas. La dificultad aquí referida es producto de la multisectorialidad y la complejidad que distingue al sector de turismo. Entonces me preguntó qué función social cumple el sector de actividad turística en relación al trabajo "cuando es poco homogéneo en términos de formalidad y de condiciones de trabajo "(Miguel Oliva, Constanza Schejter, 2006, p. 44). Porque las condiciones de informalidad y precariedad en relación a los salarios y las jornadas de trabajo, por un lado contribuyen a reforzar las desigualdades sociales existentes en la región en materia de empleo y por otro, restringe la posibilidad de avanzar en el proceso de inclusión y movilidad social que está viviendo la sociedad Argentina a partir de 2003 en materia social. Teniendo en cuenta que las estadísticas sobre el turismo y el empleo Argentino, imprimen un crecimiento vertiginoso en los últimos años.

Por lo pronto, la evaluación de los flujos turísticos y del empleo que genera en los sectores de actividad económica que dependen, total o parcialmente, del turismo, tales como el transporte, principalmente aéreo, el alojamiento, los restaurantes, el sector de las agencias de viajes, receptores y tour operadores y su impacto en la economía; requiere con urgencia de la adopción de definiciones precisas y de la aplicación de métodos rigurosos, de mediciones estadísticas, a menudo insuficientes en la Argentina. Los estudios del sector son muy importantes para trabajar en pos de una mejor configuración de la oferta final, así como en la calidad y la competitividad no solo del producto turístico, sino de las condiciones en las que trabajan muchos hombres y mujeres en ese tipo de producción.

Para dar cuenta de la importancia que asume el sector de actividad de turismo argentino también se observa la evolución del empleo en el periodo 2003-2010. No obstante cabe señalar que en cuanto a la actividad económica, en este estudio de caso, se tienen en cuenta todas las actividades orientadas a la obtención de un ingreso (monetario o en

especie<sup>30</sup>), ya sea directa o indirectamente, independientemente de la capacidad de identificar una profesión u ocupación específica.<sup>31</sup> Aquí se hace referencia al trabajo como "una actividad humana orientada hacia un fin, que es la producción de bienes y servicios que se destinan a la satisfacción de necesidades sociales" (Neffa, J. C.1996; p35) y no específicamente al empleo<sup>32</sup>, es decir, solo a "la actividad donde predomina el trabajo remunerado bajo la modalidad salarial o con el producto de la venta de la producción o servicios, que incluye a todo aquel que se desarrolla en actividades mercantiles, así como al trabajo que se lleva a cabo tanto en la administración pública como en tareas domesticas, siempre que sea remunerado." (Neffa, J. C.1996; p42).

GRÁFICO 2: PERSONAL OCUPADO POR RAMA DE ACTIVIDAD Y PROMEDIO ANUAL. TOTAL DE AGLOMERADOS URBANOS 2004 A 2010 (EN VALORES ABSOLUTOS).



Fuente: Cuadro de elaboración propia basado en datos del Anuario Estadístico de Turismo 2011. MINTUR sobre la base de INDEC. Encuesta Permanente de Hogares.

Cómo se observa (gráfico2), en el período 2004-2007 se registra un mayor dinamismo en la creación de empleo en las ramas características del turismo, y una leve caída del empleo

30 Es la expresión adecuada en este trabajo para decir que algo se paga (o se cobra) en frutos o géneros y no en dinero.

31 Se excluyen las actividades domesticas y las orientadas a la producción de bienes y servicios para el autoconsumo.

32 Las estadísticas de empleo, en general estiman la cantidad total de empleos directos o indirectos que genera este desarrollo o la estimación de las diferentes tasas de creación de empleo que tendrían los distintos modelos turísticos.

en esas ramas en el período 2007-2008. En el 2009, por otro lado, se percibieron guarismos similares a los de 2008. A la vez, se visualiza un aumento en las ramas no características de turismo. Es importante observar la evolución del mercado de trabajo en un marco de crecimiento económico y de relativa desindustrialización de componentes y bienes de capital en las ramas características y no características de turismo<sup>33</sup> entre los años 2004 y 2010, dado que refleja que éste sector de actividad económica presenta capacidad para generar empleo o como se observa en este período, mantenerlo.

Ahora bien, en cuanto al empleo registrado en Argentina se observa en el Anuario Estadístico de Turismo de Nación, que su distribución desde 2003 a 2007 muestra una estructura equilibrada en los sectores de actividad: 46% en la industria, 52% en comercio y 46% en los servicios. Es preciso señalar que la formalización del empleo registrado en el sector de servicios en Argentina no difiere del resto de los sectores como la industria y el comercio<sup>34</sup>. En cuanto a la estructura de categorías ocupacionales, para el total de la población empleada en las ramas de agencias de viajes y actividades complementarias de apoyo turístico de 2010, predominan los obreros y empleados 86,4%; en relación a la categoría patrón, cuentapropista y trabajador familiar; 6,8%; 6,6% y 0,2% respectivamente (Anuario Estadístico de Turismo, 2010).

Como se viene exponiendo, la evolución del mercado de trabajo del sector específico de turismo, está en consonancia con la dinámica económica que configura al país en ese mismo período (gran desarrollo de los servicios). No obstante, es de destacar el crecimiento del sector de servicios a diferencia del sector industrial. Lo coloca en un lugar privilegiado como atrayente de capitales y promotor de nuevos puestos de trabajo. Pero en un contexto

---

33 Los productos característicos son aquéllos que, en la mayoría de los países, dejarían de existir o su consumo se vería sensiblemente disminuido en ausencia de turismo. En Argentina lo integran: Servicios de alojamiento (hoteles y otros servicios de alojamiento, servicios de segundas viviendas por cuenta propia o gratuitos) Servicios de provisión de alimentación y bebidas, Servicios de transporte de pasajeros ( Servicios de transporte interurbano por ferrocarril, Servicios de transporte por carretera, Servicios de transporte marítimo, Servicios de transporte aéreo, Servicios conexos al transporte de pasajeros, Alquiler de bienes de equipo para el transporte de pasajeros, Servicios de mantenimiento y reparación de bienes de equipo para el transporte de pasajeros), Servicios de agencias de viajes, tour operadores y guías de turismo (Servicios de agencias de viajes, Servicios de tour operadores, Servicios de información turística y de guías de turismo), Servicios culturales (representaciones artísticas, museos y otros servicios culturales), Servicios recreativos y otros servicios de esparcimiento (deportes y servicios recreativos deportivos, otros servicios de esparcimiento y recreo), Servicios turísticos diversos (Servicios financieros y de seguros, otros servicios de alquiler de bienes, otros servicios turísticos).

34 Ver el Anuario Estadístico de Turismo de Nación.

donde se observa que gran cantidad de empresas modifican sus estrategias de ganancias, apuestan a procesos de desintegración vertical tercerizando actividades del proceso productivo (outsourcing) y deslocalizan inversiones (offshoring), en ambos casos como estrategia clave para disminuir costos." (López, Ramos, Starobinsky; 2009).

Es interesante recordar lo que sucede en Argentina en los '90; se da un intenso proceso de fusiones y adquisiciones de firmas locales, lo que tiempo después junto con el fuerte proceso de crecimiento, genera un flujo creciente de utilidades hacia el exterior. Entre el grupo de empresas de mayor importancia en el país, se verifica un proceso de extranjerización durante los '90, cuando el capital local pasa a representar el 56% del total de las grandes empresas en 1993 a sólo el 23% en 2002. Luego en la etapa de la posconvertibilidad se consolida el peso del capital extranjero en la cúpula empresarial llegando casi al 65%. Lo que muestra que cuando el país crece a partir de 2002, se incrementa la transferencia de esos beneficios hacia el exterior. A partir de 2007 hasta el presente se viene registrando una creciente remisión de utilidades y dividendos hacia fuera del país (Fabián Amico, Alejandro Fiorito y Agustina Zelada, julio de 2012, p.57)

Esta situación sugiere no solo reforzar las capacidades nacionales de producción turística, sino una mayor regulación y control de parte del Estado nacional a fin de evitar una tendencia potencial hacia la fragilidad financiera y la inestabilidad laboral permanente en los trabajadores y trabajadoras que se insertan en ese mercado específico de turismo como por ejemplo los guías, técnicos, licenciados en carreras afines al turismo y otros sin conocimiento específico; porque el trabajo que genera el turismo no está muy desarrollado y delimitado conceptualmente y el lugar que ocupa Argentina en el sistema productivo turístico global en la actualidad, es el de un país dependiente, receptor de turismo.

### III. UNA APROXIMACIÓN AL TRABAJO QUE SE REALIZA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES: ¿CÓMO ES LA ORGANIZACIÓN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES?

---

Indagar las exigencias del puesto de trabajo, requiere en principio comprender su organización y la división del trabajo. Para ello, por una cuestión metodológica en virtud de los datos recogidos de las encuestas, se las categoriza por tamaño según la cantidad de trabajadores/as. Por lo tanto, se considera que una agencia de viaje es pequeña, cuando tiene hasta cinco (5) trabajadores y trabajadoras, mediana cuando tiene de seis (6) a veinticinco (25) trabajadores y trabajadoras, y grande cuando tiene más de 26 trabajadores y trabajadoras. Lo cual tiene como resultado que en Ciudad de Buenos Aires, la mayoría de las empresas de viajes son familiares con un número de trabajadores y trabajadoras que no superan las cinco personas (78%). Es imprescindible aclarar que si bien la categorización es útil para analizar la forma en que organizan el trabajo éstas empresas, no se puede transpolar a la realidad porque en la Argentina el grado de evolución de las agencias permite realizar varias subdivisiones. Es decir, están las grandes, minoristas pero también las pequeñas, minoristas. Del mismo modo se puede hablar de grandes mayoristas y pequeñas mayoristas, según el volumen de ventas que manejen y la fuerza que ello les da para sentarse a negociar con los proveedores.

Además de este tipo de categorización por tamaño existen también otras categorizaciones tales como las agencias receptoras, emisoras, corporativas, etc. En consecuencia, los datos obtenidos indican que predomina la empresa pequeña y familiar con el 78% (hasta 5 trabajadores y trabajadoras), de baja estructura formal y de perfil de formación alto, generalmente alrededor de algún graduado de Turismo o profesional que instala la empresa, a diferencia de las empresas de estructuras administrativas medianas que tienen de 6 a 25 trabajadores y trabajadoras o las grandes de 26 y más que son muy pocas, 17% y 5% respectivamente (Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010).

De lo anterior resulta, que en las empresas con categorías mediana y grande los trabajadores y las trabajadoras llevan adelante la tarea con un mayor grado de complejidad que las empresas chicas. Porque la estructura administrativa de las agencias de viajes medianas y grandes concentran un mayor número de trabajadores y trabajadoras, que realizan sus actividades con una mayor división del trabajo en comparación con las agencias

denominadas pequeñas. Estas últimas no solo tienen menos de cinco trabajadores y trabajadoras sino que además tienen múltiples funciones. Para una mejor comprensión de lo observado, ver el siguiente cuadro (Cuadro 2) que expone una síntesis de la actividad dentro de las agencias según su tamaño para mostrar los niveles de división del trabajo, de supervisión o control y de salarios en cada categoría de agencia de viajes según la palabra de los trabajadores y trabajadoras en el período 2008 y 2010

CUADRO 2: CARACTERIZACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA: CANTIDAD DE PERSONAL, DIVISIÓN DEL TRABAJO, SUPERVISIÓN Y SALARIOS.

<b>TAMAÑO DE LAS AGENCIAS</b>			
	<b>PEQUEÑAS</b>	<b>MEDIANA</b>	<b>GRANDE</b>
CANTIDAD DE PERSONAL	1 A 5 TRABAJADORES/AS	6 A 25 TRABAJADORES/AS	DUEÑO Y/O GERENTE, O PRESIDENCIA. TIENEN 26 Y MÁS TRABAJADORES/AS
DIVISIÓN DEL TRABAJO	- BAJO NIVEL. - EN GENERAL TODOS HACEN TODO. - LOCAL O DEPARTAMENTO DE 1 O 2 AMBIENTES.	- MAYOR NIVEL EN RELACIÓN CON LA AGENCIA PEQUEÑA. - EL TRABAJO SE DIVIDE POR SECTORES. - ESPACIO DE TRABAJO DESAGREGADO POR DEPARTAMENTO O SECTOR.	- ALTO NIVEL Y MAYOR COMPLEJIDAD DEL SERVICIO. - LOS SECTORES DE TRABAJO ESTÁN MÁS DESAGREGADOS EN DEPARTAMENTOS QUE EN LAS AGENCIAS MEDIANAS.
SUPERVISIÓN O CONTROL	AUTOCONTROL Y SUPERVISIÓN PERMANENTE DEL DUEÑO O ENCARGADO.	CONTROL Y SUPERVISIÓN POR EL ENCARGADO DE CADA DEPARTAMENTO O SECTOR.	FUERTE CONTROL. SUPERVISIÓN PERMANENTE. CADA DEPARTAMENTO TIENE UN RESPONSABLE O GERENTE.
SALARIOS	BÁSICO DE COMERCIO MÁS COMISIONES POR VENTAS.	BÁSICO DE COMERCIO MÁS COMISIONES POR VENTAS.	BÁSICO DE COMERCIO MÁS COMISIONES POR VENTAS.

Nota: Cuadro cualitativo de elaboración propia, en base a las entrevistas realizadas a trabajadores y trabajadoras de las agencias de viajes y turismo de CABA en el período 2008 y 2010.

Se puede observar (cuadro 2), que a medida que aumenta el tamaño de la agencia es mayor la división del trabajo. Pero lo que me interesa destacar es que se desprende de los relatos, que los trabajadores y trabajadoras se sienten muy presionados tanto en las agencias que denominamos pequeñas como en las agencias grandes. En la primera, a causa de la presión que se genera por trabajar solo (por ser dueño/a) o con el dueño/a y cumplir las múltiples tareas que requiere la preventa y posventa de servicios de viajes; y en las segundas, debido a la presión que ejercen los supervisores o encargados del sector ventas, para que se concreten las mismas. En los dos casos se trabaja bajo presión y en un clima altamente



competitivo. Esta competencia se manifiesta como resultado de las pujas internas por lograr mejores resultados o comisiones. Así lo relatan sus protagonistas:

"Hay bastante trabajo en turismo pero las condiciones son malas, no solo de agente de viajes, hablo de hoteles también..." (Flor 25 años, Técnico en turismo, diciembre 2010)

"Cuando trabajaba cinco horas y el resto estudiaba, sinceramente me parecía durísimo. Sufía del trabajo con mucho dolor de cabeza, todos los días, era diario, a veces hasta...cosas del estrés, te tiemblan un poco las manos, porque estaba todo el tiempo pensando que hacer para no equivocarme; porque uno trabaja con una máquina y la máquina tiene fichas, como legajos, de los turistas con su familia. Por ejemplo Hernández por cuatro (4 pasajeros); y ahí tienen los servicios de toda su estadía que a lo mejor se extendía por la Patagonia... y yo estaba trabajando en una minorista que no tenía grandes cantidades de fichas pero tenía unas diez por día todos los días. Y si te equivocas en un horario al cargarle una excursión... bueno tenés como factores de miedo, preocupación, como estar muy pendiente del trabajo" (Victor, 26 años, Lic. y Técnico en turismo, agosto 2010)

En las agencias de viajes pequeñas y medianas la organización de la producción no es un elemento esencial de la competitividad. A través de los relatos se pudo constatar que muchas veces esta depende de cada empleado, porque al tener múltiples funciones, se resuelve lo urgente. Como consecuencia, la organización tiende a ser una resolución particular, en vez de una decisión colectiva entre dueño y empleado o empleada. Quizás porque "las exigencias actuales en el trabajo necesitan cada vez más, trabajadores/as profesionales polivalentes o "trabajadores/as multifuncionales" (Benjamin Coriat y Dominique Taddéi, 1995:168). Lo que sí se observa es que la exigencia en este tipo de actividad es enorme.

Porque un aspecto que interviene con fuerza y es muy relevante en el proceso de trabajo, sobre todo en sectores como el turismo en la actualidad, es la permanente innovación tecnológica. El problema con que se enfrentan las personas que trabajan en las agencias es que "cuando todavía no se llega a dominar a fondo una tecnología novedosa ya existe otra que la reemplaza o mejora, marcando la necesidad de capacitarse para seguir liderando una porción del mercado a la que cada vez se agregan más jugadores" (Hugo Bonigo, Osvaldo Lombardi, 1999,p.190). En un mundo donde "las innovaciones tecnológicas transforman la variable espacio-tiempo de las transacciones de intermediación porque virtualmente achican el planeta pero paradójicamente agrandan el mercado"(Ciccolella, P. 1995, p.48). Este aspecto

también incide con fuerza en la diferenciación socio-territorial de los beneficios de la reestructuración en argentina, que se evidencia tanto en la nueva división del trabajo a escala nacional, como a escala intrarregional o interurbana, debido a que se tiende a acentuar la condición diferenciadora y fragmentaria en esta nueva etapa de crecimiento y modernización en la que crece como un nuevo fenómeno económico y social el sector de servicios turísticos en el país.

La motivación en el trabajo es una variable de peso que surge del relato de los protagonistas, porque está asociada más a las comisiones que se les asigna a cada trabajador/a por la venta de algún servicio o paquete turístico, que al desarrollo del conjunto de actividades que satisface las necesidades de formación, alimento y salud de los empleados y empleadas. En efecto, conseguir mayores ventas de servicios, implica mejorar el monto de las comisiones y por ende del salario. En consecuencia, los trabajadores y las trabajadoras le imprimen mucha importancia debido a que la ganancia obtenida constituye el medio de subsistencia fundamental para la mayoría de ellos. Sobre todo contribuye no solo a formar su identidad sino también su realización personal, es decir, el trabajar y poder mantenerse con ese salario los hace sentir más dignos.

¿Cuándo trabajaste en esta agencia como te sentiste?

"El ámbito laboral era bueno, el tema de la informalidad mucho no me cerraba, en relación a las comisiones. El sueldo era todo en blanco. Anualmente turismo arregla un aumento en paritarias y ese año (2009) ahí no era que tenía un sueldo en blanco, tenía un piso en blanco y le aumentaron a algunos sí y a otros no" (Blanca, junio de 2010)

Como se deja entrever en el relato anterior, ésta trabajadora se siente poco motivada en el trabajo<sup>35</sup> a causa del aumento del salario (que está compuesto por un básico que se acuerda en paritarias, más las comisiones que se acuerda con el dueño de la agencia) y sin tener claridad en cuanto a la justificación del aumento o no de las comisiones que se le asigna a cada trabajador/a. Como no tiene todo el sueldo en blanco sino una parte, se siente incomodada de alguna manera porque la situación presenta cierto grado de informalidad. No obstante, cuenta que cuando se ingresa a este tipo de trabajo, los convenios en relación al salario, se arreglan de manera casi personalizada. Por ello habla de informalidad en relación a las comisiones, debido a que es la parte del salario que se arregla por medio de un convenio

---

35 La entrevistada se encuentra trabajando en una agencia de viajes que se denomina chica o hasta 5 empleados.

más bien personal, es decir entre cada trabajador/a y el dueño de la empresa y sobretodo porque no forma parte del salario en blanco o registrado. Se desprende de los relatos que, en las agencias existe mucha rotación de personal. Y uno de los argumentos principales que se desprende de la mayoría (75%) de las 20 entrevistas que se le realiza a los trabajadores y las trabajadoras, es "mejorar los ingresos"; que como se ve depende más de un convenio personal que del convenio colectivo de trabajo.

En cuanto al trabajo que se realiza en las agencias de viajes (de intermediador turístico), se desprende de mi cuaderno de notas<sup>36</sup> que el desgaste de energía, se produce más por el lado del aspecto intelectual del trabajo que del físico. En esta actividad las personas se desempeñan como canales de venta hacia los turistas con el objetivo claro de brindar servicios y lucro. El servicio no está separado de la persona que lo consume, y esto es lo que tiñe al trabajo de una gran responsabilidad, porque hay que acompañar al usuario hasta que logra consumir el producto turístico que compró. De hecho los servicios en las agencias de viajes se pueden clasificar en aquellos cuyo producto o hecho turístico implican interacción "cara a cara" con el cliente y otros actores y sin interacción "cara a cara" entre estos. En el caso de los productos generados en las agencias de viajes relevadas se pueden encontrar ambos, con predominancia de uno sobre otro según el caso. En la mayoría de las agencias relevadas se observa que sigue predominando la interacción "cara a cara".

Definir qué tipo de trabajo es el que se produce dentro de las agencias de viajes, requiere entender primero la actividad laboral turística. Como se esboza en el capítulo anterior, el turismo es una actividad económica y social que es transversal a otros sectores económicos. Dentro del sistema de producción turística, la agencia de viaje es un intermediario que interactúa entre sujetos, donde el "cara a cara" en la actividad productiva turística existe a pesar de no ser una condición necesaria de los procesos productivos actuales en este tipo de servicio; debido a las relaciones sociales virtuales, para resolver problemas que nunca llegan a la relación "cara a cara". Según de la Garza Toledo (2012), la interacción entre los hombres tiene componentes que escapan hasta cierto punto a su voluntad como por ejemplo la tecnología, la forma de organizar el trabajo; y a su vez ser interacciones que conllevan significados para los mismos. De esta forma, el trabajo en una agencia de viajes no

---

36 El cuaderno de notas de campo registra el recorrido por 50 agencias de viajes durante más de un año entre fines de 2009 y todo 2010.

depende solamente de la interacción “cara a cara” sino también del conocimiento y el manejo que se tiene de la tecnología.

Como el trabajo es un elemento clave en la producción; la absorción y el desarrollo de capacidades dependen del proceso de producción. Por ello "la calificación también contribuye para evidenciar el nivel de complejidad de los diferentes trabajos y las tareas ejecutadas y la complejidad de las herramientas utilizadas en el proceso de trabajo". (Naclerio, 2006, p.84). Para una mejor comprensión del caso, la decisión es vincular los tipos de trabajo, las calificaciones de los trabajadores y el proceso productivo. En relación a los perfiles más demandados en estas empresas, surge de las entrevistas que en general requieren de a personas con conocimiento específico en turismo. Cuando se habla de conocimiento específico, no se refieren necesariamente a personas con títulos en carreras afines al turismo, sino a personas con experiencia adquirida en el trabajo (que hayan trabajado en agencias, como guías y en la administración o recepción de hoteles) con o sin título. Lo que prima siempre en la demanda, es la experiencia adquirida en el puesto.

La mayoría de los 20 entrevistados (hombres y mujeres) cuentan que durante la búsqueda de un mejor trabajo (para ellos es conseguir mejor salario) sea o no de mayor responsabilidad en la estructura jerárquica, en general, tienen que realizar una prueba de manejo de herramientas informáticas que se utiliza actualmente en el sector para hacer reservas, como por ejemplo AMADEUS, entre otras; además de la preferencia de muy buena fluidez de otro idioma. Surge de las entrevistas 10 entrevistas a los informantes claves que la demanda del perfil del trabajador o trabajadora depende siempre del o de los puestos que se quieren cubrir y de las comisiones que se ofrecen. Por ejemplo si refiere a puestos operativos o de menor responsabilidad, se logra cubrir más fácilmente con estudiantes en carreras afines o personas sin mucha experiencia y por el contrario si se necesita cubrir puestos de mayor responsabilidad como de encargado o gerente se prefiere personas con experiencia en el sector ofreciéndole mayores comisiones, sin embargo no les resulta tan sencillo de conseguir según los dueños de las agencias. No obstante según los trabajadores y las trabajadoras el problema es que los salarios son bajos. En ambos casos, siempre se prefiere a quien ya trabajo en el sector, con mayor o menor grado de experiencia, para cubrir los distintos puestos. Por este motivo es que la mayoría de los trabajadores y trabajadoras entrevistadas señalan, que su mayor dificultad es conseguir un buen trabajo cuando están recién egresados o no tienen bastante experiencia.

### 3.1. La vinculación del tipo de Trabajo, las calificaciones y el proceso productivo de los trabajadores y trabajadoras de las agencias.

---

Vincular el tipo de trabajo a las calificaciones y al proceso productivo en este estudio exploratorio precisa tener en cuenta no solo la organización sino también el nivel educativo de los trabajadores y trabajadoras de las agencias de viajes. Porque la educación es considerada, en la actualidad, como un factor estratégico de desarrollo y uno de los principales campos de intervención de políticas públicas para fomentar una mayor igualdad de oportunidades en general y en el sector de servicios turísticos en particular. Bajo la premisa de que las personas que alcanzan un alto nivel de escolaridad y de saberes específicos de turismo, acceden a mejores empleos. Dicho así, la educación aparece como un ámbito que potencia el abatimiento de las desigualdades. Sin embargo los cambios sociales desencadenados por las políticas económicas liberales, de privatizaciones y apertura comercial, así como las prácticas de flexibilización de los procesos productivos y de las relaciones laborales, que adoptan las empresas, generan nuevas situaciones de mercado porque no siempre asignan recompensas altas y homegeneizantes al logro educativo. (Orlandina de Oliveira y Minor Mora Salas, 2012, p.159)

En efecto, estudiar al trabajo a partir de los trabajadores y trabajadoras de las agencias de viajes, amerita saber cuáles son los puestos de trabajos que es posible cubrir dentro de las agencias de viajes. Por ello, como resultado antecedente a esta investigación, generado por el Convenio FCS-UBA/Min. De Turismo (2008-2010), se identifican los siguientes puestos de trabajo: Agente de recepción; agente de reservación, agente de promoción, agente de comercialización, director o encargado, guía intérprete, guías acompañante, guía regional, guía nacional y guía conferencista. Estas categorías se las encuentra con más claridad en las agencias de mayor tamaño (grandes) y muchas veces superpuestos en las agencias de viajes medianas y pequeñas. La ley de turismo N° 25997 a través de la normativa Anexo 1, punto 1.4, incluye los servicios que brindan los licenciados en turismo, técnicos en turismo y guías, tanto en las agencias de viajes como en el resto de las unidades de trabajo que conforman al sector, tomando la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas de la Organización Mundial del Turismo.

Como en estas empresas se opera en redes, se incluyen formas de organización múltiples, motivo por el cual se requiere cada vez más profesionales y técnicos especializados en carreras de turismo. Dado que operan en un sistema donde "la globalización se caracteriza por el hecho de que se enfrentan a una multiplicidad de innovaciones y de seguidores, operando en redes que incluyen formas de organización múltiples". (Benjamin Coriat y Dominique Taddéi, 1995, p.119).

Es importante señalar que dentro de estas empresas los trabajadores y las trabajadoras tienen y adquieren cierto conocimiento específico en turismo, ligado no solo a su organización sino al lugar que ocupan en la estructura jerárquica. Como antecedente a este trabajo existen estudios que intentan revalorizar el análisis sectorial o regional que surgen del Laboratorio de Monitoreo de Insección de Graduados en las carreras de Turismo y Hotelería durante el 2008-2010 para dar cuenta de las características que tiene el encargado de una agencia de viaje y la importancia de su función.

CUADRO 3: MÁXIMO NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO POR LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010

<b>ESTUDIOS REALIZADOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PRIMARIA COMPLETA	1	1%
SECUNDARIA COMPLETA	24	23%
TERCIARIA COMPLETA	34	32%
UNIVERSITARIO COMPLETO	45	43%
POSGRADO	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadro extraído de resultados de Laboratorio de Monitoreo de Graduados en Turismo. Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010.

Panaia M. y Tottino, L. (2010; 2011, 2013) observan que el nivel de estudios que de los encargados (hombres y mujeres) de las agencias de viaje de CABA en los año 2008-2010 es alto, ya que un 43% tiene estudios universitarios completos. (Cuadro 3)

CUADRO 4: ESTUDIOS ESPECIALIZADOS EN TURISMO DE LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010

Estudios complementarios	Frecuencia	Porcentaje
Si	66	63%
No	36	34%
Ns/Nc	3	3%
Total	105	100%

Fuente: Cuadro extraído de resultados de Laboratorio de Monitoreo de Graduados en Turismo Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008- 2010

Además, un porcentaje significativo, casi el 63%, tiene estudios complementarios específicos, mientras que un 34% no tiene estudios complementarios sobre turismo (cuadro 4).

Como se observa (cuadro 3 y 4) el personal relevado, declara un alto grado de calificación o por lo menos una calificación específica que es demandada por su perfil. En un marco donde la demanda de trabajo se caracteriza por una estrecha relación entre la educación formal y la formación en el trabajo. Como efecto, educarse, capacitarse y aprender en el puesto de labor aparece como una forma particular de inversión privada. La oferta educativa argentina de las carreras afines al turismo, tanto terciaria como universitaria, es un factor importante para la inserción laboral en estas empresas pero no determinante. Porque el potencial laboral de los graduados de las carreras de turismo depende en última instancia, de la demanda existente en cada region y sector.

La vinculación entre las dimensiones: trabajo/nivel educativo en los saberes que se requiere en las agencias de viajes es estrecha. De hecho, la Ley de Turismo desde diciembre de 2004, faculta a las personas que tienen estudios de turismo para abrir una agencia de viajes. Esta normativa es lo que le otorga mayor relevancia a la relación entre las dimensiones educación /trabajo. Dado que abrir una agencia de viaje es la actualidad requiere de una acreditación que dé cuenta de un saber específico que es adquirido en las variadas instituciones educativas. En consecuencia esta relación también interviene en el tipo de trabajo que se realiza dentro de una agencia de viajes, no obstante es válido preguntar ¿en qué medida la demanda cubre sus puestos con trabajadores y trabajadoras con saberes específicos en turismo?

Por ello es necesario de forma breve señalar que en Argentina la oferta educativa en las carreras afines al turismo está nutrido de un escenario educativo amplio. Según San Martín, E. (2013) el conjunto de instituciones educativas y el universo de graduados en las carreras de hotelería, gastronomía y turismo obliga a realizar un análisis que tome en cuenta los cambios ocurridos en materia de políticas educativas, que tienden a la descentralización, a la generación de cuasi-mercados y a la focalización de las políticas, así como a un incremento de los años de escolarización medios, junto con un acceso más democrático a los niveles educativos obligatorios. La Ley de Educación Superior N°24521 de 1995, entre otras cosas, incorpora innovaciones en la articulación de instituciones, las cuales favorecen la expansión de las instituciones que dictan las carreras de turismo. (p. 290). Desde esta óptica la proyección del país, refleja a una gran porción de jóvenes ingresando al mercado laboral de turismo, altamente capacitados.

No obstante restaría indagar con mayor profundidad, en qué medida esta proyección logra distribuir oportunidades laborales, tanto para acceder a empleos de calidad, como para ingresar en rutas ocupacionales profesionalizantes. Otro dato importante es que en Ciudad de Buenos Aires hay más oferta de las carreras afines al turismo en instituciones terciarias que universitarias, (16 Instituciones Terciarias y 7 instituciones universitarias). Según San Martín, E. (2013, p. 295) la Ciudad de Buenos Aires aparece como el espacio territorial que logra una mayor oferta educativa en las carreras afines de turismo con respecto al resto de las provincias del país. Paralelamente esta ciudad cuenta con una gran concentración de agencias de viajes y turismo al compararlo con el resto de las provincias. En conclusión, la Ciudad de Buenos Aires cuenta con la mayor oferta educativa en carreras afines al turismo y al mismo tiempo tiene una mayor concentración de agencias de viajes que el resto de las provincias pero todavía no se conoce en qué medida los trabajadores y trabajadoras logran cubrir esos puestos.

En relación a la formación educativa o al nivel educativo de los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes, surge de las entrevistas que en general la formación que reciben los estudiantes de las carreras afines de turismo, no se corresponde con el trabajo demandado por sus empleadores, lo que provoca una mayor dificultad si la inserción a su primer empleo se realiza al final de la carrera, es decir una vez recibidos. Y esto puede suceder porque las instituciones universitarias que dictan carreras afines al turismo tienen programas que forman perfiles más vinculados a las facultades de pertenencia que a las



demandas del sector en la región, por ejemplo en el caso de las carreras de turismo, las facultades de geografía suelen imprimir un estilo ligado a la protección del patrimonio y el desarrollo sustentable, en cambio en las facultades de Humanidades y Ciencias Sociales, tienen mayor peso las áreas asociadas a la cultura, la Antropología e incluso las Ciencias de la Comunicación. La discusión está en la relación formación /empleo que no se va a desarrollar en este apartado porque se lo retoma solo como una variable que interviene en el tipo de trabajo que se realiza pero que sin embargo no lo determina. Desde esta óptica, la imbricación con otros factores sociales y económicos contribuye a que el potencial integrador de la educación superior pueda incrementarse o contrarrestarse.

Con respecto al nivel educativo de los trabajadores y trabajadoras de las agencias de viajes, se observa que es alto y es interesante destacar que la Ciudad de Buenos Aires es una de las tres ciudades que concentran a la mayoría de instituciones y graduados y que el perfil socio-demográfico de la población graduada es predominantemente joven y femenina. Además cerca del 70% de los graduados tienen entre veinte y treinta años (San Martín M. E. 2013). A pesar de ello todavía no se tiene información sobre los tipos de empleo, horas de trabajo, etc. en este tipo de empresas turísticas que inserta a un amplio contingente de jóvenes en puestos de trabajo, caracterizados por la inestabilidad, la desprotección social y los bajos salarios a causa de prácticas laborales flexibles o posfordistas. San Martín M. E., (2013) dice que persisten en la inserción y trayectoria profesional, las prácticas de empleo flexible, aún tiempo después de haber terminado los estudios de grado. A partir de las observaciones y las entrevistas a informantes claves realizadas en las agencias de viajes en Ciudad de Buenos Aires, se advierte cierta disconformidad de parte del empleador cuando no logran (los empleados) cumplir durante la jornada diaria las diferentes funciones asignadas. Los dueños y/ o encargados de las agencias en muchos casos demandan una actitud más flexible y agresiva de parte de los trabajadores y las trabajadoras. Esta situación predomina con más fuerza en las agencias que en este estudio se denominan “pequeñas” o hasta 5 trabajadores y trabajadoras.

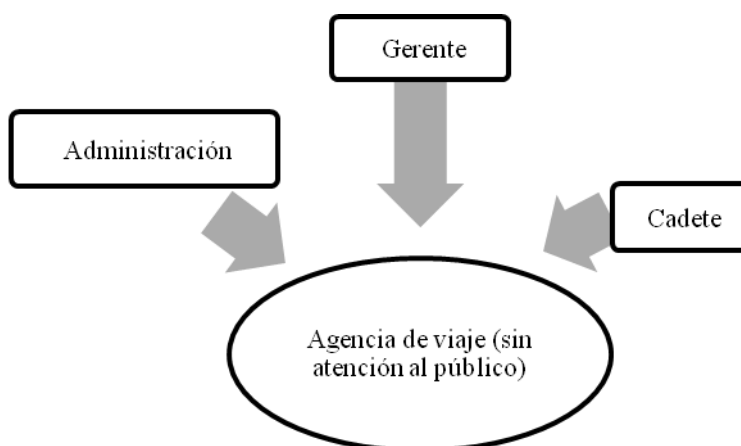
Uno de los aspectos más importantes que se observa durante el trabajo de campo, en los puestos de trabajo de las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires, es la tarea que realizan los trabajadores y las trabajadoras. A modo de análisis, se logra medir cada puesto de trabajo dentro de las agencias de viajes, observando la tarea que se realiza. Como resultado, por un lado se observa que las personas que tienen poca especialización cubren un puesto de

trabajo con la realización de pocas tareas: donde se busca incrementar la productividad a partir de repeticiones constantes de unas pocas labores, dado que se aprende fácilmente y le exigen en principio menos conocimiento. En consecuencia, surge de las entrevistas que los puestos que cubren las personas que realizan tareas rutinarias son fácilmente sustituibles y que los puestos ocupados por personas que realizan una variedad de tareas y que tienen competencias en la planificación, la dirección y la administración, son más difíciles de sustituir.

Como las agencias de viajes son empresas con una estructura vertical, a medida que se amplía el puesto, es decir se asume mayor responsabilidad y competencia en la planificación, dirección y administración, el trabajador o trabajadora va ganando control sobre la actividad, dicho de otra forma, sobre las decisiones implicadas sobre el desarrollo del trabajo. Sobre estas cuestiones se abren algunos interrogantes, ¿la alta rotación existente en este sistema productivo se debe a que en general se cubren puestos pocos calificantes y fácilmente sustituibles? ¿por qué, a pesar de tener la posibilidad de ampliar su puesto con mayores competencias trabajan largas jornadas con bajos salarios?

Según Parra López, (2006) es importante diseñar la organización en las agencias para combinar los diferentes recursos organizativos del que se dispone, convirtiéndola en una función clave. La planificación del trabajo que se realiza, ayuda a la dirección turística a coordinar el esfuerzo de todos los trabajadores y las trabajadoras, a la vez que los prepara para el cambio, desarrolla patrones de rendimiento y fomenta el desarrollo de la actividad. Por ello se tiene en cuenta la importancia de la jerarquía en la función del control de tal manera que cada nivel jerárquico debe ser controlado por el inmediatamente superior, de cara a evitar la posible aparición de disfunciones. En efecto para poder realizar un mejor análisis del trabajo en relación a la organización existente en las empresas de viajes relevadas, se elaboran tres esquemas de organización con relación al tamaño (pequeña, mediana y grande) de las agencias, basados tanto en las notas de campo que surge de las observaciones, así como de las entrevistas realizadas (20 a trabajadores y trabajadoras y 10 a informantes claves). Cabe aclarar que los tres esquemas construidos en este estudio son tipos ideales; que tienen por finalidad lograr una mayor comprensión del espacio de trabajo y su organización a partir de la palabra de los actores involucrados en la organización de las agencias de viajes.

Ilustración 2: Agencia de Viajes Pequeña.



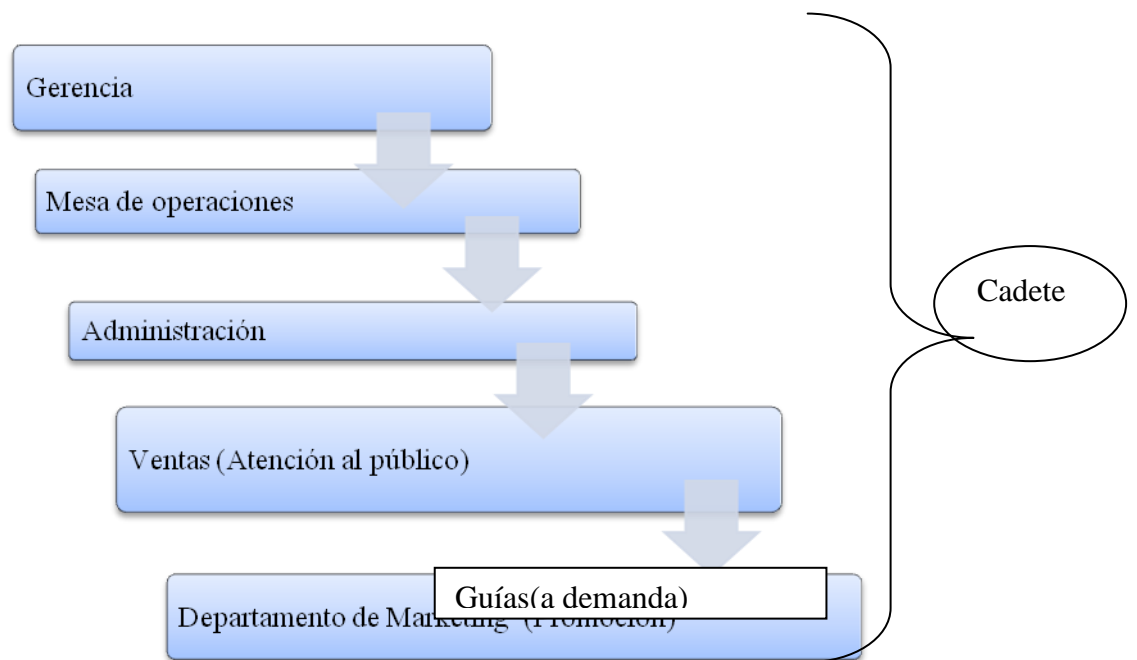
Nota: Refiere a una agencia de viajes chica con tres trabajadores/as. Es receptiva y se dedica a dos tipos de público: Los clientes propios o recomendados y las agencias de fuera del país.

La particularidad que presenta este tipo de agencia (Ilustración 2) (que no tiene una fachada a la calle) que funciona en una oficina pequeña dentro de un edificio, es que no tiene atención al público general. La oficina cuenta con dos escritorios, computadoras y teléfonos. La tarea del empleado es vender servicios de viajes a clientes propios y recomendados. Dentro de su pequeña estructura también se dedican al turismo corporativo. La relación de venta de servicios con los corporativos<sup>37</sup> es distinta a la del público particular, porque acá el trabajador diseña y vende este tipo particular de servicio a un grupo de personas. Tiene que tener manejo de grupo. Esta empresa no tiene guías que formen parte de su personal, porque los contratan cuando lo necesitan. No obstante, acuden para ello a guías conocidos, es decir en general llaman siempre a los mismos.

---

37 El turismo corporativo es cuando las empresas contratan a las agencias para le brinden sus servicios, en general en este caso los clientes son empresas grandes (laboratorios, empresas, bancos, etc.). Por ejemplo se ocupan de planificar y organizar las actividades requeridas por cada empresa particular, como pasajes y/o viajes que los miembros de dicha empresa realizan.

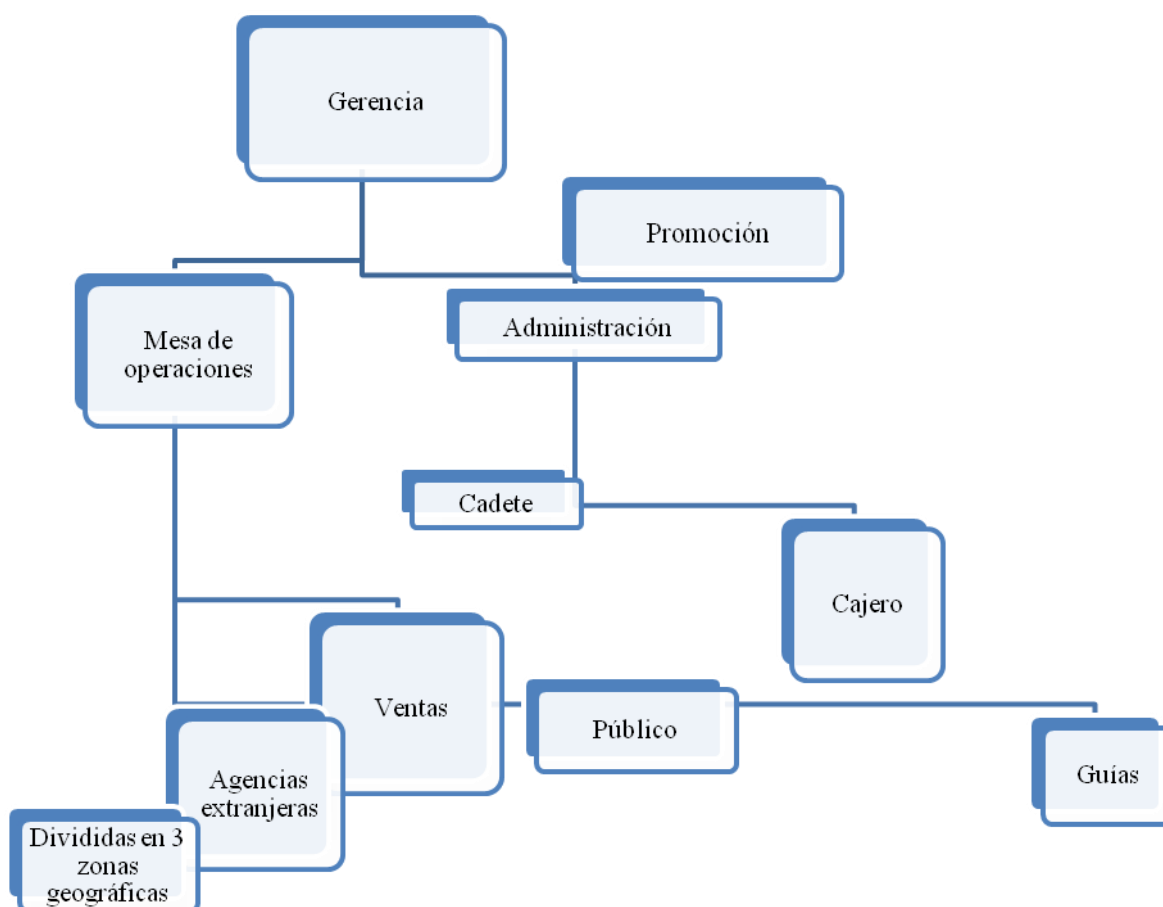
Ilustración 3: agencia de viajes mediana.



Nota: Refiere a una agencia de viajes mediana de diez a doce trabajadores/as. Es receptiva y emisiva, con atención a todo tipo de público. Ubicada al frente de la calle, con fachada de agencia de viajes y turismo.

Este tipo de agencia de viajes (Ilustración 3) presenta una estructura piramidal más marcada. Cuenta con más sectores de trabajo, es decir tiene mucho más puestos de trabajo que una agencia pequeña. Donde la mesa de operaciones se encarga de armar los paquetes, son puestos de trabajo intermediarios entre la compra y la venta de servicios dentro de esta estructura. La administración se dedica a los pagos a proveedores y liquidaciones de sueldos, finalmente en el sector ventas, los trabajadores y trabajadoras se encargan de vender pasajes, paquetes, arman itinerarios, asesoran, hacen reservas de vuelos, etc. venden excursiones, noches sueltas. En este caso tienen un cadete permanente. A diferencia de los guías que los contratan a demanda (pueden ser regulares y privados). Los guías regulares trabajan en los micros de City Tours de 40 personas por la Ciudad y vuelven, en cambio los privados, es un servicio más personalizado ya que se contratan para grupos chicos y es más costoso económicamente.

Ilustración 4: Agencia de viajes grande



Nota: Refiere a una agencia de viajes grande más de 26 trabajadores/as. Es receptiva y emisiva, con atención a todo tipo de público. Ubicada al frente de la calle, tiene la fachada que dice agencia de viajes y turismo.

Este último tipo de organización (Ilustración 4) presenta una mayor complejidad y división del trabajo que las agencias medianas y pequeñas. Cada sección, puede tener más de un trabajador/a. En esta estructura el guía en general tiene un puesto estable, lo que no quiere decir que se contraten más, si así lo requiere la demanda.

Como se describe en los tres tipos de organización los trabajadores y las trabajadoras, se desenvuelven en un contexto de permanente interrelación en red, entre la oferta y la demanda de servicios turísticos. Lo que diferencia a cada una de las empresas es su tamaño y la actividad que está habilitada para realizar según su categoría, no el modo de realizar la tarea cuando por ejemplo tienen que hacer una reserva de pasajes o de hoteles. Esta tarea se realiza mediante un sistema de reservas en la computadora. Los sistemas operativo en esta actividad

se utilizan para efectuar venta y reserva de pasajes u hoteles y son comunes a todas las organizaciones. Por eso los demandantes de empleo dicen que necesitan personal que sepa manejarlo.

Entonces por un lado, se desprende de las entrevistas que las empresas de mayor tamaño, tienen mayor complejidad y división del trabajo y por otro lado, en las agencias de menor tamaño los pocos trabajadores que a veces son uno o dos (la categoría de tamaño incluye hasta 5 trabajadores/as) realizan múltiples tareas. Pero del mismo modo que pasa en las agencias grandes, la carga de trabajo depender del incremento de las ventas, porque en general los entrevistados dicen que lo que no se incrementa es el personal.

En los tres tipos de organizaciones descritas la carga de trabajo, es decir el incremento de la tarea, es independiente del tamaño de la empresa, ya que éste va a depender del aumento de las ventas y de la cantidad de personal existente. Muchos trabajadores y trabajadoras cuentan que en los momentos donde la actividad se incrementa producto de la venta, en general, no se incorpora nuevo personal, lo que deriva a que se les extienda la jornada y carga de trabajo. Por estas situaciones, es importante indagar en qué medida estas organizaciones promueven mejoras en materia de empleo en el sector de actividad turística, es decir en su forma de contratación, de capacitación, salarios y de diálogo social en el ámbito laboral.

En general se observa que en las agencias de viajes visitadas en el transcurso de un año, la organización del trabajo se construyen en su propio andar y que por sus características de venta de servicio no hay un plan preestablecido que hace que se vaya corrigiendo a posteriori los imprevistos que surgen en organización del servicio destinada a responder a los clientes.

#### IV. EL CASO DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA.

---

En este estudio se argumenta, que el último cuarto de siglo XX constituye el marco temporal de una profunda transformación del capitalismo contemporáneo, que afecta de manera directa al sistema científico tecnológico, a las formas de producción, consumo y distribución, a la relación entre capital y trabajo, a la relación entre los distintos segmentos del capital y a la estructura del comercio internacional. En este marco, se visualiza a la actividad turística en Argentina, como una actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. Es decir comienza a estar contemplada dentro de las políticas de Estado a través de la Ley Nacional de Turismo desde el 2004. Porque se asume que "el turismo es una industria muy prometedora a la hora de proyectar programas para la reducción de la pobreza, la creación de empleo y la mejora de los índices sociales" (Catalano, 2013, p.219). Al mismo tiempo, se describe como ese impulso es acompañado de una amplia oferta educativa dirigida a promover conocimientos específicos de turismo y que a la par de la evolución positiva del mercado de trabajo en turismo, crecen las agencias de viajes. Todo para mostrar que si bien crecen los espacios o puestos de trabajo en el sector de turismo argentino desde el 2003, no hay certeza bajo qué condiciones. Todo esto, entendiendo que los trabajadores y las trabajadoras siempre son atravesados por los efectos de las transformaciones y de los conflictos del sistema económico, político y social.

Es importante resaltar que las transformaciones en el mercado laboral, en gran medida son inducidas por los cambios tecnológicos productivos, con lo cual, el estudio de sectores de trabajo caracterizados por el trabajo no clásico supone ampliar los conceptos de control, de relación laboral, de construcción social de la ocupación en al menos un actor más que no es ni el patrón, ni el trabajador (De la Garza Toledo, 2012, p. 120). Estoy hablando de la incursión de otro actor en el proceso de trabajo del turismo, el cliente o "pasajero". Porque el hecho turístico (producto consumado) no se puede separar de la persona que lo disfruta o consume.

En el sector se observa un crecimiento que implica claramente más trabajo, pero ese aumento en la cantidad no necesariamente refleja un mejor trabajo. En este apartado, el

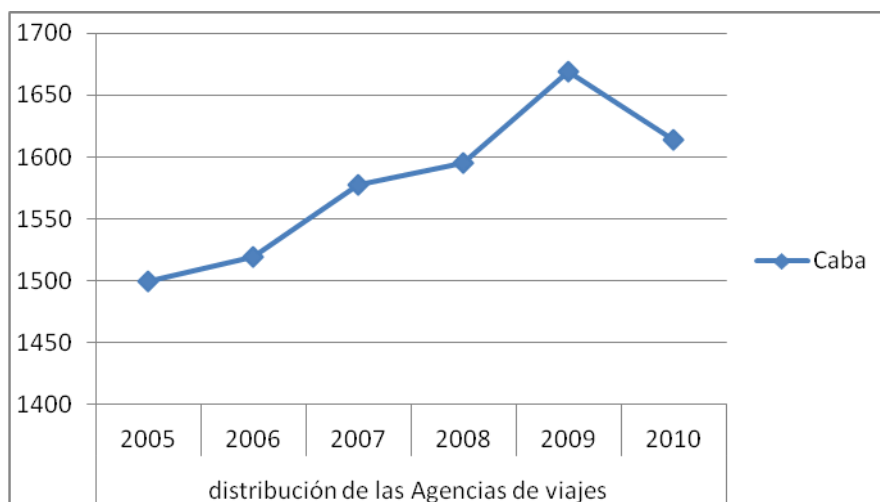
interés es abordar a través de la palabra de los trabajadores y las trabajadoras, como es trabajar en las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires. En el presente estudio se tiene constantemente en cuenta, tanto la situación del trabajador/a como su entorno, que en este caso es la agencia de viajes, por consiguiente se los va a analizar en conjunto, debido a que en realidad, estas dimensiones mantienen entre sí una relación sumamente compleja; conforman una auténtica configuración que cambia rápidamente, produciendo variaciones en las condiciones concretas de trabajo, entendiendo que lo que motiva y empuja al hombre al trabajo es la satisfacción de necesidades, que se ordenan dentro de una jerarquía de valores que no solo es diferente para cada persona, sino que puede modificarse según las circunstancias.

Las agencias de viajes que funcionan como operadoras del mercado de trabajo entre la oferta y la demanda turística, son definidas como una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes u otros servicios turístico dentro del marco de la Ley Nacional de Turismo N° 25997 (2004). En la actualidad los trabajadores y las trabajadoras de estas empresas, cumplen tareas de intermediador turístico a escala mundial, en un entorno competitivo que a su vez está influido, en los últimos años, por la creciente tendencia a la desintermediación turística, favorecida por la venta directa del proveedor (líneas aéreas, hoteles, otros medios de transporte) y por la aparición de nuevos competidores que desarrollan negocios on-line. No obstante, la tarea que realizan siempre es en un ámbito altamente competitivo.

Por ello, la contabilización de las agencias de viajes en este período, es un buen indicador que contribuye a dar cuenta del crecimiento del sector y de la importancia que asume esta ciudad como principal receptor y distribuidor del turismo hacia el resto de las ciudades del país.



GRÁFICO 3: CANTIDAD DE AGENCIAS DE VIAJES DE CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES EN EL PERÍODO DE 2005 A 2010.



Fuente: Elaboración propia con datos del Anuario Estadístico 2006 a 2010. Ministerio de Turismo.

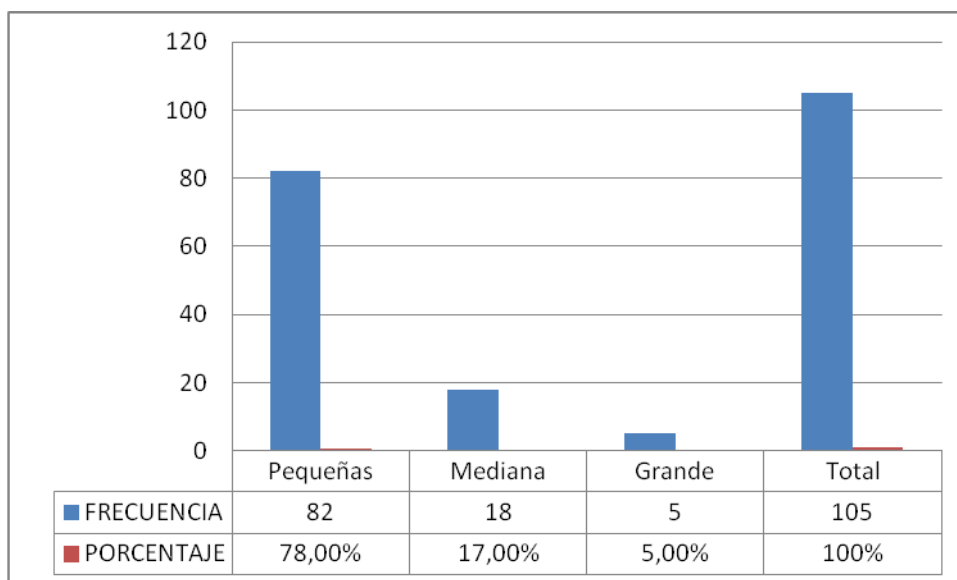
Se observa (gráfico 3) que en 2006, se contabilizan en el país 4497 agencias de viajes, de las cuales, el 34% se localiza en Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), el 21% en la Provincia de Buenos Aires y el 45% en el interior del país. En el 2007, 2008 y 2009 continúa incrementándose a 4.800, 4.882 y 5.250 agencias de viajes respectivamente, de las cuales alrededor del 33% pertenecen a Ciudad de Buenos Aires (CABA) y decreciendo en el 2010 un 0,4% en relación al año anterior donde se contabilizaron 5.227 agencias de viajes. De las mismas un 31% (1614) corresponden a Ciudad de Buenos Aires, quien continúa concentrando un alto porcentaje de agencias, en relación al resto del país. En suma, los datos secundarios extraídos de la EPH (Encuesta Permanente de Hogares) y del Ministerio de Turismo de Nación, corroboran la importancia que asume Ciudad de Buenos Aires, en la generación de empleo.

En ésta etapa (2003-2010) el turismo argentino comienza a afianzarse con la recuperación del empleo que fue del 48,7% entre el 2003 y el 2007 y de 17,5% en el período que va de junio de 2007 a marzo de 2011 y al mismo tiempo se visualiza como uno de los ejes en donde se asienta el crecimiento económico experimentado por la Argentina estos últimos años. El empleo en el turismo presenta bajas pronunciadas en épocas de crisis económicas y financieras como la que comienza a mediados de 2008 y continúa en 2009, por el contrario en épocas de crecimiento, el empleo en las ramas características de turismo tiene un mayor potencial al crecimiento. "Este factor podría estar relacionado con la elasticidad de la demanda de la actividad"(Anuario Estadístico de Turismo 2010, p. 196)

Adicionalmente, los resultados del relevamiento (SECTUR-FCS-UBA, 2008-2009) corroboran la concentración de agencias de viajes en la zona céntrica de la ciudad de Autónoma de Buenos Aires (98,1% se localizan allí). Esta gran concentración es una de las variadas causas que alimenta el aumento de la competitividad entre las agencias y al interior de ellas entre trabajadores y trabajadoras, dado que su actividad tiene como objetivo la venta de servicios y el incremento de las comisiones.

En cuanto a la actividad, las agencias de viajes y turismo se comercializan paquetes de viajes en la propia Ciudad Autónoma de Buenos Aires, hacia la Provincia de Buenos Aires, hacia otras provincias del país y hacia destinos internacionales, también se encuentra la de ofrecer servicios básicos de reservación de boletos por cualquier medio de transporte y reservaciones de hotel. El paquete turístico es un producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico como alojamiento, transporte y manutención. Estos datos son importantes, porque ayudan a analizar la dinámica laboral en relación a los servicios se ofrecen en las agencias de viajes y a su tamaño.

GRÁFICO 4: EL TAMAÑO DE LAS AGENCIAS DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES SEGÚN LA CANTIDAD DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS.



Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010.

El relevamiento que se realiza en el convenio SECTUR-UBA en la Ciudad de Buenos Aires arroja entre sus resultados que predominan las agencias pequeñas (78%) (Hasta 5

trabajadores/as), que el 17% son medianas (de 6 a 25 trabajadores/as) y sólo un 5% grande (más de 26 trabajadores/as) (Gráfico 4). En las agencias pequeñas los trabajadores y las trabajadoras tienen que cumplir múltiples funciones, es decir todos hacen todo desde abrir el negocio, limpiar, atender a los clientes, vender pasajes, hacer reservas y realizar el seguimiento de los pasajeros. Salvo en las agencias con categoría AP que solo se dedican a la venta de pasajes.

#### 4.1.El empleo registrado, como indicador de calidad laboral y formalidad

---

En lo concerniente a la cuestión ocupacional, restaría saber si existen avances sustanciales en la mejora cualitativa del empleo a pesar que dicho aumento continúa a un ritmo mucho más moderado en el sector de turismo hasta el 2010. No obstante, es necesario abordar la variable empleo registrado, dado que para este estudio representa un índice de calidad y de condiciones de formalidad. Así, saber si los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires tienen descuentos jubilatorio o no, ayuda a caracterizar mejor la situación laboral en la que están inmersos. Porque la situación de registración genera un impacto positivo en la persona que consigue un trabajo. Además, el aumento del trabajo registrado es decir la relación laboral que se establece entre un trabajador y su empleador, cumpliendo con todos los requisitos impuestos por la normativa laboral vigente, también indica en el sector de estudio una mejora en las condiciones laborales por tratarse de un beneficio. No obstante, Luis Beccaria, Valeria Esquivel y Roxana Maurizio (2005, p. 258) no observan avances sustanciales en términos de la mejora de la calidad del empleo.

Los resultados publicados en el Anuario Estadístico de Turismo, en relación a la registración, evidencian de forma desagregada por rama, que en el 2006 los empleos en la rama de transporte ferroviario y aéreo, tienen 93,2% y 94,1% respectivamente de descuento jubilatorio, acreditando altas condiciones de formalidad. Por otro lado, los empleos en gastronomía, transporte automotor de pasajeros y agencias de viajes tienen menos acceso a este beneficio, 40,6%, 45% y 65,5% respectivamente.<sup>38</sup> En el año 2010, los empleos en las ramas ferroviarios, aéreos y fluvial tienen un alto porcentaje de aporte jubilatorio, alcanzando el 100%, 96% y 100% respectivamente; notándose un incremento en los porcentajes de condiciones de formalidad. No así en gastronomía, transporte automotor de pasajeros y agencias de viajes donde hay un incremento de formalidad con respecto al año 2006 pero con menor acceso que los empleados de los anteriores rubros, un 52%, 48% y 67%.(Anuario Estadístico de Turismo 2006, 2010)

---

38 No obstante es necesario señalar nuevamente que según la Organización Internacional del Trabajo (2000) no se puede establecer con certeza cuántos de estos empleos corresponden al turismo, porque no es posible asignar todos los empleos de ciertas ramas a la actividad turística, dado que un empleo produce bienes y servicios que consumen tanto visitantes (turistas y excursionistas) como no visitantes. (Secretaría de Turismo de la Nación, 2014, p.11).

De esta manera, los trabajadores de gastronomía, transporte automotor de pasajeros y agencias de viajes aparecen entre los menos beneficiados con relación a los índices de formalidad.

#### 4.1.1. El trabajo de los encargados y las encargadas de las agencias de viajes

---

Los trabajadores y las trabajadoras que están al frente del negocio son un eslabón de mucha importancia en toda la estructura de la empresa de viajes. Una situación que se presenta de manera frecuente en el trabajo de campo es la presencia de uno o dos encargados, inclusive en agencias pequeñas, aunque a veces los trabajadores y trabajadoras totales sean menos de cinco. Según Cavassa, (2007); es tarea de la dirección General o de los encargados fijar la responsabilidad y la autoridad que incumbe a cada uno de sus trabajadores para cumplir con los objetivos propuestos en cada empresa; negociar con los responsables las metas y los medios necesarios para cumplir esos objetivos, controlar a los trabajadores y las trabajadoras en el curso del ejercicio, para alcanzar resultados bien definidos, tomar decisiones cuando surjan desviaciones en el desarrollo de los planes y prever nuevos planes, o una nueva organización de la empresa, si las circunstancias así lo exigen. Este mecanismo responde a una estrategia de origen y supervivencia del negocio, pues para financiar su funcionamiento necesitan de dos personas, una que aporta el capital y la otra el trabajo o una persona que pone el título y otra trabajo.

Uno de los objetivos de este estudio es saber si la contratación de estos trabajadores y trabajadoras contemplan los descuentos jubilatorios, porque se entiende que los descuentos jubilatorios son indicadores indirectos de las condiciones de formalidad en el puesto de trabajo.

CUADRO 5: NIVEL DE EMPLEO REGISTRADO DE LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA.2008-2010

<b>CONDICIÓN LABORAL</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FORMAL	99	94%
INFORMAL	5	5%
NS/NC	1	1%
TOTAL	105	100%

Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010

Como antecedente de las personas que trabajan en la agencias de viajes, existen datos de índole cuantitativos generados en el Laboratorio de Monitoreo de Inserción de Graduados en Turismo, que indican que un 94% de los trabajadores y las trabajadoras con la categoría de encargados se encuentra en una situación de formalidad en el 2008 y 2010 y solo un 5% declara una situación de informalidad. (cuadro5)

Por supuesto que el alto grado de formalidad que reflejan estos datos se debe a la respuesta que da el encargado, es decir es la persona que está en ese momento al frente del negocio. Además esta información se complementa con la obtenida de las observaciones y las entrevistas, las cuales reflejan que en general los trabajadores y las trabajadoras con mayor categoría en la estructura organizativa presentan mayor nivel de formalidad que el resto de los empleados (ellos están a cargo y al frente del negocio).

De esta forma, en acuerdo a los datos secundarios con lo que se cuenta y a las entrevistas y observaciones realizadas (datos primarios), la figura del encargado o supervisor de la agencia de viaje es muy importante porque es quien sistematiza y establece formas de acción y regulación en la práctica concreta de oferta y venta de servicios turísticos. No obstante, todos los puestos se cubren en gran medida con titulados que pueden ser técnicos o licenciados en carreras afines del turismo o con personas que simplemente tienen experiencia en el rubro.

#### 4.1.2. Los Trabajadores flotantes del turismo y sus características

---

Una particularidad propia de los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes es que en general son jóvenes (menos de 30 años) y esta condición facilita, que muchos de ellos acepten trabajos temporales y que se movilicen dentro del circuito turístico. Según Panaia Marta (2010), "existen trabajadores como los del turismo que trabajan para las "poblaciones flotantes" entendidas como "aquellas que tienen una gran movilidad geográfica, como son los estudiantes universitarios, las comunidades foráneas, los turistas, los participantes de grandes eventos de masas (procesiones, ferias, grandes espectáculos deportivos o musicales), los usuarios de transportes urbanos de gran escala, etc". (P.28); y que tienden a tener condiciones de inestabilidad en la contratación laboral. Según Belau (2005); "los más jóvenes y los migrantes suelen aceptar trabajos más inestables porque no tienen familias y tienen mayor probabilidad de movilidad y además aceptan trabajos en horas nocturna" (citado en Oliva, M. , Schejter, C. 2006, p.43).

La presencia de estas poblaciones flotantes está directamente relacionada con el desarrollo que implica la globalización de los flujos económicos y de la comunicación, puesto que constituye una nueva realidad en las ciudades urbanas. En este estudio se aborda el concepto de población flotante, porque contribuye a entender mejor a los trabajadores del sector turísticos que son menos estables y que se movilizan permanentemente en el circuito productivo trabajando. De este modo, aparece un nuevo problema a resolver en relación a la formalidad y la visibilidad de estos trabajadores que son propios de esta actividad, como son los guías de turismo que desde aquí denominamos "trabajadores flotantes" definidos en este estudio como trabajadores móviles, inestables y flexibles laboralmente, por su alto nivel de movilidad regional a causa de la temporalidad de la demanda existente en el sector turístico y que en general se relacionan con sus empleadores por fuera del marco regulatorio laboral tradicional a la espera siempre de la petición de su servicio. Durante el trabajo de campo, también se observa a trabajadores y trabajadoras que no respetan la reglamentación y guían sin permiso. Estos, suelen hacer acuerdos con los lugares donde paran para cobrar un porcentaje de las consumiciones y cobran más barato para asegurarse los clientes. Estamos ante trabajadores que viven de los residuos que tiene esta actividad como mecanismo de supervivencia.

El guía es otro tipo de trabajador que predomina en las agencias de viajes. Puede cumplir tareas de guiado o realizar tareas administrativas dentro de estas empresas, con la categoría de un técnico. La Ley 18.829 (6 de noviembre de 1970) y el Decreto N°2182/72 reglamenta no solo las actividades de las agencias de viajes sino que dispone que las mismas en sus distintas categorías, cuenten con personal técnico especializado de reconocida idoneidad profesional. No obstante, se observa que los guías tienen menos relación de formalización con las empresas turísticas en comparación con otros empleados que cumplen tareas administrativas. Acá, aparece en los discursos tanto de los empleados y empleadas como de los dueños y/o encargados que la modificación de la demanda por la estacionalidad, se presenta como un obstáculo en si mismo para la creación de empleos estables, a causa de la organización de los ciclos culturales, productivos y los factores climáticos, entre otros. Muchas veces en estas agencias se llama a los guías cuando se presenta demanda, es decir este trabajador o trabajadora se caracteriza porque brinda sus servicios con un alto grado de estacionalidad marcada. Lo que conduce a que integren el plantel en los meses de más demanda, por períodos cortos, porque muchas veces rotan de una ciudad a otra, dependiendo la estacionalidad.

En consecuencia, este nuevo problema, en relación a estos “trabajadores flotantes” que genera el turismo tiene una relación directa con falta de una regulación que se adecue a la temporalidad. Porque si bien este tipo de trabajadores, tienen una conexión transitoria con la ciudad, no la tienen con el trabajo o más específicamente con sus empleadores o como dice Panaia Marta (2010), con los demandantes de sus perfiles de empleo. De lo dicho anteriormente surge el siguiente interrogante ¿es posible pensar una legislación acorde a las necesidades temporales del sector específico de turismo que sea capaz de nuclearlos y registrarlos de forma rápida y con un mecanismo más ágil? Sin caer en la generalidad de la categoría de monotributista, debido a que siguen manteniendo una dependencia intermitente con sus empleadores.

Los trabajadores del sector de turismo en general coordinan sus prácticas y alinean sus comportamientos en virtud de construir un perfil individual que acuerde con las expectativas laborales. En consecuencia y a modo de categorizar a los trabajadores de las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires, se observa que existen, a grandes rasgos, dos tipos de trabajadores bien diferenciados en relación a la forma de contratación o conexión con sus



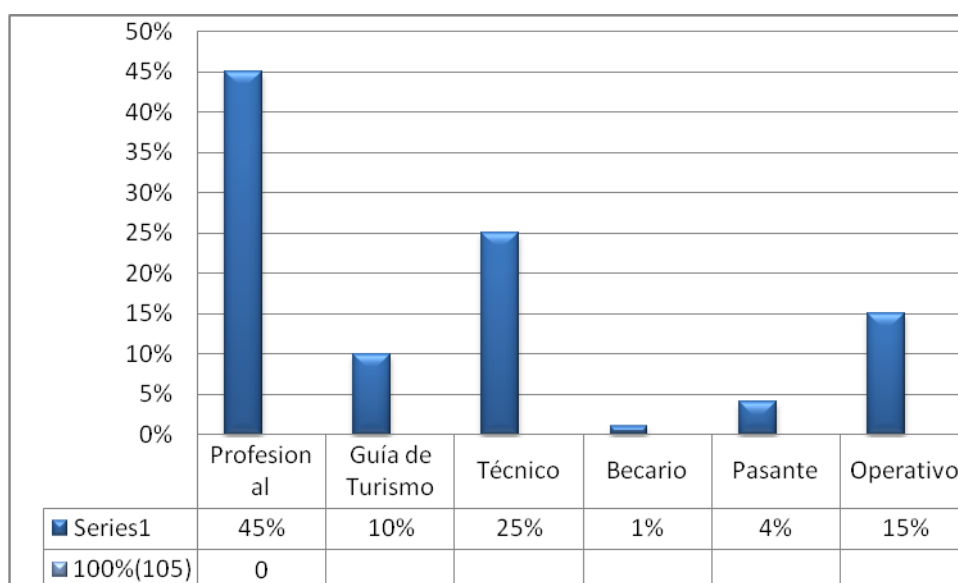
empleadores. Por un lado están los que tienen puestos estables, donde muchos ocupan cargos jerárquicos o son encargados del negocio y que además están registrados. Por otro lado, se observa a otro grupo de trabajadores que aquí se denominan “flotantes” ya que mantienen una conexión transitoria con las distintas ciudades turísticas en virtud de realizar actividades en distintas agencias o en una cadena de hoteles y/o restaurantes, de forma independiente o freelance, que no están registrados y se encuentran siempre a la espera de lograr una conexión con su empleador o dicho de otro modo, de la llamada de su empleador para concretar trabajos a pedidos.

Es importante señalar que estos dos grandes grupos de trabajadores son tipos ideales, que surgen de la observación realizada dentro de las agencias de viajes, no obstante es preciso aclarar que no es posible afirmar que al interior de cada uno de los grupos no existan diferencias. Esta categorización que se realiza permite un acercamiento a las características del tipo de trabajo, a través de su tipo de contrato y descuentos jubilatorios. Lo que conduce a preguntarme aunque no se podrá responder desde este estudio, si este tipo de relación laboral transitoria o temporal puede suceder porque la reglamentación laboral no se ajusta a los parámetros que asume la actividad turística en cada una de las unidades productivas en el sector, o simplemente porque se pretende evadir obligaciones de cargas sociales. Teniendo presente que la heterogeneidad al interior del sector de turismo a causa de las diferentes actividades por rama, hace difícil la coordinación de una política específica de empleo.

En suma, se observa que el perfil de estos trabajadores está íntimamente ligado a la dinámica laboral organizacional de las agencias de viajes. Por otro lado, se destaca que el nivel de estudios alcanzados por los encargados es alto, destacándose que un 43% tiene estudios universitarios completos y un porcentaje significativo, casi el 63%, tiene estudios complementarios específicos sobre turismo. (Convenio SECTUR-UBA 2008-2010)

#### 4.2. El perfil de los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes de Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

GRÁFICO 5: CALIFICACIÓN PROFESIONAL DEL PERSONAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA.

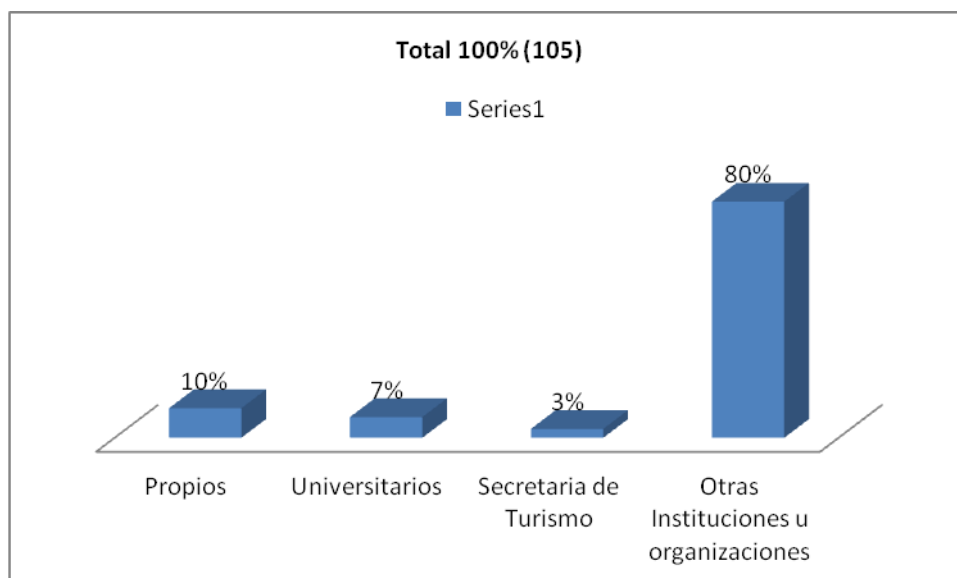


Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010. Se incluyen las categorías de becarios y pasantes.

En cuanto a los requerimientos de conocimientos de las personas que desempeñan ocupaciones en las agencias de viajes de CABA, se observa (gráfico5) que el 45% son profesionales, es decir que tienen estudios universitarios; un 25% tienen título de técnico, solo un 10% son guías de turismo, se constata un bajo porcentaje de trabajadores declarados como pasantes (4%) y becarios (1%); y el 15% cumple funciones operativas, porque éste personal según la palabra de los/las encargado/a de las agencias no estudió, ni está estudiando.

#### 4.2.1. Capacitación

GRÁFICO 6: CURSOS DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA.



Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010.

En las empresas de viajes se observa que la capacitación es otro requerimiento para lograr insertarse laboralmente y permanecer en el puesto, sin embargo la mayor parte del personal no recibe capacitación por parte de la Agencia de viajes, solo el 10% la recibe a partir de su lugar de trabajo. El 90% restante se gestiona sus capacitaciones en instituciones universitarias, por medio de la secretaria de turismo u otras instituciones u organizaciones, el 7%, 3% y 80% respectivamente. Es decir la agencia no promueve la capacitación de sus trabajadores y trabajadoras. No obstante cuando realizan cursos de capacitación, (no se realiza ni por instituciones estatales o municipales, ni en instituciones universitarias) lo hacen en forma privada. (Gráfico 6)

Por ello, aunque no se va a profundizar en este estudio, el tema de la capacitación hay que ligarlo, en alguna medida a salarios indirectos y a políticas públicas y privadas de empleo. La mayor capacitación se recibe en otros organismos y en general se refieren a idiomas y a cursos de computación que realizan los mismos empleados en forma privada, es decir por su cuenta. Hay que indagar más en profundidad si el bajo porcentaje de capacitación que los

empleados /as reciben en las empresas donde trabajan, se debe a la distinción que surge en este tipo de actividad, entre empleos de temporada y empleos permanentes o simplemente a la mayor o menor necesidad que tienen los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes de invertir en capacitarlos. Porque en este tipo de actividad el compromiso, la motivación y la confianza son centrales, y en general los dueños de las empresas necesitan que los trabajadores y las trabajadoras estén dispuestos a asumir el proceso de producción de valor como propio, es decir bajo su responsabilidad. Por ello, las actividades que realizan asumen una concepción de las funciones cada vez más estratégica y personalizada.

"La actividad turística, como cualquier otra actividad económica, que forma parte del sistema económico nacional necesariamente se ve afectada por los cambios que se dan en la estructura económica". (Cavassa, 2007, p. 66)

La inversión en capital humano en las agencias de viajes, se apoya en alguna medida en la teoría del capital humano que conserva las características representativas del modelo neoclásico, donde se plantea una elección racional entre empleos en función de una maximización de la trayectoria de salarios a lo largo de la vida del individuo (optimización sujeta a restricciones). Así la oferta de trabajo se simplifica y se la reduce a una elección realizada por el trabajador acerca de cuánto tiempo dedicar al ocio, al trabajo y a educarse. En algunos modelos teóricos del conocimiento, se presenta como un modelo gratuito, resultado de la actividad económica convencional. Por ejemplo en los modelos "*learning by doing*", subyace la idea de que el aprendizaje en el puesto de trabajo puede dar lugar a un aumento de la productividad, al producir un stock de conocimientos que se acumula por la experiencia. Distinguiendo a su interior, a los modelos que toman al conocimiento como el producto de un proceso costoso que requiere la dedicación de recursos. (Julieta Albano y Julieta M. A. Salas, 2007, P. 167- 168).

Desde la experiencia de los trabajadores/as entrevistados, el trabajo o el puesto en las agencias de viajes se piensa como una forma particular de inversión en capital humano donde los mismos trabajadores y trabajadoras pueden modificar sus senderos futuros de salarios a través de la rotación entre agencias de viajes, luego de pagar por su capacitación en los primeros trabajos. Observándose una brecha en las posibilidades de inserción a los primeros empleos entre los que tienen mejor manejo de los programas de reservas de viajes.

"No es el acceso a las tecnologías, sino la falta de capacitación para usarlas, lo que podría explicar dicha brecha" (Argadoña, Gámez y Mochón; 1997 citado en Albano, J. y Julieta M. A. Salas, 2007, p.172)

Desde esta visión la actividad de educarse, capacitarse y aprender son analizados en términos de inversión en las cuales es posible obtener tasas de retorno para estas actividades. Sin embargo, aunque el progreso tecnológico y el aprendizaje en la práctica (*Learning by doing*) son factores importantes a la hora de explicar la alta rotación entre empresas de viajes, no explican de manera satisfactoria las notables diferencias de salarios que ofrecen estas agencias.

En resumen se observa que los cargos estables son principalmente los de Dirección, Gerencia de Recursos Humanos, Administrativos jerárquicos y técnicos, recepción y contabilidad. A diferencia de los guías de turismo que muchas veces aparecen como freelance o trabajador independiente, es decir se está ante una categoría de trabajador con mucha movilidad territorial, porque se traslada donde la demanda lo exige para asegurarse su fuente de empleo. En consecuencia, la movilidad territorial no solo se relaciona con la característica de la demanda del sector, sino que es acompañada por una estrategia basada en la búsqueda de un mejor empleo, en función de una maximización no solo del salario sino de las condiciones de labor. Desde la óptica del individuo, Becker (1983) afirma lo siguiente: "Las personas con mayores niveles de educación y de formación casi siempre ganan más dinero que los demás, independientemente del nivel de desarrollo de un país". En tal sentido, muchos de los estudios que evalúan las contribuciones al crecimiento de los países, asignan un papel trascendental a la inversión en capital humano (Albano, J. y Salas, J. 2007, p.171.)

Cuando se les pregunta a los trabajadores y las trabajadoras por qué consideran que existe mucha rotación en los puestos de trabajo en las agencias de viajes; en general plantean que la dimensión económica es la más importante (salario y comisiones), además de cuestiones tales como la organización del trabajo, la preocupación por el alto nivel de estrés que produce la actividad y la falta de representatividad de los sectores gremiales relacionados con el sector. El enfoque del capital humano está íntimamente relacionado con el estudio de la distribución de los ingresos. Según Becker (1983), La desigualdad en la distribución de las retribuciones y de la renta está positivamente correlacionada con la desigualdad en la educación y en otras formas de aprendizaje. La inversión en capital humano proporciona una mayor pendiente a los perfiles de edad-retribuciones, al reducir las remuneraciones registradas

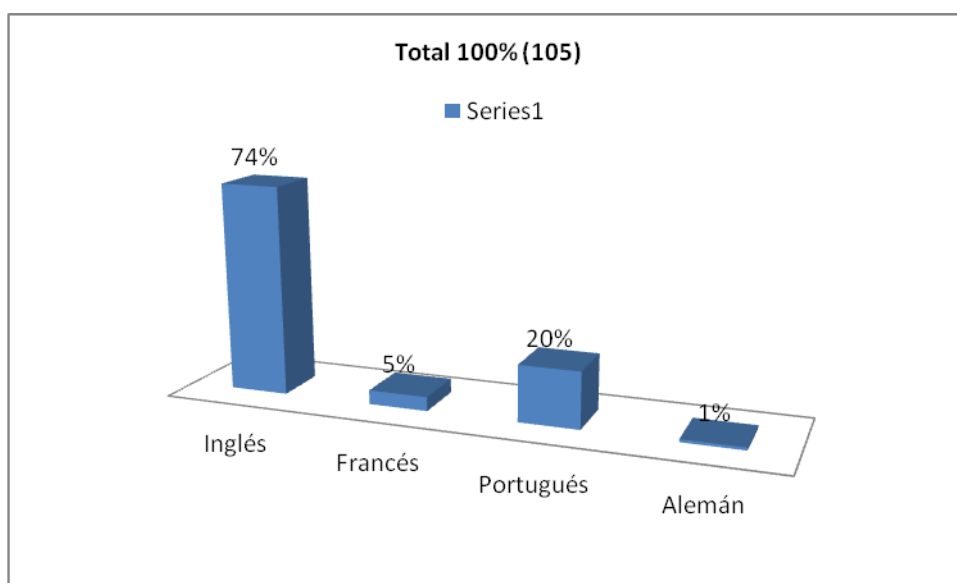
durante el periodo de inversión y elevarlas posteriormente. A su vez las retribuciones aumentan con la edad, pero a una tasa decreciente. En el caso de los trabajadores de las agencias de viajes se desprende de las entrevistas que los jóvenes cambian de trabajo más frecuentemente, pero no se sabe si reciben más enseñanza y formación en el puesto de trabajo que las personas de más edad porque las personas que trabajan en general son jóvenes menores de 30 años. No obstante, en cuanto a la formación en el trabajo, surge de las entrevistas que muchos de ellos tienen mayor facilidad para insertarse en otro mejor empleo por el perfeccionamiento que adquieren trabajando, lo que ellos denominan “experiencia”. Según Julieta Albano y Julieta M. A. Salas, 2007; el concepto más importante que atañe a la formación en el trabajo se relaciona con que muchos trabajadores incrementan su productividad adquiriendo nuevas calificaciones y se perfeccionan mientras trabajan. Así la formación en el trabajo se refiere tanto a programas formales de capacitación como a cuestiones más simples relacionadas con el aprendizaje adquirido con la experiencia diaria. De esta forma los costos de la formación en el lugar de trabajo, incluyen el valor asignado al tiempo y al esfuerzo de los trabajadores y las trabajadoras, al igual que la enseñanza que otros con mayor experiencia proporcionan.

Por ello para un mejor análisis de la cuestión, en este estudio se pretende discernir entre formación específica y formación general. La distinción entre ellas es que la primera se relaciona con el aprendizaje y permite aumentar la productividad marginal de la persona que se capacita tanto dentro de la firma que provee la capacitación como en otras firmas; mientras que la segunda (la formación general) es útil para muchas empresas y es este el motivo por el que el empleado u empleada debe costearse completamente el tipo de formación que recibe. A diferencia de la formación específica, que produce un aumento de la productividad marginal del individuo solamente para la firma que provee la capacitación. En definitiva la mayor parte de la formación que se ofrece en el trabajo no es ni totalmente general, ni totalmente específica, pero dado que la formación proporcionada por estas empresas de viajes es la que permite mayor inserción y movilidad en el sector, sí se la considera específica. Por ello la rotación laboral cobra importancia al considerar dicha formación, porque para muchos empleadores la renuncia de uno de ellos, que desempeñe un puesto de mayor responsabilidad en la estructura administrativa, representa una pérdida para la empresa debido a que les es difícil costear o encontrar otro trabajador o trabajadora con esas características y esos saberes específicos.

#### 4.2.2. El conocimiento de idiomas: un conocimiento específico muy valorado.

Otro aspecto a destacar en los trabajadores y las trabajadoras de las agencias de viajes, que además se relaciona con el conocimiento específico es, el buen manejo de varios idiomas. La venta de este tipo de servicio requiere muchas veces el diálogo con personas que hablan distintos idiomas. Este conocimiento (de idiomas) específico aumenta la demanda de personas que tengan este conocimiento.

GRÁFICO 7: IDIOMAS QUE CONOCEN LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010



Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010. Nota en respuestas binarias solo se consigna el porcentaje del sí de 105 encuestas.

En efecto, la información obtenida acerca de los empleados y empleadas que tienen conocimiento de idiomas, indica que es predominante el manejo del inglés, seguido en menor medida por el portugués y el francés; respectivamente el 74%, 20% y 5% de los trabajadores y trabajadoras saben éstos idiomas. Solo el 1% tiene conocimiento del alemán. (Gráfico 7)

A pesar de los resultados expuestos, el nivel de manejo de idiomas que se pretende por muchos empleadores, todavía no se logra. Por este motivo según informantes claves, los dueños de las Agencias reconocen contratar a menudo como guías de turismo, a personas que si bien no tienen estudios específicos en turismo, sí manejan con fluidez el idioma requerido para determinado momento de demanda. Un trabajador dice que:

"El guía (...) si tiene más conocimiento de idiomas, maneja más su tiempo; es como un guía free (...) no necesariamente tenga o deba trabajar para la agencia sino que puede ser un allegado que directamente trabaje para el servicio" (Juan, 26 años, estudiante y técnico en turismo, septiembre de 2010)

Hasta aquí se describe el perfil de los trabajadores y trabajadoras de agencias de viajes en relación al nivel educativo, estudios específicos en turismo, capacitaciones y conocimientos de idiomas. Surge de algunos relatos que en las agencias lo que se busca es el conocimiento de varios idiomas, es decir la fluidez con que lo manejan y apareciendo esto como una gran dificultad para acceder al empleo y para mantenerlo.

#### 4.2.3. Los pasantes

---

Con relación a los pasantes, a partir de la Ley de pasantías<sup>39</sup> del año 2008, disminuye la demanda de empleo para este grupo: por debajo de profesionales, técnicos y personas con conocimientos de idiomas. Antes de la normativa, los informantes claves dicen que la agencia de viajes siempre se nutrió de un gran número de pasantes para trabajar. En la actualidad, con esta modificación muchas empresas como las agencias de viajes prefieren cambiar las pasantías por contratos temporales.

"La nueva ley de pasantías ha generado una merma en la contratación de nuevos pasantes, aproximadamente desde el 2009, porque los dueños de las agencias de viajes lo consideran un costo elevado que además contiene disminución de la carga horaria de trabajo" (Entrevista al Director de la carrera de turismo de CABA, julio 2010)

A pesar de ello, muchos estudiantes de carreras turísticas cuentan que los contratan "en negro" y que a la hora de ser declarados no figuran ni como becarios ni como pasantes,

---

39 El 22 de noviembre de 2008 fueron modificadas las normativas sobre pasantías Ley 25.165, Decreto 340/92, Decreto 340/93, Decreto 93/95 y sus normas reglamentarias y complementarias y el art. 7 del decreto 787/2000, estableciéndose un nuevo sistema a través de la Ley 26.427 que fue promulgada el 18 de diciembre de 2008. En la misma se crea un Sistema de Pasantías Educativas para alumnos nivel Superior, estudiantes de Centros de Formación Profesional y de Educación permanente de Jóvenes y Adultos, mayores de 18 años a desarrollarse en empresas y organismos públicos o empresas privadas con personería jurídica excepto empresas de servicios eventuales.



porque no entraron por este sistema legal, sino por contrataciones directamente “en negro”. Esta situación de informalidad presente en muchos trabajadores y trabajadoras que están estudiando no se le puede atribuir a que mantienen una conexión transitoria con la ciudad sino más bien es una situación de precariedad.

Otro entrevistado comenta:

"¿Viste que hace unos año se reformo la Ley? Ahí empezaron a no querer a muchos pasantes." (Julio, 26 años, estudiante y Técnico en turismo, noviembre de 2009)

"... Aparte hay que pagarle como a otro trabajador (...) antes se arreglaban con el pasante y muchas veces era el viático, ¡joj!" (Tomás, 26 años, estudiante y Técnico en turismo, septiembre de 2010)

"Yo con la Ley he trabajado como pasante sin que me paguen y haciendo dos pasantías a la vez de lunes a lunes cobrando 500 pesos en 2010, trabajando 8 o 9 horas." (Pedro, 24 años, estudiante y técnico en turismo, octubre 2011)

Las primeras inserciones laborales como pasantes en general funcionan como un mecanismo que integra al sujeto a la organización laboral y por ende social. Surge del relato de los trabajadores/as, que la inserción por primera vez a una agencia de viajes, fue un gran desafío por la falta de experiencia:

"Después de tres años de haber estudiado y haberme recibido de técnico y estar habilitado para trabajar en una agencia, veo que desde lo teórico puedes saber mucho pero no sabes lo que pasa en una agencia, eso te lo tiene que dar la experiencia. Pero son pocas las agencias que agarran chicos que no saben prácticamente nada, para enseñarles." (Francisco, 26 años, Técnico y estudiante de la Lic. en turismo, agosto de 2010)

En general la dificultad de inserción laboral se atribuye a la falta de experiencia o de conexión entre la formación, lo que se debe hacer<sup>40</sup> y la actividad, es decir lo que se hace en las agencias de viajes.

"Si salís a los tres años y no tenes experiencia, es muy difícil que encuentres trabajo porque directamente te cierran las puertas. Ya no basta con el título, tenes que tener experiencia. Quién comprende esto, comienza a hacer pasantías y se va insertando." (Francisco, 26 años, Técnico y estudiante de la Lic. en turismo, agosto de 2010)

"Tengo compañeros que se han recibido y hace seis meses que no encuentran trabajo..."(Pablo, años 35, Lic. en turismo, agosto de 2010)

---

40 Sabemos gracias a la Ergonomía, que existe un desfase entre el trabajo teórico y el trabajo real.

"Yo hice cinco o seis pasantías, hasta dos seguidas y gratuitas porque no encontraba trabajo, las hice para ingresar" (Néstor, 27 años, Lic. en turismo, octubre de 2010)

La experiencia en el rubro es altamente valorada. Otro aspecto que sobresale es la alta rotación, en general acusan buscar mejores condiciones de trabajo.

"Hay mucha rotación en turismo, gente que cambia a otro hotel o agencia, haciendo agencia, hotel, agencia, hotel. Y al final se te va la vida porque terminas en un comercio con una edad que ya no te habilita porque no sos joven para el trabajo, pero en edad lo sos." (Juan, 35 años, Lic. en turismo, marzo 2009)

"...Directamente toman gente con un poco de experiencia que no es la mejor porque arrastran el estrés, la negativa..." (Francisco, 26 años, estudiante y Lic. en turismo, agosto 2010)

Según las entrevistas a informantes clave, la rotación de personal es bastante alta en el sector y es bastante difícil retener al personal mejor formado, porque siempre surgen ofertas tentadoras y es un personal con aspiraciones permanentes de cambio, especialmente el personal técnico y profesional. Los empleadores para la búsqueda apelan a las relaciones de confianza. A pesar de ello, les exigen mayores compromisos en la producción e innovación de servicios y/o destinos turísticos, pero manteniendo las mismas condiciones de salario. En consecuencia, el compromiso aparece de este modo como la condición requerida en los puestos de trabajo de estas empresas, pero sin reconocimiento salarial.

Los trabajadores y trabajadoras entrevistados insisten con una gran falta de reconocimiento salarial, por otro lado los empleadores parecen reconocer el compromiso del trabajador con la función requerida, sin embargo al no haber reconocimiento salarial se profundiza la rotación entre agencias. La renuncia de un empleado o empleada no fácilmente sustituible a una agencia, representa una pérdida para el dueño ya que es complejo encontrar un reemplazo con similares características de compromiso y función.

### 4.3. Tiempo de trabajo

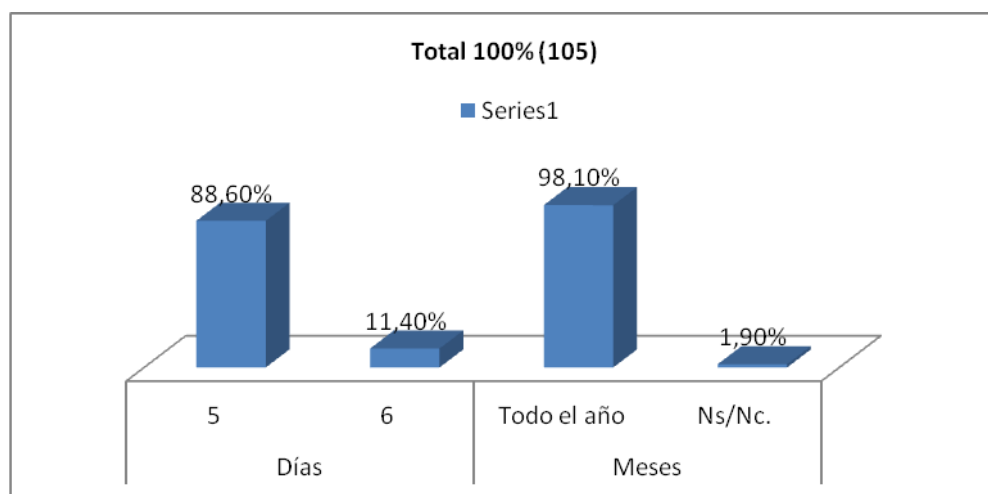
CUADRO 6: TIEMPO DE TRABAJO DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010

HORAS DE TRABAJO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 4 A 8 HS.	50	48%
MÁS DE 8HS.	53	50%
NS/NC	2	2%
TOTAL	105	100%

Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010

Con respecto al horario de trabajo los encargados y las encargadas encuestados/as de las agencias de viajes, respondieron que el 50% trabaja todo el día y 48% entre 4 y 8 horas por día. La dimensión del tiempo de trabajo cobra relevancia dado que la ciudad de Buenos Aires es un destino internacional que no diferencia temporada alta y baja, porque tiene turismo todo el año, a pesar de que una parte importante del turismo utiliza a esta ciudad como paso al interior del país.

GRÁFICO 8: TIEMPO DE TRABAJO DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010



Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010.

Al indagar sobre tiempo de trabajo en cantidad de hora y días, los encargados y las encargadas de las agencias de viajes respondieron que los trabajadores formales y contratados trabajan en el sector todo el año (98%), casi todos los días de la semana. Entre 5 y 6 días a la semana, 89% y 11% respectivamente (gráfico 8).

El rol del trabajador o trabajadora de agencias de viajes no cambia, sino que se va redimensionando bajo las premisas de calidad de servicio y profesionalismo así como en la eficiencia en la administración, pero sin debatir los parámetros donde el trabajo se aleja de lo que se considera “decente” o de muy baja calidad. Lo que conduce a preguntarme si ¿puede una Ley o decreto reglamentar los parámetros que asegure cada vez más calidad del trabajo en los mercados específicos de turismo? O ¿requiere simplemente que el estado promueva y asegure un real diálogo social entre: trabajadores/empleadores/sindicato en las agencias de viajes? Porque no hay duda que el trabajo que se realiza en una empresa de viajes se asienta cada vez más en un modelo que le permite mayor crecimiento a la empresa, adaptándose permanentemente a los mercados de competencia, a las necesidades del consumidor y a las nuevas tecnologías de comercialización, sin debatir el lugar del trabajador y su entorno.

Además en relación a los tiempos de trabajo, es preciso reflexionar como repercuten estos procesos productivos cada vez más flexibles y profesionalizantes cuando el horario de trabajo se extiende hasta los límites del sueño o del hogar. Porque como reflejan las palabras de los que trabajan, la tarea puede abarcar fines de semana y feriados dado que si no se está en la oficina, muchas veces la oficina se traslada por medio de un teléfono al hogar, desdibujando los espacios de trabajo y los espacios de descanso, pues en esta actividad impera el compromiso y la responsabilidad individual. Como consecuencia, los trabajadores y trabajadoras dicen que tienen en general un alto nivel de estrés.

"Los seres humanos necesitan desarrollar un conjunto de actividades para satisfacer sus necesidades de: formación, alimento, salud, como así también las afectivas, sociales, políticas, religiosas, deportivas. La actividad económica laboral, (...) es el medio de subsistencia fundamental para la mayoría de las personas, contribuye a formar su identidad, permite la producción de bienes y servicios, y la realización personal" (Esther Giraudo, Silvia Korinfeld, Nora Mendizábal 2003, p.2)

"La actividad significa enfrentarse cotidianamente a peligros tales como el miedo, el aburrimiento, y también la humillación, la vergüenza, el sentimiento de injusticia, de traicionar las propias convicciones, etc. (...) trabajar es entonces beneficiarse de un

lugar para hacer y hacerse con los otros, pero el trabajo puede por el contrario, obstaculizar la construcción de la identidad y ser fuente de sufrimiento." (Dominique Dessors, Pascale Molinier 1998, p.11 y 13).

Cuanto mayor es la presión en la estructura organizativa de las agencias, mayor es el sufrimiento de los trabajadores y las trabajadoras, que se agudiza no solo cuando el ambiente es más hostil, sino también ante la falta de capacitación.

"... las condiciones son medianas o malas en los diferentes lugares y no solo las condiciones sino la presión. Todo contribuye a que se estrese el operario (hace referencia a operadores de agencias de viajes) y el hotelero... "(Gian, 26 años, estudiante y técnico en turismo, agosto 2010)

#### 4.4. La ocupación en las agencias de viajes según sexo

---

En una actividad donde los profesionales y los consumidores participan conjuntamente del proceso productivo, es evidente el significativo papel que desempeña el capital humano en el logro de la competitividad. Hasta acá se va haciendo evidente que el gobierno Argentino a través de sus políticas públicas, debe asumir mayores desafíos en materia de calidad laboral en este sector. Con relación a la división sexual del trabajo que se observa en él relevamiento de la SECTUR-UBA que en este tipo de servicios no solo predominan las mujeres sino que además cuentan que tienen salarios bajos. A diferencia de los datos provistos en el Anuario Estadístico de Turismo de Nación, que muestran un predominio de los varones 55,6%, 61,2% y 57,4%, respecto a las mujeres 44,4%, 38,8% y 42,6% en el año 2008, 2009 y 2010 respectivamente (Anuario Estadístico de Turismo de Nación 2008, 2009 y 2010)

CUADRO 7: LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA, SEGÚN SEXO. 2008-2010

SEXO DEL ENCARGADO/A	
HOMBRE	49 (43%)
MUJER	66 (57%)
TOTAL	105 (100%)

Fuente: Convenio SECTUR-FCS-UBA, 2008-2010.

Se observa que el 57% de las personas encargadas de las agencias de viajes son mujeres, mientras un 43% son hombres (cuadro 7). La diferencia en ambos relevamientos puede estar dada porque desde el Anuario Estadístico de Turismo de Nación la categoría observada no desagrega a las agencias de viajes del resto de las actividades complementarias y en el caso del relevamiento SECTUR-UBA, las encuestas pueden estar sesgadas por la respuesta de los encargados y las encargadas de los agencias de viajes. Pero teniendo en cuenta que hay un predominio de bajo salarios es válido interrogarse si éstos tienen alguna relación con la cantidad de mujeres que trabajan en el sector.

Becker hace referencia a un factor de discriminación que hace que los salarios de hombres y mujeres puedan no ser iguales, aunque su participación en el mercado laboral sea la misma (Julieta Albano y Julieta M. A. Salas, 2007). En efecto a igual inversión en capital humano, el retorno de las mujeres será menor que la de los hombres. En este estudio no se puede afirmar que el retorno de las mujeres es menor que el de los hombres porque no se profundizó esta dimensión, sin embargo merece que se profundicen los estudios que visibilicen los salarios o retornos que tienen tanto hombres como mujeres en el sector de servicios en general y en las agencias de viajes en particular. En este sentido habría que indagar el grado de igualdad de oportunidades entre diferentes géneros en este sector de servicios, que se caracteriza no solo tener un gran porcentaje de mujeres graduadas en las carreras afines al turismo, sino porque el piso salarial es bajo en comparación a otros gremios relacionados con los servicios. Porque según Becker (1985) los hombres y las mujeres tienden a diferenciarse en sus ventajas comparativas, entre familias y mercado de actividad a causa de las desigualdades en las habilidades y en las oportunidades respectivamente.

En suma, al prevalecer esta diferencia Becker (1985) asegura que, por ejemplo las familias no privilegiadas, no van a cambiar su ubicación de una generación a otra. Sólo es posible en sociedades donde existe una mayor igualdad de oportunidades, dado que no solo la movilidad inter-generacional será superior sino que los individuos y todos los trabajadores y trabajadoras pueden alcanzar niveles similares de vida y de salarios, independientemente de la posición social donde provengan.

#### 4.5. Representación sindical y sectorial

---

A causa de la heterogeneidad y transversalidad, el sector de turismo cuenta con representaciones sindicales y sectoriales muy diferentes entre sí; ejemplo de esto, son los distintos gremios que aglomeran a al transporte, hotelería; gastronomía y agencias de viajes, debido a que son áreas o unidades productivas disímiles dentro del turismo, con enfoque diferentes. Por ello es que este tema merece en estudio más focalizado y profundo, sin embargo al explorar los tipos de trabajo desde la mirada de los que lo ejecutan, no se puede ignorar que la representación sindical, como un derecho inapelable, no logra inscribirse en una verdadera ampliación del diálogo social con los empleadores. Para dar cuenta de esto se parte de las preguntas: ¿Están afiliados a un sindicato? ¿cuál?.

Los trabajadores y trabajadoras entrevistados, responden en general que es un tema que no conocen bien, pero es el sindicato de comercio el que los representa. Es llamativo que sólo en algunos pocos casos, los empleados con títulos en carreras afines al turismo expresan que necesitan sentir que estar mejor representados.

Uno de los trabajadores en turismo dice:

"La mayoría de los compañeros ésta en el sector de comercio y no en el turismo (...) porque lo que tengo entendido es que en comercio, los aumentos que se establecen en las paritarias cada año, son más bajo que los que se dan en turismo. El sindicato de turismo es mucho más fuerte en este sentido (...) a los empresarios de agencias les conviene tener a sus empleados en la rama de comercio y no de turismo" (Patricia. Lic. en Turismo, julio 2011)

En general los trabajadores y las trabajadoras cuentan que cuando ingresan a una agencia son los empleadores los que los agremian, es decir muchas veces no se les consulta. En efecto, la mayoría están agremiados al sindicato de comercio a pesar de que el sector firmó un convenio con la UTHGRA entre el 2002 y 2003.

"El personal de las agencias están agremiados en comercio porque la patronal, la AAAYT (Asociación de Agencias de Viajes y Turismo), firmo convenio con el gremio de comercio y decidieron que sus trabajadores se van a agremiar ahí..." (María, Lic. en Turismo, integrante del Foro de Turismo de CABA, junio de 2009)



"La verdad es que no sé si hay un derecho por parte del trabajador de elegir, no sé..."  
(Patricia, Lic. en Turismo, Julio de 2011)

Si bien parece obvio la afiliación a un gremio cuando se entra a trabajar, esta práctica de diálogo social no es habitual en estos trabajadores y trabajadoras porque la agremiación no es un tema que se les consulte a ellos. La afiliación requiere la existencia de un marco regulador de la actividad laboral y de la relación de trabajo que garantiza muy especialmente esa representación. Implica asimismo, el derecho y, en ese marco, participar en procesos de diálogo social a nivel micro (la empresa), meso (provincias o ámbitos locales) y macro (país) (Generando Trabajo Decente en el Mercosur; Volumen I, P. 11). Es importante señalar que se habla de trabajadores y trabajadoras de agencias de viajes, ya que no todos y todas son profesionales o técnicos en turismo, algunos/as solo conocen el oficio.

Hay que tener presente que históricamente la afiliación gremial de estas empresas fue con la de empleados de comercio. Recientemente, (a partir del 2004) se firmó un acuerdo con la UTHGRA para que incluya entre sus representados a los trabajadores del turismo. A partir de allí los empleados y empleadas de las agencias de viajes, tienen más de una opción para elegir. Sin embargo, desde la visión sindical tampoco queda muy claro si las agencias forma parte del sector de turismo. No obstante se puede decir que la diferencia entre otros tipos de comercio y éste no es muy precisa, esta dada en lo que se produce y para quien se produce y, en el producto final, que no está escindido de la persona que lo consume. En consecuencia se observa que persisten dos lógicas con relación a la representación sindical, una es la poca incidencia que tienen los empleados/as en la elección y la otra es, la representación de autonomía que se construye en su carrera profesional.

En el primer caso, el problema es el predominio de afiliación del sindicato de comercio como resultado de una decisión empresarial más que por decisión del colectivo de laboral, por la falta de consulta. En segundo lugar, dado que se construye desde la formación una representación de autonomía que contribuye a que los licenciados y técnicos renieguen de limitarse al rol de empleados, a pesar de estar contratados. No obstante, tampoco les queda claro el papel que deben asumir en estas agencias como profesionales en turismo ya que muchas veces se los contratan para que firmen como responsables técnicos y nada más.

"Estoy hablando sobre el reflejo de todo el país, los hoteles por ejemplo no toman los profesionales en turismo y si toman, son los mandos bajos y eso está en el informe..."

en los mandos superiores no estamos los profesionales del turismo. Entonces hay un divorcio entre lo que son las instituciones educativas y el sector empresario. Nosotros tenemos que tratar de ver como hacemos para que esa brecha sea chiquita" (María, IX Convención de profesionales en Turismo, 2011)

"No hay una valoración del empresariado al profesional en turismo" (Sergio, IX Convención de profesionales en Turismo, 2011)

"No hay valoración de los recursos humanos profesionales en turismo, porque tampoco hay un marco legal que obligue a que determinadas funciones la tenga que realizar gente con determinada formación... en Argentina, la realidad de los colegios profesional en turismo... Profesional es decir la especialización, la especificación, no es una realidad nacional, Nosotros no somos abogados, ni médicos, ni arquitectos somos profesionales en turismo y la realidad que lo que hace falta es conocer inglés... hablo de las estadísticas, ¿qué dicen los empresarios? que lo tomaron porque saben inglés. Reclaman formación pero ingresan al mercado porque saben idiomas. Esa es la realidad en la que nosotros estamos inmersos como profesionales ". (pablo, IX Convención de profesionales en Turismo, 2011)

Muchos profesionales cuentan a modo de queja que si bien pueden abrir una agencia de viaje con la sólo firma, no lo pueden lograr solo con el título universitario, sino que los tiene que validar la AAVYT.

"No me alcanza porque tengo que ir a validarlo a la Asociación empresarial de Agencias de Viajes que logro que en el año 1992 Francisco Mayorga, Secretario de Turismo del gobierno de Menem; delegara el registro de idoneos en turismo. Entonces ese registro que pertenece al Estado, el mismo Estado se lo delega a una asociación empresarial. Ahí están los registrados valga la redundancia , los profesionales egresados que tienen una responsabilidad técnica en una agencia. ¿Por qué? Porque la 18829 que es la Ley de Agencia de Viaje requiere que al frente de toda agencia como requisito para su apertura, haya un profesional de turismo" (María, Lic en Turismo, integrante del Foro de Turismo de CABA, septiembre de 2009)

Siguiendo los relatos:

"Antiguamente no había tantos profesionales en turismo, había idóneos (entendidos como quien conoce el oficio), que eran gente que se fueron haciendo en el mercado que además era gente muy respetada por su experiencia, pero con los años ese margen se fue acotando. Entonces la autoridad de aplicación en la década del '70 forma dos registros (el registro de idóneos y el registro de profesionales), a los mismos efectos, (a los efectos de apertura de una agencia). Con el paso del tiempo, ese registro pierde importancia, entonces Mayorga (el ministro de Energía y Minas, Eleodoro Mayorga) recrea el registro, como que lo vuelve a fundar mediante una resolución y acto seguido; mediante otra resolución se los delega a los agentes de viajes. En la resolución específica hasta tanto se regulen las profesiones." (María, Lic en Turismo, integrante del Foro de Turismo de CABA, septiembre de 2009)

El dilema que atraviesa la representación que tienen las personas con títulos en turismo y que trabajan en el sector es, que desde la formación se proyecta a un profesional autónomo capaz de generar sus propios proyectos; y en la realidad los puestos que se logran cubrir si bien demandan mayor compromiso es porque tienen buen conocimiento de idioma. No trabajan en su formación la importancia de practicar un diálogo social a través de la figura de la representación, es decir no aparece en la palabra de estos trabajadores el diálogo social entre empleados/as, empresarios y Estado como un derecho inapelable. Es un tema que no les preocupa mucho. Un informante clave del sector comenta que la formación que se le da a los egeresados de la carrera de turismo apunta a desarrollar proyectos propios:

"que el egresado pueda no solamente posicionarse ya en las empresas que están sino que sean capaces de generar sus propios proyectos y por otro lado que no solamente se queden con los destinos ya posicionados sino que a partir de la formación que reciben sean capaces de desarrollar propuestas o planificar giras turísticas sin destinos emergentes, entonces más allá de lo que demande el mercado de lo privado, también es la necesidad a nivel país no?...sobre todo desde que se implementó el PFETS" (Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable)(Director de una Carrera de Turismo. Mayo, 2010)

Hasta el momento del estudio, esta profesión no se pudo regular en CABA, es decir no se conformó un colegio de profesionales de turismo en la Ciudad de Buenos Aires.

"El rol del registro es validar los títulos para abrir una agencia de viajes y el criterio es corroborar que las carreras tengan contenidos de agencias de viajes. Aunque desde la AAAYT dicen que su rol no es controlar, sino registrar. Ante el Ministerio de Turismo la AAAYT es una asociación empresarial importante que convalida muchas de las políticas y acompaña, porque de acuerdo a la Ley 25997 el sector privado es un socio estratégico. Tiene mucho más peso esta asociación empresarial que los pocos colegios que existen o las pocas asociaciones profesionales del país para defender la profesión." (María, Lic. en Turismo, Integrante Foro de Turismo de CABA, septiembre de 2009)

"La asociación de turismo o Foro de CABA se formó en el 2003 porque percibimos la necesidad de tener un órgano que nos represente, no había una asociación que hablara por nosotros, solo hubo una asociación de universitarios en turismo la AUT, hace muchos años, que se fue diluyendo y no logro sobrevivir..." (Juana, Lic. en Turismo, Integrante del Foro de Turismo de CABA, septiembre 2009)

Como ya se expuso, existen dos gremios muy diferentes que se disputan la representación sindical de este tipo de trabajadores. Hay que indagar en que medida convergen las cuatro dimensiones (el empleo, los derechos laborales, la seguridad y la

representación) en este colectivo laboral, porque desde la OIT se considera que proveer empleo sin considerar su calidad y los niveles de protección social a los que permite acceder no conduce al progreso. Así como tampoco lo es, promover los derechos en el trabajo sin preocuparse por el grado de representación que efectivamente tienen los sindicatos y en qué medida se efectiviza el diálogo social entre trabajador/sindicato/empresario. Hablar de diálogo social, implica hablar de calidad de trabajo. En este sentido hay que preguntarse por qué persiste en estas empresas un bajo nivel de diálogo social, teniendo en cuenta que conviven tanto decisiones inconsultas de los dueños de las agencias de viajes en relación a la agremiación, como pocas acciones de participación de parte de los empleados para reclamar sus derechos.

Para ello es necesario abordar con mayor profundidad el concepto de Trabajo decente propuesto por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y vincularlo a este sector que presenta menos posibilidades de protección laboral y representación sindical dado la inestabilidad y la falta de espíritu corporativo; además de la heterogeneidad del mercado. Según la OIT, el concepto de “Trabajo decente” le impone al estado el compromiso de impulsar determinadas orientaciones y políticas, pero también le brinda un marco para motivar la labor que llevan adelante otros actores fundamentales, como los sindicatos, los empleadores y las organizaciones sociales en conjunto. (Lupica, 2010, pág. 11). La protección sindical es entendida como ejemplos de buenas prácticas que favorecen la conciliación y la corresponsabilidad<sup>41</sup> (p.15) entre trabajador y empresario; y que se encuentran inmersas en las recientes negociaciones colectivas. Para ello se necesitan generar estudios que reflejen la relación entre sindicato/ trabajadores/as y empresas de turismo.

---

41 Definida como una dimensión social fundamental para promover la conciliación trabajo-familia, y atender las necesidades de cuidado, pero también para promover la igualdad y combatir la pobreza desde el mundo del trabajo así como un requisito para combatir la inequidad. Ver Lupica, (2010).

## CONCLUSIONES

---

En este estudio se han abordado dos variables que se relacionan entre sí: Trabajo y Turismo, en un sector que laboralmente es muy heterogéneo por el abanico de actividades que ofrece. El objetivo de este estudio es explorar el tipo de trabajo y la organización del servicio, que se realiza en las agencias de viajes de Ciudad de Buenos Aires, tomando como unidad de análisis a cada uno de los trabajadores y las trabajadoras de dichas agencias.

Se observa que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, es una ciudad relevante en la generación de puestos de trabajo dado que tiene una mayor concentración de agencias de viajes en comparación al resto de las provincias del país. Por todo esto, la actividad de investigación y de relevamiento resulta todo un desafío, que necesita de una combinación de datos. Primero, se utilizan datos cuantitativos mediante el uso de datos secundarios (encuestas realizadas en el convenio SECTUR/UBA 2008-2010, datos extraídos de los organismos oficiales, revistas científicas y diarios) para poder lograr un mayor acercamiento al objeto de estudio ( el trabajo en el sector de turismo) y luego para responder a los interrogantes planteados, se utilizan datos cualitativos que surgen de las observaciones y entrevistas a trabajadores/as e informantes claves (dueños de agencias, directores que dictan las carreras afines al turismo, representantes gremiales y del Foro de turismo de CABA, en organismos oficiales).

Las observaciones se logran visitando los espacios de trabajo (agencias de viajes) que ofrecen servicios específicos de turismo y las entrevistas se realizan a informantes claves y a personas (hombres y mujeres) que trabajan en las agencias brindando esos servicios, a pesar de que sus dueños se muestran reticentes a que se lleven a cabo observaciones y entrevistas *in situ*. Desde un abordaje sociológico, el interés de este estudio se centra en la forma en que el mundo es comprendido, experimentado y reproducido por las personas que trabajan en el sector. Los problemas atinentes al trabajo en el ámbito del turismo, específicamente en las agencias de viajes, son comprendidos contemplando las diversidades y las diferencias (en los puestos y el tamaño de las empresas) con el fin de dar a luz algunas cuestiones sobre el tipo de trabajo que genera el turismo, que contribuya a visibilizar no solo al trabajador o trabajadora sino a su actividad.

Entonces, se analiza el desarrollo y el progreso del sector, mediante un tipo particular de organización del trabajo que se observa en las agencias de viajes, considerando los siguientes aspectos: Tamaño de las agencias, organización y división del trabajo, presión y exigencia en el puesto, salarios y comisiones, nivel máximo educativo alcanzado, movilidad y flexibilidad horaria en los puestos de trabajo.

Para un mejor análisis de la organización presente en las agencias, se las categoriza por tamaño, según cantidad de trabajadores, lo cual tiene como resultado que la mayoría de las agencias de viajes cuentan con trabajadores y trabajadoras con un perfil de formación alto. Otro dato a destacar es que la mayoría de las empresas de viajes son pequeñas, de baja estructura formal, donde sus trabajadores/as realizan múltiples tareas, donde la organización de la producción muchas veces, depende de cada trabajador o trabajadora. Al tener que cumplir múltiples funciones, se resuelve lo urgente y la organización del trabajo tiende a ser una resolución particular, en vez de una decisión colectiva entre dueño/a y trabajadores/as.

En cambio, las agencias medianas y grandes poseen una estructura administrativa que concentra un mayor número de trabajadores y trabajadoras, con una mayor organización y división del trabajo.

En general se observa que en las agencias de viajes relevadas, la organización y división del trabajo se construyen en su propio desarrollo, "no como producto del establecimiento previo como diseño, sino como producto del sistema objetivo de fuerzas que le dan forma."(Nievas, F. 1998). Por ende se puede pensar más como un proceso teleonómico que teleológico<sup>42</sup> porque se refiere a que se construye en su propio andar. Entendiendo que "la noción de teleonomía implica también la idea de una actividad orientada, coherente y constructiva. (Monod, J. citado en Nievas, F. 1998) porque esa orientación no está preestablecida como plan, sino que es posible corregirla a posteriori de la realización del proyecto. (p.29). Esta noción que surge durante el análisis, me permite comprender y describir las formas que asume la organización de las empresas en relación a su tamaño y los servicios ofrecidos. El tamaño de la agencia en este estudio es una variable que interviene en el análisis de la complejidad del trabajo que realizan los trabajadores y las trabajadoras. Por ende se

---

42 A diferencia de la noción de teleología, se refiere a toda actividad orientada a un fin, es decir hacer algo con el objeto de obtener determinado resultado. En este sentido abarca todas las actividades que abordamos consiente y voluntariamente (que no significa libremente). Ver Nievas, F. 2000 en "El control social de los cuerpos".

observa que las empresas de menor tamaño se encuentran prácticamente sin división del trabajo. Esto se refleja en la multiplicidad de funciones que se cumple en el puesto.

A medida que aumenta el tamaño de la agencia, se incrementa la exigencia y presión para que se aumenten las ventas. Los trabajadores y las trabajadoras se sienten muy presionados tanto en las agencias que denominamos chicas como en las agencias grandes. En las chicas, a causa de la presión que se genera por trabajar solo (por ser dueño/a) o con el dueño/a y cumplir las múltiples tareas que requiere la preventa y posventa de servicios de viajes; y en las más grandes debido a la presión que ejercen los supervisores o encargados del sector ventas, para que se concreten las mismas. En los dos casos se trabaja bajo presión y en un clima altamente competitivo. Esta competencia se manifiesta como resultado de las pujas internas por lograr mejores resultados o comisiones.

El salario en todas las agencias está compuesto por un básico que se acuerda en paritarias, más las comisiones que se acuerda con el dueño. En estas empresas los trabajadores y las trabajadoras se sienten incomodados porque conviven con una sensación de cierta informalidad con relación a las comisiones, debido a que es la parte del salario que se arregla por medio de un convenio más bien personal, es decir entre cada trabajador/a y el dueño o dueña de la empresa y sobre todo, porque no queda claro si forma parte del salario en blanco o registrado. También se desprende de los análisis de las entrevistas que existe mucha rotación de personal entre las agencias, inclusive en los hoteles. Y uno de los argumentos principales que dan la mayoría de las personas entrevistadas es "mejorar los ingresos"; que como se ve, depende más de un arreglo personal que del convenio colectivo de trabajo.

Una situación que se observa de manera frecuente en estas empresas es la doble función de los encargados en cuanto al rol que cumplen, porque hay encargados que aportan el capital pero no están; que aportan el trabajo y están; que aportan títulos y no están; inclusive en agencias pequeñas, aunque a veces los empleados totales sean menos de cinco. Este mecanismo responde a una estrategia de origen y supervivencia del negocio para financiar su funcionamiento. Por otro lado, aparece en la actividad, un tipo particular de trabajador/a, que a partir de este estudio se denominan "Trabajadores y trabajadoras flotantes" definidos en este estudio como trabajadores/as móviles, inestables y flexibles laboralmente, por su alto nivel de movilidad regional a causa de la temporalidad de la

demanda existente en el sector turístico y que en general se relacionan con sus empleadores por fuera del marco regulatorio laboral tradicional a la espera siempre de la petición de su servicio.

La necesidad de categorizar a los trabajadores y las trabajadoras en dos grupos: estables y flotantes es una necesidad explicativa del análisis. De este modo, aparece un nuevo problema a resolver en relación al nivel de formalidad y por lo tanto de visibilidad, que adquieren en esta actividad, éstos trabajadores que son propios del sector, como son los guías de turismo.

En cuanto al perfil de las personas que trabajan en las agencias de viajes, se observa que la mayoría son profesionales, es decir que tienen estudios universitarios o terciarios en carreras afines al turismo. También, se constata un bajo porcentaje de trabajadores declarados como pasantes y becarios. Sin embargo se observa que muchas veces la demanda se logra cubrir con personas que no son titulados y tampoco tienen estudios específicos pero saben hablar otros idiomas extranjeros o simplemente han cubierto puestos similares.

Se observa y se declara una disminución de pasantes en estas agencias a partir de la Ley de pasantías <sup>43</sup> (2008). La causa es que disminuye la demanda de empleo para este grupo, por debajo de profesionales, técnicos y personas con conocimientos de idiomas. Si bien en la actualidad muchas agencias prefieren cambiar las pasantías por contratos temporales, surge de las entrevistas, que a pesar de existir la ley, persiste la contratación en negro.

La educación en carreras afines al turismo, es muy importante en el desarrollo de la producción turística. No obstante, los perfiles más demandados en las agencias, son personas con conocimiento específico en turismo, es decir adquirido en el puesto. Cuando los entrevistados hablan de conocimiento específico, no se refieren necesariamente a personas con títulos en carreras afines al turismo, sino a personas con experiencia adquirida en el

---

43 El 22 de noviembre de 2008 fueron modificadas las normativas sobre pasantías Ley 25.165, Decreto 340/92, Decreto 340/93, Decreto 93/95 y sus normas reglamentarias y complementarias y el art. 7 del decreto 787/2000, estableciéndose un nuevo sistema a través de la Ley 26.427 que fue promulgada el 18 de diciembre de 2008. En la misma se crea un Sistema de Pasantías Educativas para alumnos nivel Superior, estudiantes de Centros de Formación Profesional y de Educación permanente de Jóvenes y Adultos, mayores de 18 años a desarrollarse en empresas y organismos públicos o empresas privadas con personería jurídica excepto empresas de servicios eventuales.



trabajo (que hayan trabajado en agencias, como guías y en la administración o recepción de hoteles) con o sin título. Lo que prima con mayor fuerza en la demanda de trabajo es la experiencia adquirida en el puesto. Las agencias de viajes, mantienen una estructura vertical a medida que se amplía el puesto, es decir se asume mayor responsabilidad y competencia en la planificación, dirección y administración, el trabajador o trabajadora va ganando control sobre la actividad, dicho de otra forma, sobre las decisiones implicadas sobre el desarrollo del trabajo.

En este tipo de puestos la educación formal en carreras afines es un elemento muy importante pero no determinante a la hora de ingresar a un empleo, porque lo que más se demanda es el conocimiento específico, adquirido en la tarea y/o fluidez en el idioma. En este sentido habría que indagar con más profundidad la correspondencia entre la formación que reciben los licenciados y técnicos en carreras afines al turismo y los conocimientos o habilidades que se demanda para cubrir los puestos de trabajo en el sector, dado que los demandantes de trabajo siguen eligiendo a personas que tienen conocimiento específico, a pesar de no tener título, en una ciudad que concentra el mayor número de instituciones (terciarias y universitarias) que dictan estas carreras, en su mayor parte de forma privada.

La capacitación recibida en relación al conocimiento específico en turismo es fundamentalmente de forma privada que brindan otras instituciones u organismos. La capacitación en la actividad turística es muy importante, porque no solo contribuye a nutrir cada vez más la profesión sino que funciona como un facilitador para encontrar mejores empleos. Los trabajadores y trabajadoras toman a la capacitación como una forma de inversión particular para mejorar sus condiciones de trabajo. La rotación laboral está ligada a dicha capacitación; es decir que la posibilidad de rotar en busca de mejores salarios y comisiones está dada por el conocimiento en el puesto. A pesar de ello el valor del conocimiento de idioma se coloca en la demanda por encima de la capacitación en turismo.

La alta rotación se da en los trabajadores y trabajadoras mejor formados y que conocen idiomas extranjeros en busca de mejores condiciones salariales; muchas veces es un acuerdo individual por las comisiones. Por lo que resulta bastante difícil retener al personal mejor formado, porque siempre surgen ofertas tentadoras y es un personal con aspiraciones permanentes de cambio, especialmente el técnico y profesional.

Los empleadores para la búsqueda apelan a las relaciones de confianza, a pesar de ello, les exigen mayores compromisos en la producción e innovación de servicios y/o destinos turísticos, pero manteniendo las mismas condiciones de salario. En consecuencia, el compromiso es otro aspecto que aparece de este modo como la condición requerida en los puestos de trabajo de estas empresas sin reconocimiento salarial, profundizando la rotación entre agencias.

En este tipo de tarea prevalece la intensificación del uso del tiempo de trabajo. Porque como reflejan las palabras de los que trabajan, la tarea puede abarcar fines de semana y feriado dado que si no se está en la oficina, muchas veces la oficina se traslada por medio de un teléfono al hogar, desdibujando los espacios de trabajo y los espacios de descanso. También que hay un predominio de bajo salarios, por eso es válido interrogarse si éstos tienen alguna relación con la cantidad de mujeres que trabajan en el sector, dado que más de la mitad de los encargados de las agencias de viajes son mujeres. En este sentido habría que indagar ¿cuál es el grado de igualdad de oportunidades entre diferentes géneros en este sector de servicios, que se caracteriza no solo por tener un mayor porcentaje de mujeres, sino porque el piso salarial es bajo en comparación a otros gremios relacionados con los servicios?

Se observa una mayor registración en los puestos de trabajo altos. Los encargados de las agencias de viajes presentan mayores niveles de formalización a diferencia de los guías que en general trabajan por fuera del marco regulatorio laboral. Sin embargo, dentro del sector turístico, los trabajadores de gastronomía y de agencias de viajes son los menos beneficiados.

La sindicalización se muestra difusa, los trabajadores y las trabajadoras no saben mucho sobre la cuestión y tampoco se interesan, en algunos casos dicen que los agremian los empleadores y en otros casos, que hay un convenio con la UTHGRA pero existe una mayor sindicalización con el gremio de comercio, sin embargo no saben si tienen derecho a elegir a uno de ellos.

Persisten dos lógicas con relación a la representación sindical, una es la poca incidencia que tienen los trabajadores y las trabajadoras en la elección del sindicato, y la otra es la representación de autonomía que se construye en su carrera profesional. En el primer caso, el problema es el predominio de afiliación del sindicato de comercio como resultado de

una decisión empresarial más que por decisión del colectivo laboral, debido a la falta de consulta. En el segundo caso, porque se construye desde la formación una representación de autonomía que contribuye a que los licenciados y técnicos en carreras afines al turismo, renieguen de limitarse al rol de empleados a pesar de estar contratados. No obstante, tampoco les queda claro el papel que deben asumir en estas agencias como profesionales en turismo ya que muchas veces se los contratan para que firmen como responsables técnicos y nada más.

La formación y la sindicalización no tienen una relación estrecha. Se presentan con menor posibilidad de protección laboral y representación sindical dado la inestabilidad y la falta de espíritu corporativo; además de la heterogeneidad del mercado y de sus representantes sindicales. El dilema que atraviesa la representación que tienen las personas con títulos en turismo y que trabajan en el sector es, que desde la formación se proyecta a un profesional autónomo capaz de generar sus propios proyectos y en la realidad muchos terminan trabajando en relación de dependencia porque tampoco pueden financiar sus propios negocios. Los graduados no trabajan en su formación, la importancia de practicar un diálogo social a través de la figura de la representación sindical, es decir no aparece en la palabra de estos trabajadores el diálogo social entre trabajadores/as, empresarios y sindicato como un derecho inapelable. Es un tema que no les preocupa mucho.

Por último, con respecto a la función que cumple la agencia en el sector de actividad turística es la de intermediación o interconexión entre la demanda y las industrias que trabajan para el sector. Pero la función económica y social que están cumpliendo las agencias de viajes en el país en el periodo de estudio, es simplemente el aprovechamiento de las desigualdades sociales y económicas para maximizar sus ganancias, involucrando en su organización productiva a trabajadores y trabajadoras altamente calificados, ofreciéndoles muy bajos salarios y otorgándoles un espacio acotado de diálogo social (entre empresarios- sindicato- trabajadores). Contribuyendo desde este lugar a reforzar las desigualdades sociales existentes en materia de empleo y restringiendo un proceso de inclusión y movilidad social en el país.

En cuanto al sector de actividad turística argentina es necesario decir que fomentar y generar más trabajo sin considerar o reflexionar sobre su calidad, solo contribuye a promover la ilusión de ir tras un próspero desarrollo y progreso social en un país como es Argentina (receptor de turismo).

Si bien el turismo aparece como uno de los ejes en donde se asienta el crecimiento económico experimentado por la Argentina en estos últimos años; reflejado en el incremento de la ocupación y de la registración en las ramas características del turismo, es necesario promover el debate académico con relación a la forma que asume el crecimiento del sector de servicios en general, así como explorar con mayor profundidad la forma de organización que asume el turismo a nivel local, debido a que repercute en el reparto social de la riqueza. Porque se observa que el turismo argentino presenta una forma de desarrollo dependiente y que no resulta ajena a la dinámica del turismo a escala global, tornándose así, como dice Cordero Ulate, Allen (2006) en una arista más del despliegue del capitalismo actual.

En un contexto nacional donde el crecimiento del sector de servicios, coloca al turismo en un lugar de privilegio como atrayente de capitales y promotor de nuevos puestos de trabajo, me pregunto:

¿Qué es un buen trabajo?

Un trabajo decente... Por ello es necesario comenzar a debatir en este sector de actividad, los parámetros donde un trabajo se acerca o se aleja de lo que se considera decente o de muy baja calidad.

## INDICE DE CUADROS E ILUSTRACIONES

---

CUADRO 1: VARIACIONES INTERANUALES CORRESPONDIENTES A LA LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS, EN PORCENTAJES. 1995-2010 .....	42
CUADRO 2: CARACTERIZACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA: CANTIDAD DE PERSONAL, DIVISIÓN DEL TRABAJO, SUPERVISIÓN Y SALARIOS.....	55
CUADRO 3: MÁXIMO NIVEL EDUCATIVO ALCANZADO POR LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010 .....	61
CUADRO 4: ESTUDIOS ESPECIALIZADOS EN TURISMO DE LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010 .....	62
CUADRO 5: NIVEL DE EMPLEO REGISTRADO DE LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010 .....	77
CUADRO 6: TIEMPO DE TRABAJO DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010 .....	90
CUADRO 7: LOS ENCARGADOS Y LAS ENCARGADAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA, SEGÚN SEXO. 2008-2010.....	93
ILUSTRACIÓN 1: SECTOR DE SERVICIOS TURÍSTICO .....	11
ILUSTRACIÓN 2: AGENCIA DE VIAJES PEQUEÑA.....	66
ILUSTRACIÓN 3: AGENCIA DE VIAJES MEDIANA .....	67
ILUSTRACIÓN 4: AGENCIA DE VIAJES GRANDE .....	68

## INDICE DE GRAFICOS

---

GRÁFICO 1: INGRESOS DE DIVISAS POR TURISMO EN LOS PAÍSES DEL MERCOSUR Y CHILE, EN MILLONES DE DÓLARES, 1995-2010 ..	43
GRÁFICO 2: PERSONAL OCUPADO POR RAMA DE ACTIVIDAD Y PROMEDIO ANUAL. TOTAL DE AGLOMERADOS URBANOS 2004 A 2010 (EN VALORES ABSOLUTOS). .....	51
GRÁFICO 3: CANTIDAD DE AGENCIAS DE VIAJES DE CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES EN EL PERÍODO DE 2005 A 2010. ....	72
GRÁFICO 4: EL TAMAÑO DE LAS AGENCIAS DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES SEGÚN LA CANTIDAD DE TRABAJADORES Y TRABAJADORAS.....	73
GRÁFICO 5: CALIFICACIÓN PROFESIONAL DEL PERSONAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. ....	81
GRÁFICO 6: CURSOS DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. ....	82
GRÁFICO 7: IDIOMAS QUE CONOCEN LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010 ..	86
GRÁFICO 8: TIEMPO DE TRABAJO DE LOS TRABAJADORES Y LAS TRABAJADORAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DE CABA. 2008-2010 ...	90

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

---

Albano J. y Salas, J. (2007). La Inversión en Capital Humano: Sus efectos sobre las retribuciones. En Neffa, J. C. (director). *Teorías Económicas Sobre mercado de Trabajo. II Neoclásicos y nuevos Keynesianos.* (167-208). Buenos Aires: Editorial Fondo de Cultura Económica.

Amico, F. Fiorito, F. y Zelada, A. (Julio de 2012). *Expansión económica y sector externo en la argentina de los años 2000: balance y desafíos hacia el futuro.* Documento de trabajo N° 45, Buenos Aires: CEFIDAR. Recuperado de <http://www.cefidar.org.ar/documentos/DocumentodeTrabajo45.pdf>

Bertoncello, V. R. (2010). Configuración espacial de una metrópoli. En *Dinámica de una ciudad. Buenos Aires 1810-2010* (97-128). Buenos Aires: Dirección General de Estadísticas y Censos.

Besson, N. (Octubre de 2006). Desarrollo turístico en la región de Salto Grande: una mirada desde el Plan Argentina 2016. PLAN FENIX Propuestas para el desarrollo con equidad. Economías Regionales. *VII Encuentro Nacional de Economías Regionales. IV Encuentro del Nudo Región Centro de economías Regionales.*, 181- 96. Recuperado de [http://www.econ.uba.ar/planfenix/documentos/libros/indice\\_libro\\_economias\\_regionales\\_VII\\_encuentro.pdf](http://www.econ.uba.ar/planfenix/documentos/libros/indice_libro_economias_regionales_VII_encuentro.pdf)

Bonigo, H., Lombardi, O. (1999). Las Agencias de Viajes. Políticas para su crecimiento. En *Política Turística Argentina. Base para su reformulación* (189-211). Buenos Aires: LADEVI.

Boto, L., Mantero, J.C., Barreto, M., Pesci, R., Apollonio, A., Bernardelli, C., Capurro, D. y Nardone, A. (2010). *Turismo en Áreas Metropolitanas. El diseño de una política Integral.* Buenos Aires: Fundación FAPPU.

Britton, S. G. (1980). The spatial organization of tourism in a neo-colonial economy: A Fiji case study. *Pacific Viewpoint*, 21(2), 144-165.

Britton, S. G. (1982). The political economy of tourism in the Third World. *Annals of tourism research*, 9(3), 331-358.

Britton, S.G. (1989). *Tourism, dependency and development.* In *Towards appropriate tourism: The case of developing countries.* Tej Vir Singh, Leo H. Theuns y Frank M. Go, eds. Pp. 93-116. Frankfurt: Peter Lang.

Catalano B. (2014). La integración regional y el turismo como fenómeno multidimensional: el caso del Mercosur. (Tesis de maestría no publicada), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Catalano, B. (2013) Perspectivas sobre el turismo en la Comunidad Andina de Naciones: Análisis comparativo con el Mercosur. *Revista de estudios regionales y mercado de trabajo*, (9): 205-223. Recuperado de <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=arti&d=Jpr6303>

Campos, L., González, M, y Sacavini, M. (2010) "El mercado de trabajo en los distintos patrones de crecimiento", *Realidad Económica* N° 253, IADE, Buenos Aires, julio-agosto.

Cavassa, C. R. (2007). *Administración de Empresas Turísticas. Nuevas estrategias*. México: Trillas.

CEDEM. (2007). *Coyuntura económica de la Ciudad de Buenos Aires* N° 20. Buenos Aires: Ministerio de Producción, GCBA. Recuperado 2 de octubre de 2014 de [http://www.estadistica.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis\\_estadistico/coyuntura\\_2007\\_021.pdf](http://www.estadistica.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/coyuntura_2007_021.pdf)

CEDEM. (2007). *Coyuntura económica de la Ciudad de Buenos Aires* N° 32. Buenos Aires: Ministerio de Hacienda, GCBA. Recuperado 2 de octubre de 2014 de [http://www.estadistica.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis\\_estadistico/coyuntura\\_2011\\_032.pdf](http://www.estadistica.buenosaires.gob.ar/areas/hacienda/sis_estadistico/coyuntura_2011_032.pdf)

Ciccolella, P. (1995). Reestructuración global, transformaciones económicas en la Argentina y reterritorialización de la Región Metropolitana de Buenos Aires. *Hacia una ciudad competitiva, globalizada y excluyente. Estudios Regionales* (43), 45-68. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=1955>

Cordero Ulate, A. (2006). *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo*. Buenos Aires, clasco libros.

Coriat, B. y Taddéi, D. (1995). *Made in France. Cómo enfrentar los desafíos de la competitividad industrial*. Buenos Aires: Alianza Editorial.

Dejours, C. (1998). Como formular una problemática de la salud en ergonomía y en medicina del trabajo. En *Organización del trabajo y salud. De la psicopatología a la psicodinámica del trabajo* ( 139-161). Argentina: Lumen Hvmanitas.

De la Garza Toledo, E. (2012). El Trabajo no clásico y la ampliación de los conceptos de la Sociología del Trabajo. *Revista de Trabajo*, 8, 109-124.



De Kadt, Emanuel, ed. 1979. *Tourism -Passport to development? Perspectives on the social and cultural effects of tourism in developing countries*. Oxford: Oxford University Press.

De Souza Minayo, M. C. (2009). *La artesanía de la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Lugar Editorial.

Dominique Dessors, Pascale Molinier (1998). *Organización del Trabajo y Salud. La psicodinámica del trabajo*. Argentina : Lumen Hvmanitas.

Esther Girauo Silvia Korinfeld, Nora Mendizábal. (2003). *Trabajo y Salud: un campo permanente de reflexión e intervención*. En Gestión con el personal. Una alternativa al concepto de Recursos Humanos Daniel Dei. Buenos Aires: Ed. DOCENCIA. Recuperado el jueves 2 de octubre de <http://www.trabajo.gba.gov.ar/informacion/Publicaciones%20P%C3%A1gina/La%20relaci%C3%B3n%20trabajo%20y%20salud.pdf>

Getino, O. (2009). Turismo. Entre el ocio y el neg-ocio. Identidad cultural y desarrollo económico en América Latina y el Mercosur. Argentina: Ciccs.

Gustavo R. Capece (1997); *Turismo sostenido y sustentable, una visión holística*. El Bolsón-Río Negro-Patagonia-Argentina: Agencia Periodística CID Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2006 a 2011). *Encuesta permanente de Hogares. Ciudad de Buenos Aires*. Recuperado de [http://www.indec.mecon.ar/principal.asp?id\\_tema=9556](http://www.indec.mecon.ar/principal.asp?id_tema=9556)

Jan Kregel (23 de agosto de 2006). Subir salarios públicos y los planes sociales. *Página 12*. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/economia/2-71860-2006-08-23.html>

Lea, J. (2006). *Tourism and development in the Third World*. Routledge.

Kosacoff, B. y López, A. (2008). América Latina y las Cadenas Globales de Valor: debilidades y potencialidades. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*. Vol. 2 núm. 1. pp 18 – 32. Gcg Georgetown University: Universia.

Lupica, C. (2010). Trabajo decente y corresponsabilidad de los cuidados en Argentina. Buenos Aires: OIT. Recuperado el 2 de octubre de [http://www.oit.org.ar/WDMS/bib/publ/libros/td\\_corresponsabilidad\\_cuidados.pdf](http://www.oit.org.ar/WDMS/bib/publ/libros/td_corresponsabilidad_cuidados.pdf)

Mandel, E. (1969). *Tratado de economía marxista* (Vol. Tomo I). México:Ediciones Era.

Martin, M., & Munt, I. (1998). *Tourism And sustainability: new tourism in the third world*. London: Loutledge. Recuperado el 3 de octubre de

cholar.google.com/scholar\_lookup?title=+Tourism+and+sustainability:+New+tourism+in+the  
+Third+World&author=Mowforth+Martin&author=Ian+Munt&publication\_year=1998

Matthews, H. G. (1978). *International tourism: A political and social analysis*.  
Cambridge, MA: Schenkman Publishing Company.

Michael, H. C. (1994). *Tourism and Politics Policy, Power and Place*.

Miller y Cheong. (2000). *Power and coastal tourism: the seattle waterfront*.

Recuperado el 2 de octubre de

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.1656&rep=rep1&type=pdf>

Moench, Eric (2011) Inversiones en servicios: nuevas territorialidades en la expansión  
de call centers en el interior de la Argentina, 2002-2010 en *Revista de Estudios Regionales y  
Mercado de Trabajo*, N° 7, Diciembre de 2011, pp. 59-88. Buenos Aires: Editor CIPSA  
(Centro de Investigación y Promoción para la Salud, la Educación y el Ambiente).

Molinier, D. D. (1998). La psicodinámica del trabajo. En *Organización del trabajo y  
salud. De la psicopatología a la psicodinámica del trabajo* (pág. 12). Argentina: Lumen  
Hvmanitas.

Munt, I. (1994). Eco-tourism or ego-tourism?. *Race & Class*, 36(1), 49-60.

Recuperado el 3 de octubre de [http://scholar.google.com/scholar\\_lookup?title=%22Eco-tourism+or+ego-](http://scholar.google.com/scholar_lookup?title=%22Eco-tourism+or+ego-tourism?%22&author=Munt+Ian&publication_year=1994&journal=Race+and+Class&volume=36&issue=1&pages=49-59)

[tourism?%22&author=Munt+Ian&publication\\_year=1994&journal=Race+and+Class&volume=36&issue=1&pages=49-59](http://scholar.google.com/scholar_lookup?title=%22Eco-tourism+or+ego-tourism?%22&author=Munt+Ian&publication_year=1994&journal=Race+and+Class&volume=36&issue=1&pages=49-59)

Neffa, J. C. y Pérez, P. (2006). *Macroeconomía, Mercado de Trabajo y Grupos  
Vulnerables*". Desafío para un diseño de políticas públicas. Buenos Aires: Asociación  
Trabajo y Sociedad.

Nievas, F. (1998). *El control social de los cuerpos*". Buenos Aires:Eudeba.

OIT. (2008). *Propuestas para una Política de Trabajo decente y Productivo para la  
Juventud. Argentina*. Argentina: Lima, OIT, Oficina Regional para América latina y el Caribe,  
2008. Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires, 2004-2011. © Sitio oficial de  
turismo de la Ciudad de Buenos Aires, Viernes 15 de Julio, 2011, 10:59.

[http://www.bue.gob.ar/?mo=noticias&ac=ficha\\_noticia&ncNoticia=323](http://www.bue.gob.ar/?mo=noticias&ac=ficha_noticia&ncNoticia=323)

Oliva, M., Schejter, C. (2006). El empleo en las ramas características del turismo en  
Argentina. *Aportes y Transferencia*, 10, (2), (36-68). Mar del Plata: Mantero. Recuperado de  
[http://www.academia.edu/2015300/El\\_empleo\\_en\\_el\\_turismo\\_en\\_Argentina](http://www.academia.edu/2015300/El_empleo_en_el_turismo_en_Argentina)

Oliveira, O. y Salas M.M. (2012); Las vicisitudes de la inclusión laboral en los albores del siglo XXI : trayectorias ocupacionales y desigualdades sociales entre jóvenes / Orlandina de Oliveira y Minor Mora Salas. *Revista de trabajo*. Año 8, n. 10, p.159-184. Recuperado el 10 de noviembre de 2014 en .

[http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/descargas/revistaDeTrabajo/2012n10\\_revistaDeTrabajo/2012n10\\_a08\\_oOliveira\\_mMoraSalas.pdf](http://www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/descargas/revistaDeTrabajo/2012n10_revistaDeTrabajo/2012n10_a08_oOliveira_mMoraSalas.pdf)

Organización Internacional del Trabajo (2010[1919]). *Constitución de la Organización Internacional de Trabajo*. Ginebra: OIT. Recuperado el 2 de octubre de 2014 de <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/leg/download/constitution.pdf>

Organización Internacional del Trabajo (2004). *Generando Trabajo Decente en el Mercosur: empleo y estrategia de crecimiento*. Buenos Aires: OIT. Recuperado el 2 de octubre de 2014 de [http://www.oit.org.ar/WDMS/bib/publ/libros/confmercosur\\_enfoqueoit.pdf](http://www.oit.org.ar/WDMS/bib/publ/libros/confmercosur_enfoqueoit.pdf)

Panaia, M. (2006). Una revisión de la Sociología de las Profesiones desde la teoría crítica del trabajo en Argentina. *Estudios del Trabajo*. Número especial.

Panaia, M. ( 2008); *Laboratorio de Monitoreo de Inserción Laboral de Graduados en Turismo y Hotelería* en Conjunto con la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires – UBA. Recuperado el 15 de septiembre de 2014 de <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/subpagina.asp?IdSeccion=9&IdSub=89>. 15/09/2014.

Panaia Marta, (coord.) (2009). *Inserción de jóvenes en el mercado de trabajo*. Buenos Aires: La colmena.

Panaia, M. (2009). Interrogantes sobre las temporalidades y los desafíos para los jóvenes insertos. En *Inserción de Jóvenes en el Mercado de Trabajo* (1-25). Buenos Aires: La Colmena.

Panaia, M. (2010). Algunas precisiones sobre el concepto de población flotante en el ámbito de trabajo. *Pampa*. 6, (27-36).

Panaia Marta, (coord.) (2011). *Trayectorias de graduados y estudiantes en ingenieros*. Buenos Aires: Biblos

Panaia Marta, (coord.) (2013). *En Abandonar la Universidad con o sin título*. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Parra López, (2006). *Gestión y Dirección de Empresas Turísticas*. España: McGraw-Hill.

Poirier, R. A. (1995). Tourism and development in Tunisia. *Annals of Tourism Research*, 22(1), (157-171).

Portal de Turismo, Ente Turismo de Buenos Aires (2013). Recuperado martes 19 de Marzo de <http://www.bue.gob.ar/?ncMenu=305>

Ruth, S. (2003). *Todo es Teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere

Sancho A. (2008), *Introducción al turismo*. OMT Organización Mundial del Turismo.

Salazar, N. B. (2005). Tourism and glocalization: 'Local' tour guiding. *Annals of Tourism Research*. 32(3):628-646.

Salazar, N. B. (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: Análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generados por el turismo. *Tabula Rasa*. 5 (99-28). Recuperado el 3 de octubre de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892006000200006&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-24892006000200006&script=sci_arttext)

San Martín, M. E. (2013). Inserción de graduados en turismo, hotelería y gastronomía. (287-303). En *Abandonar la Universidad con o sin título*.. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Scott Lash y John Urry (1998). *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de posorganización*. Argentina: Amorrortu editores.

Schulte, S. (2003). Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector de turismo. Serie Manuales del ILPS/CEPAL.

Schülter, R. G. (2008). *Turismo una visión integradora*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y estudios Turísticos (CIET)

Secretaría de Turismo de la Nación, R. A. (21 de enero de 2014). [www.turismo.gov.ar](http://www.turismo.gov.ar). Obtenido de El+empleo+en+las+ramas+características+del+turismo+en+Argentina+-+2007: <http://www.turismo.gov.ar>

Torrejón, Antonio (2007). *100 años del Turismo Argentino*. Recuperado el 24 de junio de 2014 de <http://www.repotur.gov.ar/bitstream/handle/123456789/4036/libro100%20a%C3%B1os%20del%20turismo%20argentino.pdf?sequence=1>

Tottino L., Panaia, M. (mayo de 2011). El perfil de los trabajadores de las Agencias de Viajes y Turismo de la Ciudad de Buenos Aires entre los años 2008 y 2010. *Encuentro Pre-alas Chaco Fronteras abiertas de América latina: Geopolítica, cambios culturales y transformaciones sociales*. Preparatorio del XXVIII Congreso Alas Recife, realizado los días.

Tottino, L. I. (mayo 2011) Monitoreo de inserción de graduados en carreras de hotelería, gastronomía y turismo. En *Fronteras abiertas de América latina: Geopolítica, cambios culturales y transformaciones sociales*. Encuentro PRE-ALAS Chaco. Preparatorio

del XXVIII Congreso Alas Recife. (265-272). Resistencia: Universidad Nacional del Nordeste.

Tottino, L. I. (noviembre de 2013). Trabajo y Turismo: un acercamiento al mundo del trabajo en las Agencias de Viajes y Turismo de Ciudad de Buenos Aires de 2003 a 2011. Comentaristas: Comas, G., Elbert, R. y Vera, J. Informalidad y precariedad laboral. *VII Jornadas de Jóvenes Investigadores*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Buenos Aires, Argentina.

Tottino, Laura Isabel (septiembre de 2013). Trabajo y turismo: un acercamiento a la actividad de los operadores de viaje de Ciudad de Buenos Aires entre el 2003 -2011. Comentarista: Ana Cárdenas. Reestructuración productiva, trabajo y dominación social. *XXIX CONGRESO ALAS CHILE. Crisis y Emergencias Sociales en América latina*. Facultad Diego Portales, Santiago de Chile

Tottino, L. I. (2013) Trabajo y turismo: un acercamiento a la actividad de los operadores de viaje de Ciudad de Buenos Aires entre el 2003 -2011. Coord: Salvia, A: y Vera J. Calidad del trabajo y del empleo y formas de inserción laboral. *11° Congreso Nacional de Estudios del Trabajo – ASET*. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires.

Tottino, L y Catalano, B. (2014). Trabajo y Turismo: los trabajadores/as de las Agencias de Viajes y Turismo de Ciudad de Buenos Aires en el periodo 2003 a 2010. Coord: Bachiller, S. y Carrizo, G. Continuidades y rupturas en el mundo laboral: reflexiones en torno a la cultura, la conformación de subjetividades y los significados del trabajo. Pre-alas Patagonia. Foro Sur - Sur. 7, 8 y 9 de mayo en El Calafate.

Tottino, L y Catalano, B. (2014). Trabajo y Turismo: El trabajo en el sector de turismo: los trabajadores/as de las agencias de viajes y turismo de Ciudad de Buenos Aires en el periodo de 2003 a 2010. Coord: María José Solis .Legislación y turismo, regulación laboral de un sector estacional. SOCIETUR (Sociedad de Investigadores en Turismo. En el VII Congreso de la Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile.mo de Chile). Universidad Central. 6 al 8 de agosto. Santiago - Chile.

Trabajo Decente, O. I. T (julio 2004). Generando trabajo decente en el Mercosur. Empleo y estrategia de crecimiento. I y II. Argentina: OIT. Oficina Internacional Para América Latina y El Caribe. En Argentina oficina de la OIT.

Tottino, L. (2011). Trabajo y salud en una empresa recuperada: el caso de los trabajadores de la Cooperativa Bauen. En: M. Panaia (Coord.), *Trabajo, cuerpos y riesgos* (pp. 121-142). Buenos Aires: Luxemburg.

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales*. Barcelona: Gedisa.

Vellas, F. (2004). *Economía y Política del turismo internacional*. España: Fundación Gaspar Espuña CETT. Madrid:Editorial SINTESIS. Recuperado de [www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=20933](http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=20933) .

Zygmunt Bauman (1999). *La globalización. Consecuencias humanas*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

[https://entrierios.gov.ar/mintrabajo/index.php?codigo=87&item=pagina\\_textos&menu=menu&modulo=](https://entrierios.gov.ar/mintrabajo/index.php?codigo=87&item=pagina_textos&menu=menu&modulo=)

## BIBLIOGRAFÍA

---

Alvarez Sousa, A. (2004). Turismo, ocio y deporte: VIII congreso español de sociología: transformaciones globales: confianza y riesgo: Grupo: turismo, ocio y deporte: Alicante del 23 al 25 de setiembre de 2004. La Coruña: Universidad da Coruña, 2004

Amadasi, Enrique (Comp.) (1999). *Política Turística Argentina. Bases para su reformulación*". Buenos Aires: Ediciones LAVEDI.

Amico, F., Fiorito, A. y Zelada, A. (Julio de 2012). Expansión económica y sector externo en la Argentina de los años 2000: balance y desafíos hacia el futuro. Documento de trabajo, 45. Recuperado el 17 de septiembre de 2014 de <http://www.cefid-ar.org.ar/documentos/DocumentodeTrabajo45.pdf>. 17 /09/2014.

Ana María Geymonat, Mónica Donadoni, Diego Tello y Gustavo Busso. (noviembre, 2009). El área turística del sur de Córdoba. Sistema productivo local basado en servicios.

Barreiro, K., Aramburu, S., Lubiniecki, R., Silvestre, N. (2008). Protección del turista en la república Argentina.. En *Protección Legal del Turista en el Derecho Comparado* (22-51). Buenos Aires: Ladevi Ediciones/Sistemas Comunicacionales S.A.

Barroso Gonzales, M y Flores Ruiz, D. (2007). Política turística y territorio. *Revista de análisis turístico*, nº 4, 4-21. Recuperado de <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/viewFile/60/55>

Beccaria, L., Esquivel, V. y Maurizio, R. (2005). Empleo, Salario y Equidad durante la recuperación reciente en la Argentina. *Desarrollo económico- Revista de Ciencias Sociales*, 45, 235- 262.

Biasizo J. N., Besson, M. N: y Moughty Cueto, A. *Agroindustria y Turismo en Entre Ríos: ¿tienden a conformar clúster y potenciar el desarrollo local y regional?*. Recuperado 20 de mayo de 2014 de <http://www.econ.uba.ar/planfenix/novedades/Area%20II/Agroindustria%20y%20Turismo%20-%20Biasizo-Besson-Moughty.pdf>

Dennis R. Judd and Susan S. Fainstein (1999). *The Tourist City*.

Ghiotto, L. y Pascual, R. F. (2010). Trabajo decente versus trabajo digno: acerca de una nueva concepción del trabajo. En *Herramienta 44*. Buenos Aires.

Gómez, M. (24 de junio de 2014) *La perspectiva local en las políticas públicas de desarrollo turístico: el caso de la zona sur de la ciudad de buenos aires*. Universidad de Quilmes: Mundo Urbano. Recuperado: <http://www.mundourbano.unq.edu.ar/index.php/ano-2006/25-numero-29/193-la-perspectiva-local-en-las-politicas-publicas-de-desarrollo-turistico-el-caso-de-la-zona-sur-de-la-ciudad-de-buenos-aires>.

Lanari, M. E. *Trabajo decente: significados y alcances del concepto indicadores para su medición*. PNUD 04/034. Recuperado el 2 de octubre de [http://www.trabajo.gov.ar/downloads/biblioteca\\_estadisticas/toe03\\_07trabajo-decente.pdf](http://www.trabajo.gov.ar/downloads/biblioteca_estadisticas/toe03_07trabajo-decente.pdf)

Lucy, F. (2012). *El management como gramática. La producción de los dirigentes de empresas* (171-183). Costa Rica. Ciencias Sociales, universidad de Costa Rica Martínez Quintana, V. (2006). *Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y los entretenimientos en el mundo globalizado*. Madrid: McGraw-Hill.

Marx, K. (2009). *El capital* libro I capítulo VI (Inédito) Resultados del proceso inmediato de producción. México: Siglo veintiuno editores.

Naclerio, A. (2006). La evolución de las calificaciones y las reformas del Consenso de Washigton en Argentina. Modernización tecnológica sin desarrollo de capacidades. En Neffa, C. y Pérez, P. *Macroeconomía , mercado de trabajo y grupos vulnerables. Desafíos para el diseño de políticas públicas*. (75-100). Buenos Aires: Asociación, Trabajo y Sociedad CEIL/PIETTE CONICET.

Naclerio, A. (2006). La evolución de las calificaciones y las reformas del Consenso de Washigton en Argentina. Modernización tecnológica sin desarrollo de capacidades. En *Macroeconomía, Mercado de Trabajo y Grupos Vulnerables. Desafíos para el diseño de políticas públicas* (75-96). Buenos Aires: Asociación Trabajo y Sociedad CEIL/PIETTE/CONICET.

Neffa J. C. (2008). Evolución de la actividad, el empleo y el desempleo en la Argentina desde 1974 hasta la instauración del Plan Jefes y Jefas de Hogar Desocupados (abril 2002). En *Desempleo, pobreza y políticas sociales. Fortalezas y debilidades del Plan Jefas y Jefes de Hogar Desocupados*. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Neffa J. C.(Dir.) Mariano Félix, Demian T. Pánigo y Pablo Pérez; (2006). *Teorías económicas sobre el mercado de trabajo. I Marxistas y keynesianos*. Buenos Aires:Fondo de Cultura Económica de Argentina.



Neffa J. C., Albano J., López Ghio, R., Pérez, P., Salas, J. y Toledo, F. (2006). *Teorías económicas sobre el mercado de trabajo. II Neoclásicos y Nuevos keynesianos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Nievas, F. (1998). *El control social de los cuerpos*. Buenos Aires: EUDEBA

Núñez. (1963). Tourism, Tradition and Acculturation. Weekendismo in a Mexican Village. *Ethnology*, *University of Pittsburgh- Of the Commonwealth System of Higher Education* 3 (347-352). Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/3772866>

Panaia, M. (1987). Economía subterránea y condiciones de trabajo. *CYMAT en la Argentina*. Buenos Aires: CEIL-HVNAITAS.

Panaia Marta, (2004). El sector de la construcción: un proceso de industrialización inconcluso. Buenos Aires: Editorial nobuko

Ramos, Melina. L. (2009). Movimiento Sindical en el nordeste argentino en un contexto de crisis. El caso del sindicalismo rural en la producción arrocerá correntina. Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. 16.04.09

Rodgers, G. ; Lee E. ; Swepston, L. y Van Daele, J. (2009). La OIT y la lucha por la justicia social, 1919-2009. (Ginebra: Oficina Internacional del trabajo, OIT).

Schteingart , M. (2008). Problemas y políticas urbanas en América Latina: Certidumbres y falacias. *Mundo Urbano* 32. Recuperado de <http://www.mundourbano.unq.edu.ar/index.php/ano-2008/21-numero-32/206-problemas-y-politicas-urbanas-en-america-latina-certidumbres-y-falacias>

Tello, D. y de Prada, J. (2011). Comparación histórica de las fuerzas impulsoras de la deforestación en el bosque de Caldén y respuestas sociales para su conservación. Eje Temático: Desarrollo Local, Sostenibilidad y Lenguajes de Valoración. *V Jornadas de la Asociación Argentino Uruguayo de Economía Ecológica. V Congreso Iberoamericano sobre Desarrollo y Ambiente*. CISDAV. Recuperado 2 de octubre de <http://fich.unl.edu.ar/CISDAV/pagina/Ponencias%20y%20Posters/>

Tottino, L. I. (2008). Reseña bibliográfica del libro Sociología del Riesgo: accidentes de trabajo en el sector informal. *Revista de Estudios Regionales* , 4, (229-235) Buenos Aires: CIPSA

Turégano, M. A. (2004). Empleo y rentas: las repercusiones socio-económicas del desarrollo turístico. En *Turismo, Ocio y Deporte*. Alicante: Universidad de Coruña.

Wallingre, N. y Villar, A. (2009). *Desarrollo y gestión de destinos turísticos. Políticas y estrategias*. Bernal : Universidad Nacional de Quilmes Editorial.