

“Determinantes de la demanda laboral en mercados de trabajo locales”

María Albina Pol – albinapol@yahoo.com.ar

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNCuyo - CONICET

Grupo temático 01. Dinámica del mercado de trabajo. Distribución del ingreso y evolución salarial.

INTRODUCCIÓN

Las profundas transformaciones socioeconómicas ocurridas durante las últimas décadas, entre las que se destacan la consolidación de un escenario de apertura económica asociado a la introducción de nuevas tecnologías y marcados procesos de transnacionalización y concentración de las actividades industriales, han generado significativos cambios en la organización y las relaciones laborales.

Para analizar esos procesos asumimos una concepción que entiende al mercado de trabajo como una institución social de carácter histórico y relacional, que adquiere formas concretas en determinados contextos espaciales. Esa matriz conceptual sirve de marco a la línea de investigación en la que se inserta este trabajo y que se interesa por la construcción de información sobre los mercados de trabajo locales para el diseño de políticas de formación y empleo.

Asumimos en nuestro posicionamiento la importancia de incorporar en el análisis la mirada sobre todos los elementos que intervienen en la estructura y funcionamiento de los mercados de trabajo: la oferta, la demanda y las instituciones que intermedian la relación entre ambas.

Con vistas a aportar a esa línea de estudio, el objetivo de esta ponencia es realizar una primera aproximación a los factores que condicionan la configuración de la demanda de trabajo en un territorio concreto centrandolo en el análisis en la agroindustria vitivinícola del Departamento de Maipú.

El supuesto de partida indica que, uno de los factores que condicionan la demanda laboral en el territorio son las estrategias de gestión de la fuerza de trabajo puestas en práctica por los agentes empresariales, mecanismos que responden y a la vez refuerzan la existencia en la agroindustria vitivinícola mendocina de subgrupos con diferentes oportunidades de inserción y participación laboral.

El procedimiento analítico buscó entonces indagar acerca de los diversos modos de gestión de la fuerza de trabajo que implementan las empresas vitivinícolas de diverso tipo asentadas en el territorio bajo estudio, y su vinculación con las características de los puestos y el perfil de los trabajadores que los ocupan.

Dadas las limitaciones que presenta la información secundaria disponible para dar cuenta de la dinámica interna de las empresas a escala local, la metodología empleada se basó en la utilización de datos cualitativos obtenidos de la aplicación de entrevistas semiestructuradas a referentes empresariales de un conjunto de bodegas del Departamento de Maipú.

1. Marco analítico

Los estudios sobre el mercado de trabajo han estado tradicionalmente dominados por el enfoque neoclásico que toma como base del análisis la noción de equilibrio económico. Desde esta perspectiva, el mercado laboral no se diferencia de cualquier otro mercado de bienes y servicios en competencia perfecta.

Ese análisis considera al mercado de trabajo como un mercado competitivo en el que existe libertad de movimiento entre ocupaciones dentro y fuera de la empresa. Tanto los trabajadores como los empleadores se rigen por la búsqueda continua de maximización individual de sus utilidades.

Partiendo de estos postulados clásicos la Teoría del Capital Humano (TCH), plantea que los individuos libre e independientemente, deciden en función de los beneficios futuros y los costes actuales, la inversión que desean hacer en formación –al menos en formación general-, bajo el supuesto de que un aumento de la formación se traduce en un aumento de la productividad y, consecuentemente, en mayores salarios. *Por tanto, en un mundo de perfecta certidumbre y perfectos conocimientos, las diferencias salariales sólo reflejarán las diferencias de inversión en capital humano* (Toharia, 1983:14).

Con ello, y sin apartarse de la forma neoclásica de ver el mundo, la TCH introduce elementos nuevos al análisis del mercado de trabajo, al rechazar el supuesto sobre el trabajo homogéneo y reconocer la existencia de grupos o segmentos ocupacionales que se distinguen por sus diferencias de cualificación.

La productividad de los individuos, derivada en última instancia de sus dotaciones en capital humano, y la intervención de diversos factores institucionales en los mecanismos de fijación de salarios (factores estos últimos considerados imperfecciones del mercado) estarían en el origen de la segmentación del mercado laboral, entendida como la presencia de diferentes condiciones laborales y niveles salariales.

No obstante los aportes realizados desde la TCH, según los enfoques institucionalistas, las conclusiones a las que arriba el análisis neoclásico suministran una descripción inadecuada o incompleta del mercado laboral (Neffa, 2008:140). Al centrarse en un agente tipo homo oeconomicus que actúa instrumentalmente tomando decisiones «racionales» aislado de su contexto (Toharia, 1983:16), esa perspectiva deja fuera aspectos que tienen una gran incidencia en la estructura y funcionamiento de los mercados de trabajo. Retomamos algunos de esos elementos para destacar especialmente tres:

1. La consideración del mercado de trabajo como un mercado diferente al de cualquier otro bien o servicio. Se trata de una institución social (Solow, 1990), históricamente constituida y conformada por un conjunto de instituciones que influyen en el comportamiento de la oferta laboral, de la demanda y de la articulación entre ambas.
2. La pluralidad de motivaciones (y no meramente la de la ganancia económica) y de factores sociales, ambientales y culturales que condicionan el modo en que los distintos agentes participan en el mercado laboral.
3. El papel activo que juegan las empresas al tener la iniciativa para asignar la fuerza de trabajo (Neffa, 2008:144). En tal sentido, no basta con analizar la oferta laboral, ya que las formas de inserción de los distintos grupos se encuentran también asociadas a las características de los puestos de trabajo y a las políticas de mano de obra implementadas por los agentes empresariales.

Los aspectos señalados nos llevan a fundamentar la importancia de incorporar la dimensión territorial en el análisis de los mercados de trabajo (Casado Díaz, 2000; Miedes Ugarte et al., 2007; Sánchez López, 2010, entre otros). Es en un territorio determinado donde los diferentes elementos (institucionales, sociales, ambientales, económicos, etc.) adquieren forma concreta configurando una estructura específica cuyo funcionamiento estará a su vez condicionado por procesos de más amplio alcance (regionales, nacionales e internacionales). Esto enmarca el comportamiento de los agentes, sus estrategias y vínculos generando distintos procesos de participación y exclusión laboral.

La existencia de grupos con diferentes estatutos y condiciones de trabajo será así consecuencia de complejas dinámicas que intervienen en la formación de la oferta y demanda de trabajo en el territorio.

Del lado de la oferta, los atributos individuales (edad, sexo, nivel educativo, nacionalidad, etc.) y del hogar de pertenencia, pero también la cultura local y los valores construidos a través de la familia y el sistema de formación van a influir en los procesos de movilización y aprendizaje de la mano de obra (Miedes; Asencio, 2003) dando lugar a una fuerza de trabajo con características heterogéneas. Esto generará una estructuración particular de la oferta laboral local, de modo tal que las personas tendrán acceso desigual a los diferentes puestos disponibles en el territorio.

Por su parte, la configuración de la demanda laboral dependerá de las características de los empleadores, de su posición dentro del sistema productivo local y de los puestos de trabajo que los mismos pretendan cubrir (Sánchez López, 2010). Los agentes empresariales, a través de la aplicación de estrategias de gestión de la fuerza de trabajo, es decir, del conjunto de prácticas implementadas para la selección, contratación, capacitación y promoción de sus trabajadores condicionarán así la particular estructura de la demanda en el territorio. En esas estrategias incidirán factores como la especialización productiva local; el tipo de relaciones entre empresas; la tecnología implementada; la posición en el mercado; el tamaño del establecimiento; el tipo de demanda; la cultura de gestión laboral local; las diferentes regulaciones legales, etc.

Por tanto, las formas de asignar la fuerza de trabajo se redefinen en el contexto de procesos de reestructuración socioproductiva, constituyendo uno de los principales determinantes de la demanda de trabajo en el territorio y actuando como mecanismos que inciden en la conformación de grupos con diferentes formas de inserción laboral a nivel inter e intraempresa. Las características que asumen esas estrategias son el resultado, en gran medida, de respuestas locales a condiciones globales y estructurales que se traducen en su creciente heterogeneidad. La agroindustria vitivinícola del departamento de Maipú (Mendoza) con su diversidad de formas, dinámicas y actores involucrados constituye un escenario a partir del cual es posible extraer ciertas consideraciones sobre la naturaleza del fenómeno en las condiciones señaladas.

2. Encuadre del estudio, objetivo, hipótesis y metodología

La matriz conceptual descripta sirve de marco al propósito de esta ponencia que busca reflexionar en torno a los factores que condicionan la configuración de la demanda de trabajo en un territorio concreto tanto entre empresas como al interior de las mismas.

Los resultados que se presentan constituyen aportes a una línea de investigación en la que se articulan diversos proyectos¹ y que se interesa por la construcción de información sobre los mercados de trabajo locales para el diseño de políticas de formación y empleo.

El supuesto de partida indica que, uno de los factores que condicionan la demanda laboral en el territorio son las estrategias de gestión de la fuerza de trabajo puestas en práctica por los agentes empresariales, mecanismos que responden y a la vez refuerzan la existencia en la agroindustria vitivinícola mendocina de subgrupos con diferentes oportunidades de inserción y participación laboral.

El procedimiento analítico buscó entonces indagar acerca de los diferentes mecanismos de gestión de la fuerza de trabajo que implementan las empresas vitivinícolas de diverso tipo asentadas en el territorio bajo estudio, y su vinculación con las características de los puestos y el perfil de los trabajadores que los ocupan.

Dadas las limitaciones que presenta la información secundaria disponible para dar cuenta de la dinámica interna de las empresas a escala local, la metodología empleada se basó en la utilización de datos cualitativos obtenidos de la aplicación de entrevistas semiestructuradas a referentes empresariales de un conjunto de bodegas del Departamento de Maipú.

La realización de comparaciones y la identificación de particularidades respecto a las características organizacionales y productivas que distinguen a los establecimientos industriales vitivinícolas, condujeron a avanzar en la delimitación de criterios relevantes para clasificar a las bodegas incluidas en el estudio. Así, para focalizar el análisis y lograr algún grado de generalización de los resultados, se construyó una tipología de establecimientos basada en tres variables: tamaño (según cantidad de personal ocupado y volumen de producción), modalidad de gestión (familiar / no familiar) y tipo de producto elaborado. La conjunción de estos atributos define diferentes modalidades productivas que caracterizan la dinámica de la agroindustria vitivinícola en Maipú y la distinguen de sus modos de realización en otros espacios de la región.

Esos criterios sirvieron de guía para seleccionar las bodegas en las que se indagaron aspectos vinculados al perfil del establecimiento industrial, la organización y características de las ocupaciones al interior del mismo, las estrategias de gestión de la fuerza de trabajo implementadas, la incorporación de tecnología y su impacto en los procesos y organización del trabajo.

En relación específicamente con las estrategias de gestión de la mano de obra se buscó identificar y caracterizar los modos que adquieren en los distintos tipos de establecimientos las prácticas orientadas a: 1. La búsqueda y selección de trabajadores (mecanismos directos o indirectos, formales o informales), 2. La formación (específica o general, en el lugar de trabajo o fuera del lugar de trabajo, planificada o no

¹ "Mercado de trabajo y territorio. El enfoque local en la construcción de información para el diseño de políticas de formación profesional y empleo" (CONICET); "Desarrollo Local y Vitivinicultura. Formulación e implementación de un Plan Estratégico Participativo – Municipio de Maipú" (Programa I+D, SECTyP – UNCuyo); "Desarrollo local y mercado laboral: Articulación de actores desde una perspectiva territorial. El caso de la zona este del Departamento de Maipú" (SECTyP – UNCuyo, Dir.: G. Burgardt), "Sistemas de información territorial, factor estratégico para el diseño de políticas de desarrollo local centradas en la formación profesional y el empleo. Características ocupacionales y estrategias laborales. El caso de la vitivinicultura. Maipú - Mendoza" (PIP – CONICET, Dir. M.E. Martín)

planificada) y 3. La promoción (procedimientos formalizados o no formalizados y criterios aplicados).

3. Algunas consideraciones sobre el proceso de reestructuración en la agroindustria vitivinícola y los cambios en el mercado de trabajo.

Tal como lo señaláramos, el modo en que se configura la demanda laboral en el territorio depende del perfil de los agentes que intervienen en la dinámica económica local y la posición estructural que ocupan, características cambiantes asociadas a los factores contextuales que afectan el funcionamiento de la actividad a la que se encuentran vinculados. De ahí la importancia de comenzar el análisis planteando sintéticamente algunos aspectos relativos al proceso de reconversión vitivinícola y sus efectos en el mercado de trabajo.

Como ha sido ampliamente documentado (Bocco et al., 2007; Bocco y Dubini, 2007, Aspiazu y Basualdo, 2002; Rofman, 2012; entre otros) la vitivinicultura argentina se ha visto sometida en las últimas décadas a profundas transformaciones resultado de la implementación de un nuevo paradigma productivo basado en una mayor flexibilidad de la estructura de producción y el empleo para el aumento de la competitividad.

En esa dirección los cambios en la vitivinicultura responden a un fenómeno más global cuya tendencia principal consiste en el paso de un sistema de producción basado en la cantidad y orientado al mercado interno, a otro con base en la calidad para la elaboración de bienes diferenciados que satisfagan las necesidades de segmentos específicos, principalmente del mercado externo. De este modo, el concepto de calidad se conformó en un objetivo central de la actividad, y comenzó a estructurar las relaciones que se establecen entre los actores vinculados a ella (Neiman, 2003).

Ese proceso de modernización y las innovaciones tecnológicas introducidas han producido importantes modificaciones en el mercado de trabajo vinculado a la actividad vitivinícola. El aumento de la diversidad y la calidad de los productos, y el logro de mayor competitividad han derivado en una redefinición de las ocupaciones. Según Bocco et al. (2007), estas nuevas condiciones de organización de la producción y del trabajo generan un cambio fundamental: la flexibilización de las relaciones laborales.

En ese marco, las estrategias empresariales persiguen diferentes modalidades de flexibilidad laboral en busca de sostener o profundizar la acumulación de capital (Quaranta, Fabio, 2011:194). Entre los efectos más relevantes de ese fenómeno destacan los cambios cuantitativos y cualitativos a nivel de la demanda; aunque se subrayan estos últimos debido a que nuevas competencias son demandadas para la ejecución de nuevas o renovadas tareas, por lo que se exigen ciertos conocimientos técnicos, responsabilidades e iniciativa y se apunta a trabajadores polivalentes que conozcan las distintas etapas del proceso productivo.

Esas transformaciones repercuten en las formas de contratación y en las condiciones de trabajo y generan una complejización en la articulación entre la oferta y la demanda laboral. Junto con lo anterior, hay que mencionar el surgimiento de nuevas formas de segmentación en relación con la calidad del empleo. Aunque con expresiones diferentes según las formas de realización de la agroindustria vitivinícola en cada territorio, en términos generales se observa la conformación de una organización laboral compuesta por un grupo de trabajadores estables, con mayor calificación, mayores salarios y

mejores condiciones laborales y una gran cantidad de empleados temporarios, en condiciones de alta precariedad laboral, asociados a la estacionalidad típica del trabajo vitivinícola (Martín, Pol, Burgardt, 2010).

En esa dinámica se observa que las condiciones laborales de los trabajadores de la industria se asocian, no sólo al tipo de puesto ocupado y al modo de contratación, sino también al perfil del establecimiento en el que logran insertarse. Las características del modelo productivo propio de cada firma y su posicionamiento en el mercado, condicionan las estrategias de los empresarios interesados en lograr el mayor ajuste posible entre la demanda del producto y los costos de su elaboración.

4. Estrategias de gestión de la fuerza de trabajo

Acorde con el proceso de reestructuración y complejización de la actividad, la heterogeneidad de las modalidades de gestión de la fuerza de trabajo en la agroindustria vitivinícola de la Provincia de Mendoza ha ido en aumento. Los mecanismos presentes se combinan de formas diversas exhibiendo diferencias según la modalidad productiva, las características de los establecimientos y sus estrategias organizacionales. De esta manera, surge una asociación entre el tipo de producción, la estructura de puestos y las estrategias de gestión de la mano de obra a las que recurren las diversas empresas.

En relación con el territorio bajo análisis, en el Departamento de Maipú, dada su histórica tradición vitivinícola, el proceso de modernización se ha caracterizado por la reconversión tecnológica de las estructuras productivas existentes las que, en la mayoría de los casos, fueron adquiridas total o parcialmente por nuevos propietarios, inversionistas nacionales o extranjeros con el consiguiente desplazamiento del capital local (Rofman, 2012:615). Este proceso ha dado lugar a una configuración industrial en la que conviven agentes económicos de diverso tamaño y modos de organización.

En ese contexto, la actual importancia de la agroindustria vitivinícola maipucina se manifiesta en la cantidad de establecimientos elaboradores de vino asentados en el departamento y en la importancia de los mismos en términos de volumen de producción y exportación. Según registros del Instituto Nacional de Vitivinicultura (2013), Maipú cuenta con 118 bodegas inscriptas de las que, alrededor del 75% se encuentra elaborando. Se ubica en tercer lugar en cantidad de establecimientos registrados, después de San Martín (169) y Luján de Cuyo (137), sobre un total de 1.297 bodegas a nivel nacional y 934 en la Provincia de Mendoza.

En el proceso de análisis de la información surgida de los datos secundarios y de las entrevistas a referentes identificamos en el territorio tres perfiles de bodegas diferenciados por sus modos de producción y organización. Cabe destacar que la tipología construida no es exhaustiva ni excluyente; en el sentido de que no están comprendidos todos los tipos posibles y que los aspectos que se describen son característicos de un determinado grupo pero no exclusivos del mismo. Se trata, sin embargo, de modos predominantes en el territorio y permiten identificar y caracterizar los diversos mecanismos de gestión de la mano de obra que están actuando en la configuración de la demanda laboral local.

4.1. Tipología de establecimientos identificados

Pequeñas bodegas: Firmas elaboradoras caracterizadas por disponer de una planta de personal permanente de hasta 10 trabajadores y con una producción anual promedio inferior a los 300.000 litros. La gran mayoría de los establecimientos de este tipo seleccionados para el estudio se encuentran asociados al modelo de “bodega boutique”. Es decir, empresas que basan su estrategia productiva en la pequeña escala de alta calidad enológica (vinos premium y ultrapremium) y que son gestionadas por un grupo familiar con tradición en el sector vitivinícola o por agentes que han gestado un emprendimiento como forma de reinvertir capitales propios y concretar ciertas expectativas de vida.

La actividad de estas bodegas se centra en el proceso de elaboración de vinos, utilizando uvas que provienen de la compra a terceros y en una proporción mínima de fincas propias. El resto de actividades del proceso productivo –fraccionamiento, embotellado, etiquetado, etc.- son tercerizadas a través de la contratación de los servicios prestados por empresas especializadas.

La presencia de estas firmas en el mercado del vino se sustenta en la identidad de marca, en la elaboración de un producto personalizado y de alta calidad, lo que requiere un control muy cercano de los propietarios durante todo el proceso. Para estas pequeñas bodegas el precio del producto no juega como un factor central sino, por el contrario, lo que se destaca es la calidad y su fuerte prestigio para quien lo consume (Rofman, 2012:644). De ahí, la utilización de canales de comercialización no masivos (vinoteras, restaurantes exclusivos y clientes especiales) dirigidos a segmentos bien delimitados del mercado tanto interno como externo.

Bodegas medianas: Establecimientos industriales que cuentan con entre 20 y 70 trabajadores permanentes y alcanzan un volumen promedio de producción anual cercano a los 8 millones de litros. La mayoría de bodegas de este tipo seleccionadas para el estudio son conducidas por grupos familiares de origen local con tradición vitivinícola. Se trata de firmas que se han visto impulsadas por la reconversión productiva de las últimas décadas logrando reinvertir capitales para modernizar y/o ampliar su negocio incorporando estándares de calidad y alcanzar cierta posición en los mercados. Esa dinámica les ha exigido profesionalizar la gestión a través de la incorporación a su planta de trabajadores con alta calificación (administradores de empresas, ingenieros agrónomos, enólogos, licenciados en comercio exterior, químicos, etc.) y del asesoramiento de especialistas externos.

La materia prima que utilizan en la elaboración se distribuye en proporciones similares entre uvas propias y de terceros. A diferencia de los establecimientos pequeños, estas bodegas poseen un mayor nivel de tecnificación en el proceso de elaboración del vino, la gama de productos que ofrecen es algo más amplia incluyendo desde vinos comunes a vinos premium o ultrapremium. La comercialización es realizada a través de diversos canales que combinan la venta directa con la indirecta buscando posicionarse en diferentes segmentos del mercado interno y externo. Algunas de estas firmas, también incorporan a su oferta otros productos (como mosto o aceite de oliva) o servicios (gastronómicos y/o turísticos).

La tercerización de ciertas etapas del proceso productivo (principalmente el fraccionamiento y embotellado) es una estrategia muy recurrida por este tipo de establecimientos.

Bodegas grandes: Conforman al limitado segmento de empresas que lidera el mercado de vinos en la región. Las grandes bodegas incluidas en este estudio se caracterizan por tener una planta de personal permanente que supera los 200 trabajadores, siendo su producción promedio anual mayor a los 15 millones de litros. La producción a gran escala de estas firmas se sustenta en las nociones de calidad, integración agroindustrial y modernización tecnológica. La estandarización de los procesos y los productos para disminuir los costos se traduce a todas las etapas del proceso (“desde el viñedo hasta la góndola”).

Dentro de este grupo identificamos dos tipos de bodegas cuyos atributos condicionan las estrategias y características asociadas a su mano de obra: por un lado, las empresas que nacieron y permanecen bajo la gestión de familias locales y que han adquirido un tamaño que las posiciona entre las principales industrias vitivinícolas del país y, por otro, las firmas de gestión no familiar vinculadas a capitales internacionales o transnacionales.

Todas son empresas integradas, que abarcan en su oferta una amplia gama de productos (vinos comunes, selección y finos) con presencia en todos los segmentos del mercado interno y con una gran inserción en los mercados externos. Utilizan una multiplicidad de canales de comercialización diferenciados según el segmento al que se dirige el producto, siendo la venta directa una estrategia marginal o de carácter principalmente promocional. La mayoría de estas firmas comprende dentro de su oferta una creciente variedad de productos y/o servicios complementarios vinculados a la gastronomía, el turismo, la cultura, etc..

4.2. Estrategias de gestión y configuración de la demanda laboral local

En el análisis realizado encontramos que las *bodegas pequeñas* presentan una estructura ocupacional relativamente simple con una división del trabajo difusa, dinámica y flexible centrada en la etapa de elaboración del producto. Existe cierta diferenciación entre grandes áreas ocupacionales entre las que no se incluye una abocada específicamente a la gestión de la fuerza de trabajo, las decisiones vinculadas a la selección y formación de los trabajadores son tomadas directamente por los propietarios de la firma.

En esas industrias la búsqueda y asignación de mano de obra a los distintos puestos se realiza generalmente a través de estrategias no formalizadas. El reclutamiento de trabajadores para los niveles técnicos y profesionales se resuelve con personas pertenecientes a la red de relaciones de quienes conducen la empresa. Muchas veces son los propios interesados –en su mayoría jóvenes en busca de su primera experiencia laboral- quienes espontáneamente acercan sus hojas de vida a la bodega para ofrecer su trabajo. Los puestos operarios, aquellos de menor calificación, son cubiertos por trabajadores de la zona, el reclutamiento para esas posiciones también se realiza a través de canales de tipo informales.

La mayoría de los puestos en las pequeñas bodegas exigen competencias y habilidades generales siendo esto importante para garantizar la rotación y flexibilidad de la mano de obra. Aparece la figura del trabajador “polifuncional” que, aunque vinculado a un puesto, realiza diferentes tareas y funciones. En tal sentido, estas empresas no aplican estrategias planificadas para la formación específica en los distintos niveles ocupacionales. Se observan más bien prácticas formativas puntuales orientadas

generalmente a los puestos de mayor calificación. La incorporación de habilidades específicas por parte del personal técnico y profesional se va resolviendo “sobre la marcha”, según las necesidades que vayan surgiendo en el proceso productivo. Esa formación se realiza generalmente fuera de la empresa respondiendo muchas veces a una iniciativa propia de los trabajadores, especialmente de los más jóvenes, y solo en determinadas ocasiones la firma asume el costo de la misma. Para los puestos de menor calificación predominan las prácticas no formales de capacitación en el lugar de trabajo (“por imitación y ejercitación”).

Dentro de la industria vitivinícola los trabajadores que se desempeñan en este tipo de establecimientos suelen ser los que gozan de menores beneficios y tienen condiciones laborales caracterizadas por la alta flexibilidad y rotación, inestabilidad, menores posibilidades de desarrollo profesional, etc., lo que determina una mayor movilidad laboral entre empresas. Así mismo, esas condiciones afectan de manera más significativa a los trabajadores de menor calificación profesional (operarios y no calificados).

Las características señaladas hacen que el funcionamiento del mercado de trabajo vinculado a las pequeñas industrias vitivinícolas se asocie a lo que, desde las teorías segmentacionistas, se denomina “mercados de trabajo externos (a la empresa)”, los que funcionarían de manera muy similar a los tradicionales mercados de trabajo neoclásicos. No están estructurados ni sometidos a diversas reglas institucionales, sino regulados según “las leyes del mercado”, en base a la hipótesis de competitividad. Los trabajadores que se desempeñan en ese mercado tienen un nivel de educación promedio y calificaciones profesionales de tipo general, susceptibles de ser aplicadas a puestos de trabajo existentes en diversos tipos de empresas (Neffa, 2008:150). Los empresarios no formulan una estrategia de relación salarial con un horizonte de largo plazo.

La necesidad de reducir costos y el escaso acceso al crédito por parte de las pequeñas bodegas hace, por tanto, que los empresarios implementen estrategias de gestión de la mano de obra que terminan reforzando la existencia de grupos diferenciados en el mercado de trabajo vitivinícola. Al no proveer de capacitación específica a sus trabajadores ni brindar un horizonte profesional de más largo plazo, la alta rotación pasa a ser una característica distintiva de este tipo de establecimientos. Gran parte de los puestos profesionales y técnicos, cuando no son desempeñados por familiares directos de los propietarios, son ocupados por jóvenes que transitan sus primeras experiencias laborales y que en el corto plazo se movilizan hacia empresas de mayor tamaño que les ofrecen mejores condiciones laborales y mayores posibilidades de aprendizaje y crecimiento.

Las *bodegas medianas* presentan un organigrama ocupacional algo más amplio, complejo y diversificado en el que cada área focaliza en una etapa específica del proceso de elaboración o en tareas de apoyo para el funcionamiento de las mismas. Si bien en este tipo de firmas tampoco existe un área específica abocada a la gestión de la fuerza de trabajo, estas tareas se encuentran integradas a alguna gerencia (general, administrativa, etc.), con personal especializado para el cumplimiento de las mismas.

En cuanto a los puestos de trabajo, en estas empresas se da la situación de flexibilidad interna asociada a la rotación planificada de los trabajadores con el objetivo de lograr un conocimiento integral del proceso y aumentar así la eficiencia en las tareas que desempeñan. La modernización tecnológica no sólo impacta en los puestos de más alta

calificación (profesionales y técnicos) sino también en los operativos y no calificados para los que se requieren ciertas habilidades generales y específicas.

El reclutamiento de trabajadores se realiza en estas bodegas implementando diversas estrategias que combinan mecanismos formales e informales. Para cubrir los puestos de mayor calificación (jerárquicos / profesionales y técnicos) se recurre a la contratación de servicios de empresas de selección de personal o a la publicación de avisos clasificados. Los trabajadores destinados a los puestos de menor calificación son, en general, reclutados a través de las redes de contactos de los propietarios de la empresa o bien por medio de referentes de la zona donde la misma se encuentra emplazada. Estas estrategias diferenciales estarían incidiendo en las posibilidades laborales de los diferentes grupos de trabajadores. El tipo de mecanismos aplicados en la búsqueda responde al perfil de trabajador requerido, lo que conduce, por ejemplo, a que los puestos de mayor calificación sean ocupados por personas residentes en los centros urbanos aledaños al lugar donde se emplaza la bodega y los trabajadores de menor calificación provengan de la zona donde se ubica el establecimiento.

En relación con las estrategias de capacitación, si bien las firmas clasificadas como medianas no formulan “planes de carrera” integrales para la formación y promoción del personal, han ido paulatinamente incorporando ciertos mecanismos para la formación específica de los trabajadores de nivel gerencial y medio. La mayoría de estas capacitaciones se realiza fuera de la firma pero asumiendo ésta los costos de la misma. La formación destinada a los puestos técnicos, en cambio, se realiza dentro de la empresa y es generalmente impartida por las firmas proveedoras de tecnología o por organismos especializados (como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria o el Instituto Nacional de Vitivinicultura).

El mercado de trabajo asociado a las bodegas medianas con las características de los puestos y las estrategias que implementan conlleva una vez más la existencia de diferentes subgrupos de trabajadores. La distinción en este caso es algo más marcada que en las pequeñas industrias, por cuanto el personal de mayor calificación posee un mayor nivel de jerarquización dentro de la estructura organizacional. Estas firmas combinan en su gestión mecanismos propios de los mercados externos, aplicados fundamentalmente a los puestos operarios y no calificados y estrategias más cercanas a los llamados “mercados de trabajo internos” característicos de los establecimientos más grandes y modernos y que profundizaremos a continuación.

Las *grandes bodegas* se organizan bajo un esquema que alcanza un alto grado de complejidad y diversificación, en el que los diferentes estamentos vinculados a la totalidad de etapas del proceso productivo se encuentran claramente diferenciados y especializados en sus objetivos y funciones. Se distinguen en los organigramas tres grandes niveles según la calificación de los puestos: jerárquico, profesional/técnico y operario. La incorporación de estándares de calidad a lo largo de todo el proceso y la modernización tecnológica que caracteriza a estas firmas determinan una específica división del trabajo que queda reflejada en la estructura organizacional. Se observa, en tal sentido, la incorporación de áreas y funciones altamente especializadas en la ejecución de los procedimientos para la elaboración de los productos y en la vinculación con los diferentes mercados de destino.

En relación con la gestión de la fuerza de trabajo, todas las firmas analizadas poseen un área diferenciada orientada a la planificación y ejecución de esas tareas (Gerencia o Dirección de Recursos Humanos). Observamos al respecto dos modalidades

organizacionales, en algunas la “Gerencia o Dirección de Recursos Humanos” se encuentra a cargo de personal propio de la firma y en otras el área es conducida por personal de una empresa especializada en la selección de recursos humanos. En algunas grandes bodegas que se mantienen bajo el formato de “empresa familiar”, el proceso de formalización y profesionalización de los mecanismos de gestión de la mano de obra se ve influenciado por la perspectiva de los propietarios, empresarios con tradición en la vitivinicultura local, que buscan seguir manteniendo el contacto con los trabajadores a través de vínculos directos e informales.

En este tipo de bodegas los mecanismos para la incorporación de trabajadores difieren en función del nivel ocupacional y las características del puesto que se pretenda cubrir. Respondiendo a la lógica propia de los llamados mercados internos de trabajo, diseñan e implementan “planes de carrera” para la capacitación y promoción de sus trabajadores. Los empleos jerárquicos son prioritariamente asignados a personas fuertemente involucradas con la firma, que tienen una cierta antigüedad y, por tanto, han internalizado la cultura de la empresa. Estas promociones se obtienen en función del mérito y la antigüedad, y recurriendo previa o conjuntamente a la formación profesional para adquirir o perfeccionar calificaciones específicas (Neffa, 2008:152). En las bodegas objeto de este estudio aparece claramente esta lógica de promociones y reemplazos en dirección vertical. Sólo en caso de ser necesario, por incrementos estables de la demanda o por retiros, se incorpora personal desde afuera de la empresa u organización. Pero el ingreso es en general en los niveles más bajos de la jerarquía, puestos que han quedado vacíos por efecto de la promoción interna de los antiguos ocupantes.

Estos regímenes son aplicados a categorías diferentes de la empresa (personal de convenio y personal fuera de convenio, por ejemplo), que hacen que se distingan incluso distintos submercados dentro de un mismo mercado interno (Neffa, 2008:153).

En caso de requerir la incorporación de personal externo, cuando se trata de un perfil profesional o técnico se utilizan canales formales como la contratación de servicios a empresas intermediadoras, el uso de páginas web o la publicación en avisos clasificados. Los puestos de menor calificación (operarios y no calificados) son generalmente cubiertos aplicando estrategias menos formalizadas como la difusión en la zona donde se localiza el establecimiento o los contactos a través de otros trabajadores. Estas últimas prácticas son muy recurridas especialmente para contratar a los trabajadores temporarios que se incorporan durante las épocas de mayor intensidad productiva.

La especificidad de las calificaciones juega en estas firmas un papel central por lo que la capacitación del personal se encuentra planificada y ajustada a un cronograma relativamente flexible de modo tal de responder a las demandas puntuales que van surgiendo desde cada área. Para obtener esa capacitación se establece una “cadena de movilidad” dentro de la empresa, donde los trabajadores rotan y van pasando de un puesto a otro a medida que van adquiriendo cierta formación en el puesto. El costo de esa formación es asumido voluntariamente por las empresas que lo consideran una inversión; en consecuencia, la rotación de los trabajadores de ese nivel se considera una desinversión o pérdida para la empresa.

Los trabajadores de las grandes bodegas poseen una situación relativamente ventajosa dentro del mercado de trabajo vitivinícola. Las reglas y procedimientos propios de la empresa en materia de trabajo y empleo, así como el grado de sindicalización de los

trabajadores brindan ciertas garantías laborales no del todo presentes en los otros tipos de establecimientos. Sin embargo, estos beneficios no se aplican de manera general, a todos los trabajadores de la empresa existiendo disparidades vinculadas a los diferentes niveles ocupaciones y tipos de puestos.

CONSIDERACIONES FINALES

En la agroindustria vitivinícola mendocina se despliegan prácticas diferenciadas de gestión de la fuerza de trabajo que responden al perfil productivo y organizacional de las bodegas presentes en cada territorio. Los establecimientos de menor tamaño recurren principalmente a mecanismos informales de búsqueda y selección de trabajadores en los que las redes personales cumplen un rol fundamental operando según la lógica de los llamados “mercados de trabajo externos”. Las habilidades y competencias generales de los trabajadores son requerimientos básicos que garantizan la rotación y flexibilidad. Las condiciones de trabajo son menos ventajosas que en las firmas de mayor tamaño, encontrándose muy limitadas las posibilidades de promoción y crecimiento laboral.

En las bodegas medianas se observa una combinación de estrategias, algunas propias de los establecimientos pequeños, como los mecanismos informales de reclutamiento de trabajadores asociados a las redes de relaciones personales. Otras, características de las firmas de mayor tamaño como las prácticas de formación específica y promoción orientadas principalmente a los puestos de mayor calificación que suponen condiciones de trabajo más estables y ventajosas.

Las grandes bodegas, por su parte, implementan prácticas de gestión de la fuerza de trabajo diferenciadas según el nivel ocupacional y puesto de que se trate. Estas empresas generan “mercados de trabajo internos” a través del diseño y aplicación de mecanismos estructurados aunque flexibles basados en sus propias reglas y procedimientos. La alta especialización de los puestos y los requerimientos de formación específica conllevan la puesta en práctica de planes de carrera que establecen una lógica de movilidad vertical intraempresa. Estas características conllevan la existencia en este tipo de firmas de puestos de trabajo de mayor estabilidad y mejores condiciones laborales.

En síntesis, la exploración inicial realizada a través de este estudio nos permite dar cuenta de la creciente heterogeneidad de modalidades de gestión de la fuerza de trabajo presentes en la agroindustria vitivinícola mendocina, proceso que ha ido acompañando la reestructuración de la actividad. Esos mecanismos facilitan el uso flexible de la fuerza de trabajo y condicionan la demanda de trabajo en el territorio orientando a los distintos grupos poblacionales hacia puestos con diferentes condiciones y estatutos laborales.

BIBLIOGRAFÍA

- AZPIAZU, D.; BASUALDO, E. (2002): “Las modificaciones técnicas y de propiedad en el complejo vitivinícola argentino durante los años 90”. Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios, 17:5:36.
- BOCCO, A.; DUBBINI, D. (2007): “Regulaciones laborales y calidad de empleo en la trama vitivinícola de Mendoza”. 8º Congreso Nacional de Estudios del Trabajo (ASET), Bs. As.
- BOCCO, A.; DUBBINI, D.; ROTONDO, S.; YOGUEL, G. (2007): “Reconversión y empleo en la industria del vino. Estructura productiva y dinámica del empleo

en el complejo vitivinícola: un análisis del sector bodeguero nacional”, en:
www.trabajo.gov.ar/left/estadisticas/descargas/oede/Sector_Bodeguero.pdf

- CASADO DÍAZ, J.M. (2000): “Trabajo y territorio. Los mercados laborales locales de la Comunidad Valenciana”, Universidad de Alicante.
- MARTÍN, M.E.; POL, M.A.; BURGARDT, G. (2010); “Sistemas de información territorial como factor estratégico para el diseño de políticas de desarrollo local con eje en la formación profesional y el empleo”, UDUAL, México D.F. (inédito)
- MIEDES UGARTE, B.; ASECIO COTO, M.J. (2003): “La estructura de la oferta laboral en el mercado de trabajo local”. *Temas Laborales* N°69, pp. 99-120, España.
- NEFFA, J.C. (2008): *Las teorías de la segmentación de los mercados de trabajo*, en Neffa, J.C. (dir.): *Teorías económicas sobre el mercado de trabajo: análisis institucionalistas*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- NEIMAN, G. (2003): La ‘calidad’ como articulador de un nuevo espacio productivo y de organización del trabajo en la vitivinicultura mendocina, en: Bendini, M.; Cavalcanti, S.; Murmis, M. y Tsakoumagkos, P. (comps.): “El campo en la sociología actual. Una perspectiva latinoamericana”, Buenos Aires: Editorial La Colmena.
- QUARANTA, G.; FABIO, F. (2011): *Intermediación laboral y mercados de trabajo en agriculturas reestructuradas: el caso del Valle de Uco, Mendoza, Argentina. Región y Sociedad*, Vol. XXIII, N°51.
- ROFMAN, A. (2012): “Las economías regionales. Luces y sombras de un ciclo de grandes transformaciones 1995 – 2007”, Buenos Aires: Centro Cultural de Cooperación Florial Gorini y Universidad Nacional de Quilmes.
- SÁNCHEZ LÓPEZ, C. (2010): “Propuesta metodológica para el estudio de la segmentación de los mercados de trabajo locales: un estudio empírico, inductivo y multidimensional”, Tesis Doctoral, Universidad de Huelva, España.
- SOLOW, R. (1990): *El mercado de trabajo como institución social*, Alianza, Madrid.
- TOHARIA, L. (1983): “El mercado de trabajo: Teorías y aplicaciones. Lecturas seleccionadas”. Madrid: Alianza Editorial.