

01/11.39
G26e

41185

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

-CFI-

SEGUNDO SEMINARIO
INTERNACIONAL DE TURISMO SOBRE
SERVICIOS TURISTICOS Y CAPACITACION
"EJES PARA LA COMPETITIVIDAD TURISTICA
PATAGONICA"

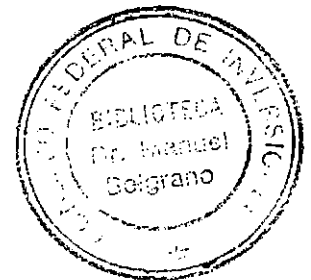


DOCUMENTO BASE SOBRE
CAPACITACION TURISTICA

-INFORME FINAL-

ELABORADO POR:

Dr. EDUARDO J. GOLDENHÖRN
CONSULTOR, CFI.



MAYO 14 DE 1998

EDUARDO J. GOLDENHORN

Abogado

El presente Documento, sobre *Capacitación Turística* en la Región de la Patagonia, constituye el Informe Final -I.F.- correspondiente a la Misión de Asistencia Técnica a cargo del suscripto, referida al Segundo Seminario Internacional sobre "Servicios Turísticos y Capacitación: Ejes para la Competitividad Turística Patagónica", en el marco de la cooperación técnica que el Consejo Federal de Inversiones -CFI- viene prestando a las Provincias Argentinas y a sus Entes Regionales, con el objeto de contribuir a afianzar y acrecentar el desarrollo turístico del país; haciéndolo en este caso particular, desde el tratamiento de los servicios inherentes al sector y sus consecuentes necesidades de capacitación, adiestramiento y actualización de los recursos humanos afectados a la prestación de dichos servicios .

Respecto de la tarea efectuada a lo largo del desarrollo de la Misión encomendada, deseo ratificar mis expresiones de gratitud y reconocimiento para con el conjunto de quienes, de un modo u otro, proviniendo de los sectores público y privado turísticos de la Región, contribuyeron eficazmente al desenvolvimiento y realización de la aludida Misión.

En tal sentido, manifiesto mi pleno agradecimiento y cabal reconocimiento a los Titulares de los Organismos de Turismo de las Provincias del Chubut, de La Pampa, del Neuquén, de Río Negro, de Santa Cruz y de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, integrantes del Ente Regional Oficial Patagonia Turística; e, igualmente, al Titular del Organismo Municipal de Turismo de la Ciudad de San Martín de los Andes, por las permanentes muestras de colaboración y cálida hospitalidad por todos recibida; y, a su vez, por su intermedio, al conjunto de funcionarios, empleados y colaboradores de dichos Organismos; como así también a la totalidad de los prestadores de servicios turísticos y representantes de entidades educativas, con quienes el suscripto se ha relacionado en ocasión de la labor técnica realizada; por cuanto todos -con su concurso- hicieron altamente gratificante la tarea, merced al permanente aporte de profesionalidad y colaboración, desarrollado en un clima de amistosa cordialidad.

Buenos Aires, mayo 14 de 1998.

Dr. EDUARDO J. GOLDENHORN
CONSULTOR.
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES -CFI-.

CAPITULO I

DEMANDA DE CAPACITACION DE LOS RECURSOS HUMANOS EN TURISMO

Las cada vez mayores exigencias que actualmente presenta el tratamiento y la prestación de los servicios turísticos en sus diferentes expresiones, modalidades y formas -basadas principalmente en los requerimientos de la demanda; la competitividad; el avance tecnológico; y el fenómeno de la globalización- predeterminan la necesidad de conocer con la mayor certeza y rigurosidad, las necesidades de capacitación de quienes se desempeñan en el sector.

Los distintos grados y niveles que se corresponden con los requerimientos de la formación en turismo, difieren según los servicios prestados y las áreas de los mismos, influyendo en éstos además las actuales técnicas operativas utilizadas, y los contenidos y metodologías de aprendizaje aplicables.

Todo ello presenta en la actualidad un real panorama de cambio respecto de las necesidades de capacitación existentes en el pasado, donde la llamada *experiencia equivalente* acompañaba los procesos operativo-funcionales de los prestadores, supliendo en algún modo las necesidades menos exigidas de formación y actualización de entonces.

La amplitud y diversidad de áreas que concentran los servicios turísticos - particularmente el de Alojamiento- en las diferentes modalidades de su prestación, abarcan un espectro que contempla a los niveles básico, intermedio y superior de la capacitación; aún cuando en la generalidad y en términos cuantitativos, el mayor índice suele corresponder a los dos primeros.

Empero, todo proceso de desenvolvimiento turístico -tanto público como privado- implica la necesidad de desarrollar acabadamente una definida estrategia de capacitación, la cual debe abarcar la totalidad del espectro de quienes prestan servicios en los niveles básico, medio y superior; por cuanto sólo así se dará real satisfacción a las expectativas y exigencias cada vez más puntuales por parte del mercado en general y de los consumidores en particular, quienes valoran y justiprecian con creciente rigor, el profesionalismo y la calidad de las prestaciones que reciben.

Ya en el Documento correspondiente al Desarrollo Turístico Patagónico¹, se plantea "... la insatisfacción de sus expectativas (de los turistas) en la calidad de los

¹ Desarrollo Turístico Patagónico, CFI, Informe Final, Güidi Graciela y otros, 1996.

servicios, el exceso en los precios, etc. ... y, por ende, incertidumbre sobre el futuro de la actividad ..."; justificando ello la necesidad de otorgar particular atención a "... la calificación de los recursos humanos directamente involucrados en la prestación de los servicios turísticos ...".²

Para ello, resulta menester conocer la demanda existente en materia de formación de quienes se desempeñan en la actividad turística empresarial, desarrollando a tal fin una metodología basada en encuestas estructuradas, tomadas a responsables de los establecimientos e identificándose, consecuentemente, las actividades, oficios o especializaciones con necesidad de capacitación en la prestación de los servicios de Alojamiento y Agencias de Turismo.

1. METODOLOGIA PARA LA DETECCION DE LAS NECESIDADES DE CAPACITACION.

A efectos de dimensionar la demanda en materia de las necesidades de capacitación de los recursos humanos que actualmente se desempeñan en el sector turístico regional y su grado de insatisfacción, se procedió a diseñar una serie de cuestionarios específicos, con el objeto de recoger de los establecimientos -mediante relevamiento sobre una muestra con alto grado de representatividad- información sobre las áreas correspondientes a los servicios turísticos de Alojamiento y de Agencias de Turismo.

En tal sentido, -y con la finalidad de optimizar la labor de campo realizada y otorgar un mayor servicio a las Provincias integrantes de la Región-, los aludidos cuestionarios incorporaron en su contenido información complementaria referida a las diferentes modalidades de los servicios turísticos relevados, con la finalidad de ampliar y actualizar los datos existentes en poder de los respectivos Organismos Provinciales de Turismo.

El relevamiento efectuado adoptó como metodología operativo-funcional de investigación, el desarrollo de entrevistas personales con propietarios, directivos, gerentes, funcionarios e informantes calificados, pertenecientes a los establecimientos que corresponden a los servicios citados al comienzo; buscándose de los interlocutores respuestas sobre el estado de las necesidades actuales existentes en materia de capacitación, adiestramiento y actualización de contenidos.

Las acciones de relevamiento efectuadas, corresponden a las Provincias integrantes de la Región -Chubut, La Pampa, Neuquén, Rio Negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego-, tomándose de las mismas sus respectivas ciudades Capital, las cuales se indican a continuación.

² Conf. Desarrollo Turístico Patagónico, Informe Final, Güidi, Graciela y otros, 1996.

Asimismo, se procedió al relevamiento de la localidad turística de la ciudad de San Martín de los Andes en la Provincia del Neuquén, ello con la finalidad de actuar como referente sectorial, como caso de *Municipio Turístico en crecimiento*.

Las ciudades fueron las de:

- * Neuquén
- * Rawson / Trelew ³
- * Rio Gallegos
- * Santa Rosa
- * Ushuaia
- * Viedma
- * San Martín de los Andes.

El universo relevado comprende una muestra representativa de establecimientos de Alojamiento y Agencias de Turismo existentes en las aludidas ciudades; para lo cual se tomó el listado proporcionado por los respectivos Organismos Oficiales de Turismo y de dichos listados se seleccionó la base cuantitativa a relevar, cuyos porcentajes se representan en el cuadro siguiente.

	ALOJAMIENTO	AGENCIAS DE TURISMO	% RELEVADO SEGUN ESTABLEC. EXISTENTES	
			ALOJAMTS.	AGENCIAS
BASE CONTESTANTES	149	63		
NEUQUEN	17	10	94.5%	44.5%*
RAWSON-TRELEW	9	13	100.0%	100.0%
RIO GALLEGOS	11	9	85.0%	90.0%
SANTA ROSA	17	7	94.5%	73.0%
USHUAIA	13	9	76.5%	90.0%
VIEDMA	6	4	100.0%	67.0%
S.M. DE LOS ANDES	76	11	87.5%	92.0%

* Se tomaron las agencias receptoras.

³ Si bien la Capital de la Provincia del Chubut es la ciudad de Rawson, se entendió pertinente, a los fines del estudio, incorporar a la ciudad de Trelew como una extensión de la primera formando una unidad de valoración objetiva; ello principalmente por la mayor cuantificación de servicios turísticos que esta última ciudad posee.

1.1 ALOJAMIENTO.

El universo relevado comprende una muestra representativa de establecimientos de alojamiento existentes en las aludidas zonas y localidades, acerca de los cuales la tarea realizada define precisiones cuali-cuantitativas respecto de las variable siguientes:

1.1.1 *Clases, según:*

1.1.1.1 tipo de establecimiento

1.1.1.2 localidades

1.1.1.3 cantidad de habitaciones segmentada, además, en función de la capacidad habitacional de los establecimientos.

La segmentación se determina según las siguientes variables de análisis:

- de 1 a 9 habitaciones
- de 10 a 23 habitaciones
- de 24 habitaciones y más.

La presentación estratificada de los establecimientos de alojamiento según su capacidad habitacional, permite conocer la cuantificación segmentada existente en las ciudades indicadas más arriba y, además, resulta indicativa respecto de la tendencia en el ámbito regional; todo ello con el objeto que pueda precisarse el nivel y grados de dichos establecimientos, respecto de la tipología que pudiere corresponderles en función de la aplicación del concepto de "unidad económica" y así su tratamiento en cuanto a la aplicación de posibles regímenes de fomento e incentivo.

1.1.2 *Categorías, conforme su calificación, cuando ello existiere.*

1.1.3 *Tipos de explotación:*

1.1.3.1 independiente

1.1.3.2 integrando una cadena

1.1.3.3 familiar.

Se ha estimado importante incorporar la variable de la explotación familiar, en razón de su marcado predominio en

ciertas localidades patagónicas, determinando con ello una modalidad particular con directa repercusión en la forma de prestación de los servicios y el grado de su aceptación por parte del mercado.

1.1.4 *Estacionalidad*, conforme al período de funcionamiento.

1.1.5 *Personal permanente ocupado y habitual*, según:

1.1.5.1 clase de establecimientos

1.1.5.2 localidades.

Con relación a este antecedente, es del caso señalar que si bien el relevamiento contempla la existencia del global de los recursos humanos afectados y que incluye a las tres variables de los mismos, las que son: a) personal permanente; b) personal temporario pero que mantiene habitualidad; y c) personal temporario sin habitualidad, a los efectos de la satisfacción de las necesidades de capacitación, es tomado en cuenta sólo el personal permanente y el habitualmente ocupado, por haber sido sobre éstos donde los encuestados expresaron su interés por recibir insumos de capacitación.

1.1.6 *Necesidades de capacitación*, según:

1.1.6.1 sectores de los establecimientos

1.1.6.2 localidades.

1.1.7 *Contenidos de la capacitación*, referido a servicios específicos que se necesitaren.

1.1.8 *Metodología de la capacitación*, según alternativas pedagógicas

1.1.8.1 carreras o cursos

1.1.8.2 trainings o seminarios.

1.1.9 *Desarrollo de la capacitación*, según modalidades cronológicas respecto de:

1.1.9.1 un desarrollo intensivo, a tiempo completo

1.1.9.2 un desarrollo progresivo, a tiempo parcial

1.1.10 *Períodos considerados óptimos para recibir capacitación*, según:

1.1.10.1 localidades.

1.1.11 *Nivel de informatización del establecimiento.*

Conforme las diferentes áreas de servicio; ello con el objeto de conocer y predeterminar futuras acciones de capacitación en la materia, en virtud de la avanzada incorporación de la tecnología informática a los procedimientos operativos y de gestión de las actividades turísticas.

1.1.12 *Nivel de capacitación de los responsables de las diferentes áreas que integran los servicios del establecimiento.*

1.1.13 *Proyectos para el próximo bienio, respecto de:*

1.1.13.1 aumento en cantidad de habitaciones

1.1.13.2 servicios a introducir

1.1.13.3 incremento en recursos humanos

1.1.13.4 áreas de servicio que absorberán el aumento de personal.

Esta variable es considerada de importancia, por cuanto permite conocer la disposición prospectiva de los prestadores respecto del incremento que pretenden otorgar a los servicios que suministran; para lo cual, se presume, estarían en disposición de recibir insumos de asistencia financiera para realizar los proyectos.

1.2. **AGENCIAS DE TURISMO.**

Las variables que contempla el relevamiento realizado sobre la muestra representativa de las agencias de turismo -genéricamente denominadas como agencias de viajes-, son las siguientes:

1.2.1 *Modalidad comercial*, la cual alcanza a las tres categorías que establece la norma legal que las regula ⁴ y que son:

1.2.1.1 Empresa de Viajes y Turismo -EVT-

1.2.1.2 Agencia de Viajes -AV-

1.2.1.3 Agencia de Venta de Pasajes -AVP-

⁴ Conf. Dto.-Ley N° 18.829.

Determinándose a su vez dicha modalidad comercial, según las diferentes localidades relevadas.

1.2.2 *Tipos de actividad* que, en cada caso, las agencias desarrollan y que corresponden a las de:

- 1.2.2.1 Turismo receptivo
- 1.2.2.2 Turismo emisor
- 1.2.2.3 Ambas actividades.

1.2.3 *Ambitos en que actúan*, determinándose al efecto los siguientes:

- 1.2.3.1 Provincial
- 1.2.3.2 Nacional
- 1.2.3.3 Internacional.

1.2.4 *Mercados atendidos*, considerándose al efecto las diferentes especies sobre las cuales las agencias desarrollan sus servicios en función de aquellos y que son:

- 1.2.4.1 Vacaciones
- 1.2.4.2 Viajes de negocios
- 1.2.4.3 Convenciones y Eventos
- 1.2.4.4 Ecoturismo
- 1.2.4.5 Turismo de aventura
- 1.2.4.6 Turismo estudiantil
- 1.2.4.7 Deportes
- 1.2.4.8 Otros.

1.2.5 *Personal permanente ocupado y habitual*, según:

1.2.5.1 Localidades.

Respecto de esta variable, se dan por reproducidas aquí las consideraciones ya expresadas en el punto 1.1.5 del presente Informe.

1.2.5.2 La cuantificación del personal según segmentos.

1.2.6 *Necesidades de capacitación*, según su demanda global, respecto de:

- 1.2.6.1 sectores de las agencias
- 1.2.6.2 localidades

- 1.2.6.3 cantidad de agencias en cada caso.
- 1.2.7 *Contenidos de la capacitación*, referido a las destrezas específicas que se necesitare.
- 1.2.8 *Metodología de la capacitación*, según alternativas pedagógicas
 - 1.2.8.1 carreras o cursos
 - 1.2.8.2 trainings o seminarios
- 1.2.9 *Desarrollo de la capacitación*, según modalidades cronológicas respecto de:
 - 1.2.9.1 un desarrollo intensivo, a tiempo completo
 - 1.2.9.2 un desarrollo progresivo, a tiempo parcial
- 1.2.10 *Períodos considerados óptimos para recibir capacitación*, según:
 - 1.2.10.1 Localidades
 - 1.2.10.2 Cantidad de establecimientos que resultan agrupados según los períodos sobre los cuales expresan sus preferencias.
- 1.2.11 *Nivel de informatización*, al igual que lo expresado en el punto 1.6 del presente, la información obtenida permitirá proponer y desarrollar futuras acciones de capacitación en la materia.
- 1.2.12 Identificación de *Servicios utilizados* por las agencias, principalmente las receptoras, en materia de:
 - 1.2.12.1 Gastronomía
 - 1.2.12.2 Transporte turístico.

La información requerida sobre estos aspectos es a modo de referencia, con el objeto de conocer el universo de prestadores de este tipo de servicios que -a juicio de quienes los ofrecen o recomiendan- son los más frecuentados y utilizados por los turistas o visitantes y, por ello, susceptibles de integrar criterios de clasificación que pudieren desarrollarse posteriormente a fin de ordenar la oferta existente.

En materia de establecimientos gastronómicos, resulta importante delinear el perfil *turístico* que pudieren

corresponderle, estimándose para ello válida la referencia de este segmento informante; máxime teniéndose en cuenta la evidencia que el servicio de este tipo responde a una expectativa general de los consumidores, sin distinción de su condición de residentes, turistas o visitantes.

La afirmación por la cual se expresa que los establecimientos de expendio y consumo de comidas y bebidas son susceptibles -en determinadas circunstancias- de constituirse en un *atractivo turístico*, si bien está asistida por la veracidad que en sí misma encierra, merecerá sin embargo la formulación de ciertas consideraciones a través de las cuales se establezcan mayores precisiones conceptuales.

En efecto, tal servicio guarda para sí una serie de aspectos y particularidades que ameritarían un tratamiento más pormenorizado que permita delinear, con un importante grado de aproximación y justeza, las propias características que posee.

Por otra parte, como fácilmente se advierte, este rasgo distintivo de generalidad se da con mayor énfasis en esta clase de establecimientos, respecto de aquellos que corresponden a la prestación de servicios de alojamiento o agencias de turismo, entidades éstas con uso, operatividad y naturaleza turística definidamente marcada.

De ahí que aparecería separado de la realidad el pretender calificar a todos los establecimientos gastronómicos como prestadores de servicios turísticos, puesto que aún en el caso que pudieran darse circunstancias en tal sentido, no debe sin embargo olvidarse que la materia básica que expenden y comercializan dichos establecimientos es consumible por las personas en general, sin distinción del carácter que posean; dado que aún en sitios con plena fisonomía turística, existe un segmento de población local que se funde en el conjunto.

Pero bien, pese a lo expresado precedentemente, pueden algunos de dichos establecimientos poseer características primordialmente de uso turístico, sea por su más directa afectación al mismo (restaurante del hotel), por estar comprendido en los atractivos de un lugar integrando la planta turística (restaurante del lago, del valle o del centro de deportes invernales), por sus modalidades gastronómicas

(establecimiento de comida típica), entre otras muchas razones.

Sin perjuicio de ello, en la mayoría de los casos el concepto que usualmente se utiliza para representar a un restaurante de turismo suele ser poco acotado, basándose por lo general en la naturaleza del servicio y su relación con aspectos principalmente físicos.⁵

Es por tanto, que dada la generalidad de las definiciones usualmente adoptadas, resulta de interés conocer, orientar, ordenar y posteriormente regular esta oferta, precisamente por la connotación turística que posee y -consecuentemente- en función de su condición de *atractivo* integrante de un producto a ser promocionado.

Por todo lo expresado, se estimó conveniente realizar una aproximación dirigida a conocer referencialmente los establecimientos gastronómicos, desde el criterio de quienes los recomiendan e incluyen en los servicios turísticos terrestres ofrecidos; ello con el objeto de poder posteriormente ser desarrollado un esquema metodológico que habilite una propuesta orientada a ordenar y regular la oferta gastronómica regional con finalidad y aprovechamiento turísticos.

1.2.13 *Nivel de capacitación de los responsables de las diferentes áreas y sectores de las agencias.*

1.2.14 *Proyectos para el próximo bienio, respecto de:*

1.2.14.1 Servicios a introducir

1.2.14.2 Incremento en recursos humanos

⁵ Verbigracia, diferentes legislaciones que reglamentan el servicio gastronómico desde la óptica del turismo expresan al respecto: *Restaurant de interés turístico* es aquel que por sus características físicas como por la clase de servicios prestados, constituye un atractivo para la actividad del turista nacional y extranjero, Art. 6° del Acuerdo Reglamentario N° 39/82 de Colombia. En sentido similar se expresa el Reglamento de Restaurantes del Perú, según su Resolución Suprema N° 069/80, cuando se ocupa de calificarlos turísticamente; el Reglamento de Empresas y Actividades Turísticas de Nicaragua; el Reglamento de Restaurantes de Costa Rica; y el Reglamento de *Restaurantes de Turismo* de Brasil cuando establece que los mismos son "...establecimientos destinados a la prestación de servicios de alimentación y que, por sus condiciones (características) de localización o tipicidad, pueden ser considerados de interés turístico...", conf. inciso b) del artículo 2° del Dto. N° 84.910/80.

1.2.14.3 Areas de la agencia que absorberán el aumento de personal.

Respecto de esta variable se da por reproducido aquí lo expresado en el punto 1.1.13 del presente Informe.

Con relación a ambos servicios turísticos, merced a la metodología aplicada, se establece también la relación existente entre el personal ocupado -permanente y habitual- con las necesidades de capacitación detectadas; permitiéndose al efecto, además, conocer el promedio de estas respecto del universo del primero, como igualmente la cuantificación individualizada de las diferentes áreas y sectores de los establecimientos sobre los que se identificaron dichas necesidades de formación.

2. **UNIVERSO MUESTRAL.**

Respecto del universo de establecimientos de alojamiento y agencias de turismo existente en las ciudades relevadas, la muestra emergente de la encuesta realizada sobre dichos servicios turísticos corresponde, en algunos casos, a un relevamiento censal; mientras que, en las otras circunstancias, dicha muestra expresa igualmente un elevado grado de representatividad.

Así, con relación a la base contestante correspondiente al conjunto de las ciudades analizadas, se ha relevado el 84.18% de los Alojamientos turísticos; y el 74.11% de las Agencias de Turismo.

CAPITULO II

ANALISIS DE LA INFORMACION OBTENIDA

La potencialidad intrínseca que el producto turístico patagónico posee -tanto a nivel internacional como nacional- implica que los empresarios del sector estén condicionados a perfeccionar la calidad de las prestaciones.

Estos mismos empresarios son los que solicitan en un elevado porcentaje insumos de capacitación, correspondiéndole al Alojamiento un 84.6% y a las Agencias de Turismo un 95.2%.

Los porcentajes globales citados, se dasgregan -conforme los dichos servicios y según las localidades- del modo que expresa el siguiente cuadro.

	ALOJAMIENTO			AGENCIAS DE TURISMO		
	QUIERE	NO QUIERE		QUIERE	NO QUIERE	
BASE TOTAL DE RESPUESTAS	149 100.0%	126 84.6%	23 15.4%	63 100.0%	60 95.2%	3 4.8%
NEUQUEN	17 100.0%	17 100.0%		10 100.0%	10 100.0%	
RAWSON - TRELEW	9 100.0%	9 100.0%		13 100.0%	12 92.3%	1 7.7%
RIO GALLEGOS	11 100.0%	7 63.6%	4 36.4%	9 100.0%	9 100.0%	
SANTA ROSA	17 100.0%	13 76.5%	4 23.5%	7 100.0%	7 100.0%	
USHUAIA	13 100.0%	10 76.9%	3 23.1%	9 100.0%	9 100.0%	
VIEDMA	6 100.0%	6 100.0%		4 100.05	4 100.0%	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	76 100.0%	64 84.2%	12 15.8%	11 100.0%	9 81.8%	2 18.2%

En cuanto a los empresarios vinculados al Alojamiento, se observa que la preocupación mayor reside en mejorar la calidad de la prestación de los servicios en las áreas de *gubernanta / mucama y recepción / conserjería*, correspondiéndole al primero un 23% del total de la demanda de capacitación; y al segundo un 19%.

Esta situación indica claramente que los requerimientos apuntan a optimizar la relación con el cliente, no sólo por las mayores exigencias de éste, sino también - y basado en éstas- porque la competencia circunscribe gran parte de su acción en el desarrollo del trato con el usuario, enmarcado en el concepto de "calidad total".

Respecto de las Agencias de Turismo, estas están en un proceso de cambio tecnológico aún mayor, ya que de una concepción totalmente "comisionista" deben transformarse para incorporar y saber utilizar las nuevas tecnologías constituidas en herramientas generadoras de un mayor valor en las prestaciones; haciendo que éstas cada vez más deban tender a la personalización, basada en la especialización y el profesionalismo, dado que actualmente el cliente tiene a su disposición medios que le permiten realizar gestiones directas relativas a sus viajes utilizando la informática .

En este sentido, en materia de herramientas de tecnología orientadas a comercializar servicios turísticos, se cuenta la actualidad -por ejemplo- con el servicio Easy Sabre y el AAccess que permiten al pasajero frecuente realizar sus reservas no sólo de transporte, sino también de alojamiento, alquiler de vehículos y otros servicios; como así también utilizar los servicios de una agencia de turismo virtual como EXPEDIA, quien trabajando con el mercado norteamericano ha facturado sólo en el mes de Enero último, una suma superior a los u\$s 10.000.000.-

La encuesta realizada a las Agencias de Turismo patagónicas revela como prioritaria la necesidad de capacitación en *informática / computación*, la cual alcanza a un 25% respecto del total de los requerimientos; siguiéndole el área de *ventas / reservas* con un 24%; luego el área de *marketing* con un 22%; continuando el sector de *operaciones* con un 11%, entre los principales.

El mayor porcentaje alcanzado, guarda directa relación con lo ya expresado respecto de la influencia del avance tecnológico en la actividad de las agencias de turismo y la necesidad de éstas por incorporarlo.

1. ALOJAMIENTO.

1.1 El total de establecimientos relevados (149) en las localidades analizadas, nos permite observar la existencia de los siguientes porcentajes, desagregados conforme a la *Clasificación* de aquellos.

* Hoteles:	44.3%
* Moteles:	2.0%
* Cabañas:	22.1%
* Residenciales:	8.7%
* Apart Hoteles:	2.7%
* Hospedajes:	0.7%
* Hosterías:	16.8%
* V.A.T.:	2.7%

1.2 A su vez, respecto de los predominantes tipos de establecimientos existentes y la modalidad bajo la cual prestan el servicio conforme a

su Clase, se advierte -según la muestra representativa extraída sobre las localidades en estudio- que éstas poseen individualmente los siguientes porcentajes :

1.2.1 Neuquén:

* Hoteles:	76.5%
* Residenciales:	17.6%
* Apart Hoteles:	5.9%

1.2.2 Rawson-Trelew:

* Hoteles:	88.9%
* Residenciales:	11.1%

1.2.3 Rio Gallegos:

* Hoteles:	90.9%
* Apart Hoteles:	9.1%

1.2.4 Santa Rosa:

* Hoteles:	41.2%
* Moteles:	17.6%
* Residenciales:	29.4%
* Hosterías:	11.8%

1.2.5 Ushuaia:

* Hoteles:	76.9%
* Apart Hoteles:	7.7%
* Hospedajes:	7.7%
* Hosterías:	7.7%

1.2.6 Viedma:

* Hoteles:	66.7%
* Residenciales:	16.7%
* Hosterías:	16.6%

1.2.7 San Martín de los Andes:

* Hoteles:	18.4%
* Cabañas:	43.4%
* Residenciales:	3.9%

- * Apart Hoteles: 1.3%
- * Hosterías: 27.6%
- * V.A.T.: 5.3%

Respecto del conjunto de establecimientos existentes en esta última localidad, puede fácilmente advertirse el marcado predominio de la clase *cabañas*, las cuales representan la modalidad principal de la oferta del servicio de alojamiento; connotando con ello el perfil y característica turística que aquella posee, y la aceptación por parte de la demanda de este tipo de establecimientos.

Asimismo, es del caso señalar que la norma reglamentaria provincial encargada de regular la oferta de alojamiento actualmente vigente, contempla en su contenido a dicha clase de establecimientos ⁶, encontrándose la misma igualmente prevista en el proyecto normativo de actualización.

- 1.3 Con referencia a la *segmentación* de los establecimientos de alojamiento de las localidades relevadas, respecto de su capacidad habitacional, puede indicarse para el conjunto lo siguiente.

- * De 1 a 9 habitaciones: 34.2%
- * De 10 a 23 habitaciones: 32.9%
- * De 24 habitaciones y más: 32.9%

Si además se desagregan estos porcentuales respecto de cada una de las localidades relevadas, puede observarse lo siguiente.

1.3.1 Neuquén:

- * De 1 a 9 habitaciones: 0%
- * De 10 a 23 habitaciones: 35.3%
- * De 24 habitaciones y más: 64.7%

1.3.2 Rawson-Trelew:

- * De 1 a 9 habitaciones: 0%
- * De 10 a 23 habitaciones: 22.2%
- * De 24 habitaciones y más: 77.8%

⁶ Conf. la Disposición N° 2308/79.

1.3.3 Rio Gallegos:

* De 1 a 9 habitaciones:	9.1%
* De 10 a 23 habitaciones:	63.6%
* De 24 habitaciones y más:	27.3%

1.3.4 Santa Rosa:

* De 1 a 9 habitaciones:	17.6%
* De 10 a 23 habitaciones:	52.9%
* De 24 habitaciones y más:	29.4%

1.3.5 Ushuaia:

* De 1 a 9 habitaciones:	7.7%
* De 10 a 23 habitaciones:	38.5%
* De 24 habitaciones y más:	53.8%

1.3.6 Viedma:

* De 1 a 9 habitaciones:	16.7%
* De 10 a 23 habitaciones:	16.7%
* De 24 habitaciones y más:	66.7%

1.3.7 San Martín de los Andes:

* De 1 a 9 habitaciones:	59.2%
* De 10 a 23 habitaciones:	25.0%
* De 24 habitaciones y más:	15.8%

1.4 Con relación al *Tipo de Explotación* de los establecimientos integrantes del universo relevado, se observa lo siguiente.

* Explotación independiente:	64.4%
* Explotación de cadena:	10.1%
* Explotación familiar:	25.5%

Dichos porcentajes globales desagregados individualmente según el conjunto de establecimientos de cada las localidades relevadas, determina lo siguiente.

1.4.1 Neuquén:

* Explotación independiente:	82.4%
* Explotación de cadena:	11.8%

* Explotación familiar: 5.9%

1.4.2 Rawson-Trelew:

* Explotación independiente: 77.8%

* Explotación de cadena: 22.2%

* Explotación familiar: 0%

1.4.3 Rio Gallegos:

* Explotación independiente: 81.8%

* Explotación de cadena: 9.1%

* Explotación familiar: 9.1%

1.4.4 Santa Rosa:

* Explotación independiente: 64.7%

* Explotación de cadena: 23.5%

* Explotación familiar: 11.8%

1.4.5 Ushuaia:

* Explotación independiente: 100%

1.4.6 Viedma:

* Explotación independiente: 83.3%

* Explotación de cadena: 16.7%

1.4.7 San Martín de los Andes:

* Explotación independiente: 48.7%

* Explotación de cadena: 6.6%

* Explotación familiar: 44.7%

Se observa en ésta ciudad el marcado porcentaje de alojamientos explotados bajo el tipo familiar, circunstancia que guarda directa relación con el predominio de establecimientos de la clase cabañas⁷, las cuales -en su mayoría- son explotadas familiarmente.

⁷ Conf. punto 3.2.7 del presente Informe.

Lo indicado en los Puntos 1.2 y 1.3 se expresa en el cuadro T3 1-1 incorporado como Anexo.

1.5 Respecto de los recursos humanos que se desempeñan en el universo de los establecimientos relevados, el conjunto de aquellos tomando las tres variables incorporadas, que son las de:

- * personal permanente;
- * personal temporario pero que mantiene habitualidad; y
- * personal temporario sin habitualidad,

alcanza a la cantidad de 1.575 personas, de las cuales -a los efectos de la determinación de las necesidades de capacitación- sólo son tenidas en cuenta el total que representan las dos primeras variables (1.530); ello en razón que los requirentes definieron su intención por recibir insumos de formación sólo para éstas, dado el carácter de aleatorio que presenta la última variable, la que además no reviste significación para los prestadores.

En cuanto al *Personal Ocupado* respecto del universo de establecimientos relevados, el mismo se compone -cuantitativa y porcentualmente- del modo indicado en la página siguiente.

	PERSONAL PERMANENTE	PERS. TEMPOR. C/ HABITUALIDAD	PERS. TEMPOR. S/ HABITUALIDAD	TOTAL
BASE TOTAL RESPUESTAS	1.338 85.0%	192 12.2%	45 2.9%	1.575 100.0%
NEUQUEN	242 100.0%			242 100.0%
RAWSON-TRELEW	143 90.5%	10 6.3%	5 3.2%	158 100.0%
RIO GALLEGOS	106 97.2%		3 2.8%	109 100.0%
SANTA ROSA	207 100.0%			207 100.0%
USHUAIA	177 64.1%	90 32.6%	9 3.3%	276 100.0%
VIDMA	69 100.0%			69 100.0%
SAN MARTIN DE LOS ANDES	394 76.7%	92 17.9%	28 5.4%	514 100.0%

Ahora bien, conforme lo expresado más arriba respecto de los segmentos a considerar cuantitativamente en relación con las necesidades de capacitación solicitadas, el personal -alcanzado por tales condiciones- que se desempeña en los establecimientos de alojamiento asciende a la cantidad de 1.530 personas (1.338+192), a cuyo conjunto se lo denomina como *Personal Permanente y Habitual*; y sobre el cual, según lo aclarado, se determinan los requerimientos de formación.

- 1.6 En cuanto a las *Necesidades de Capacitación* que surgen de la labor realizada por la Misión, se observa en lo general que la situación de la capacitación de los recursos humanos que se desempeñan en la prestación de los servicios turísticos analizados, presenta un panorama considerablemente homogéneo, en cuanto a la necesidad de atender a la formación y actualización de aquellos en las distintas ramas y niveles en que actúan.

Del análisis de los datos recogidos se detecta con claridad el requerimiento de los titulares de las empresas prestadoras de servicios turísticos y de su propio personal, por obtener y recibir capacitación y adiestramiento, como así también insumos de actualización respecto de las diferentes especialidades en las que se desempeñan; los cuales alcanzan -según ya se indicara- a un 84.6% del universo relevado.

Ahora bien, del total de la población de 1.530 personas permanente y habitualmente ocupadas en todos los sectores y niveles de los establecimientos de Alojamiento, se han solicitado 1.127 capacitaciones, cifra ésta que representa un 73.66% de la población laboral.

- 1.6.1 Del total de capacitaciones solicitadas (1.127) correspondiente a la muestra representativa realizada sobre el conjunto de establecimientos de Alojamiento de las localidades relevadas, en relación a éstas individualmente surge lo siguiente.

<input type="checkbox"/> Neuquén:	190	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/> Rawson-Trelew:	70	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/> Rio Gallegos:	49	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/> Santa Rosa:	142	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/> Ushuaia:	146	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/> Viedma:	44	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/> S. M. de los Andes:	486	capacitaciones solicitadas.

1.6.2 A su vez, respecto del total de capacitaciones pedidas (1.127) se determina su correspondencia con las diferentes áreas y sectores sobre los cuales se identificaron las necesidades de formación requeridas, las que en su globalidad se desagregan en las siguientes cantidades.

* Dirección / Gerencia:	74
* Administración:	60
* Area RRHH - Personal:	29
* Promoción - Marketing:	97
* Relaciones Públicas:	49
* Recepción - Conserjería:	217
* Ventas - Reservas:	83
* Recreación:	14
* Gobernanta / Mucama:	262
* Lavandería:	16
* Alimentos y Bebidas:	28
* Cocina:	69
* Pastelería:	2
* Restaurant - Bar:	76
* Mantenimiento:	48
* Otros:	3

Como puede observarse - y en coincidencia con lo enunciado al comienzo del análisis- predominan con marcada intensidad los requerimientos de capacitación y formación referidos a las áreas de *recepción / conserjería* y de *gobernanta / mucamas*.

1.6.3 Veamos ahora cómo se comportan los valores indicados al referirlos a cada una de las localidades relevadas y en relación con las diferentes áreas o sectores de servicio de los establecimientos de Alojamiento.

Lo mencionado se expresa gráficamente en el cuadro indicado en la página siguiente.

AREAS	NQN	RWS-REL	RGL	RSA	USH	VDM	SMA	TOTAL P/AREAS
DIRECCION GERENCIA	12	6	5	10	4	3	34	74
ADM. / FINANZAS	7	7	1	9	6	1	29	60
RRHH / PERSONAL	2				3		24	29
PROMOCION MARKETING	5	3	10	8	3	2	66	97
RELACIONES PUBLICAS	1	1		4	2		41	49
RECEPCION CONSERJERIA	51	14	17	31	30	18	56	217
VENTAS RESERVAS	16		3	10	9	2	43	83
RECREACION	1				1		12	14
GOBERNANTA MUCAMA	52	19	11	47	29	10	94	262
LAVANDERIA	7			2			7	16
ALIMENTOS BEBIDAS	4	3		1	4		16	28
COCINA	14	4		8	18	5	20	69
PASTELERIA	2							2
RESTAURANT BAR	12	9	1	11	22	3	18	76
MANTENIMIENTO	4	1	1	1	15		26	48
OTROS		3						3
TOTAL SOLICITUDES P/ LOCALIDAD	190	70	49	142	146	44	488	1.127

1.6.4 En cuanto a la *Metodología de la Capacitación* según las alternativas pedagógicas planteadas, el 92.1% de los contestantes ha pronunciado su preferencia por recibir la capacitación con la metodología de trainings o seminarios.

1.6.5 Respecto del *Desarrollo de la Capacitación* conforme las modalidades cronológicas que pudieren aplicarse, el conjunto de las respuestas expresa lo siguiente.

- * Por un desarrollo intensivo, a tiempo completo: 36.5%
- * Por un desarrollo progresivo, a tiempo parcial: 59.5%
- * Sin definirse: 4.0%.

1.6.6 En lo concerniente a los *Períodos Considerados Optimos para recibir la capacitación*, los responsables de los establecimientos expresaron sus preferencias, principalmente, en función a la estacionalidad de los mismos, buscándose -obviamente- la utilización de los períodos de menor ocupación.

Dicha estacionalidad, a su vez, presenta variantes según las diferentes localidades, pues en éstas suelen predominar ciertas actividades turísticas fuertemente vinculadas al lugar donde las mismas se desarrollan.

Sin perjuicio de ello, si se considera una estacionalidad homogénea para todas las localidades, se observa que la misma estaría comprendida, en lo general, entre los meses de abril / junio y septiembre / noviembre.

- 1.6.7 Con referencia al *Nivel de Informatización* que poseen los establecimientos de alojamiento correspondientes al conjunto de las localidades relevadas, se advierte que un 45.0% de aquellos tienen incorporada tecnología informática para el tratamiento de la información y el desarrollo de los procesos de gestión, utilizando sistemas computarizados aplicados a diferentes áreas y servicios.

Al respecto, se observa que la afectación de la informática sobre los diferentes sectores, áreas y servicios correspondientes al conjunto de establecimientos de alojamiento relevados, se distribuye con relación a aquellos -porcentualmente- del siguiente modo.

* Reservas:	50.7%
* Ventas:	41.8%
* Marketing:	29.9%
* Relaciones Públicas:	11.9%
* Administrac. / Contaduría:	58.2%
* Gerencia:	26.9%
* Alimentos y Bebidas:	17.9%
* Telefonía:	61.2%
* Recepción / Conserjería:	3.0%
* Eventos:	1.5%

- 1.6.8 En cuanto al *Nivel de Capacitación de los responsables de las diferentes áreas* que integran los servicios prestados en los establecimientos, se nota una mayoría de recursos humanos cuya capacitación se basa en la experiencia equivalente que poseen, respecto de la labor que desempeñan.

- 1.6.9 En materia de *Proyectos* a ser encarados durante el próximo bienio, se advierte una tendencia favorable hacia el desarrollo de inversiones vinculadas con obras de construcción y

equipamiento dirigidas a incrementar servicios y la consecuente prestación de los mismos.

Así, respecto del crecimiento en cantidad de habitaciones se observa una cantidad del orden de los 256 cuartos, cifra ésta que se distribuye en un 56.6% para el año en curso y un 43.4% para el siguiente.

Asimismo, de dicha cantidad total de habitaciones a aumentar (256) le corresponde a la ciudad de San Martín de los Andes el mayor porcentaje, llegando al 50.0%; siguiéndole la ciudad de Neuquén con el 32.42%.

El incremento proyectado en habitaciones referido a los establecimientos relevados -según las localidades y expresado en cantidad y porcentaje- se refleja en el cuadro siguiente.

AUMENTO DE HABITACIONES PROYECTADO

	AÑO 1998	AÑO 1999	TOTAL
BASE TOTAL RESPUESTAS	145 56.6%	111 43.4%	256 100.0%
NEUQUEN	35 42.2%	48 57.8%	83 100.0%
RAWSON-TRELEW	15 50.0%	15 50.0%	30 100.0%
RIO GALLEGOS			
SANTA ROSA			
USHUAIA		6 100.0%	6 100.0%
VIEDMA	9 100.0%		9 100.0%
SAN MARTIN DE LOS ANDES	86 67.2%	42 32.8%	128 100.0%

En este sentido, se asocia igualmente la realización de los proyectos indicados con el aumento de recursos humanos que aquellos habrán de demandar, estableciéndose al efecto que según la labor de investigación realizada en esta materia, las previsiones de crecimiento de personal es del orden de las 101 personas, cifra sobre la cual las ciudades indicadas precedentemente y en su orden de prelación, mantienen los mayores porcentajes.

2. AGENCIAS DE TURISMO.

El conjunto de agencias de turismo relevadas (63) en las ciudades analizadas, permite extraer la siguiente información.

- 2.1 Respecto de la *Modalidad Comercial* de las agencias de turismo correspondientes a la muestra extraída en las localidades relevadas, se observa que un 87.3% posee la calidad de Empresas de Viajes y Turismo -EVT-; un 11.1% tienen el carácter de Agencias de Viajes -AV-; y un 1.6% son Agencias de Venta de Pasajes -AVP-.
- 2.2 En cuanto al *Tipo de Actividad* que desarrollan, son receptoras el 25.4%; son emisoras el 38.1%; mientras que un 36.5% realizan ambas actividades.
- 2.3 Con referencia al *Ambito de Actuación* en el se desenvuelven las agencias de turismo, cabe inicialmente señalar que las mismas, en la casi totalidad de los casos, se desempeñan simultáneamente en diferentes ámbitos de actuación, sobre los cuales alcanzan predominio el nacional con un 85.7%; el internacional con un 82.5%; siguiéndoles luego el provincial con un 33.3%.
- 2.4 En lo referente a los *Mercados Atendidos* por las agencias de turismo, señalase que del total de las mismas la mayoría de ellas coinciden en la atención del rubro vacaciones, alcanzando éste un porcentaje del 95.2%; siguiendo el de negocios con un 50.8% y el estudiantil con un 44.4%; luego el mercado del turismo de aventura con un 42.9% y el correspondiente al turismo de convenciones con un 38.1%; al igual que el de ecoturismo con un 38.1%; para continuar con el de deportes con un 23.8%.
- 2.5 Respecto del *Personal ocupado*, de la muestra total extraída surge que el personal permanente que se desempeña en las agencias de turismo es del orden del 75.7%; correspondiéndole el 18.0% a quienes se desenvuelven temporariamente pero con habitualidad; y, finalmente, el 6.3% a aquellos que lo hacen sin siquiera habitualidad.

Al igual que con el servicio del alojamiento, a efectos de la determinación de las necesidades de capacitación, sólo se considera al personal comprendido en las dos primeras variables.

Asimismo, señalase que dentro del concepto de personal ocupado no fueron incluidos los guías o tour conductores, cuando éstos se desempeñan bajo la modalidad de "free lance", pues el haberlos

considerado hubiera alterado los parámetros de la muestra, por cuanto por lo general éstos suelen trabajar en más de una agencia, con lo cual una misma persona hubiese sido contabilizada con repetitividad.

Conforme lo señalado precedentemente y de acuerdo a la muestra extraída, el conjunto de recursos humanos que se desempeña en las agencias de turismo en sus diferentes sectores y niveles, según las localidades relevadas, es del orden de las 350 personas.

Dicha cantidad, desagregada según las ciudades relevadas y el tipo de personal ocupado, se representa gráficamente -cuantitativa y porcentualmente- en el cuadro siguiente.

	PERSONAL PERMANENTE	PERS. TEMPOR. C/ HABITUALIDAD	PERS. TEMPOR. S/ HABITUALIDAD	TOTAL
BASE TOTAL RESPUESTAS	265 75.7%	63 18.0%	22 6.3%	350 100.0%
NEUQUEN	53 100.0%			53 100.0%
RAWSON- TRELEW	44 71.0%	9 14.5%	9 14.5%	62 100.0%
RIO GALLEGOS	32 97.0%	1 3.0%		33 100.0%
SANTA ROSA	28 100.0%			28 100.0%
USHUAIA	51 61.4%	32 38.6%		83 100.0%
VIEDMA	17 100.0%			17 100.0%
SAN MARTIN DE LOS ANDES	40 54.1%	21 28.4%	13 17.6%	74 100.0%

- 2.6 En cuanto a las *Necesidades de Capacitación* expresadas por los contestantes, puede observarse un marcado interés por parte de las agencias de turismo en recibir insumos de formación y actualización; situación ésta que expresada porcentualmente respecto del total de la base contestante, determina -según ya se expresara- un 95.2% que responde afirmativamente sobre su necesidad de incorporar

capacitación para el personal de la agencia, en las diferentes áreas de la misma en las cuales se desempeña.

Prueba elocuente de ello, lo constituye el hecho que surge al considerar el valor total de capacitaciones solicitadas proveniente de la muestra global, suma que asciende a la cantidad de 541; la cual relacionada con el universo del personal permanente y habitualmente ocupado (328), arroja como resultado que las capacitaciones requeridas alcanzan un 165% respecto de las personas empleadas.

2.6.1 Del total de capacitaciones solicitadas (541) correspondiente a la muestra representativa realizada sobre el conjunto de agencias de turismo de las localidades relevadas, respecto de éstas individualmente surge lo siguiente:

<input type="checkbox"/>	Neuquén:	87	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/>	Rawson-Trelew:	38	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/>	Rio Gallegos:	88	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/>	Santa Rosa:	79	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/>	Ushuaia:	107	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/>	Viedma:	46	capacitaciones solicitadas.
<input type="checkbox"/>	S. M. de los Andes:	96	capacitaciones solicitadas.

2.6.2 Asimismo, con referencia al citado total (541) de las capacitaciones solicitadas por las agencias de turismo respecto de áreas y sectores a ser abordados por las acciones de formación, dichas solicitudes de capacitación se desagregan según las siguientes cantidades.

*	Dirección / Gerencia:	44
*	Administración:	33
*	Marketing:	117
*	Ventas / Reservas:	128
*	Operaciones:	58
*	Informática / computación:	134
*	Otras áreas o sectores:	27

Tal como puede advertirse, las áreas donde se destacan más significativamente las necesidades de capacitación, corresponden a los contenidos referidos con los sectores de *informática / computación*; *ventas / reservas*; y *marketing*, situación ésta ya enunciada al comienzo.

2.6.3 Ahora bien, veamos cómo se comportan estos valores al referirlos a cada una de las localidades relevadas hasta el presente y en relación con las diferentes áreas o sectores de las agencias de turismo.

Dicha información se refleja en el cuadro expresado a continuación.

AREAS	NQN	RWS-REL	RGL	RSA	USH	VDM	SMA	TOTALES POR AREAS
DIRECCION GERENCIA	5	3	13	3	9	3	8	44
ADMINISTRACION	9	3	7	2	5	3	4	33
MARKETING	11	7	21	28	25	9	16	117
VENTAS RESERVAS	26	8	20	19	20	8	27	128
OPERACIONES	7	7	5	8	14	7	10	58
INFORMATICA COMPUTACION	29	10	22	19	20	14	20	134
OTROS					14	2	11	27
TOTAL SOLICITUDES P/ LOCALIDAD	87	38	88	79	107	48	96	541

2.6.4 Respecto de la *Metodología de la Capacitación* según las alternativas pedagógicas planteadas, el 98.3% de los contestantes expresó su preferencia por la capacitación bajo la forma de trainings o seminarios.

2.6.5 En cuanto al *Desarrollo de la Capacitación* conforme las modalidades cronológicas que pudieren aplicarse, el conjunto de las respuestas expresa lo siguiente.

- * Por un desarrollo intensivo, a tiempo completo: 61.7%
- * Por un desarrollo progresivo, a tiempo parcial: 36.7%
- * No sabe, no contesta: 1.6%

2.6.6 Con referencia a los *Períodos Considerados Optimos para recibir la capacitación*, los informantes expresaron sus preferencias, principalmente, en función del tipo de sus actividades, buscándose -obviamente- la utilización de los períodos de menor actividad.

Si bien el tipo de actividad que desempeñan las agencias de turismo -receptivas / emisivas- suele predeterminar una diferente afectación temporal a las tareas que realizan, no resultando por ende coincidentes sus disponibilidades de tiempo para afectarlo a tareas de capacitación y aprendizaje; en términos generales, las épocas del año con mejores perspectivas son las que se encuentran comprendidas entre los meses de abril, mayo, junio / septiembre, octubre.

- 2.6.7 En lo concerniente al *Nivel de Informatización* de las agencias de turismo correspondientes a las localidades relevadas, se observa que un 85.7% de las mismas tienen incorporada tecnología informática para el desarrollo de sus procesos operativos y de gestión, utilizando sistemas computarizados aplicados a diferentes áreas y sectores.

Al respecto, se observa que la afectación de la informática sobre los diferentes sectores, áreas y servicios correspondientes al conjunto de agencias de turismo de las ciudades relevadas, se distribuye -porcentualmente- del siguiente modo.

* Reservas:	96.3%
* Ventas:	66.7%
* Operaciones:	44.4%
* Administración:	61.1%
* Marketing:	22.2%
* Gerencia:	24.1%

- 2.6.8 Respecto del *Nivel de Capacitación de los responsables de las diferentes áreas* operativas y de servicios de las agencias de turismo, se observa que las mismas cumplen con el requerimiento de la inclusión del idóneo, notándose a la vez la presencia de profesionales del sector en el desempeño de las tareas con nivel de decisión, operativas y de gestión.

Del total de personas permanente y habitualmente ocupadas en las agencias de turismo de las ciudades relevadas, se observa que la presencia de profesionales -de grado universitario y terciario- en el desempeño de tareas en las mismas, representa globalmente un porcentaje del orden del 11.0%.

- 2.6.9 Conforme las expectativas referidas a la realización de determinados proyectos a ser encarados por diferentes

agencias de turismo durante el presente bienio, los mismos producirían -según se extrae de la muestra correspondiente a las ciudades relevadas- un incremento en recursos humanos del orden del 12.5%, respecto del conjunto de personas que actualmente se desempeñan.

La información producida posibilita el conocimiento del estado de situación en materia de capacitación de los recursos humanos que se desempeñan en la prestación de servicios turísticos en la Región de la Patagonia; estableciéndose, asimismo, el conjunto de necesidades de los prestadores de servicios turísticos en materia de formación profesional -en sus diferentes grados y niveles- respecto de quienes actualmente trabajan en la prestación de los servicios de Alojamiento y Agencias de Turismo, correspondientes a las ciudades relevadas.

CAPITULO III

LA OFERTA DE CAPACITACION

El turismo, como una actividad sectorial vinculada a los servicios, debe atender con especial énfasis a la capacitación, adiestramiento y perfeccionamiento de los recursos humanos afectados a aquella, procurando así optimar la prestación de los aludidos servicios, merced al suministro y actualización de conceptos, técnicas y metodologías operativas aplicables a los mismos.

Para el aspecto que nos ocupa, este concepto alcanza plena vigencia si lo asociamos a la modalidad del turismo receptivo desarrollada en la Región Patagónica y, además, respecto de los objetivos de éste dirigidos a satisfacer las exigencias de la calidad total, con relación a los servicios turísticos que en aquella se prestan.

Ahora bien, el cumplimiento de dichos objetivos determina -por constituir la consecuente contrapartida de los requerimientos de capacitación- la necesidad de conocer el panorama de la oferta regional existente en materia de formación profesional.

En este sentido, se prioriza al conjunto de instituciones de formación existentes en la Región, habida cuenta la conveniencia de generar el mayor aprovechamiento de la capacidad instalada de dichas entidades educativas, en cuanto a la identificación de sus propuestas académicas con las necesidades de capacitación.

Para atender los requerimientos de capacitación de la Patagonia, existen en dicha Región establecimientos de formación con distintos niveles y propuestas educativas.

1. Nivel Universitario.

- 1.1 La Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, a través de su Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, atiende la problemática de la formación turística mediante el dictado de las carreras de:

Licenciado en Turismo con una duración de cinco años, otorgando el título de Licenciado en Turismo y dictada en la ciudad de Ushuaia;

Técnico en Turismo con una duración de tres años, expidiendo el título de Técnico en Turismo con habilitación para el desempeño como Guía turístico, dictada en la sede de la ciudad de Ushuaia;

Guía de Turismo con una duración de dos años, otorgando el título de igual denominación, siendo dictada en la sede de la ciudad de Comodoro Rivadavia.

Asimismo, merced a la organización de la Secretaría de Extensión Universitaria de dicha Casa de Estudios en esta última ciudad, son desarrolladas en forma no permanente pero con habitualidad acciones educativas, a través del dictado de cursos o actividades similares sobre diferentes temas y especializaciones en turismo y sus servicios.

En términos generales, la temática abordada en estos casos se ha venido orientando -entre otros- hacia el tratamiento de aspectos vinculados con el servicio del alojamiento, en cuanto a su organización y prestación.

Además, en la sede de la ciudad de Ushuaia se ofrece el dictado de Seminarios de Especialización sobre diferentes temas vinculados con el sector.

1.2 La Universidad Nacional del Comahue, a través de la Facultad de Turismo, desarrolla su propuesta académica dictando las carreras de:

Licenciado en Turismo con una duración de cinco años y expidiendo el título de Licenciado en Turismo;

Guía Universitario de Turismo con una duración de dos años, otorgando el título homónimo, estando dirigida a satisfacer la demanda de formación de profesionales de niveles operativos.

Esta última carrera se dicta en el Asentamiento Universitario San Martín de los Andes -A.U.S.M.A.-, conforme el Plan Ord. 0240/91 y Mod. Ord. 0214/95.

Además, dentro de la modalidad a distancia / semipresencial, con sede en la ciudad de San Carlos de Bariloche, se dicta la carrera de Técnico en Gestión Hotelera de tres años de duración, orientada principalmente a dar respuesta a las necesidades de capacitación turística de la zona de los lagos abarcada, en particular, por las Provincias de Río Negro y el Neuquén.

A modo de antecedente puede citarse, igualmente, la labor desarrollada por esta Universidad en el ámbito regional, mediante el dictado de cursos de capacitación realizados en diferentes localidades y cuyos destinatarios han sido los recursos humanos provenientes de los sectores público y privado del turismo.

Ambas instituciones académicas han venido preocupándose por ampliar y diversificar su oferta educativa, con el objeto de orientar las acciones de capacitación hacia el campo específico de la *gestión* y ésta en su relación con los procesos de expansión y reconversión, buscándose con ello tender a favorecer los planes, programas y proyectos de desarrollo socioeconómico provinciales.

2. Nivel Terciario no universitario.

Existen en la Región establecimientos de formación que imparten enseñanza turística ofreciendo diferentes alternativas académicas según grados, niveles y orientaciones.

Así, nos encontramos inicialmente con las siguientes instituciones.

2.1 El Centro de Estudios Trelew en la Provincia del Chubut, entidad privada que dicta las carreras de Técnico en Turismo con una duración de tres años, otorgando el título de Técnico Superior en Turismo; y la de Guía de Turismo con una duración de un año, expidiendo el título de Guía de Turismo Provincial.

2.2 El Instituto Salesiano de Estudios Superiores en la ciudad de Rio Gallegos de la Provincia de Santa Cruz, entidad privada que ofrece las carreras de Técnico en Gestión Turística y de Técnico en Gestión Hotelera, ambas de tres años de duración, confiriendo el título de igual denominación.

Además esta entidad ofrece la carrera de Guía en Turismo con una duración de dos años.

2.3 El Instituto Primo Capraro, en la ciudad de San Carlos de Bariloche, incorporado a la enseñanza oficial, dicta las carreras de Técnico Superior en Turismo de tres años de duración y la de Guía de Turismo, con especialización en la región andino patagónica Argentino-Chilena.

- 2.4 El Instituto Privado del Sur en la ciudad de Viedma, en el cual se dictan las carreras de Técnico Superior en Turismo y la de Técnico Superior en Administración Hotelera.
 - 2.5 El Centro Universitario Regional Zona Atlántica -C.U.R.Z.A.-, dependiente de la Universidad Nacional del Comahue, donde se dicta la Carrera de Guía Universitario de Turismo con la modalidad a distancia.
3. Nivel de Formación Profesional y Capacitación Laboral.

En este nivel de capacitación, nos encontramos con la Escuela Municipal de Aprendizaje Laboral -EMAL- de la ciudad de Trelew, convertida en Centro de Capacitación Laboral, donde se dicta, entre otras, la carrera de Auxiliar Polivalente en Hotelería, otorgando el título de acreditación del oficio.

4. Nivel Medio.

En este segmento, existen en la Región un conjunto de establecimientos que determinan la orientación en turismo dentro de los títulos que otorgan.

- 4.1 Escuela Provincial N° 730 del Ministerio de Cultura y Educación de la Provincia del Chubut, en la ciudad de Rawson, que otorga el título de Bachiller con Orientación Turística.
- 4.2 La Escuela Provincial N° 728 del Ministerio de Cultura y Educación de la Provincia del Chubut, en la ciudad de Puerto Madryn, que otorga el título de Bachiller con Orientación Turística.
- 4.3 La Fundación de Altos Estudios para la Nueva Argentina -FAENA- en la ciudad de Neuquén, que otorga el título de Técnico en Administración Hotelera con una duración de dos años.
- 4.4 El Centro Provincial de Enseñanza Media -C.P.D.M.- N° 17 de la localidad de Aluminé que expide el título de Guía de Turismo del Parque Nacional Nahuel Huapi, con una duración de dos años.
- 4.5 El Centro Provincial de Enseñanza Media -C.P.D.M.- N° 14 de la localidad de Villa la Angostura, que otorga el título de Bachiller con orientación en Hotelería, Gastronomía y Turismo.
- 4.6 El Centro Provincial de Enseñanza Media -C.P.D.M.- N° 41 de la ciudad de Neuquén, que expide el título de Bachiller con orientación Ecológica.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES

El conjunto de antecedentes reunidos mediante la tarea de investigación realizada en base a la muestra representativa extraída, determina con alto grado de certeza la casi unánime expresión del universo de prestadores de servicios turísticos de la Región, en cuanto a su interés y necesidad de obtener -para quienes se desempeñan- una capacitación expresamente dirigida a la *gestión* que les cabe; en relación a las funciones específicas que cumplen desde sus correspondientes puestos de trabajo y respecto de la aplicación directa de los conocimientos adquiridos.

La realidad cotidiana corrobora la demanda expresada, habida cuenta de los actuales requerimientos del mercado en general y de quienes reciben servicios turísticos en particular, junto con las diferentes modalidades y formas que dichos servicios presentan; todo ello, a su vez, en relación con las exigencias de competitividad que el sector impone.

De acuerdo con dicha demanda, la oferta de capacitación debe ser dinámica, flexible, descentralizada, selectiva y acotada en el tiempo conforme la estacionalidad, todo ello tal como surge de los resultados e información aportados en el presente Documento.

Lo expresado -claro está- no debe ser tomado en forma excluyente ni con criterio taxativo, pues si bien la *gestión* puede predeterminar una mayor asociación con los niveles básico y medio de la educación, ello en nada debe restringir el ámbito de acción de la formación profesional, la cual debe ser conjugada en el universo de la capacitación para el liderazgo intelectual y el pensamiento innovador, que permita la formulación, el análisis y el impulso de políticas requeridas por el sector turístico, tendientes a sustentar su inexcusable condición de impulsor del desarrollo.

Si bien el contenido y naturaleza del presente Informe constituye de por sí una conclusión integral, que admite considerarla tanto desde lo general como respecto de lo particular, resulta del caso igualmente destacar que la universalidad; grado de sustantividad, individualización, especificidad; y demás elementos y precisiones tenidos en cuenta y desarrollados merced al tratamiento metodológico de la información extraída, permite establecer un expresivo marco de referencia de la realidad turística Regional, en cuanto al estado de situación de los recursos humanos afectados a la prestación de servicios turísticos desarrollados en los establecimientos de Alojamiento turístico y Agencias de Turismo; y sus necesidades

de capacitación, formación y actualización de conocimientos y contenidos, según el conjunto de las diferentes variables de análisis previstas.

El conjunto de necesidades de capacitación detectadas y presentadas en el Documento Base elaborado al efecto respecto de los alcances, niveles, grados, contenidos, extensión y modalidades de aquellas, merecieron su análisis y discusión en el seno de los diferentes Talleres de Trabajo constituidos en el marco del Seminario realizado, los cuales -tomando en cuenta las peculiaridades de cada Corredor Turístico Patagónico- elaboraron conclusiones y propuestas referidas a las aludidas necesidades de formación, enriqueciendo y optimizando con ello los contenidos planteados en el citado Documento.

En este sentido, los diferentes Corredores expresaron los siguientes enunciados.

1. Corredor del Gran Valle de la Patagonia.

Ante los diversos inconvenientes y carencias detectados en la prestación de los servicios turísticos, se analizaron las desventajas y ventajas emergentes; considerándose respecto de las primeras, lo siguiente:

- Falta de recursos humanos capacitados en agencias de turismo;
- carencia de programas de capacitación económicamente accesibles;
- falta de inversión en cursos de capacitación;
- falta de concientización empresaria sobre la necesidad de capacitar al personal; y
- ausencia de becas.

En cuanto a las segundas, se advierte:

- Una paulatina toma de conciencia de la problemática, orientada a la adaptación al cambio;
- iniciativa del sector privado y público para la organización de encuentros y eventos.

En virtud de lo descripto, las propuestas elaboradas corresponden a:

- Incorporar capacitación productiva como actividad permanente destinada al proceso de integración económica, buscando el perfeccionamiento y asesoramiento adecuado, junto al compromiso de actualización constante.

- Revalorización de la gastronomía regional, mediante la creación de una escuela de alcance regional.
- Regulación del sistema de pasantías.
- Promover y dar a conocer la importancia de la calidad del servicio y la capacitación.
- Promover el apoyo empresarial, de universidades y el Estado, para crear un Sistema de Becas que permita la capacitación de manera permanente.
- Estimular las inversiones privadas relacionadas con la formación y capacitación del sector.

2. Corredor de los Lagos.

Igual que en el anterior, fueron identificadas fortalezas y debilidades en materia de Capacitación Turística, produciéndose asimismo un conjunto de conclusiones y propuestas.

En cuanto a las fortalezas identificadas, las mismas corresponden a:

- Predisposición favorable y apoyo de los municipios turísticos, contándose asimismo -en la generalidad de éstos- con personal capacitado;
- apoyo de los organismos oficiales de turismo de los ámbitos provincial y nacional;
- interés manifiesto del sector privado turístico por participar y compartir acciones de capacitación con el sector público;
- existencia de asociaciones intermedias que nuclean a la actividad privada vinculada con el sector turístico;
- existencia generalizada de una oferta turística consolidada de servicios de alojamiento y gastronómicos;
- conocimiento de las necesidades concretas de capacitación en la Región determinadas por modalidad de servicios e, igualmente, de la oferta global de establecimientos y programas de capacitación; merced al Informe Base coordinado y desarrollado por el CFI, con el apoyo de las Provincias patagónicas;

- el Corredor puede dar homogeneidad a la capacitación turística, existiendo oferta de capacitación tanto a nivel público como privado;
- necesidades similares de capacitación y existencia de equipamiento e infraestructura edilicia para realizar cursos de capacitación.

Las debilidades quedaron expresadas en las siguientes:

- Muchos esfuerzos dispersos en materia de capacitación; notándose la inexistencia de un criterio unificador;
- falta de un Organismo del Corredor que coordine específicamente la capacitación; advirtiéndose asimismo el no funcionamiento de los canales de comunicación a nivel intermedio;
- existencia de personal técnico capacitado con escasos conocimientos en aspectos pedagógicos;
- falta de conocimiento de Programas Nacionales que capaciten en turismo;
- falta de concientización sobre recursos económicos existentes para capacitación;
- carencia de conciencia en materia de calidad en la atención en turismo;
- inexistencia de un Plan Estratégico de Capacitación Turística, planteado a largo plazo.

En razón a lo aludido precedentemente, las conclusiones y propuestas del Corredor fueron las siguientes:

- Diseñar un Programa de Capacitación articulando las necesidades del Corredor y las específicas de cada localidad, aunando los esfuerzos de los sectores público y privado;
- propiciar en cada localidad un establecimiento educativo de nivel medio con orientación turística;
- introducir en los programas educativos de las escuelas primarias, currículas que contemplen aspectos referentes a la concientización turística, cuyos contenidos sean evaluados y consensuados por todo el Corredor;

- en el corto plazo, implementar en las localidades integrantes del Corredor cursos de capacitación en conciencia turística y de introducción al fenómeno turístico y a la calidad en la atención;
- continuar con la capacitación en los niveles de gerenciamiento, específicamente en lo referente al "management" empresarial, técnicas de venta y comercialización e innovación tecnológica existentes en el sector;
- capacitación en los niveles operativos de las empresas que prestan servicios turísticos;
- comenzar a capacitar en técnicas de animación y recreación en los centros turísticos; y en la atención de congresos y convenciones para centros que desarrollen esta actividad;
- intensificar, a través de Programas de Interpretación y Difusión, el conocimiento y la conciencia eco-ambiental de las comunidades próximas a las Areas Protegidas.

3. El Corredor de las Playas, enunció las siguientes conclusiones:

- Diseñar un Plan de Capacitación / Concientización destinado a la población local y homogéneo en todo el Corredor, con intercambio de experiencias de otros destinos;
- gestionar la educación pública universitaria, prestigiando a su vez las carreras universitarias y terciarias en turismo;
- homologar las currículas en el ámbito nacional, adaptando las mismas a las nuevas tecnologías vigentes;
- incluir en la currícula de las escuelas primarias y secundarias contenidos referentes al sector turístico;
- integrar a las escuelas secundarias con orientación turística a la propuesta del INET de trayectos técnicos profesionales;
- extender la capacitación hacia la modalidad del alojamiento extrahotelero;

4. El Corredor Austral, formuló las siguientes consideraciones:
- Desarrollar una conciencia turística de la comunidad receptora a fin de crear una vocación de servicio, debiendo ello ejecutarse en diferentes etapas correspondientes a la educación desde sus primeros niveles y mediante la formación teórico-práctica impartida por los establecimientos educativos;
 - atender a la capacitación de los recursos humanos en función de los recursos naturales;
 - establecer acciones de capacitación para el personal de contacto.
5. Mientras que el Corredor Central, enunció la propuesta referida a que los cursos de capacitación para la actividad turística sean desarrollados a través de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, dada la existencia de su sede central en el ámbito del Corredor.

Como se advierte conforme todo lo expresado, la activa labor desarrollada ha permitido a la Región Patagónica proceder al exhaustivo análisis de la problemática correspondiente a la capacitación turística y su diagnóstico actualizado; desagregado -a su vez- en el espectro de las localidades que componen dicha Región, en función de los diferentes Corredores Turísticos que la integran.

Dr. EDUARDO J. GOLDENHÖRN
CONSULTOR
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES -CFI-
MAYO 14 DE 1998.

ANEXO I

NOMINA DE:

- **ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO Y AGENCIAS DE TURISMO RELEVADOS.**
- **PERSONAS ENCUESTADAS.**

1. CIUDAD DE NEUQUEN

1.1. Establecimientos de Alojamiento

<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Alcorta	Cristina Diaz	Gerente
Apolo	Susana Mantecon	Propietaria
Arrayan	Susana Biancucci	Gerente
Belgrano	Cristina Diaz	Propietaria
Casino	Natalio R. Eddi	Propietario
Charbel	José Seadi	Propietario
Cristal	Natalio R. Eddi	Socio-Gerente
Del Comahue	Damian Steckinger	Gerente
El Amucan	Elsa de Marbellini	Propietaria
Holiday Inn Express	Carlos Gatica	Gerente
Hostal del Caminante	Daniel Gonzalez	Director
Huemul	Rosa Monzo	Propietaria
Ideal	Rubén R. Bussalino	Gerente
Italia	Rosalba Failla	Socia
Nuevo Parque	Carlos Gschwend	Propietario
Royal	Osvaldo Ferreira	Socio-Gerente
Suizo	Yannet Palavecino	Socio-Gerente

1.2. Agencias de Turismo

Bogamed Viajes	Aldo Diaz	Socio-Gerente
Domuyo Viajes	Jorge Alvarez Funes	Propietario
Elida Martin	Elida Martin	Propietaria
Franja Tour	Jacobo Kochan	Propietario

<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Gustavo Vidart	Gustavo Vidart	Propietario
Las Bardas	Silvia Hargundeguy	Propietaria
Olano Viajes	Gabriel Mussari	Gerente
On The Rock's	Marcelo Farizzano	Socio-Gerente
Rahue Turismo	Carmen Sepulveda	Propietaria
Turismo del Comahue	Fabian Ortiz	Propietario

2. CIUDADES TRELEW-RAWSON

2.1 Establecimientos de Alojamiento

Centenario	Luis Alberto Lago	Gerente
Cheltum	Fortunato Serruya	Propietario
Galicia	Juan Castillo	Gerente
Libertador	Miguel Ramos	Propietario
Provincia	Claudio Manrique	Socio
Provincial	Walter E. March	Gerente
Rayentray	Walter E. March	Gerente
Rivadavia	Stella Maris Cerdón	Administradora
Touring Club	Luis Fernandez	Socio

2.2 Agencias de Turismo

Alcamar Travel	Jose P. March	Propietario
C. Patagonia Turismo	Betty Z. Adomat	Gerente
Carlos Di Fiore Tour & Travel	Veronica Amici	Ventas
Estrella del Sur Turismo	Daniela Valiña	Socio

<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Galatts Turismo	Georgina Velazquez	Ventas
Hector Molinari Viajes	Hector Molinari	Director
Nievemar Tours	Miguel A. Miranda	Socio-Gerente
Opciones Argentinas	Walter E. March	Gerente
Pilquen Tour	Sergio Schembari	Socio-Gerente
Punta Tombo Turismo	Romano Giallatini	Socio-Gerente
Sur Turismo	Alejandro Borboroglu	Presidente
Turismo Rawson	Hector Molinari	Propietario
Viluc Turismo	Jorge Marzullo	Socio

3. CIUDAD DE RIO GALLEGOS

3.1 Establecimientos de Alojamiento.

Ampuero	Matilde Gueicha	Propietaria
Comercio	Patricia Monsalve	Administrativa
Costa Rio	Marta S. de Costa	Propietaria
Covadonga	Victor Haro	Gerente
Croacia	Hugo Vargas	Asistente
Liporace	Julio Tanarro	Asistente
Nevada	Pedro Flores	Propietario
Oviedo	Omar Pereda	Propietario
Paris	Ibrahim Ganam	Gerente
Punta Arenas	Rubén Cardenas	Propietario
Santa Cruz	Nidia Baronio	Apoderada

3.2 Agencias de Turismo

<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Cygnus Travel	Licia Dragicevich	Asistente
Escalatur	Carolina Neil	Gerente
Helsingfords	Maria F. Concepción	Administrativa
Iceberg Turismo	Ida Jorgensen	Asistente
Mega Tours	Bettina Muñoz	Asistente
Nevis Turismo	Karina Gorchs	Propietaria
Pop Tour	Daniela Pereyra	Asistente
Terrke Potar	Fernando Padin	Asistente
Tur Aike Turismo	Lucrecia Virgilio	Propietaria

4. CIUDAD DE SAN MARTIN DE LOS ANDES

4.1 Establecimientos de Alojamiento

A.C.A. Cabañas	Arturo Arboit	Concesionario
Cabañas Andina	Norberto Schroh	Propietario
Cabañas Antihue	Lilia Roma	Propietaria
Cabañas Antuen	Maria I. Garcia	Propietaria
Cabañas Arco Iris	Hector Scagnetti	Gerente
Cabañas Bambi	Nieves Sandoval	Asistente
Cabañas Catalanas	Roser Roca y Aspero	Propietaria
Cabañas Claro del Bosque	Lucila M. Bossi	Propietaria
Cabañas de la Isla	Marta Methol	Administradora
Cabañas del Abuelo	Cristina Chatruc	Administradora
Cabañas Del Chapelco	Silvia Mele	Gerente
Cabañas del Encuentro	Silvia F. de Salerno	Propietaria

Nombre

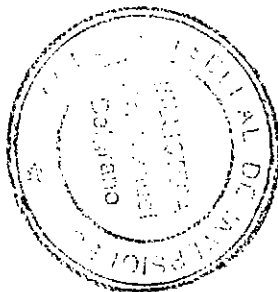
Cabañas Del Lacar
Cabañas del Lago
Cabañas del Oso Famoso
Cabañas Del Silencio
Cabañas El Montañes
Cabañas El Rincón
Cabañas Genesis
Cabañas Humo Azul
Cabañas La Bora
Cabañas Lago Lolog
Cabañas Las Marias
Cabañas Las Rosas
Cabañas Lelen
Cabañas Los Alamos
Cabañas Los Arroyos
Cabañas Lugar del Sol
Cabañas Luz de Luna
Cabañas Nahuel Veró
Cabañas Paihuen
Cabañas Robles del Sur
Cabañas Trabunche
Caupolican
Chapelco Ski
Club Aspen
Colonos del Sur
Crismalú
Cumelcan
Del Viejo Esquiador
Hostal del Esquiador

Entrevistado

Liliana Sander
Alejandra Arovena
Piera de Calvo
Rodrigo J. Arias
Maria C. Bixquert
Hugo Oneto
Ricardo Jesus
Raul Quiroga
Claudia Zumin
Roberto Arcagni
Francisco Sanchez
Daniel Mamone
Cristina F. de Robello
Enrique Loser
Mercedes Elizalde
Violeta Leslie
Pio Luppó
Susana A. de Renner
Oscar Taddeo
Viviana Santos
Ernesto Garcia
Maria Oronoz
Mariela Paletta
Anne Fikar
Clara B.de Herbon
Manuel Flores
Julio Ronderos
Maria S. Leotta
Pablo Bellini

Cargo

Administradora
Administrativa
Propietaria
Asistente
Propietaria
Administrador
Propietario
Propietario
Propietaria
Propietario
Propietario
Propietario
Propietario
Propietario
Propietaria
Propietario
Propietario
Propietario
Propietaria
Presidente
Propietaria
Propietario
Gerente
Administradora
Asistente
Propietaria
Administrador
Propietario
Gerente
Propietario



<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Hostal del Lago	Lino Geremias	Propietario
Hosteria Anay	Maria L. Teberna	Propietaria
Hosteria Cumelen	Elsa Solano	Socio-Gerente
Hosteria El Arbol Duende	Maria I. Amoyado	Asistente
Hosteria El Pinito	Susana Tagliavini	Asistente
Hosteria Hueney Ruca	Maria Etchebarne	Propietaria
Hosteria Las Lucamas	Benigno Sanchez	Propietario
Hosteria Nevada	Julio Vidal	Propietario
Hosteria Parque Los Andes	Claudia Rivas	Asistente
Hosteria Peumayen	Florencio Pedruelo	Gerente
Hosteria Tisu	Roberto Salafia	Propietario
I.S.S.N.	Miguel A. Laino	Gerente
La Casa de Eugenia	Maria E. Roca	Socia-Gerente
La Cheminée	Lynn Darling	Gerente
La Fontaine	Roberto Urselay	Gerente
La Masía	Santos Lazcano	Propietario
La Posta del Cazador	Roberto Bendersky	Propietario
La Raclette	Elsa Tagtachian	Asistente
Las Lengas	Claudia Navarro	Propietaria
Las Tablas	Erika Tagle	Asistente
Las Walquirias	Felipe Wettstein	Propietario
Le Chatelet	Adriana Walter	Propietaria
Le Village	Maria C. Di Grillo	Asistente
Patagonia Plaza	Esteban Riviere	Gerente
Residencial Los Pinos	Federico Rivero y Hornos	Propietario
Residencial Italia	Francisca Calabresi	Propietaria
Rincon de los Andes	Maria E. Morano	Jefa Operativa
Rosa de Los Viajes	Antonio Zampieri	Propietario
Rose Garden	Angel Dagnino	Propietario

<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Sol de Los Andes	Juan C. Benegas	Gerente
Tunqueley	Juan E. Carro	Propietario
Turismo	Alejandro Radzik	Propietario
Villa Piren	Jorge Vilches	Asistente
Villalago	Pierino D'Antonio	Propietario
Vista del Lago	Ana Maria Mayol	Propietaria

4.2 Agencias de Turismo

Badino Turismo	Kitty Petersen	Gerente
Chapelco Turismo	Silvio Massera	Propietario
El Claro	Maria F. Rodriguez	Propietaria
El Refugio	Eduardo Moreira	Propietario
Grupo 3 de Turismo	Magdalena Lundahl	Asistente
ICI Viajes	Jose L. Camoghi	Presidente
Lacar Nonthué	Marcelo Bonavento	Director
Ombú Travel	Sandra Signori	Asistente
Pehuena Turismo	Raul Quiroga	Propietario
Pucará Turismo	Julio Asmar	Propietario
Tiempo Patagonico	Guillermo Vacani	Propietario

5. CIUDAD DE SANTA ROSA

5.1 Establecimientos de Alojamiento

A.C.A. Motel	Jorge Baggio	Concesionario
Arias	Ricardo Arias	Propietario

<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Bungalows Motel	Eduardo Gambulli	Propietario
Calden Hotel	Jorge Liscovsky	Propietario
Calden Motel	Jorge Liscovsky	Propietario
Calden Residencial	Jorge Liscovsky	Propietario
Calfucurá	Laura Galluccio	Propietaria
Estancia Villaverde	Hugo Fernandez Zamponi	Propietario
La Campiña	Rubén Evangelista	Propietario
La Estancia	Hector Juarez	Propietario
Lihuel Calel	Sergio Vera	Gerente
Mitre	Ricardo Ivigia	Propietario
Residencial Casablanca	Fabrizio Giuliani	Propietario
Río Atuel	Oswaldo Vazquez	Propietario
Rucalen	Jorge Pracilio	Propietario
San Martín	Hugo Amse	Gerente
Santa Rosa	Elida de Gutierrez	Propietaria

5.2 Agencias de Turismo

Anakam Travel	Julio Ana	Propietario
Calden Turismo	Fabio Fleckenstein	Propietario
De Durana Viajes	Silvia Yaful	Socia
Mig 21 Turismo	Eduardo de La Iglesia	Gerente
Perrier Viajes	Paula Perrier	Propietaria
Swiss Travel	Luis Alonso	Propietario
Xedre Turismo	Carlos Collar Arceu	Propietario

6. CIUDAD DE USHUAIA

6.1 Establecimientos de Alojamiento

<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Albatros	Luis Di Giorgio	Asistente gerencia
America	Jorge Rodriguez	Propietario
Cabo de Hornos	Alberto Arguello	Director
Canal Beagle	Rubén Pereyra	Concesionario
Cesar Hostal	Fernando Uria	Propietario
Del Glaciar	Luis Di Giorgio	Asistente gerencia
Hospedaje Fernandez	Luis Fernandez	Propietario
Hostal del Bosque	Oscar Libossart	Gerente
Hostal Malvinas	Ada Muñoz	Propietaria
Las Hayas	Hector Rodriguez Zubieta	Propietario
Las Lengas	Roberto Melazzini	Gerente
Maiten	Jorge Abascal	Propietario
Tolkeyen	Oswaldo Guadarrama	Gerente

6.2 Agencias de Turismo

All Patagonia	Maria A. Mesas	Socia-Gerente
Antartur	Gustavo Giró	Director
Dama Turismo	Daniela Gonzalez	Socia-Gerente
Pretur	Mauricio Montanjero	Asistente
Rumbo Sur	Isabel S. de Brisighelli	Propietaria
Tecni-Austral	Silvina Bello	Gerente
Tiempo Libre	Mariana Mogavi	Gerente
Ultimo Confín	Constanza Viaña	Directora

<u>Nombre</u>	<u>Entrevistado</u>	<u>Cargo</u>
Yishka Turismo	Alejandro de la Rosa	Director

7. CIUDAD DE VIEDMA

7.1 Establecimientos de Alojamiento

Austral	Julián Rochet	Gerente
Comahue	Segundo Cofré	Administrador
Luis Eduardo	José L. Scaglia	Gerente
Nijar	Manuel Garcia	Gerente
Peumayen	Segundo Cofré	Administrador
Roca	Rolando Quaranta	Propietario

7.2 Agencias de Turismo

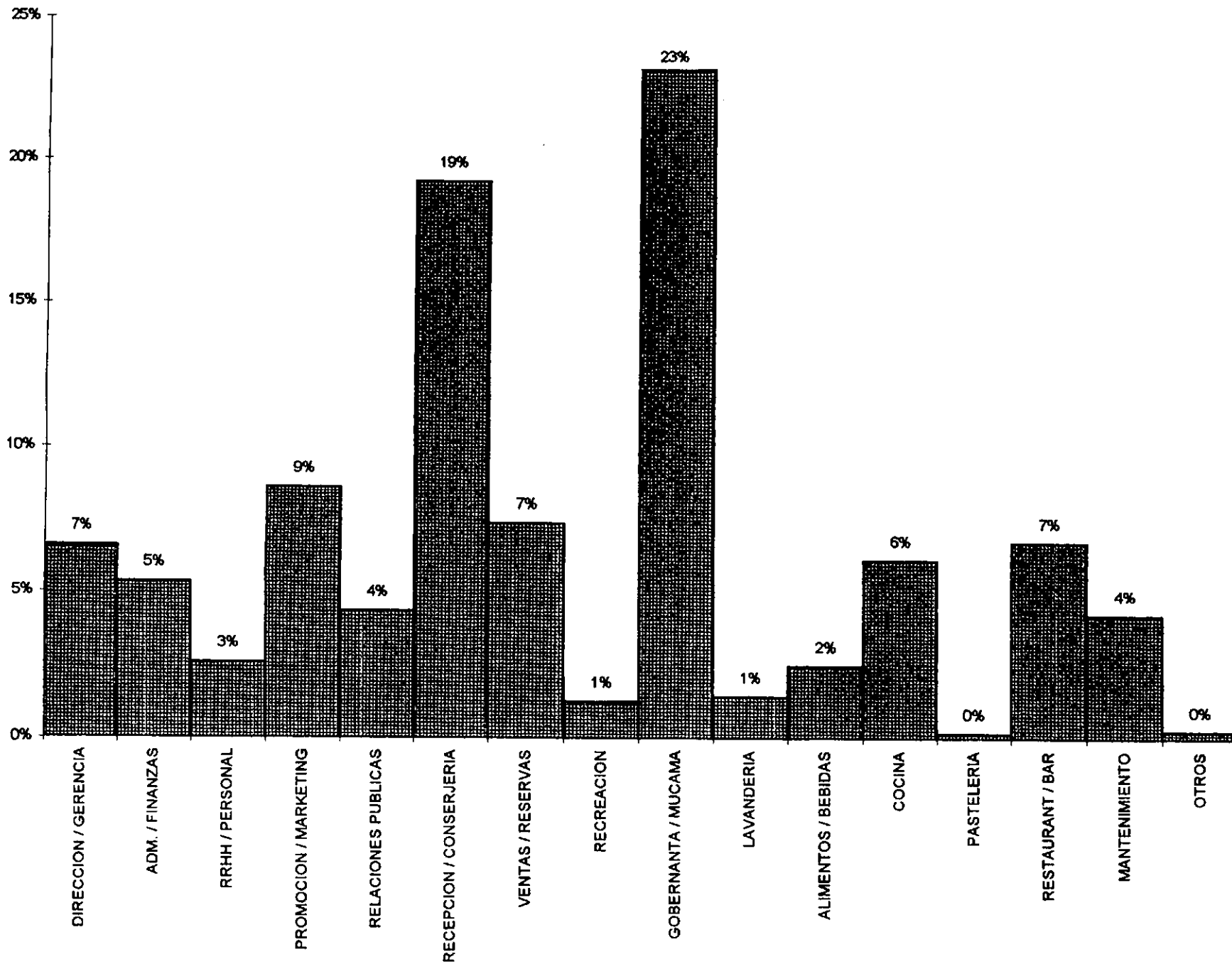
Antique Viajes	Jorge F. Pascual	Propietario
Endo Tour	Omar Ritter	Propietario
Tritón Turismo	Juan Garcia Belver	Propietario
Turismo Rio Negro	Doelia Morchio	Gerente

ANEXO II

- **CONJUNTO DE GRAFICOS Y CUADROS COMPLEMENTARIOS.**

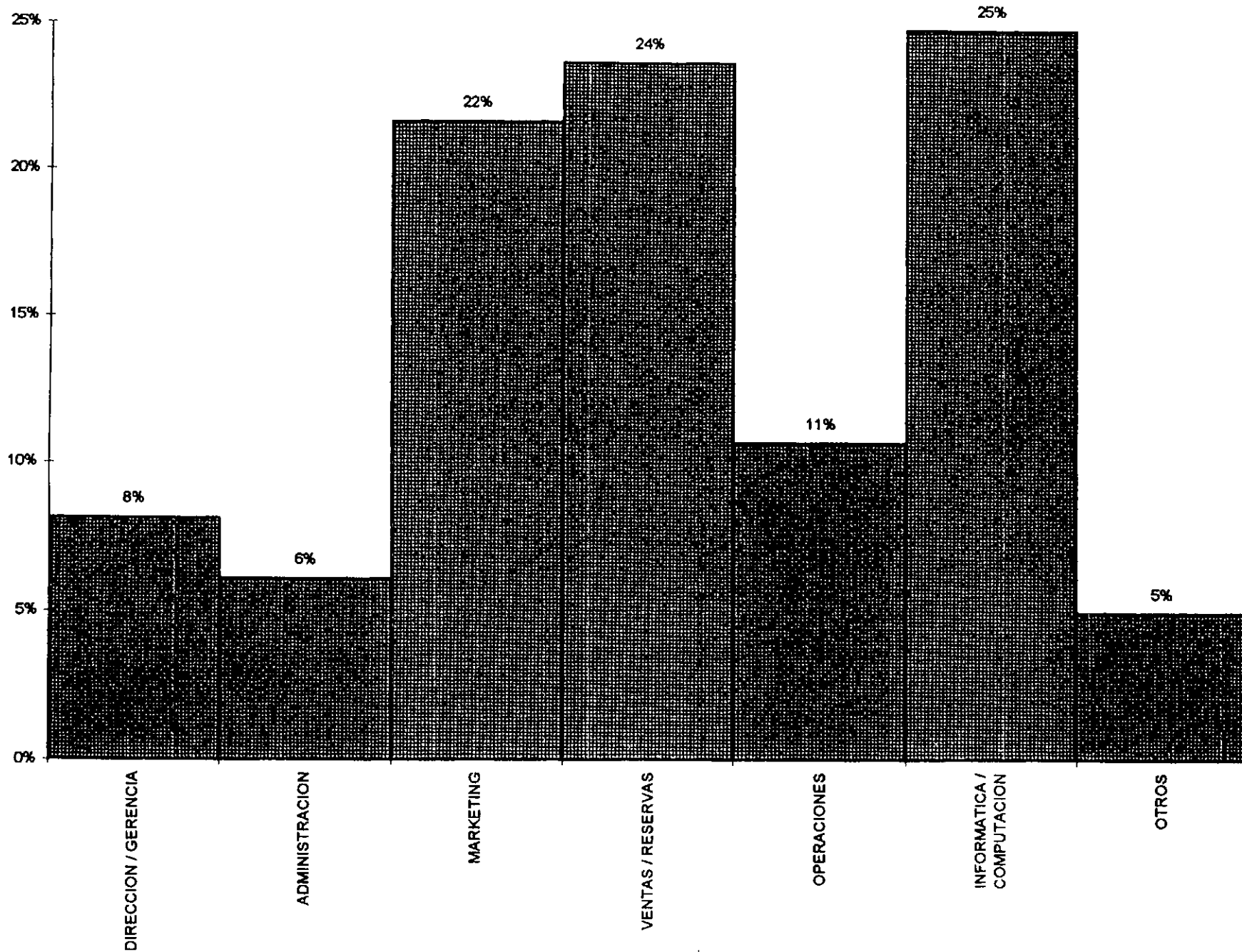
NECESIDADES DE CAPACITACION POR AREAS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

-EXPRESADAS EN PORCENTAJES-



NECESIDADES DE CAPACITACION POR AREAS DE LAS AGENCIAS DE TURISMO

-EXPRESADAS EN PORCENTAJES-



QUIEREN CAPACITARSE?

%	Si	No
Alojamiento	84.6	15.4
Agencia de Turismo	95.2	4.8

METODOLOGÍA QUE PREFIEREN PARA CAPACITARSE

%	Institución Académica	Training
Alojamiento	4.8	92.1
Agencia de Turismo	1.7	98.3

DEDICACION HORARIA QUE PREFIEREN PARA CAPACITARSE

%	Intensivo	Progresivo
Alojamiento	37.3	58.7
Agencia de Turismo	61.7	36.7

MESES PREFERIDOS PARA CAPACITARSE

%	May	Jun	Oct	Nov	Sep	Abr
Alojamientos	44	31	45	39	26	24

%	May	Jun	Ago	Sep	Abr	Oct	Nov	Jul
Agencias de Turismo	55	35	22	20	18	17	12	10

ESTÁ INFORMATIZADO?

%	Si	No
Alojamiento	45.0	55.0
Agencia de Turismo	85.7	14.3

MODO HABITUAL DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL

%	Permanente	Temporal Con Relación	Temporal sin Relación
Alojamiento	85.0	12.2	2.9
Agencia de Turismo	75.7	18.0	6.3

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS RELEVADOS

Columnas : SECTOR

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Alojamiento	Agencia de Turismo
Base Contestantes	212 100.0	149 70.3	63 29.7
NEUQUEN	27 100.0	17 63.0	10 37.0
RAWSON-TRELEW	22 100.0	9 40.9	13 59.1
RIO GALLEGOS	20 100.0	11 55.0	9 45.0
SANTA ROSA	24 100.0	17 70.8	7 29.2
USHUAIA	22 100.0	13 59.1	9 40.9
VIEDMA	10 100.0	6 60.0	4 40.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	87 100.0	76 87.4	11 12.6

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS POR TIPO

Filtro : Alojamiento

Filas : LOCALIDAD

	CANT. HABITACIONES			TIPO DE EXPLOTACION				CLASE								
	1 a 9	10 a 23	24 y +	Independiente	Integrada cadena	Familiar	NS-NC	Hotel	Motel	Cabañas	Residencial	Appart hotel	Hospedaje	Hostería	VAT	
Base Contestantes	149 100.0	61 34.2	49 32.9	49 32.9	95 63.8	16 10.1	38 25.5	1 0.7	66 44.3	3 2.0	33 22.1	13 8.7	4 2.7	1 0.7	26 16.8	4 2.7
NEUQUEN	17 100.0		6 35.3	11 64.7	14 82.4	2 11.8	1 5.9		13 76.5			3 17.6	1 5.9			
RAWSON-TRELEW	9 100.0		2 22.2	7 77.8	7 77.8	2 22.2			8 88.9			1 11.1				
RIO GALLEGOS	11 100.0	1 9.1	7 63.6	3 27.3	9 81.8	1 9.1	1 9.1		10 90.9				1 9.1			
SANTA ROSA	17 100.0	3 17.6	9 52.9	5 29.4	11 64.7	4 23.5	2 11.8		7 41.2	3 17.6		5 29.4			2 11.8	
USHUAIA	13 100.0	1 7.7	5 38.5	7 53.8	13 100.0				10 76.9				1 7.7	1 7.7	1 7.7	
VIEDMA	6 100.0	1 16.7	1 16.7	4 66.7	5 83.3	1 16.7			4 66.7			1 16.7			1 16.7	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	76 100.0	45 59.2	19 25.0	12 15.8	36 47.4	5 6.6	34 44.7	1 1.3	14 18.4		33 43.4	3 3.9	1 1.3		21 27.6	4 5.3

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS POR TIPO

Filtro : Alojamiento

Filas : LOCALIDAD

	CALIFICACION									FUNCIONA TODO EL AÑO	
	TOTAL	1 est	2 est	3 est	4 est	5 est	Cat A	Cat B	Sin Calif.	Si	No
Base Contestantes	149 100.0	30 20.1	38 25.5	40 26.8	8 5.4	2 1.3	4 2.7	1 0.7	37 24.8	139 93.3	10 6.7
NEUQUEN	17 100.0	5 29.4	4 23.5	3 17.6	2 11.8				4 23.5	17 100.0	
RAWSON-TRELEW	9 100.0	1 11.1	1 11.1	3 33.3	1 11.1				1 11.1	9 100.0	
RIO GALLEGOS	11 100.0	2 18.2	2 18.2	2 18.2			3 27.3	1 9.1	2 18.2	11 100.0	
SANTA ROSA	17 100.0	6 35.3	2 11.8	2 11.8	1 5.9				2 11.8	17 100.0	
USHUAIA	13 100.0	3 23.1	1 7.7	4 30.8	2 15.4	1 7.7	1 7.7		1 7.7	12 92.3	1 7.7
VIDMA	6 100.0	1 16.7	2 33.3	1 16.7	1 16.7				1 16.7	6 100.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	76 100.0	12 15.8	28 34.2	26 32.9	1 1.3	1 1.3			26 34.2	67 88.2	9 11.8

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS POR TIPO

Filtro : Agencias de Turismo

Filas : LOCALIDAD

	PERSONAL PERMANENTE			MODALIDAD COMERCIAL			TIPO DE ACTIVIDAD			
	TOTAL	1 a 2	3 a 5	6 y +	EVT	AV	AVP	Turismo Receptivo	Turismo Emisivo	Ambos
Base Contestantes	63 100.0	37 58.7	21 33.3	5 7.9	55 87.3	7 11.1	1 1.6	16 25.4	24 38.1	23 36.5
NEUQUEN	10 100.0	7 70.0	2 20.0	1 10.0	10 100.0				6 60.0	4 40.0
RAWSON-TRELEW	13 100.0	9 69.2	4 30.8		11 84.6	1 7.7	1 7.7	2 15.4	5 38.5	6 46.2
RIO GALLEGOS	9 100.0	6 66.7	3 33.3		9 100.0			1 11.1	3 33.3	5 55.6
SANTA ROSA	7 100.0	6 85.7		1 14.3	4 57.1	3 42.9			6 85.7	1 14.3
USHUAIA	9 100.0	1 11.1	6 66.7	2 22.2	9 100.0			3 33.3	1 11.1	5 55.6
VIEDMA	4 100.0	1 25.0	3 75.0		3 75.0	1 25.0			2 50.0	2 50.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	11 100.0	7 63.6	3 27.3	1 9.1	9 81.8	2 18.2		10 90.9	1 9.1	

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS POR TIPO

Filtro : Agencias de Turismo

Filas : LOCALIDAD

	AMBITO				
	TOTAL	Provincial	Regional	Nacional	Internacional
Base Contestantes	63 100.0	21 33.3	2 3.2	64 85.7	52 82.5
NEUQUEN	10 100.0	3 30.0	2 20.0	8 80.0	7 70.0
RAWSON-TRELEW	13 100.0	6 46.2		13 100.0	11 84.6
RIO GALLEGOS	9 100.0	5 55.6		8 88.9	8 88.9
SANTA ROSA	7 100.0	1 14.3		5 71.4	7 100.0
USHUAIA	9 100.0			8 88.9	7 77.8
VIEDMA	4 100.0	3 75.0		4 100.0	4 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	11 100.0	3 27.3		8 72.7	8 72.7

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS POR TIPO

Filtro : Agencias de Turismo

Filas : LOCALIDAD

	MERCADOS										
	TOTAL	Vacaciones	Ecoturismo	Deportes	Viaje de negocios	Turismo de aventura	Convenciones y eventos	Turismo estudiantil	Caza y Pesca	Turismo tercera edad	Ski
Base Contestantes	63 100.0	60 95.2	24 38.1	15 23.8	32 50.8	27 42.9	24 38.1	28 44.4	4 6.4	3 4.8	4 6.4
NEUQUEN	10 100.0	9 90.0	3 30.0	3 30.0	6 60.0	3 30.0	4 40.0	4 40.0			
RAWSON-TRELEW	13 100.0	12 92.3	7 53.8	2 15.4	6 38.5	5 38.5	3 23.1	6 46.2			1 7.7
RIO GALLEGOS	9 100.0	8 88.9	2 22.2	3 33.3	3 33.3	4 44.4	2 22.2	2 22.2			
SANTA ROSA	7 100.0	7 100.0	1 14.3	3 42.9	4 57.1	1 14.3	2 28.6	5 71.4	1 14.3	1 14.3	
USHUAIA	9 100.0	9 100.0	5 55.6	2 22.2	8 88.9	6 66.7	5 55.6	4 44.4			
VIEDMA	4 100.0	4 100.0	1 25.0	1 25.0	3 75.0	1 25.0	3 75.0	3 75.0	1 25.0		
SAN MARTIN DE LOS ANDES	11 100.0	11 100.0	5 45.5	1 9.1	3 27.3	7 63.6	5 45.5	4 36.4	2 18.2	2 18.2	3 27.3

CANTIDAD DE PERSONAL EMPLEADO

SECTOR.Alojamiento

Filas : LOCALIDAD

	PERSONAL PERMANENTE	PERSONAL TEMPORAL CON RELACION	PERSONAL TEMPORAL SIN RELACION	TOTAL
Base Total Respuestas	1338 85.0	192 12.2	45 2.9	1675 100.0
NEUQUEN	242 100.0			242 100.0
RAWSON-TRELEW	143 90.5	10 6.3	5 3.2	168 100.0
RIO GALLÉGOS	106 97.2		3 2.8	109 100.0
SANTA ROSA	207 100.0			207 100.0
USHUAIA	177 64.1	90 32.6	9 3.3	276 100.0
VIEDMA	69 100.0			69 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	394 76.7	92 17.9	28 5.4	514 100.0

CANTIDAD DE PERSONAL EMPLEADO

SECTOR, Agencia de Turismo

Filas : LOCALIDAD

	PERSONAL PERMANENTE	PERSONAL TEMPORAL CON RELACION	PERSONAL TEMPORAL SIN RELACION	TOTAL
Base Total Respuestas	265 75.7	63 18.0	22 6.3	350 100.0
NEUQUEN	53 100.0			53 100.0
RAWSON-TRELEW	44 71.0	9 14.5	9 14.5	62 100.0
RIO GALLEGOS	32 97.0	1 3.0		33 100.0
SANTA ROSA	28 100.0			28 100.0
USHUAIA	61 61.4	32 38.6		93 100.0
VIDMA	17 100.0			17 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	40 54.1	21 28.4	13 17.6	74 100.0

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

Columnas : REQUIERE CAPACITACION

Filas : SECTOR

	TOTAL	Si	No
Base Contestantes	212 100.0	188 87.7	26 12.3
Alojamiento	149 100.0	128 84.6	23 15.4
Agencia de Turismo	83 100.0	60 95.2	3 4.8

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

SECTOR, Alojamiento

Columnas : REQUIERE CAPACITACION

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	SI	No
Base Contestantes	149 100.0	128 84.6	23 15.4
NEUQUEN	17 100.0	17 100.0	
RAWSON-TRELEW	9 100.0	9 100.0	
RIO GALLEGOS	11 100.0	7 63.6	4 36.4
SANTA ROSA	17 100.0	13 76.5	4 23.5
USHUAIA	13 100.0	10 76.9	3 23.1
VIDMA	6 100.0	6 100.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	76 100.0	64 84.2	12 15.8

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

SECTOR, Agencia de Turismo

Columnas : REQUIERE CAPACITACION

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Si	No
Base Contestantes	63 100.0	60 95.2	3 4.8
NEUQUEN	10 100.0	10 100.0	
RAWSON-TRELEW	13 100.0	12 92.3	1 7.7
RIO GALLEGOS	9 100.0	9 100.0	
SANTA ROSA	7 100.0	7 100.0	
USHUAIA	9 100.0	9 100.0	
VIDMA	4 100.0	4 100.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	11 100.0	9 81.8	2 18.2

RELACION CAPACITACIONES SOLICITADAS VS. PERSONAL

Filtro : SECTOR,Alojamiento

Filas : LOCALIDAD

	PERSONAL PERMANENTE Y HABITUAL	CAPACITACIONES SOLICITADAS	RATIO (x 100)
Base Total Respuestas	1530	1127	74
NEUQUEN	242	190	79
RAWSON-TRELEW	153	70	46
RIO GALLEGOS	106	49	46
SANTA ROSA	207	142	69
USHUAIA	287	146	51
VIDMA	69	44	64
SAN MARTIN DE LOS ANDES	486	486	100

RELACION CAPACITACIONES SOLICITADAS VS. PERSONAL

Filtro : SECTOR, Agencia de Turismo

Filas : LOCALIDAD

	PERSONAL PERMANENTE Y HABITUAL	CAPACITACIONES SOLICITADAS	RATIO (x 100)
Base Total Respuestas	328	541	165
NEUQUEN	53	87	164
RAWSON-TRELEW	53	38	72
RIO GALLEGOS	33	88	267
SANTA ROSA	28	79	282
USHUAIA	83	107	129
VIEDMA	17	46	271
SAN MARTIN DE LOS ANDES	61	96	157

METODOLOGIA MAS ADECUADA PARA CAPACITACION

Filtro : REQUIERE CAPACITACION

SECTOR, Alojamiento

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Carreras o cursos en Universidades, Academias	Trainings o seminarios desarrollados por expertos	NS-NC
Base Contestantes	128 100.0	6 4.8	116 92.1	4 3.2
NEUQUEN	17 100.0		17 100.0	
RAWSON-TRELEW	9 100.0	2 22.2	7 77.8	
RIO GALLEGOS	7 100.0		7 100.0	
SANTA ROSA	13 100.0		10 76.9	3 23.1
USHUAIA	10 100.0		10 100.0	
VIDMA	6 100.0		6 100.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	64 100.0	4 6.3	59 92.2	1 1.6

METODOLOGIA MAS ADECUADA PARA CAPACITACION

Filtro : REQUIERE CAPACITACION

SECTOR, Agencia de Turismo

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Carreras o cursos en Universidades, Academias	Trainings o seminarios desarrollados por expertos	NS-NC
Base Contestantes	60 100.0	1 1.7	59 98.3	
NEUQUEN	10 100.0		10 100.0	
RAWSON-TRELEW	12 100.0	1 8.3	11 91.7	
RIO GALLEGOS	9 100.0		9 100.0	
SANTA ROSA	7 100.0		7 100.0	
USHUAIA	9 100.0		9 100.0	
VIDMA	4 100.0		4 100.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	9 100.0		9 100.0	

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

Filtro : REQUIERE CAPACITACION

SECTOR: Alojamiento

Columnas : MODALIDAD MAS ADECUADA PARA CAPACITACION

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Intensivo, a tiempo completo	Progresivo, a tiempo parcial	NS-NC
Base Contestantes	128 100.0	47 37.3	74 58.7	5 4.0
NEUQUEN	17 100.0	9 52.9	8 47.1	
RAWSON-TRELEW	9 100.0	2 22.2	7 77.8	
RIO GALLEGOS	7 100.0	4 57.1	3 42.9	
SANTA ROSA	13 100.0	7 53.8	3 23.1	3 23.1
USHUAIA	10 100.0	1 10.0	8 80.0	1 10.0
VIEDMA	6 100.0		6 100.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	64 100.0	24 37.5	39 60.9	1 1.6

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

Filtro : REQUIERE CAPACITACION

SECTOR, Agencia de Turismo

Columnas : MODALIDAD MAS ADECUADA PARA CAPACITACION

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Intensivo, a tiempo completo	Progresivo, a tiempo parcial	NS-NC
Base Contestantes	80 100.0	37 61.7	22 36.7	1 1.7
NEUQUEN	10 100.0	7 70.0	3 30.0	
RAWSON-TRELEW	12 100.0	7 58.3	5 41.7	
RIO GALLEGOS	8 100.0	7 77.8	2 22.2	
SANTA ROSA	7 100.0	4 57.1	3 42.9	
USHUAIA	8 100.0	4 44.4	4 44.4	1 11.1
VIDMA	4 100.0	1 25.0	3 75.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	8 100.0	7 77.8	2 22.2	

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

SECTOR, Alojamiento

Columnas : MESES PARA LA CAPACITACION

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	NS-NC
Base Contestantes	128 100.0	1 0.8	1 0.8	7 5.6	30 23.8	80 63.5	64 50.8	10 7.9	12 9.5	36 28.6	57 45.2	49 38.9	6 4.8	36 28.6
NEUQUEN	17 100.0	1 5.9	1 5.9	4 23.5	6 29.4	5 29.4	3 17.6			4 23.5	4 23.5	4 23.5	2 11.8	11 64.7
RAWSON-TRELEW	9 100.0			1 11.1	4 44.4	4 44.4	4 44.4	3 33.3	2 22.2					4 44.4
RIO GALLEGOS	7 100.0				3 42.9	5 71.4	4 57.1	4 57.1	1 14.3					
SANTA ROSA	13 100.0			1 7.7	4 30.8	7 53.8	6 38.5			3 23.1	4 30.8	3 23.1		6 46.2
USHUAIA	10 100.0				1 10.0	7 70.0	7 70.0	3 30.0	9 90.0	8 80.0	1 10.0			1 10.0
VIEDMA	6 100.0													6 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	64 100.0			1 1.6	13 20.3	52 81.3	41 64.1			21 32.8	48 75.0	42 65.6	4 6.3	8 12.5

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

SECTOR, Agencia de Turismo

Columnas : MESES PARA LA CAPACITACION

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	NS-NC
Base Contestantes	60 100.0	2 3.3	2 3.3	3 5.0	11 18.3	33 55.0	21 35.0	6 10.0	13 21.7	12 20.0	10 16.7	7 11.7		23 38.3
NEUQUEN	10 100.0													10 100.0
RAWSON-TRELEW	12 100.0	1 8.3	1 8.3	3 25.0	5 41.7	5 41.7	4 33.3	3 25.0	2 16.7					6 50.0
RIO GALLEGOS	9 100.0				5 55.6	9 100.0	3 33.3	1 11.1						
SANTA ROSA	7 100.0				1 14.3	4 57.1	1 14.3	1 14.3	1 14.3	3 42.9	4 57.1	3 42.9		1 14.3
USHUAIA	9 100.0					9 100.0	7 77.8		9 100.0	8 88.9				
VIEDMA	4 100.0													4 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	9 100.0	1 11.1	1 11.1			6 66.7	6 66.7	1 11.1	1 11.1	1 11.1	6 66.7	4 44.4		2 22.2

CANTIDAD DE PERSONAS A CAPACITAR POR AREA

Filtro : ALOJAMIENTOS

Filas : LOCALIDAD

	<i>Dirección Gerencia</i>	<i>Adm. Fin. Cont.</i>	<i>RRHH Personal</i>	<i>Prom. Publ. Mark.</i>	<i>RRPP</i>	<i>Recepción Conserjería Informes</i>	<i>Ventas Reservas</i>	<i>Recreación</i>	<i>Gobernanta Mucamas</i>	<i>Alimentos Bebidas</i>	<i>Cocina</i>	<i>Restaurante Bar</i>	<i>Operación Mantenimiento</i>
Base Total Respuestas	74 6.6	60 5.3	29 2.6	97 8.6	49 4.3	217 19.3	82 7.3	14 1.2	262 23.2	28 2.5	69 6.1	77 6.8	48 4.3
NEUQUEN	12 6.3	7 3.7	2 1.1	5 2.6	1 0.5	51 26.8	16 8.4	1 0.5	52 27.4	4 2.1	14 7.4	12 6.3	4 2.1
RAWSON-TRELEW	6 8.6	7 10.0		3 4.3	1 1.4	14 20.0			19 27.1	3 4.3	4 5.7	9 12.9	1 1.4
RIO GALLEGOS	5 10.2	1 2.0		10 20.4		17 34.7	3 6.1		11 22.4			1 2.0	1 2.0
SANTA ROSA	10 7.0	9 6.3		8 5.6	4 2.8	31 21.8	10 7.0		47 33.1	1 0.7	8 5.6	11 7.7	1 0.7
USHUAIA	4 2.7	6 4.1	3 2.1	3 2.1	2 1.4	30 20.5	8 5.5	1 0.7	29 19.9	4 2.7	18 12.3	23 15.8	16 10.3
VIEDMA	3 6.8	1 2.3		2 4.5		18 40.9	2 4.5		10 22.7		5 11.4	3 6.8	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	34 7.0	29 6.0	24 4.9	66 13.6	41 8.4	56 11.5	43 8.8	12 2.5	94 19.3	16 3.3	20 4.1	18 3.7	26 5.4

CANTIDAD DE PERSONAS A CAPACITAR POR AREA

Filtro : ALOJAMIENTOS

Filas : LOCALIDAD

	Pastelería	Lavandería Lencería	Auxiliares	TOTAL
Base Total Respuestas	2 0.2	16 1.4	3 0.3	1127 100.0
NEUQUEN	2 1.1	7 3.7		190 100.0
RAWSON-TRELEW			3 4.3	70 100.0
RIO GALLEGOS				49 100.0
SANTA ROSA		2 1.4		142 100.0
USHUAIA				146 100.0
VIDMA				44 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES		7 1.4		486 100.0

CANTIDAD DE PERSONAS A CAPACITAR POR AREA

Filtro : AGENCIAS

Filas : LOCALIDAD

	<i>Dirección</i>	<i>Adm.Fin.Cont.</i>	<i>Marketing</i>	<i>Ventas Reservas</i>	<i>Operaciones</i>	<i>Informática</i>	<i>Receptivo</i>	<i>Estadísticas</i>	<i>Proyectos Turísticos</i>	<i>TOTAL</i>
Base Total Respuestas	44 8.1	33 6.1	117 21.6	128 23.7	68 10.7	134 24.8	25 4.6	1 0.2	1 0.2	541 100.0
NEUQUEN	5 5.7	9 10.3	11 12.6	28 29.9	7 8.0	29 33.3				87 100.0
RAWSON-TRELEW	3 7.9	3 7.9	7 18.4	8 21.1	7 18.4	10 26.3				38 100.0
RIO GALLEGOS	13 14.8	7 8.0	21 23.9	20 22.7	5 5.7	22 25.0				88 100.0
SANTA ROSA	3 3.8	2 2.5	28 35.4	19 24.1	8 10.1	19 24.1				79 100.0
USHUAIA	9 8.4	5 4.7	25 23.4	20 18.7	14 13.1	20 18.7	14 13.1			107 100.0
VIEDMA	3 6.5	3 6.5	9 19.6	8 17.4	7 15.2	14 30.4		1 2.2	1 2.2	46 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	8 8.3	4 4.2	16 16.7	27 28.1	10 10.4	20 20.8	11 11.5			96 100.0

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

SECTOR, Alojamiento

Columnas : INFORMATIZADO

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	SI	No
Base Contestantes	149 100.0	67 45.0	82 55.0
NEUQUÉN	17 100.0	9 52.9	8 47.1
RAWSON-TRELEW	9 100.0	3 33.3	6 66.7
RIO GALLEGOS	11 100.0	2 18.2	9 81.8
SANTA ROSA	17 100.0	8 47.1	9 52.9
USHUAIA	13 100.0	9 69.2	4 30.8
VIEDMA	6 100.0	4 66.7	2 33.3
SAN MARTIN DE LOS ANDES	76 100.0	32 42.1	44 57.9

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

SECTOR, Agencia de Turismo

Columnas : INFORMATIZADO

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	SI	No
Base Contestantes	63 100.0	54 85.7	9 14.3
NEUQUEN	10 100.0	8 80.0	2 20.0
RAWSON-TRELEW	13 100.0	11 84.6	2 15.4
RIO GALLEGOS	9 100.0	8 88.9	1 11.1
SANTA ROSA	7 100.0	6 85.7	1 14.3
USHUAIA	9 100.0	9 100.0	
VEDMA	4 100.0	4 100.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	11 100.0	8 72.7	3 27.3

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

Filtro : ALOJAMIENTO INFORMATIZADO

Columnas : AREA INFORMATIZADA - ALOJAMIENTO

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Reservas	Ventas	Marketing	RRPP	Cont - Adminis- tración	Gerencia - Toma de decisiones	Alimentos y Bebidas	Telefonía	Recepción - Conserjería	Eventos	Sist. apertura de puertas y caja fuerte
Base Contestantes	67 100.0	34 50.7	28 41.8	20 29.9	8 11.9	39 58.2	18 26.9	12 17.9	41 61.2	1 1.5	1 1.5	1 1.5
NEUQUEN	9 100.0	3 33.3	3 33.3	1 11.1		6 66.7	2 22.2	2 22.2	6 55.6	1 11.1	1 11.1	
RAWSON-TRELEW	3 100.0	2 66.7	1 33.3	1 33.3		2 66.7	1 33.3	1 33.3	1 33.3			
RIO GALLEGOS	2 100.0	1 50.0	2 100.0	1 50.0		1 50.0	1 50.0		1 50.0			
SANTA ROSA	8 100.0	2 25.0	1 12.5	1 12.5		6 75.0	2 25.0	2 25.0	7 87.5			
USHUAIA	9 100.0	7 77.8	8 88.9	3 33.3		5 55.6	3 33.3	3 33.3	6 66.7			
VIEDMA	4 100.0	2 50.0	1 25.0			4 100.0	1 25.0		2 50.0			
SAN MARTIN DE LOS ANDES	32 100.0	17 53.1	12 37.5	13 40.6	8 25.0	15 46.9	8 25.0	4 12.5	19 59.4			1 3.1

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

Filtro : ALOJAMIENTO INFORMATIZADO

Columnas : AREA INFORMATIZADA - ALOJAMIENTO

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Registro de Fax	Sistema de stock	Recepción
Base Contestantes	67 100.0	1 1.5	1 1.5	1 1.5
NEUQUEN	8 100.0			
RAWSON-TRELEW	3 100.0			
RIO GALLEGOS	2 100.0			
SANTA ROSA	8 100.0			
USHUAIA	9 100.0			1 11.1
VIDMA	4 100.0			
SAN MARTIN DE LOS ANDES	32 100.0	1 3.1	1 3.1	

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

Filtro : AGENCIA INFORMATIZADA

Columnas : AREA INFORMATIZADA - AGENCIA DE TURISMO

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Reservas	Ventas	Operaciones	Adm - Contabilidad	Marketing	Gerencia - Toma de decisiones	Amadeus	Otras
Base Contestantes	54 100.0	43 79.6	36 66.7	24 44.4	33 61.1	12 22.2	13 24.1	9 16.7	2 3.7
NEUQUEN	8 100.0	6 75.0	4 50.0	2 25.0	6 75.0		1 12.5	3 37.5	
RAWSON-TRELEW	11 100.0	6 54.5	6 45.5	7 63.6	7 63.6	2 18.2	1 9.1	6 45.5	2 18.2
RIO GALLEGOS	8 100.0	8 100.0	8 75.0	1 12.5	4 50.0		1 12.5		
SANTA ROSA	6 100.0	6 83.3	6 100.0	2 33.3	3 50.0	2 33.3	1 16.7		
USHUAIA	9 100.0	9 100.0	8 88.9	7 77.8	6 66.7	3 33.3	4 44.4		
VIDMA	4 100.0	4 100.0	4 100.0	1 25.0	3 75.0		1 25.0	1 25.0	
SAN MARTIN DE LOS ANDES	8 100.0	5 62.5	3 37.5	4 50.0	4 50.0	5 62.5	4 50.0		

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

SECTOR, Alojamiento

Columnas : TIENE PROYECTOS PARA LOS PROXIMOS 2 AÑOS

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Si	No
Base Contestantes	149 100.0	48 32.2	101 67.8
NEUQUEN	17 100.0	5 29.4	12 70.6
RAWSON-TRELEW	9 100.0	4 44.4	5 55.6
RIO GALLEGOS	11 100.0	1 9.1	10 90.9
SANTA ROSA	17 100.0		17 100.0
USHUAIA	13 100.0	6 46.2	7 53.8
VIEDMA	6 100.0	1 16.7	5 83.3
SAN MARTIN DE LOS ANDES	78 100.0	31 40.8	46 59.2

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS

SECTOR, Agencia de Turismo

Columnas : TIENE PROYECTOS PARA LOS PROXIMOS 2 AÑOS

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Si	No
Base Contestantes	63 100.0	20 31.7	43 68.3
NEUQUEN	10 100.0	2 20.0	8 80.0
RAWSON-TRELEW	13 100.0	7 53.8	6 46.2
RIO GALLEGOS	9 100.0	2 22.2	7 77.8
SANTA ROSA	7 100.0	2 28.6	5 71.4
USHUAIA	9 100.0		9 100.0
VIEDMA	4 100.0	2 50.0	2 50.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	11 100.0	6 45.5	6 54.5

Filtro : SECTOR, Alojamiento, Con Proyectos

Filas : LOCALIDAD

	CANTIDAD DE HABITACIONES	PREVISION DE INCREMENTOS EN HABITACIONES	RATIO (x 100)
Base Total Respuestas	1228	266	21
NEUQUEN	183	83	45
RAWSON-TRELEW	272	30	11
RIO GALLEGOS	23		
SANTA ROSA			
USHUAIA	278	6	2
VIDMA	68	9	16
SAN MARTIN DE LOS ANDES	412	128	31

Filtro : SECTOR, Alojamiento, Con Proyectos

Filas : LOCALIDAD

	PERSONAL PERMANENTE Y HABITUAL	PREVISION DE INCREMENTOS EN RRHH	RATIO (x 100)
Base Total Respuestas	484	84	17
NEUQUEN	82	19	23
RAWSON-TRELEW	101	6	6
RIO GALLEGOS	5	2	40
SANTA ROSA			
USHUAIA	127	9	7
VIEDMA	9	1	11
SAN MARTIN DE LOS ANDES	160	47	29

Filtro : SECTOR,Agencias, Con Proyectos

Filas : LOCALIDAD

	PERSONAL PERMANENTE Y HABITUAL	PREVISION DE INCREMENTOS EN PERSONAL	RATIO (x 100)
Base Total Respuestas	137	41	30
NEUQUEN	31	6	19
RAWSON-TRELEW	30	16	50
RIO GALLEGOS	9	3	33
SANTA ROSA	18	6	31
USHUAIA			
VIDMA	10	3	30
SAN MARTIN DE LOS ANDES	41	9	22

HABITACIONES A INCORPORAR POR AÑO

Filtro : ALOJAMIENTO

Filas : LOCALIDAD

	1998	1999	TOTAL
Base Total Respuestas	145 56.6	111 43.4	256 100.0
NEUQUEN	36 42.2	48 57.8	83 100.0
RAWSON-TRELEW	16 50.0	16 50.0	30 100.0
RIO GALLEGOS			
SANTA ROSA			
USHUAIA		6 100.0	6 100.0
VIDMA	9 100.0		9 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	86 67.2	42 32.8	128 100.0

PERSONAL A INCORPORAR POR AÑO

Filtro : ALOJAMIENTO

Filas : LOCALIDAD

	1998	1999	TOTAL
Base Total Respuestas	55 65.5	29 34.5	84 100.0
NEUQUEN	14 73.7	5 26.3	19 100.0
RAWSON-TRELEW	3 50.0	3 50.0	6 100.0
RIO GALLEGOS		2 100.0	2 100.0
SANTA ROSA			
USHUAIA	4 44.4	5 55.6	9 100.0
VIEDMA	1 100.0		1 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	33 70.2	14 29.8	47 100.0

Filtro : ALOJAMIENTO

Columnas : SERVICIOS A INTRODUCIR

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Congresos Conven- ciones	Deportes Recreación	Cuidado de niños	Kiosco Drugstore	Confitería Desayunador	Transporte	Muelle Amarradero Estaciona- miento	Salón de Usos Múltiples	Guías Especia- lizados	Club House	Quincho
Base Contestantes	48 100.0	5 10.4	8 16.7	2 4.2	3 6.3	3 6.3	15 31.3		3 6.3	1 2.1	1 2.1	2 4.2
NEUQUEN	6 100.0	3 60.0			1 20.0	1 20.0	1 20.0					
RAWSON-TRELEW	4 100.0	1 25.0	1 25.0		1 25.0	1 25.0	1 25.0					
RIO GALLEGOS	1 100.0				1 100.0	1 100.0						
SANTA ROSA												
USHUAIA	6 100.0	1 16.7	1 16.7				2 33.3					
VIEDMA	1 100.0											
SAN MARTIN DE LOS ANDES	31 100.0		6 19.4	2 6.5			11 35.5		3 9.7	1 3.2	1 3.2	2 6.5

Filtro : ALOJAMIENTO

Columnas : SERVICIOS A INTRODUCIR

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Sauna Pileta Climatizada	Jacuzzi	Instructor de Ski	Otros	NS-NC	Ninguno
Base Contestantes	48 100.0	5 10.4	2 4.2	1 2.1	3 6.3	3 6.3	10 20.8
NEUQUÉN	5 100.0						1 20.0
RAWSON-TRELEW	4 100.0	1 25.0	1 25.0		1 25.0		1 25.0
RIO GALLEGOS	1 100.0						
SANTA ROSA							
USHUAIA	6 100.0				2 33.3		2 33.3
VIEDMA	1 100.0						1 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	31 100.0	4 12.9	1 3.2	1 3.2		3 9.7	6 16.1

PERSONAL A INCORPORAR POR AREA

Filtro : ALOJAMIENTO

Filas : LOCALIDAD

	<i>Dirección Gerencia</i>	<i>Adm. Fin. Contabilidad</i>	<i>RRHH Personal</i>	<i>Prom. Pub. Marketing</i>	<i>RRPP</i>	<i>Recepción Conserjería Informática</i>	<i>Ventas Reservas</i>	<i>Recreación</i>	<i>Gobernanta Mucamas</i>	<i>Alimentos Bebidas</i>	<i>Cocina</i>	<i>Restaurante Bar</i>
Base Total Respuestas		7 8.3			1 1.2	13 15.5		2 2.4	40 47.6	5 6.0	1 1.2	8 9.5
NEUQUEN		1 5.3				2 10.5			9 47.4	2 10.5		4 21.1
RAWSON-TRELEW		1 16.7							4 66.7			1 16.7
RIO GALLEGOS												2 100.0
SANTA ROSA												
USHUAIA						2 22.2		2 22.2	3 33.3		1 11.1	1 11.1
VIEDMA									1 100.0			
SAN MARTIN DE LOS ANDES		6 10.6			1 2.1	9 19.1			23 48.9	3 6.4		

PERSONAL A INCORPORAR POR AREA

Filtro : ALOJAMIENTO

Filas : LOCALIDAD

	Operación Mantenimiento	Lavandería	TOTAL
Base Total Respuestas	6 6.0	2 2.4	84 100.0
NEUQUEN		1 5.3	19 100.0
RAWSON-TRELEW			6 100.0
RIO GALLEGOS			2 100.0
SANTA ROSA			
USHUAIA			9 100.0
VIEDMA			1 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	6 10.6	1 2.1	47 100.0

PERSONAL A INCORPORAR POR AÑO

Filtro : AGENCIA

Filas : LOCALIDAD

	1998	1999	TOTAL
Base Total Respuestas	29 70.7	12 29.3	41 100.0
NEUQUEN	4 66.7	2 33.3	8 100.0
RAWSON-TRELEW	10 66.7	5 33.3	15 100.0
RIO GALLEGOS	3 100.0		3 100.0
SANTA ROSA	2 40.0	3 60.0	5 100.0
USHUAIA			
VIDMA	3 100.0		3 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES	7 77.8	2 22.2	9 100.0

PERSONAL A INCORPORAR POR AREA

Filtro : AGENCIA

Filas : LOCALIDAD

	Dirección - Gerencia	Adm - Fin - Contabilidad	Marketing	Ventas	Reservas	Tarifas	Operaciones	Sistemas informáticos y computación	TOTAL
Base Total Respuestas	1 2.4			18 39.0	3 7.3	1 2.4	17 41.5	3 7.3	41 100.0
NEUQUEN				4 66.7			2 33.3		6 100.0
RAWSON-TRELEW				8 53.3	1 6.7		6 33.3	1 6.7	16 100.0
RIO GALLEGOS				1 33.3	1 33.3	1 33.3			3 100.0
SANTA ROSA							6 100.0		6 100.0
USHUAIA									
VIDMA	1 33.3			2 66.7					3 100.0
SAN MARTIN DE LOS ANDES				1 11.1	1 11.1		6 55.6	2 22.2	9 100.0

Filtro : AGENCIA

Columnas : SERVICIOS A INTRODUCIR

Filas : LOCALIDAD

	TOTAL	Receptivo propio	Ecoturismo y de aventura	Catamarán	Servicios y visita a la región de los lagos	Navegación	Venta de Turismo Emisivo	Movilidad para llegar al cliente	Transporte propio	Transfer	NS-NC	Ninguno
Base Contestantes	20 100.0	4 20.0	4 20.0	1 5.0	2 10.0	1 5.0	3 15.0	1 5.0	2 10.0	1 5.0	3 15.0	1 5.0
NEUQUEN	2 100.0	1 50.0									1 50.0	
RAWSON-TRELEW	7 100.0	1 14.3					3 42.9	1 14.3			2 28.6	
RIO GALLEGOS	2 100.0				1 50.0	1 50.0						1 50.0
SANTA ROSA	2 100.0								2 100.0	1 50.0		
USHUAIA												
VIEDMA	2 100.0	1 50.0	1 50.0									
SAN MARTIN DE LOS ANDES	5 100.0	1 20.0	3 60.0	1 20.0	1 20.0							

INDICE

	PAGINA
PRESENTACION.	1
CAPITULO I. DEMANDA DE CAPACITACION DE LOS RECURSOS HUMANOS EN TURISMO	2
1. Metodología para la detección de las necesidades de capacitación.	3
1.1 Alojamiento.	5
1.2 Agencias de Turismo.	7
2. Universo muestral.	12
CAPITULO II. ANALISIS DE LA INFORMACION OBTENIDA	13
1. Alojamiento.	14
2. Agencias de Turismo.	25
CAPITULO III. LA OFERTA DE CAPACITACION	31
CAPITULO IV. CONCLUSIONES	35
ANEXO I. Nómina de establecimientos de Alojamiento Turístico y Agencias de Turismo relevados; y personas entrevistadas.	41
ANEXO II. Conjunto de cuadros complementarios.	42
