



Universidad Abierta Interamericana

Trabajo Final de Grado

«Situación Actual de los hostels de los principales barrios de la ciudad de Buenos Aires, en relación con las normas IRAM-SECTUR 42230 »

Alumno: Costanzo, Maria Nidia

Legajo: 31115

Título a obtener: Licenciatura en Hotelería

Facultad: Turismo y Hospitalidad

Asesora: Lic De Vinzenzi Karina

Fecha: AGOSTO DE 2011

INDICE

TITULO	8
TEMA	8
INTRODUCCION	8
JUSTIFICACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	10
PROBLEMA DE INVESTIGACION	11
HIPOTESIS	
HIPOTESIS PRINCIPALES	12
HIPOTESIS SECUNDARIA	12
OBJETIVOS	
OBJETIVOS GENERALES	13
LIMITACIONES	14
MARCO REFERENCIAL	
<u>CAPITULO I</u>	
CIUDAD DE BUENOS AIRES	15
INTRODUCCION	15
HISTORIA DE LA CIUDAD.....	15
CARACTERIZACION DEL AREA DE ESTUDIO.....	17
PUERTO MADERO	17
CALLES DE PUERTO MADERO	19
SAN TELMO	20
MONSERRAT.....	21

SAN NICOLAS-----	22
PALERMO-----	26

MAPAS

UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES -----	31
UBICACIÓN DE LOS BARRIOS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES -----	32

CAPITULO II

EVOLUCION DEL TURISMO Y LA HOTELERIA -----	33
TURISMO POST INDUSTRIAL EN ARGENTINA (1980-2000) -----	34
DESARROLLO DEL TURISMO -----	34
DESARROLLO DE LA HOTELERIA -----	35
ETAPA DE POSTURISMO -----	36
DESARROLLO DE TURISMO Y HOTELERIA -----	37
POLITICA TURISTICAS -----	37
PLAN DE TURISMO SUSTENTABLE -----	38
INDICADORES AMBIENTALES -----	39
INDICADORES SOCIOCULTURALES -----	39
INDICADORES SOCIOECONOMICOS -----	39

CAPITULO III

HOSTEL-----	40
CARACTERISTICAS-----	40
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS HOSTELS-----	41
HISTORIA -----	42
DEPARTAMENTOS-----	42
RECEPCION -----	43

DOCUMENTOS DEL DEPARTAMENTO DE RESERVAS-----	44
PUESTOS BASICOS -----	45
HOUSEKEEPING-----	46
OBJETIVOS DEL DEPARTAMENTO -----	46
PERSONAL DE HOUSEKEEPING-----	46
MANTENIMIENTO-----	47
PERSONAL DE MANTENIMIENTO-----	48
TIPOS DE MANTENIMIENTO -----	48
ALIMENTOS Y BEBIDAS-----	48
PERSONAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS-----	49

CAPITULO IV

SUPERESTRUCTURA -----	50
ORGANIZACIONES GUBERNAMENTALES EN ARGENTINA -----	50
MINISTERIO DE TURISMO -----	51
MISION-----	54
SERVICIOS Y COMPROMISOS-----	54
CARTAS DE COMPROMISO CON EL CIUDADANO -----	54
PRIMERA CARTA DE COMPROMISO -----	54
SEGUNDA CARTA DE COMPROMISO -----	55
OBJETIVOS DE LA CARTA DE COMPROMISO -----	55
ENTE DE TURISMO DE LA CIUDAD DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES----	55
AGENCIA GUBERNAMENTAL DE CONTROL-----	55
ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN ARGENTINA-----	57
CAMARA ARGENTINA DEL HOSTEL-----	57
MISION -----	57
VISION -----	57

ESTATUTO-----	57
AFILIACIONES Y ADHESIONES -----	58
CATEGORIAS DE ASOCIADOS -----	58
HOSTELLING INTERNATIONAL -----	59
MISION -----	59
FILOSOFIA -----	59
REPRESENTANTES-----	60
IRAM-----	60
FORMACION Y ESTRUCTURA -----	60
FINALIDAD IRAM -----	61
PLAN ESTRATEGICO-----	61
VISION -----	62
ISO-----	62
IMPORTANCIA DE LOS ESTANDARES DE CALIDAD -----	62
ESTANDARES ISO -----	62
BENEFICIOS DE LAS NORMAS-----	63
PILARES ISO -----	64
HISTORIA -----	65
REGLAMENTACION -----	66
ORDENANZA MUNICIPAL 36.136/180-----	66
NORMA IRAM –SECTUR 42230 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD, LA SEGURIDAD Y EL AMBIENTE -----	66
PROYECTO DE LEY- CATEGORIZACION HOTELERA -----	74
 CAPITULO V	
DEMANDA -----	75

DEFINICION -----	75
FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA -----	76
CAPITULO VI	
CALIDAD -----	81
CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE -----	82
DEFINICION DE CLIENTE Y HUESPED-----	82
FACTORES QUE INCIDEN EN UN MAL SERVICIO -----	83
IMPORTANCIA DE LA CALIDAD PARA EL SECTOR HOTELERO / HOSTELERO-----	84
CALIDAD TURISTICA Y GOBIERNO -----	85
CAPITULO VII	
RELACIONES COMUNICACIONALES-----	88
COMUNICACIONES INTERNA -----	89
COMUNICACIÓN FORMAL-----	90
OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA -----	90
PLAN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA -----	91
HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA -----	91
COMUNICACIÓN EXTERNA-----	93
RELACION CLIENTE- EMPRESA-----	93
RELACION EMPRESA Y LOS MEDIO DE COMUNICACIÓN -----	94
RELACION ENTRE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA -----	95
CAPITULO VIII	
SUSTENTABILIDAD Y MEDIO AMBIENTE -----	96
DEFINICION-----	96
MEDIDA DE SOSTENIBILIDAD -----	96
SUSTENTABILIDAD Y TURISMO -----	97

CAPITULO IX

METODOLOGIA DE INVESTIGACION

TIPO DE INVESTIGACION	99
UNIVERSO DE ESTUDIO.....	100
FUENTES DE INFORMACION	100
MUESTREO	100
UNIDAD DE ANALISIS Y VARIABLES	101
INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN EL TRABAJO DE CAMPO	101
ENCUESTA	102
ENTREVISTA	102
PLANILLA DE OBSERVACION	103

ANALISIS DE DATOS

MODELO DE ENCUESTA	104
ANALISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS	104
MODELO DE FICHA DE OBSERVACION	131
ANALISIS DE LAS FICHAS DE OBSERVACION	133
MODELO DE LA ENTREVISTA.....	146
ANALISIS DE ENTREVISTAS.....	151
CONCLUSION	152
BIBLOGRAFIA	155

Título: Situación actual de los hostels de los principales barrios de la ciudad de Buenos Aires, en relación con las normas IRAM – SECTUR 42230.

Tema: Evaluación de la situación actual de los hostels de los principales barrios de la ciudad de Buenos Aires en relación con las normas IRAM – SECTUR 42230 y el grado de acatamiento.

INTRODUCCION

Los Hostels son una forma particular de alojamiento, cuya característica principal es que cada uno de los espacios está pensado para que los huéspedes se encuentren y puedan compartir situaciones y momentos, que logren la interacción de las dos partes.

Luego de la crisis del 2001, en la república Argentina, las reglas de juego cambiaron para el turismo, aumentó en gran cantidad el turismo receptivo. Los mercados internacionales que observaron mayores cantidades de arribos fueron Brasil, Estados Unidos, Europa y el resto de América Latina. El público también cambio, menos familias, más personas solas, parejas gays y grupos de estudios, entre otros, son la nueva tendencia de demanda. Como característica en común a este nuevo público, se observa que los viajes son cada vez más cortos donde se busca una verdadera conexión con la comunidad anfitriona.

Para los turistas extranjeros uno de los destinos de preferencia sigue siendo la ciudad de Buenos Aires, según el informe anual de barrios visitados por los Turistas (2008) del gobierno de la ciudad de Buenos Aires, los barrios más visitados son Palermo, Recoleta, Puerto Madero, Centro (San Nicolás) y San Telmo.

A pesar de que desde un tiempo a esta parte, tanto en los gobiernos nacionales como en el gobierno local, se verifica una constante mirada de preocupación hacia todo el sector turístico- hotelero, todavía no hay una reglamentación fuerte para la actividad, es ahí, donde organizaciones no gubernamentales toman fuerza y se asocian a las autoridades para desarrollar herramientas para lograr la optimización de los recursos y asegurar los resultados en el marco de la mejora en la atención al huésped y profesionalización del sector.

Por todo lo expuesto hasta en el momento, en el presente trabajo se pretende evaluar cuál es la situación actual de los hostels en estos principales barrios de la

ciudad de Buenos Aires, en relación con la Norma Argentina IRAM- SECTUR 42230, "hostel" Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente.

Se realizará una evaluación de establecimientos, donde se analizará si conocen el manual de normas IRAM- SECTUR, nombrado anteriormente y en caso de conocerlo cual es el porcentaje de acatamiento de dicho manual.

El área de estudio del presente trabajo se limitara a los barrios de San Telmo, Monserrat, San Nicolás, Recoleta y Palermo, puesto que son los más elegidos por los turistas a la hora de visitar Buenos Aires y son los barrios donde se encuentran la mayoría de los hostels de la ciudad.

JUSTIFICACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

Los hostels son un tipo de alojamiento pensado para jóvenes huéspedes que buscan la interacción con otros jóvenes en la misma situación que ellos y conocer al máximo la comunidad que los recibe.

A pesar del gran crecimiento de los hostels, en Buenos Aires, aún no existe una normativa fuerte a nivel gubernamental que reglamente la actividad y favorezca el crecimiento del sector.

En busca de posibles soluciones, organizaciones no gubernamentales, como es el caso de IRAM Argentina, se asocian con organizaciones gubernamentales, como es el caso de SECTUR para desarrollar un manual de normas que intenta buscar la mejora del sector.

El tema elegido puede tener una relevancia para los empresarios del rubro, ya que brindará un gran panorama de la situación actual del sector, donde se podrá observar cuales son los puntos a mejorar en futuros emprendimientos. Así mismo, para los empresarios o dueños de hostels actuales, servirá como una forma de comparar sus propios establecimientos con el entorno y la competencia y así, realizar las mejoras correspondientes.

Para los estudiantes de hotelería, puede aportar conocimientos teóricos al clarificar varios términos, como también ayudará a comprender cuales son los organismos tanto gubernamentales como no gubernamentales que se relacionan con el tema.

El tema escogido no tiene antecedentes de investigación, por lo tanto los resultados que se obtengan de la situación actual, pueden ser útiles a la hora de lograr la implementación de políticas a nivel local.

PROBLEMA DE INVESTIGACION

PREGUNTAS PRINCIPALES

¿Cuál es la situación actual de los hostels de los principales barrios de la ciudad de Buenos Aires en relación con los servicios brindados a sus huéspedes en el marco de la normativa vigente?

¿Los establecimientos acatan, de manera particular, las normas IRAM-SECTUR 42230 "hostel" Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente?

HIPOTESIS

HIPOTESIS PRINCIPAL

Considerando las observaciones previas realizadas en relación a las condiciones y características de funcionamiento de los hostels de los principales barrios de la ciudad de Buenos aires, se detecta que mayoritariamente se muestran limitados para alcanzar los niveles de calidad estipulados por las normas IRAM-SECTUR 42230, ya sea por desconocimiento de las mismas o por la falta de requerimientos necesarios para acreditar dichas normativas.

HIPOTESIS SECUNDARIA

Los establecimientos no están preparados para el gran crecimiento de la demanda turística, pudiendo crear en el futuro un rechazo a este segmento de alojamiento si no se cumplen con las condiciones mínimas de calidad y satisfacción del cliente.

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

-Analizar y describir la situación actual de los hostels de los principales barrios de la ciudad autónoma de Buenos Aires, en el marco de la aplicación del manual de normas IRAM- SECTUR 42230, "hostel" sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente, a través de entrevistas, cuestionarios y observación en terreno.

- Determinar el grado de cumplimiento de los aspectos de Recursos humanos, realización del Servicio y Planificación contemplados en dicho manual.

LIMITACIONES

Para el desarrollo del presente trabajo, alguna de las limitaciones que obstaculizaron su desarrollo fueron:

Teoría: Por tratarse de un mercado todavía en etapa de crecimiento y desarrollo en nuestro país, al analizar la bibliografía me encontraba con pocos datos fehacientes y veraces.

Dificultades a la hora de entrevistar en profundidad a los dueños o administradores de los establecimientos: Lamentablemente del total de las entrevistas realizadas muy pocas obtuvieron la profundidad deseada, esto principalmente se debió que varios establecimientos no se encuentran en regla y los dueños no querían verse expuestos.

La misma situación, se dio al preguntar sobre las áreas de medioambiente, seguridad y compromiso social.

Dificultad de acceso a información por parte de IRAM: No pude tener acceso a las listas de hostels que están supervisados y normalizados por IRAM, por lo que me basé en lo investigado en terreno.

MARCO REFERENCIAL

CAPITULO 1

Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Introducción

Es la capital del país, ubicada sobre la margen derecha del Río de la Plata y cubre una superficie de 200km². La ciudad cuenta con una población de 3 millones de habitantes y sumada con la del Conurbano, el Gran Buenos Aires, 13 millones de habitantes.

Su aeropuerto internacional Ministro Pistarini se ubica en la localidad de Ezeiza, a 32km al Sudoeste. Es el más importante de Argentina y uno de los más transitados en América del Sur. El otro aeropuerto de la ciudad, Jorge Newbery, es el aeropuerto de cabotaje más importante de la República Argentina. Si bien cuenta con algunos servicios hacia países limítrofes, concentra mayoritariamente todos los vuelos locales. Comenzó a funcionar en 1974 con vuelos nacionales y en 1948 se incorporan los vuelos internacionales hacia Uruguay.

Historia de la ciudad

El primer asentamiento fue en 1536, a cargo de Don Pedro de Mendoza pero en 1541 desde Asunción llegó la orden de despoblar la ciudad

La fundación oficial y definitiva de la ciudad fue en 1580 por Juan de Garay bajo el nombre de Ciudad de la Santísima Trinidad y Puerto de Santa María de los Buenos Aires.

Los primeros pobladores, no contaban con ningún tipo de interés por parte de los españoles. En 1606, la población era de 600 habitantes, de ese total un tercio, que eran portugueses, se dedicaban al comercio.

El régimen comercial de la época era el monopolio con España, pero debido a la conveniencia geográfica y al deficiente control estatal, el 25% de la plata que se extraía de Potosí, salía de forma ilegal.

En 1680, la población era de 5000 habitantes y gracias al capital invertido por parte del comercio, la economía comienza lentamente a dirigirse hacia otras industrias como los cueros, sebo y carne seca.

En el siglo XVII, en España, se produce un cambio en la corona, ingresan la familia de los Borbones, que continúan en el poder hasta estos días. Ellos aportan nuevas ideas de "Ilustración" y se establece un nuevo concepto de estado

basándose en la recuperación de la relación con las colonias, liberándose el comercio con la metrópoli y otras potencias, creando entre otras organizaciones los virreinos.

En 1776, se crea el Virreinato del Río de la Plata, con capital en Buenos Aires, el territorio ocupaba hasta la zona de Bolivia. En esta etapa, comienzan a construir los primeros edificios en la ciudad de Buenos Aires.

Gracias a esto, la zona del Río de la Plata, cobra gran importancia por la salida directa al océano Atlántico.

Tanto la Revolución Francesa en 1789, como la independencia de Estados Unidos en 1776, generaron nuevas ideas de política en el mundo. Los vacíos en el gobierno y ejército Español, eran cada vez mayores, generando nuevos espacios de poder y relaciones con otras potencias.

Entre los años 1806 y 1807, Inglaterra intenta invadir Buenos Aires, pero por primera vez los porteños logran vencer a otro ejército sin la ayuda de la corona. Todos estos eventos, sientan precedente y desde ese momento, se producen reuniones hasta que el 25 de mayo de 1810 queda constituida la primera junta de gobierno, destituyéndose al virrey Baltasar Hidalgo de Cisneros. Se invitó a las ciudades del interior a participar con representantes en Buenos Aires, pero al llegar comienzan a producirse roces, dando inicio a un periodo de guerras civiles que buscarían la organización nacional por más de 50 años. El 9 de julio 1816, se firma la declaración de independencia, luego de varios debates, en el congreso de Tucumán.

En 1880, todavía, se seguía discutiendo cual sería la capital del país, tras varios enfrentamientos se establece la ciudad de Buenos Aires como territorio nacional. El primer intendente fue Torcuato Alvear, que realizó grandes obras que transformaron la ciudad, construyendo entre otras cosas la Avenida de Mayo.

El aspecto actual de la ciudad, respeta el estilo arquitectónico ecléctico, aunque en varios puntos de la ciudad se encuentran ejemplos de arte Nouveau, arte Deco y post Modernismo.

En 1994 se reformó la Constitución de la Ciudad, dándole la autonomía en relación al poder Nacional. A partir de ese momento los ciudadanos pueden elegir a su jefe de gobierno, que hasta entonces era elegido por Poder ejecutivo.

Es una ciudad con intensa vida nocturna, cuna del tango y núcleo cultural destacado en América Latina por la cantidad, calidad y variedad de espectáculos; cine, teatros, exposiciones, movimientos "undergrounds", eventos artísticos y deportivos.

Caracterización del área de estudio.

Para los fines de este trabajo, se realizará un análisis de los atractivos más importantes y su relevancia histórica de algunos barrios de la ciudad. La elección de dichos barrios, se basó en la encuesta realizada por el ente de turismo de la Ciudad de Buenos Aires, en el informe anual del año 2008, donde se enlistan los barrios más elegidos por los turistas extranjeros.

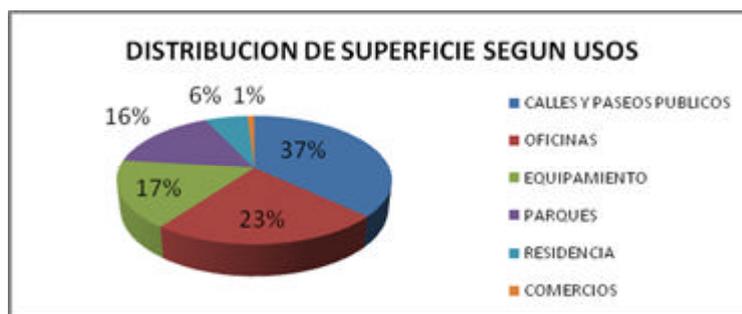
Para el presente trabajo y una mejor ubicación a la hora de explicar cada uno de los atractivos y puntos de interés, el recorrido de la ciudad será de Este a Oeste, tomando como punto de partida el barrio de Puerto Madero, pasando por San Telmo, luego una descripción de los barrios de Monserrat y San Nicolás y por último, los barrios de Recoleta y Palermo.

A pesar de que el barrio de Puerto Madero, no cuenta con hostels, creo conveniente resaltar su importancia, ya que la mayoría de los huéspedes que se alojan en la zona de San Telmo y Monserrat, visitan permanentemente este barrio y también es nombrado entre los barrios más¹ elegidos por los turistas a la hora de visitar Buenos Aires.

PUERTO MADERO

Es uno de los barrios de Buenos Aires mejor preparado para recorrerlo en bicicletas o caminando, por sus grandes espacios verdes. Es a su vez uno de los más jóvenes y opulentos de la ciudad, nació en 1989, cuando se incorpora la zona al denominado tejido urbano, se comercializaron las 170 hectáreas que conformaban la zona y en 1991, se lanzó el concurso para la urbanización, el resultado recién se conoció en 1992 donde 3 proyectos ganaron. Tres integrantes de cada grupo ganador, se reunió, para desarrollar el denominado "Plan Maestro", uniéndose los mejores aspectos e ideas de cada equipo. En línea general, el plan consistía en una línea angosta de edificaciones sobre los bordes de los diques, preservación la fachada de los docks de ladrillos. La idea era y es la integración de las nuevas construcciones sin perder el carácter portuario de la zona. Actualmente el barrio tiene la siguiente distribución según el uso de la misma.

¹ Informe Anual de barrios visitados en la ciudad de Autónoma de Buenos Aires.



Fuente: www.puertomadero.com

El dique 1, todavía está en expansión, de todas maneras aquí se destaca el casino Buenos Aires, es un casino flotante inspirado en un barco fluvial de estilo Mississippi. Abrió sus puerta en 1999 y hoy en día cuenta con dos buques "Estrellas de la Fortuna" y "Princess".

Al final de la avenida Rawson, se encuentra la fuente a Nereidas, o comúnmente llamada la fuente de Lola Mora, la obra maestra de la escultura Argentina de Lola Mora (1866-1936) es una obra realizada en mármol blanco de Carraras, Representa a Nereidas asistiendo al nacimiento de la diosa Venus.

Su inauguración en 1903, en el parque Colón, provocó gran polémica, debido a la provocativa belleza de la obra, de hecho la única mujer que presenció la ceremonia fue la escultora. Se llegó a decir que no había sido una mujer quién la diseñó si no por el contrario que habrían sido sus ayudantes. En 1997, el poder ejecutivo nacional la declaró bien de interés histórico nacional

Muy cerca de la fuente, se encuentra el museo de Calcos, se inauguró en el año 1928, las primeras adquisiciones del museo fueron gestadas por el entonces ministro de agricultura y donaciones de algunos países luego de los festejos por el centenario de la nación.

En el Dique 2, se encuentran los pabellones de UCA y el Hotel Faena.

Los mayores atractivos del barrio, se encuentran, en ambas márgenes de los diques 3 y 4.

El puente de la mujer, ubicado exactamente en el dique 3, donado por el constructor del hotel Hilton, fue proyectado por Santiago Calatrana. El puente que es peatonal y giratorio fue construido en su totalidad en España.

Sobre el margen este, en el dique 4, se concentra la oferta gastronómica más destacada de Buenos Aires, tanto por la ubicación como por la calidad.

Calles de Puerto Madero

En 1995, el ex consejo de liberarte le adjudico a las calles del barrio nombres de mujeres, provenientes de distintos orígenes sociales, con distintas profesiones, revolucionarias, precursoras y combativas quienes lucharon por la igualdad, la libertad y la independencia.

- AIME PAINE (1943- 1987): Ultima princesa mapuche y precursora de los derechos humanos “Es el principio de ser culto saber quién es uno”.
- ALICIA MOREU DE JUSTO (1885-1986): Fue médica, dirigente política y militante del socialismo y feminismo.
- AZCUENAGA MAIZANI (1902-1970): Inició a las mujeres en el género de tango, fue compositora e intérprete.
- AZCUENAGA VILLAFLOR (1924-1977): Fundadora de las madres de Plaza de Mayo. Fue secuestrada en 1977 por la dictadura militar. En 1978 fue encontrada enterrada como NN, en Santa Teresita, provincia de Buenos Aires. En el año 2005, gracias a estudios de ADN se la pudo identificar, hoy sus cenizas descansan en Plaza de Mayo.
- CAROLINA LORENZINI (CAROLA) (1899-1941): Pionera de la aviación, fue la primera mujer que cruzó sola el Río de la Plata.
- CECILIA GRIERSON (1859-1934): Fue la primera médica en Sudamérica (1889), Fundó además la Sociedad de Primeros Auxilios , la escuela de Enfermeras y la Fundación Obstétrica Nacional. En 1910 presidió el primer congreso feminista Internacional de la República Argentina.
- ELVIRA RAWSON DE DELLEPIANE (1867-1954): fue una de las primeras médicas de Argentina. En 1919 Fundó la Asociación Pro-Derechos de la Mujer.
- EMMA DE LA BARRA (1861 -1947): Fue la autora de “Stella”, pero firmó sus obras bajo un seudónimo masculino.
- ENCARNACION EZCURRA (1795-1838): Esposa de Juan Manuel de Rosas, tuvo un papel importante en la Revolución de los Restauradores, que ayudó el ascenso de su marido al poder.
- JUANA MANSO(1819-1875): Escritora y pedagoga, defendió la posición de las mujeres y los niños.
- JUANA MANUELA GORRITI (1818-1892): Fue la escritora argentina más destacada del siglo XIX.
- JULIETA LANTERI(1873-1932): Fue una luchadora por los derechos políticos de las mujeres. Fue la primera mujer en votar en Argentina, 40 años antes que el resto de sus compatriotas. También fue la primera candidata a cargos electivos, cuando todavía el voto estaba vedado para mujeres.
- MAGDALENA GUEMES DE TEJADA (MACACHA) (1787-1866): Fue la hermana del general Martín Miguel de Guemes, a quien apoyo en su lucha por la

independencia Argentina. Convirtió su casa un taller para la confección de ropa para los soldados en la época de la revolución de Mayo.

- MANUELA SAENZ (1797-1856): Fue compañera y amante de Simón Bolívar, nació en Ecuador y participó en las luchas independentistas del continente sudamericano. Fue conocida como la "Libertadora del Libertador".
- MARIA DE TODOS LOS SANTOS SANCHEZ DE THOMPSON(MARIQUITA) (1786-1868): Colaboró con la causa de la libertad, participando activamente. En su casa se cantó por primera vez el Himno Nacional Argentino en el año 1813.
- MARTHA LYNCH (1929-1985): Fue una reconocida escritora argentina, autora entre otros de " La alfombra roja", "Al vencedor", "la señora Ordóñez", "Cuentos de colores"
- MARTHA SALOTI (1899-1980): Fue la creadora de los cursos de perfeccionamiento docente.
- MICAELA BASTIDAS Y PUTUCAVA (1742-1781): Fue la esposa de Tupac Amaru, Tras la derrota fue ejecutada junto a su marido.
- OLGA COSSETTINI (1898-1987):Fue una pedagoga de avanzada, dirigió la escuela "Carrasco " en Rosario, bajo el movimiento educativo "Nueva Escuela"
- PETRONA EYLE (1866-1945): Dirigió la revista "Nuestra Casa", órgano de expresión de corrientes feministas.
- PIERINA DEALESSI (1894-1983): Fue una de las actrices más importantes de la Argentina, en la época de oro del cine nacional. Gran amiga y protectora personal de Eva Duarte de Perón.
- REGINA PACINI DE ALVEAR (1871-1965): Fue una soprano portuguesa, que resigmo su carrera para casarse con el futuro presidente de la nación Marcelo Torcuato de Alvear. Fundó la Casa del Teatro, hogar de los artistas sin recursos.
- ROSARIO VERA PEÑALOSA (1873-1950): Fundó el primer Jardín de Infantes del País.
- Trinidad Guevara (1798-1856): Fue la primera gran actriz Argentina.
- VICTORIA OCAMPO (1890-1979): Fue una de las autoras más influyentes de la historia literaria argentina, fundo la editorial y la revista Sur y fue la primer mujer en incorporarse a la Academia Argentina de Letras.

SAN TELMO

Uno de los primeros puntos de interés del barrio se encuentra en la calle Balcarce, es la casa de Carlos Castagnico, pintor Marplatense, hoy funciona una galería de arte. Cruzando la calle, se encuentra la galería del Viejo Hotel, el cual fue

construido para albergar a familias de inmigrantes, a partir de 1880 se transformó en un espacio de arte y multiculturalidad.

Sin dudas una de las principales atracciones del barrio es la ubicada sobre la Plaza Dorrego, El mercado de San Telmo, es uno de los últimos en su tipo que aún existe en la ciudad. Aquí, podemos encontrar desde puestos alimenticios, pasando por las antigüedades hasta las más extravagantes curiosidades. Es un espacio vital, especialmente los días domingos donde hay artistas callejeros de todo tipo, estatuas vivientes, mimos, teatro, marionetas música de todo tipo, especialmente Tango.

Por la avenida San Juan, se encuentra el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (M.A.M.B.A), fue fundado en 1956 y su atracción principal, son las obras de arte Argentino de los años 40-50. Muy cerca a este, se encuentra el museo del cine "Pablo C. Ducrós Hicken" , fue creado en 1971 con el objetivo de investigar, preservar y difundir el patrimonio cinematográfico argentino. Pablo Hicken fue uno de los primeros investigadores de cine en nuestro país. El museo conserva 150 mil documentos y más de 1200 películas.

MONSERRAT

La historia del barrio, comienza con la llegada de los jesuitas a este territorio. Los arquitectos Andrés Bianchi y Juan Bautista Primoli, construyeron en 1734 la iglesia de San Ignacio de Loyola, el colegio jesuita y el cuartel general de las misiones. Tras su expulsión del imperio español en 1767 funcionaron en este sitio las primeras facultades de la universidad de Buenos Aires, la imprenta y la biblioteca pública. Vecino a la iglesia, se encuentra el colegio Nacional de Buenos Aires, obra del arquitecto Norbert Auguste Maillart inaugurado en 1918. Hoy en día por las instituciones que funcionaron en esta zona, delimitada por las calles Alsina, Moreno; Perú y Bolivia se denomina "Manzana de las Luces".

Debajo de este sector, también hay una red de túneles construidos entre los siglos XII y XVIII que formaban una red que unía de manera subterránea las iglesias, los edificios públicos y el Fuerte, a Cinco metros de profundidad y directamente en piedra perforada.

Sobre las esquinas de Alsina y Bolívar, se encuentra la librería Avila, la más antigua de Buenos Aires. Funciona en el antiguo solar que ocupará su antecesora la librería del Colegio San Carlos, pero paso a la historia como la "librería del Colegio es el único comercio que se mantiene desde la Colonia, en el mismo lugar y el mismo rubro.

Otros de los templos que merece la atención es la basílica y convento de San Francisco, ubicado en las calles Alsina y Defensa, obra del antes nombrado arquitecto Bianchi Y fue inaugurado en 1758 pero en 1911 fue remodelada por el arquitecto Ernesto Sackman.

SAN NICOLAS

La actual Plaza de Mayo, coincide con la que era la plaza mayor de la ciudad fundada por Vasco Juan de Garay en 1580, es una de las plazas más representativas en América, ya que ninguna se usó y se sigue usando para actuar las pasiones políticas y populares. Según la tradición política Argentina, todo sector que desee cobrar visibilidad y protagonismo debe manifestarse aquí. Tiene una superficie de dos manzanas, y es la fusión de dos antiguas plazas.

En la Plaza, se encuentra la Pirámide de Mayo, es el primer monumento erguido por una colonia Europea, fue levantado en 1811 para conmemorar el primer año de libertad. La actual ubicación no es la original, ya que antes se hallaba en una de las recovas que fue demolida en 1853.

Donde estuvo el fuerte español entre fines del siglo XVI y XVII, se emplaza la Casa Rosada, es la sede del poder Ejecutivo Nacional. Tiene un aspecto asimétrico y ecléctico que es el resultado de la unión de dos edificios y sucesivas intervenciones hasta fines del siglo XIX. Uno de los lugares de interés dentro de la casa, es el salón Blanco, cuenta con una ornamentación dorada, escaleras de mármol italiano y francés, también se destaca el gran patio de "Las Palmeras" y el de "Las Logias" o galerías, donde se puede tener acceso a la colección de bustos de mármol de los presidentes constitucionales. Desde Aquí también se puede acceder a la desaparecida Aduana, la cual fue utilizada en los tiempos de la colonia y hoy en día podemos observar las bóvedas y arcos.

La Casa Rosada es custodiada por soldados del regimiento de granaderos a caballo en uniforme de época. En el museo de la casa, se puede encontrar objetos personales de los presidentes argentinos. En la Parte trasera de la Casa Rosada, se emplaza el monumento a Cristóbal Colón obra del artista Florentino Arnaldo Zocchi, fue donado por la comunidad italiana para el centenario de la Revolución de Mayo. La construcción de este monumento fue impulsado por un inmigrante Italiano como obsequio hacia el pueblo argentino en conmemoración del centenario de la Revolución de Mayo. La piedra fundamental se colocó en 1910, pero recién se inauguró en 1921. Es un grupo de esculturas, donde se puede ver al navegante español y a un grupo simbólico de figuras que representa la civilización, la ciencia, el genio, el océano, la fe del nuevo continente.

Rodeando la plaza de Mayo se encuentran los siguientes edificios. La Catedral Metropolitana que es la sede del arzobispado de Buenos Aires. Su fachada neoclásica fue diseñada en 1822 por el Francés Porpero Cáteriny ornamentada por Joseph Duboudin, fue terminada en 1863. La fachada de estilo neoclásico posee doce columnas que representan a los apóstoles, que acompañaron a Jesús. El frotis triangular presenta un relieve que representa la llegada de Jacobo a Egipto.

En su interior hay 14 capillas, 12 de las cuales tienen altares realizados en mármol. Se destaca el mausoleo del libertador general Don José de San Martín, obra del escultor Carriere Belleuse, es custodiado por soldados del regimiento de Granaderos a caballo San Martín.

Otras de las construcciones que rodean a la plaza de Mayo, es el Cabildo que es la única construcción de la época colonial que sigue en pie alrededor de la plaza. El Cabildo original tenía 11 arcos pero fueron demolidos 3 de cada extremo, para abrir las avenidas de Mayo y diagonal Sur.

La avenida de Mayo fue el primer boulevard de Buenos Aires, abierto entre las década de 1880 y 1890 con la demolición de la primera ala del cabildo y 10 manzanas del casco histórico. Debajo de esta avenida corre el primer subterráneo que hubo en el hemisferio sur. La línea A de subte, fue abierta al público en 1913.

La avenida nació con el objetivo de comunicar en forma directa las plazas de Mayo y el Congreso Nacional, junto con la apertura de las diagonales Norte y Sur, constituyen el resultado de las reformas realizadas en París por el barón de Haussam.

Sobre la avenida Rivadavia a la altura de la calle San Martín, se encuentra la sede del gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Inaugurado en 1902, es la obra del arquitecto Giovanni Cagnoni. Dentro del edificio, se pueden ver dos grandes pinturas "Preparativos de Salida" de Benito Quinquela Martín y "la Fundación de Buenos Aires", de José Moreno Carbonero.

Contiguo a este edificio, sobre la Avenida de Mayo, se encuentra la ex sede del diario La Prensa, hoy en día funciona la oficina de cultura local. Se inauguró en el año 1896, en el primer piso se destaca el salón Dorado, que es un réplica exacta de uno de los salones del Palacio de Versalles. En la cúpula hay una estatua de bronce que sostiene una antorcha y una hoja escrita, como símbolo de la libertad de prensa, anteriormente esa antorcha se iluminaba con diferentes colores para comunicar noticias.

Continuando por la Avenida, en sentido hacia el Congreso Nacional, se encuentra el Café Tortoni, es el más antiguo de la ciudad, fue fundado en 1858 por un

inmigrante Francés de apellido Touan, el nombre del café está inspirado en un establecimiento del boulevard Del Italiens, donde se reunía la elite cultural parisina del siglo XIX. El local era frecuentado por grandes personalidades de todas las artes, como Alfonsina Storni, Benito Quinquela Martín, Carlos Gardel, Baldomero Fernández Moreno, Federico García Lorca, que formaban la peña denominada "Agrupación de gente de Artes y Letras". En 1926 le piden a Don Celestinio Curuchet, el nuevo dueño del café, si podían usar la Bodega del Subsuelo para sus reuniones y el acepta, ya que según sus propias palabras "Los artistas gastan poco, pero le dan lustro y fama al Café". El café está decorado con cuadros de pinturas del barrio de la Boca, fotos de famosos y Billares, además de un salón exclusivo para recitales de tango y Jazz.

Cruzando la avenida 9 de Julio, se ingresa a la denominada "Pequeña España" con más de seis restaurantes españoles. El epicentro de este sector es el teatro Avenida. Se inauguró en el año 1908, con una obra de Lope Vega, en 1979, luego de un gran incendio cerró sus puertas hasta 1994, con la presentación de Plácido Domingo, continuando hasta el día de hoy con la tradición española. Frente a este se encuentra el tradicional bar Los 36 Billares.

Continuando el recorrido por la avenida, nos encontramos con el imponente Palacio Barolo, obra del arquitecto Mario Palanti, fue terminada 1923. Luis Barolo, comerciante textil conoció en el centenario de la revolución de Mayo al arquitecto Mario Palanti a quién lo contrató para realizar un edificio que tenía en mente, Luis Barolo deseaba conservar la inspiración de Dante Alighieri, por eso el edificio está inspirado en la obra "La Divina Comedia" con analógicas y referencias de este famoso poema. El mismo Arquitecto construyó un edificio muy similar en el centro de Montevideo Uruguay, el Palacio Salvo, en los años 20 estos dos edificios fueron los más altos de Sudamérica y las luces de los faros ubicados en la parte superior, los tornaba visibles uno del otro.

A una cuadra de este, se encuentra la Plaza Del Congreso o Plaza de los Dos Congresos, fue proyectada en 1908 y terminada en 1910, decorada con un estilo francés. En ella se puede encontrar varios elementos importantes:

En 1935, se instaló el Monolito del kilómetro 0, En su cara Norte está grabada la Virgen de Luján, en la cara Sur un mapa en relieve de Argentina, al Oeste Placas recordatorias a José de San Martín y en la cara Este placas con la fecha del decreto que instalación del monumento.

También, se encuentra la estatua de "El pensador de Rodin", es el segundo vaciado del molde original y firmado por el autor por Auguste Rodin.

El monumento a los Dos Congresos, obra del arquitecto belga Jules Lagal, representa la asamblea del año XIII. Ejecutado en piedra de Nancy y figuras de bronce patinadas. Está rodeado por una escalinata que da acceso a una plataforma, en la cual se encuentra el monumento propiamente dicho, el cual es coronado por una estatua femenina, que representa La República con un ramo de laurel en una mano, a sus pies se encuentran las serpientes de los mates y figuras que representan al Trabajo. A los lados de esta, se encuentran las figuras que representan la Asamblea del año XIII y el Congreso de Tucumán. La plataforma antes nombrada, se encuentra rodeada por una fuente con grandes esculturas de caballos, cóndores de bronce y rondas de niños que representan la Paz. La fuente tiene una orientación hacia el este, representando el Río de la Plata. También este conjunto de esculturas está integrado por otras figuras que representan el Río Uruguay y el Río Paraná, además de esculturas de animales de la fauna nacional.

Coronando el final de la plaza, sobre la Avenida Callao, se encuentra el palacio del Congreso, es una obra del arquitecto italiano Vittorio Meano y fue inaugurado en 1908. El arquitecto, se inspiró en la arquitectura clásica griega y romana. El edificio fue declarado Monumento Histórico y Artístico Nacional por decreto.

La entrada principal del edificio ubicada sobre la Avenida Entre Ríos y tiene un atrio central decorado con seis columnas estilo corintio que soportan un frontón triangular, y la puerta está custodiada por dos cariátides de mármol.

Arriba del atrio y por debajo del tímpano, está esculpida en el friso la inscripción "Congreso Nacional".

La cubierta a dos aguas sobre el frontón, tiene en cada extremo de la parte inferior de sus faldones, esculturas con figuras de "leones alados". Sobre el frontón hay una escultura de piedra con el Escudo Nacional.

Por encima del frontón y las cornisas hay una profusa ornamentación con guirnaldas, vasijas, redondeles y mascarones. En la parte superior externa, simbolizan los poderes del Estado.

Detrás del frontón, hay una gran plataforma ornamentada, que sirve de apoyo para el carro tirado por cuatro caballos en distintas posturas, representa la República Triunfante. La victoria halada que lo condice, simboliza la voluntad del país, avanzando liberado. En su mano izquierda lleva las riendas, representando a la democracia manejada por el pueblo y en la derecha una rama de laurel, todo esto en dirección hacia el Río De La Plata.

PALERMO

Tomando como un inició arbitrario el Museo Nacional de Bellas Artes, por ser uno de los más importantes de Latinoamérica, se comienza el recorrido del barrio. El primer edificio que ocupó el museo, en 1895, en lo que hoy conocemos como Galerías Pacifico, en la calle Florida, pero en 1910, debido al gran aumento del patrimonio se lo trasladó a su actual ubicación. El edificio que lo alberga actualmente fue la casa de Bombas, edificio perteneciente a obras sanitarias de la Nación. La inauguración oficial fue en 1933. Además de la sede en el barrio porteño, cuenta con una extensión en la provincia de Neuquén. Entre las dos sedes, se suma más de 11 mil piezas.

Sobre la avenida Figueroa Alcorta podemos encontrar la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), es de estilo neoclásico y fue construida en 1944, luego de un concurso que ganó el proyecto de los arquitectos Pedro Vivent, Ismael Chiapone y Arturo Ochoa. Continuando el recorrido hacia el sur, se encuentra el Museo de arquitectura, (M.A.R.Q) donde podemos encontrar objetos de diseño, urbanismo, maquetas y obras de arquitectura de la época moderna.

Floralis Genérica, conformada por 6 pétalos metálicos de acero y aluminio. Tiene un peso de 18 toneladas y 20 metros de alto. Tiene la característica especial de abrirse al amanecer y cerrarse por las noches. Fue construida y obsequiada por Eduardo Catalano, en el año 2002 en representación y símbolo de todas las flores. Lamentablemente en este momento, se encuentra dañada y está fuera de funcionamiento. Según palabras del arquitecto, "es una síntesis de todas las flores y es a la vez una esperanza que renace cada día al abrirse".

Sobre Plaza Mitre, se encuentra la imponente Biblioteca Nacional, obra de los arquitectos Clorinda Manuel José Testa, Francisco Bullrich y Alicia Cazaniga, se terminó de construir en 1992 y actualmente cuenta con una colección de más de 600 mil libros. La Biblioteca, como tal, fue creada en 1810, por la primera junta de gobierno, ya que entre sus objetivos, estaba hacer llegar a la comunidad la ilustración. La primera sede, estuvo ubicada en las intersecciones de las calles Moreno y Perú, dentro de la zona que hoy se conoce como "Manzana de las Luces".

Los primeros documentos con los que contó la biblioteca, fueron: "La Gazeta", donde en el artículo titulado "educación", se anuncia la creación de esta institución, y la traducción del contrato social. A estos dos importantes documentos se agregan, los libros del obispo Orellana, que le fueron expropiados meses antes

por Mariano Moreno y Cornelio Saavedra, ya que lo catalogaban como conspirativos contra la junta y además donaciones de menor volumen de libros.

En 1880, la Biblioteca tomó el carácter de Biblioteca Nacional. Uno de los directores que más hizo por la biblioteca fue Paul Grousseau, quien estuvo en su cargo por más de 40 años y logró que la biblioteca fuera un punto de referencia para el pensamiento Argentino. Durante su mandato, se duplicó el patrimonio y se creó la Sala de Tesoros.

Recién en 1960, luego de la firma de la ley correspondiente, se destina un espacio de 3 hectáreas en las avenidas Del Libertador General San Martín, Las Heras y las calles Agüero y Austria.

Sobre la avenida del Libertador, se encuentra el Museo Nacional de Arte Decorativo y Arte Oriental. Fue creado en 1937 por parte del Gobierno Nacional, con la adquisición de la residencia y la colección de arte de Josefina de Alvear y Matías Errazuriz. El palacio lleva el apellido del matrimonio (Alvear – Errazuriz) fue inaugurado con una gran fiesta en 1918.

Siguiendo el recorrido por la misma avenida del Libertador se puede visitar el museo de Motivos Populares Argentinos José Hernández. El mismo, posee una colección de diversos oficios artesanales, como lo son la platería, textiles, cuero, vidrio, cestería, hueso, madera, entre otros. El museo, tiene como misión coleccionar, documentar, investigar, exhibir y promover el arte popular Argentino en diferentes variantes. El patrimonio del museo se inicia con libros y revistas de Félix Bunge, dueño de la casa donde hoy en día funciona el museo.

A partir de la década de 1940, se une con los documentos y objetos de la biblioteca del Folklore Argentino, a este gran material, se le suman varios aportes de particulares que conformaron lo que hoy en día es el patrimonio del museo.

Tres de las aéreas más importantes del museo:

Gaucho: Encontramos una amplia colección que abarca la historia, polémicas, costumbres.

Folklore: Abarca una descripción completa de la cultura popular, fiestas, danzas, leyendas y modismos regionales e indumentaria.

Literatura Gauchesca: Hay una colección que comprende los primeros folletos del Martín Fierro, Como así también las ediciones criticadas, comentarios e ilustraciones de la obra.

El Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires (M.A.L.B.A), ubicado en la Avenida Figueroa Alcorta, tiene la misión de coleccionar, conservar, estudiar y difundir el arte latinoamericano, desde principios del siglo XX hasta la actualidad. Como objetivo principal, la educación del público, despertando el interés por los creadores latinoamericanos contribuyendo al conocimiento de las producciones de América Latina, fomentando al reconocimiento de la diversidad cultural de la región. Promoviendo además al intercambio artístico entre las instituciones, apoyando programas de innovación centrado en las artes visuales y culturales de Latinoamérica.

Los comienzos del museo, fue la colección Constantini, que desde 1990 estuvo abierta a la visita del público, especialmente de estudiosos y entendidos de la materia de todo el mundo y para el préstamo de obras a exposiciones de arte. En 1996, la colección completa fue solicitada para una exhibición en el Museo Nacional de Bellas Artes y luego en museos Uruguay, Brasil y España. Paralelamente, durante el mismo periodo se produce una fuerte incorporación de obras. En 1999, se compra el terreno del actual edificio y se realiza el concurso para la construcción del mismo. El proyecto ganador fue de un grupo de jóvenes arquitectos Cordobeses, tenía como propósito integrar el edificio a la ciudad y generar un entorno propicio para disfrutar de las obras, respetando las normas de conservación.

El museo cuenta con un auditorio donde se proyecta cine no comercial y se dictan ciclos de literatura, cursos, conferencia y seminarios, además de, por supuesto de las muestras de fotografía, films y videos. Según Eduardo Constantini, el protagonista principal del M.A.L.B.A es el público donde el museo funciona como puente entre el público, los artistas, los críticos y los coleccionistas.

El Jardín Japonés, fue construido en el barrio de Palermo, en 1967, en honor a los principales herederos Ahihito y Michino, quienes visitaron nuestro país. Todo y cada uno de los elementos que se encuentran en el jardín, buscan el equilibrio del lugar. Aquí, se pueden encontrar ejemplares de árboles y plantas típicas como el Sahura, Paltin y Azaleas, además en los estanques gran cantidad de peces Koi, conocidos como Carpas.

En la intersección de las avenidas del Libertador y Sarmiento, se encuentra el monumento de la Carta Magna y las 4 regiones Argentinas, más conocido como el monumento de los españoles, ya que fue construido por Queron y Subrats, ambos de origen español. Fue obsequiado para el centenario de la Nación Argentina, pero recién fue inaugurado en 1927, ya que los bronce alegóricos que representan la Los Andes, El Plata, El Chaco y la Pampa se perdieron en el naufragio de la nave que los traía hacia Buenos Aires.

Continuando el recorrido por la Avenida Sarmiento, llegando hasta la Avenida Santa Fe; nos encontramos con el predio de la sociedad Rural Argentina, ocupando por varios pabellones. Es el lugar elegido para realizar varias exposiciones de carácter nacional e internacional, entre ellas la FIT (Feria Internacional de Turismo). Frente a la sociedad Rural, se encuentra ubicado el Jardín Zoológico inaugurado en 1892, tiene una superficie de 18 hectáreas, cuenta con una amplia arquitectura que avoca a distintos estilos, desde templos de egipcios, templos de hindúes, hasta una pagoda japonesa. Cada uno de los pabellones, es considerado como patrimonio histórico de la ciudad.

Sobre la entrada del zoológico, se estacionan los tradicionales "Mateos". En Argentina, se los conocía como "Victorias", a partir de 1923, después de la obra de teatro de Armando Disepolo, donde se contaba la historia de Don Miguel, dueño de una Victoria que era tirada por Mateo, un Caballo que recorría las calles lidiando con los autos que comenzaban a poblar la ciudad.

Separado por la Avenida Las Heras, se encuentra el Jardín Botánico, el cual fue diseñado por Charles Thays fue inaugurado en 1898, con una superficie de 7,5 hectáreas cuenta con 5000 especies de plantas y árboles, además, cuenta con una escuela de jardinería, invernadero y una gran colección de estatuas.

Entre las avenidas del Libertador, Sarmiento, Figueroa Alcorta e Infanta Isabel, se encuentra la parte central de los bosques de Palermo, donde todos los sábados y domingos se cierra al tránsito para permitir la libre circulación de bicicletas, skatesboards, patines. El nombre oficial es "Parque 3 de Febrero", fue creado por Domingo Faustino Sarmiento, en el año 1874 con la idea de establecer un espacio que pudiera contener la flora y fauna del país. Por tal motivo, se generó un lago artificial con la finalidad de incorporar paseos en bote, y alberga especies de aves propias de nuestro país. Dentro de este predio, se encuentra el Rosedal diseñado por Carlos Thays e inaugurado en 1914 con más de 1200 especies de rosas. Los terrenos eran conocidos como bañado de Palermo y pertenecían a Juan Manuel de Rosas hasta que luego de la batalla de Caseros le fueron confiscados. Uno de los espacios más destacados es la glorieta cubierta de Rosales trepadores, enredaderas y el puente que atraviesa el antes nombrado lago. En el año 2008, gracias a la fundación de YPF, se plantaron cinco mil rosas, algunas de las cuales permanecen florecidas durante todo el año. Otro de los sectores privilegiados, es el Jardín de los Poetas, el cual contiene estatuas con bustos de poetas y un patio andaluz obsequiado a la ciudad de Buenos Aires por el ayuntamiento de Sevilla en 1929. A pesar de que se sigue conociendo como un espacio destinado a bustos de poetas, actualmente hay bustos de representantes de todas las artes.

Sobre la misma avenida, hacia el lado de la avenida Figueroa Alcorta se llega al museo de Artes Plásticas Eduardo Sívori, dedicado a obras de artistas plásticos argentinos desde el siglo XX a la actualidad. Se exhiben pinturas, esculturas, dibujos, grabados, cerámicas, litografías, xilografías y serigrafías. Recién en 1995, después de varias décadas de funcionamiento, el Museo obtiene su sede propia, dentro de este espacio además de las salas de exposiciones permanentes y temporarias, incluye un espacio abierto, jardín de esculturas, biblioteca, salones de uso múltiples y un anfiteatro. Anualmente, el museo se enriquece de la incorporación de obras con las últimas tendencias de concursos que se organizan a nivel nacional.

Continuando el recorrido por la avenida Figueroa Alcorta, se distingue el Planetario Galileo Galilei, inaugurado en 1968, tiene un diámetro de 20m y posee un planetario giratorio de 16 proyectores componen una imagen de casi 9000 estrellas. Las obras de construcción del Planetario, comenzaron en 1966 y se inauguró en 1967. La figura geométrica que forma la arquitectura fue buscada expresamente, ya que es la figura plana perfecta que se puede hacer con el mínimo de lados iguales, es un símbolo que se puede llegar desde la partícula elemental hasta un desarrollo cósmico total. El edificio consta de cinco pisos, seis escaleras y una sala circular de 20 metros de diámetro. Su finalidad, es la divulgación de la ciencia astronómica a través de espectáculos didácticos – recreativos. Uno de los mayores tesoros que tiene el planetario es una roca lunar que trajo el Apolo XI especialmente para la institución.

Otros de los sectores privilegiados del barrio, es el ubicado en la zona, de las calles Gurruchaga y Armenia, se encuentra la Plaza Julio Cortázar más conocida como plaza Serrano o plaza Julio Cortazar, se encuentra en el centro de Palermo Soho, es el espacio elegido para numerosas actividades de carácter cultural y social, en torno a está, existe un Barrio de casas bajas que hoy en día se lo conoce como Palermo Soho, llamado así en honor al famoso barrio de Nueva York, Estados Unidos.

MAPAS

UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES



Ubicación de la ciudad de Buenos Aires, en el mapa de la República Argentina

UBICACIÓN DE LOS BARRIOS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES



Ubicación de los Barrios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

CAPITULO II

EVOLUCION DEL TURISMO Y LA HOTELERIA

“El hombre es viajero por motivación y por necesidad”, desde los tiempos más remotos se le ve cambiando el lugar”Valdes (1983:15).

Para una mejor explicación y entendimiento del proceso histórico que sufrió nuestro país, es necesario hacer un análisis de definición de autores, ya que cada uno de ellos, ha entendido y analizado la evolución del turismo de una manera diferente.

En el libro Post Turismo (2000) de la autora Molina, se plantea la necesidad de una re clasificación de las etapas históricas de la actividad.

El proceso evolución de la actividad, comienza a plantarse entonces con 3 etapas:

1- PRE TURISMO Tuvo su desarrollo en Europa entre los siglos XVII u XVIII.

2- TURISMO INDUSTRIAL su vez es dividido en:

- TURISMO INDUSTRIAL TEMPRANO Tiene su origen en el siglo XIX hasta los inicios de la segunda guerra mundial.
- TURISMO INDUSTRIAL MADURO Tiene su desarrollo entre los años 1950 hasta finales de 1980.

3- POST INDUSTRIAL que va desde los años 80' hasta la actualidad.

Esta división se realiza tomando en cuenta la actividad a nivel mundial, pero, es necesario, hacer en paralelo y adaptación a lo que estaba sucediendo en nuestro país. ²

1- PRE-TURISMO: Es la etapa conformada por el dominio del territorio de los indígenas hasta la independencia nacional argentino.

2- ETAPA TURISMO INDUSTRIAL: Al igual que a nivel internacional, es necesario, dividirla en las siguientes sub categorías.

- TURISMO INDUSTRIAL TEMPRANO Se toma como punto de partida desde la independencia Nacional Argentina, hasta el año 1945. Dentro de esta categoría, hay que tener en cuenta que se incluyen la belle Epoque y la transición.

² Historia del Turismo Argentino

- TURISMO INDUSTRIAL MADURO Desde 1946 hasta los años 80.
- TURISMO POST INDUSTRIAL Se extendió desde el año 1980 hasta fines del siglo XX.

3- POSTURISMO A partir de los inicios del siglo XXI.

Para los fines de este trabajo, me ubicaré en la últimas dos etapas, "**La etapa del turismo post industrial**" y "**El post turismo**", ya que es aquí donde los hostels inicial y desarrollan sus actividades.

TURISMO POST INDUSTRIAL EN ARGENTINA (1980- 2000)

A partir de 1970, comienza en el mundo un cambio político, con el surgimiento de las políticas neoliberal con la consecuente expansión y mundialización del sistema capitalista, dando lugar entre otros al fenómeno de la globalización.

En Argentina, esto se ve a partir del año 1989, con la aplicación por parte el gobierno, de políticas que cada vez orientaban a un claro neoliberalismo, proponiendo la reducción el estado e impulsando la libertad de las fuerzas económicas.

Entraba Argentina entonces, en conjunto con el resto del mundo en la revolución de los servicios. Se fijaron leyes que autorizaban la privatización de casi la totalidad de las empresas públicas, entre muchas otras cosas. Este nuevo modelo, fue apoyado en 1991 con la ley de convertibilidad, la cual pretendía disciplinar al sector privado local (aquí se encuentra el turismo y la hotelería), frenando el incremento de precios debido a la competencia y lograr mayores inversiones extranjeras.

DESARROLLO DEL TURISMO

Todas las transformaciones que se estaba produciendo a nivel tanto internacional como nacional, tuvieron repercusión en el sector turístico, tal cual lo reconoce Kotler (1997): "[...] El turismo se convirtió en un negocio mundial cuyo mercado en expansión no ha dejado ningún lugar sin explotar". Esto, se desarrolla particularmente resaltando el turismo sustentable, especialmente los recursos naturales, además, principalmente en la ciudad de Buenos Aires que comienza a

tomar fuerza es el turismo urbano. Revalorizando edificios históricos, ampliando la oferta cultural, entre otras

En la etapa post industrial, la comercialización del turismo se vio beneficiada con el importante apoyo de la tecnológica, que unido a grandes avances tecnológicos beneficio a la mejora de la administración de las empresas mediante la automatización de las, que entre otros beneficios disminuyó drásticamente los costos.

Tendiendo hacia una mayor profesionalización del sector, en el año 1999 fue creado el Registro de profesionales en turismo el cual contiene una base de datos, integrada por egresados de todo tipo de establecimiento educativos con título de turismo, hotelería y gastronomía. Esta base de datos es voluntaria y sirve a empresas especializadas para la selección de personal.

En el año 1991 a partir del documento de seguridad en turismo, las recomendaciones de la O.M.T y reconociendo que la seguridad de los turistas es primordial, se firma decreto n° 593/98

Entre los objetivos del decreto se encuentran:

- Elaborar políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo, que ayude a la protección en todo el territorio nacional Argentino, que asegure la integridad física, salud, bienes, derechos y garantías de los turistas extranjeros y nacionales y asegurando el patrimonio natural y cultural.
- Elaborar planes de desarrollo de políticas nacionales específicas de seguridad en el turismo cooperación y ejecución integrada con las provincias, municipios y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Recomendar acciones a los órganos y autoridades oficiales competentes y a las entidades representativas.
- Proponer campañas de esclarecimiento, prevención y recomendaciones al público en general y a sectores que puedan contribuir a establecer condiciones de seguridad para el desenvolvimiento turístico.

En este contexto se puso en marcha el programa de seguridad turística cuyo principal objetivo es ayudar a que los destinos turísticos adopten medidas de seguridad tomando además conciencia sobre la aplicación de la calidad. Entre otras acciones se dispuso un servicio telefónico 0800- gratuito a nivel nacional de seguridad turística, el cual es atendido y administrado por la comisaría del turista y cuenta además con personal bilingüe. Cabe destacar que en la ciudad de Buenos Aires, se crea la policía turística y se capacito al personal de defensoría del pueblo para el programa de ayuda al turista.

DESARROLLO DE LA HOTELERIA

Todo el sector de alojamiento tuvo un gran impulso durante toda la década de 1990, en particular en la ciudad de Buenos Aires, gracias entre otros factores al cambio favorable. La mayoría de las inversiones fueron realizadas por empresarios argentinos ayudados por el nombre de marcas de reconocimiento internacional. Durante toda la década se llevaron a cabo importantes inversiones, remodelaciones y construcción de hoteles de todas las categorías, los alojamientos alternativos, surgen como una forma de alojamiento dentro de esta categoría incluye a los hostels, residencias universitarias, B&B, que tenían en un primer término destinados a una demanda interesada en conocer las costumbres, locales a través de una mayor interacción con la comunidad local.

La Secretaria de Turismo de la Nación definió áreas prioritarias para las inversiones. Las mismas quedaron agrupadas por rubros en alojamiento, alimentación, esparcimiento e instalaciones marítimas, centro de convenciones culturales, comerciales, de vacaciones, actividades de sky, de montaña, transporte turístico, renta de vehículos y entretenimiento de personas para ser hoteleros y turismo, donde tenía la finalidad, la estructuración de un programa de asistencia financiera con planes de créditos, para PYMES y micro emprendimientos.

A todo lo políticamente hecho, en el año 1999 se promulgo la ley 25198, donde se declara al turismo como una actividad socioeconómica de interés. “[...] el Estado proveerá al fomento, desarrollo, investigación, promoción, difusión, preservación y control de la actividad turística en todo el territorio de la República Argentina, otorgando beneficios impositivos, tributarios y crediticios similares a los de la actividad industrial.”

Todo lo expuesto hasta ese momento permitió pensar que en el siglo XXI, que la actividad turística podría llegar a ser una de las alternativas para lograr la renovación productiva.

ETAPA DEL POSTURISMO

Argentina, comienza el nuevo siglo enfrentando una de las peores crisis en todos los aspectos políticos, sociales, económicos y obviamente esto afecto en gran medida a toda la actividad turística y hotelera.

En el año 2001 se aprueba la ley de reforma laboral, donde supuestamente se iba a legalizar la situación laboral de muchas personas en relación de dependencia. Lamentablemente se observó una mayor informalización del trabajo, recorte en el sector público y privado.

En el año 2002 dejó de tener vigencia la ley de convertibilidad, lo que generó una fuerte e inclinada devaluación del peso Argentino, eso favoreció a la recuperación de las exportaciones, dentro de este grupo está tanto el turismo como la hotelería. Se comenzó a pensar que esto ayudaría a un mayor desarrollo de la actividad que produjo mayores ingresos, más puestos de trabajo y hasta una mejora en las condiciones laborales de todo el sector.

En el año 2003, luego de varios gobiernos provisionales, asumen un gobierno elegido por sufragio nacional, donde tuvo como gran desafío proyectar cambios en el ámbito político, económico y sociales para intentar mejorar la situación, esto inclina el crecimiento del sector como sociedad, en la reconstrucción de funciones sociales y en la renovación de la representación política

DESARROLLO DE TURISMO Y LA HOTELERIA

Todo el sector ingresa en esta etapa caracterizada por la pluralidad, con el desarrollo de productos o servicios altamente competitivos. Con cada vez más desarrollo de alianzas estratégicas y fusiones empresariales, con recursos humanos hiper calificados con multicapacidades.

La demanda, adquiere un lugar protagónico, activa, compleja, exigente y cambiante.

Continúa en esta etapa el aumento del turismo urbano, ayudado de una mayor oferta cultural. Lo que traerá mayor renovación de las viejas ciudades, aquellos destinos que ya alcanzaron la madurez tienen a revitalizarse y renovarse buscando siempre satisfacer a los cada vez más experimentados y exigentes consumidores. Se comienza a aceptar la formación como una inversión y se deja de verla como hasta al momento como un gasto.

En el mercado internacional Argentina, especialmente Buenos Aires, crece en Turismo Urbano, con grandes ventajas competitivas con respecto al resto de Sudamérica. La hotelería, específicamente, continúa acentuado su crecimiento.

POLITICAS TURISTICAS

Desde comienzos del nuevo siglo. El gobierno nacional, recomendado por la O.M.T, se comenzó a acercar cada vez más al sector privado.

En el año 2002, el turismo fue uno de los sectores más productivos y dinámicos de la economía Argentina. Algunas de las medidas que se desarrollaron:

-Lanzamiento en el año 2002, del plan federal estratégico de turismo sustentable 2016

-Sanción de una nueva ley de turismo 25997 Entre los objetivos y principios se cuenta con la confirmación del comité interprovincial de facilitación turística, la secretaria de turismo de la nación, el consejo federal de turismo, el instituto nacional de promoción turística, el régimen financiero. El fondo nacional de turismo, incentivos al sector, programas de inversión, protección al turista, el turismo social.

-Implementación del sistema estratégico de gestión de calidad turística y cata de compromiso con el ciudadano

PLAN DE TURISMO SUSTENTABLE ³

Tiene como objetivo general constituirse en el proceso orientador que reafirme voluntades, optimice recursos encamine esfuerzos hacia un modelo de desarrollo turístico sustentable en el país. Donde se intenta convertir a Argentina en el país turístico mayor posicionado de Sudamérica por la calidad y la diversidad de su oferta turística

Alguno de los valores de este plan son: Arraigo, responsabilidad política, respeto mutuo, compromiso con el país, solidaridad, participación, creatividad e identidad.

Con este plan, se pretende el desarrollo turístico de aquellas zonas que hasta el momento se encuentran con muy poco o ningún tipo de desarrollo comercial. Ayudando cada uno de los destinos con una visión global que incluya las inversiones públicas, capacitación, calidad, marketing y promoción.

Se establecen metas mensuales y escenarios deseables de la actividad turística hacia el 2016, en función de los objetivos ambientales socioculturales y socioeconómicos. Para la evaluación de este plan se definen lineamientos que analizan los indicadores, a través del programa de monitoreo y evaluación continua. Durante el desarrollo del plan se evaluara para que permita la posible corrección y revertir posibles desviacionesse tomaran las diferencias entre las metas y el valor inicial (el grado de metas alcanzadas)

El plan desarrolla indicadores de aspectos sociales, económicos y culturales, son una fuerte de información importante para la evaluación.

³<http://www.turismo.gov.ar/esp/menu.htm>

INDICADORES AMBIENTALES

Estos indicadores ayudan a concretar los problemas relativos al uso de recursos particulares. Se tratan de temas, como la carga turística, la satisfacción del turista con el destino y con el medio ambiente, contaminación del agua, y el aire, en áreas naturales protegidos y playas, presencia de planes ambientales , manejo de destinos, uso de energías renovables ,números de accidentes en temporada alta y delitos

INDICADORES SOCIOCULTURALES

Son indicadores que corresponden a la preguntas sobre la vida de los consumidores. Medidas que aseguren la preservación del patrimonio, la participación de las comunidades receptoras, la lucha contra la prostitución infantil

INDICADORES SOCIOECONOMICOS

Fueron definidos procurando que sean coherentes con los objetivos políticos y económicos

- PBI turístico, como una subdivisión del PBI general.
- Llegada y gasto turístico.
- Pernoctes en hoteles y parahoteles de residentes y no residentes.
- Empleados de hoteles.

CAPITULO III

HOSTEL

El Hostel es conocido como un lugar que provee alojamiento a viajeros alentando el intercambio cultural entre los jóvenes y actividades al aire libre.

Dentro de este tipo de establecimientos, todo está preparado para que los huéspedes, se encuentren en espacios comunes, como el living, las salas de estar, cocina, etc.

Según el documento desarrollado por las normas IRAM y SECTUR "Hostel" sistema de gestión de calidad, la seguridad y el ambiente", 42230, se define al hostel, además de lo nombrado anteriormente, como un establecimiento que brinda alojamiento no permanente, inferior a 30 días.

En el proyecto de ley de re categorización hotelera, presentado en el año 2008 ante la legislatura de la ciudad de Buenos Aires, por la Cámara Argentina del hostel, se lo define como establecimientos que ocupen la totalidad o parte independiente de un inmueble y prestan al turista el servicio de alojamiento con o sin servicio de gastronomía, recepción y personal de servicio. Dicho servicio turístico debe ser de modo profesional, fomentando la integración de los distintos huéspedes sin distinción de religión, raza o cultura.

Características

Este tipo de establecimientos tienen las siguientes características:

- No todo los hostels son de igual tamaño, se pueden encontrar desde pequeños de 10 plazas hasta enorme con más de 100 camas.
 - En cuanto a la ubicación, los hay rurales y urbanos.
 - Están conformados por habitaciones:

Privadas: Las cuales pueden ser dobles, triples o cuádruples, con camas individuales o matrimoniales.

Compartidas: En las cuales se pueden encontrar generalmente camas tipo cuquetas (literas), capacidad para 10 personas o más dentro de la misma habitación. Este tipo de habitación se comparte con otros huéspedes, usualmente se dividen por sexos, pero se pueden encontrar algunos establecimientos con habitaciones mixtas.

- Dentro de las habitaciones, se pueden encontrar lockers para guardar las pertenencias privadas, usualmente el uso de las mismas ya está incluido en

la tarifa de la habitación, así mismo hay establecimientos que lo cobren aparte de la tarifa de la habitación.

- Los baños, al igual que las habitaciones, pueden ser privados o compartidos.
Baños privados Son ideales para parejas o grupo de amigos, consisten usualmente en inodoro, lavatorio y ducha.
Baños compartidos Son los más populares dentro de este tipo de alojamiento, generalmente no se encuentran muy alejados de las habitaciones y se comparten las duchas.
- Cuentan con cocina compartidas, las cuales están equipadas con todos los elementos necesarios para la cocción de alimentos.

Una cualidad fundamental que distingue a los hostels de otros alojamientos tradicionales son algunos de los servicios complementarios como la organización de fiestas, excursiones grupales, entre otras, siempre orientadas al intercambio cultural entre los huéspedes.

Las reservas de las habitaciones se hacen mayoritariamente vía internet, a través de motores de búsqueda o página en las páginas de los propios establecimientos. Actualmente en Argentina, son cada vez más las agencias de viajes como opción el alojamiento en hostels, tales como Work and Travel, Tije , Tango Joven, Asatej.

Ventajas y desventajas de los hostels

Ventajas

Dentro de las ventajas se enumera las siguientes:

- Es un alojamiento ideal para aquellos huéspedes que les interese conocer nuevas personas; incurrir en nuevos idiomas, ya que existe un contacto permanente; enriquecerse con el intercambio cultural.
- Se mantiene una relación informal con el personal del hostel.
- Se abona un precio más bajo comparado con otro tipo de alojamiento.
- Se desarrollan numerosas actividades y excursiones gratuitas o de muy bajo costo en la ciudad.

Desventajas

Dentro de las desventajas se puede citar:

- Dificultades a la hora de dormir a causa de ruidos molestos provenientes desde los mismos compañeros de cuarto, así como también desde los espacios de uso común.

- Peligro de robo, especialmente en habitaciones compartidas.
- Dificultad en conseguir habitaciones individuales, ya que usualmente este tipo de habitaciones únicamente se venden en el establecimiento, eliminando la posibilidad de reservas desde las páginas web o con el agente de viajes.
- En algunos establecimientos tanto las sábanas y/o toallas pueden tener un costo adicional.

HISTORIA

A principios del siglo XXI , el Alemán Richard Schirrmann, quien era el maestro que estaba preocupado por la salud de sus alumnos, comenzó a organizar y planificar viajes grupales al campo. Al comienzo se alojaban en establecimientos educativos rurales, durante los fines de semana.

Por ese entonces, el alojamiento de él y sus alumnos se improvisaba en escuelas rurales, pronto los viajes de Schirrmann , tomaron gran popularidad y en 1909, este profesor, abrió el primer hostel en un castillo reciclado de Altena, Alemania. Actualmente funciona como un museo, pero otras partes más una ampliación del castillo sigue continuando hoy en día como hostel.

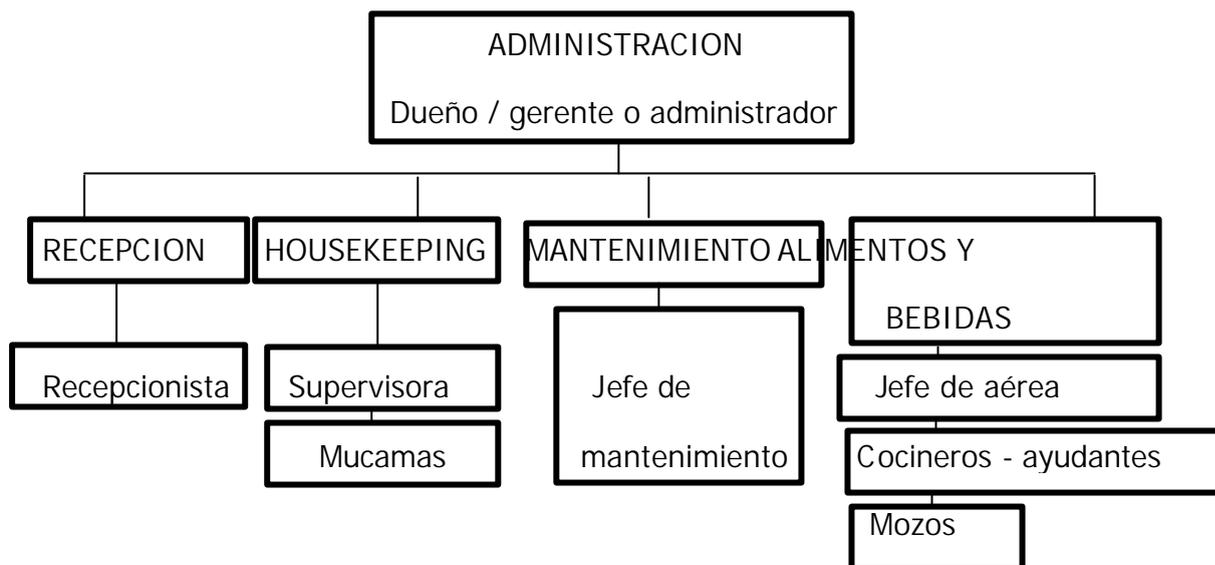
10 años más tarde, debido a la gran masividad del establecimiento, de hostel y ante la necesidad de contar con una organización que los nuclea a todos. El mismo profesor fundó la Asociación Alemana para Jóvenes.

Este movimiento continuó en fuerte expansión primero por toda Europa y luego se extendió por todo el mundo.

DEPARTAMENTOS

Si bien en los hostels no cuentan con una gran estructura en cada uno de los departamentos es necesario especificarlos y definirlos, para poder comprender sus funciones y luego así, adaptarlo a la realidad de los hosteles en general y de los hostels en Buenos Aires, en particular.

A continuación se procederá a la descripción de los principales departamentos en hotelería tipo 2 estrellas, tomando este segmento hotelero como referencia.



RECEPCION

Con frecuencia se lo llama el “sistema nervioso” del establecimiento. Constituye un punto neurálgico, ya que es el centro de coordinación y control hacia el resto de los departamentos.

Las opiniones de los huéspedes acerca del personal y de su estadía, se forman, en gran parte por los recepcionistas y el personal que trabaja en este sector.

Según el autor Forter en su libro introducción a la industria de la hospitalidad, este departamento tiene en 4 funciones básicas.

- 1- **Reservaciones** Que es el manejo de aquellos pedidos de habitaciones recibidas por todos los medios que el hotel utiliza, ya sea por página web, agencias, teléfono, etc.
- 2- **Registro de entradas y salidas**(check in – check out). La función de registrar a los huéspedes recién llegados, administrar la disponibilidad de las habitaciones, la asignación de las mismas y el registro de salida de los huéspedes.
- 3- **Comunicaciones** Esta función incluye el manejo de correspondencia, y todos los mensajes e informaciones tanto para el hostel como para los huéspedes.
- 4- **Servicios de caja** es necesario llevar todos los gastos que realiza el huésped, la presentación y cobro de la cuenta al momento de retirarse.

Además de las 4 funciones básicas, es deber de este departamento cumplir con las siguientes actividades:

-Venta de todos los productos / servicios que se ofrecen,

- Llevar estadísticas de ocupación,
- Cambio de moneda,
- Requerimientos especiales de los huéspedes.

DOCUMENTOS DEL DEPARTAMENTO DE RESERVAS

En pequeños hostels, podemos observar que todo el sistema se lleva de manera manual, pero día a día hay más establecimientos que implementan sistemas informáticos.

Este departamento cuenta con varios documentos que son imprescindibles para su funcionamiento, a continuación se describen dos de los más importantes.

HOJA DE RESERVAS

La misma puede ser tanto de una reserva individual (para una sola habitación) o para una reserva tipo grupal (para un grupo de huéspedes)

Dicha ficha, es necesario que contenga,

- Todos los datos personales del pasajero/os:
- Fecha de llegada
- Cantidad de pasajeros
- Fecha de ingreso / fecha de salida
- Horario de ingreso/ horario de salida
- Forma de pago
- Tarifa cobrada
- Estado de la reserva
- Observaciones

FICHA DE INGRESO

Todos los datos que se ingresaron en la hoja de reservas, se transfieren a esta ficha. Estos datos se convierten en el expediente del huésped y además se ser utilizados durante la estadía del mismo, para ingresar los cargos extras y

comentarios, se utilizan además, para futuras visitas, dejando asentado sus preferencias e información adicional.

PUESTOS BASICOS

SUPERVISOR DE AEREA O GERENTE: Tiene la función básica de supervisar al personal, implementar políticas y procedimientos, asignar tareas al personal. Además de realizar reuniones periódicas de evaluación de desempeño. En organizaciones pequeñas o familiares este puesto es generalmente ocupado por el dueño.

Este puesto requiere comunicación directa con otros departamentos; para coordinar las actividades del hotel como miembro del sector administrativo debe preparar regularmente reportes escritos sobre las actividades y pronósticos del sector para ser revisadas y analizadas por el director ejecutivo o el superior correspondiente.

RECEPCIONISTA: Es el responsable del registro de entrada (check in) y el registro de salida (check out), verificar la información de las reservas, asignarles las habitaciones a los huéspedes.

Como recepcionista debe tener conocimiento detallado tanto del hotel como de los atractivos turísticos que los rodea.

Una de las funciones más importantes de un recepcionista es inmediatamente después que una habitación se desocupa, debe avisarle al departamento de ama de llaves o encargados de limpieza y realizar la actualización correspondiente sobre el estado de la habitación.

El personal que se encuentra en el área de recepción juega un papel fundamental en la relación con el pasajero; y los recepcionistas encabezan esta lista. Pues son unos de los primeros con los cuales los huéspedes tienen contacto, y son los últimos que despiden a los huéspedes, en especial en hoteles pequeños o como es el caso que se está estudiando, en los hostels.

HOUSEKEEPING

Es una palabra de origen inglés que significa manejo de la casa. Está formado por una ama de llaves responsable del aseo de las habitaciones y áreas públicas

Al igual que el departamento de recepción, housekeeping influye notablemente en la opinión que el cliente tiene del hotel.

OBJETIVOS DEL DEPARTAMENTO

- LIMPIEZA DE TODO EL HOTEL:

Área de habitaciones: Además de las habitaciones propiamente dichas, incluye también pasillos, escaleras y cuartos de apoyo.

Áreas públicas: Son todos aquellos lugares y sectores que el huésped circula fuera de su habitación; como lo es la sala de estar, sala de juegos, sala de reuniones entre otras.

Áreas internas: Son aquellos sectores donde se desplaza el personal del establecimiento.

Zonas externas: Por zonas externas, se entiende al exterior del hotel como lo son el jardín, accesos y vereda.

- **STOCK:** En este departamento debe tener todo lo necesario para que el área funcione correctamente, respetando los niveles óptimos de la existencia de producto.
- **MANTENIMIENTO:** Del estado general de todas las aéreas tanto externas como internas del hotel.
- **ATENCION A CLIENTES:** El personal de housekeeping debe tener la capacidad necesaria para poder asesorar a los huéspedes correctamente.
- **RESPETAR LOS ESTANDARES DE CALIDAD:** Los cuales son estipulados por el hotel siempre buscando superar las expectativas de los huéspedes.

Este departamento tiene dos funciones muy importantes, por un lado la producción, ya que es el encargado de tener las habitaciones listas en el momento correcto, de lo contrario el producto no se vende y la de soporte debido a que realiza todo lo necesario para que el resto de los departamentos funcionen correctamente.

PERSONAL DE HOUSEKEEPING

AMA DE LLAVES: Es la responsable directa y principal de las operaciones de los sectores a su cargo, es uno de los jefes más ocupados e importantes del hotel.

Una de las funciones principales es la de asegurar el cumplimiento de los estándares de limpieza, pulcritud e higiene. Además de cumplimentar la capacitación de nuevos empleados, compra de provisiones, debe determinar los requerimientos de estacionalidad del personal, revisar periódicamente el estado de las habitaciones para programar tanto arreglos como prioridades a la hora de la limpieza.

Mucamas: Son las encargadas de realizar la limpieza y acomodo de las habitaciones y de todas las áreas del hostel. Tiene un contacto directo con los huéspedes, por lo cual deben ser muy cordiales y amables.

Dentro de las características que deben cumplir para el puesto están:

- Servicio al cliente,
- Carácter y competencia
- Comprensión y empatía,
- Ser una buena escucha,
- Discreción y prudencia en el manejo de la información de los huéspedes
- Sentido común e iniciativa para la resolución de problemas.

En cualquier tipo de hotel, el servicio prioritario se efectúa por la mañana. Donde una vez que se han retirado los huéspedes deben limpiar las habitaciones para volver a venderlas. Para que esto se desarrolle correctamente debe existir un trabajo en conjunto con el área de recepción quien debe proporcionarle el reporte diario de la cantidad de habitaciones para poder establecer prioridades.

Durante el turno tarde, se efectúan todas aquellas tareas que hayan quedado pendientes del turno mañana, el personal generalmente disminuye en este horario. Usualmente trabajan con aquellas habitaciones que rechazaron el servicio a la mañana y que por lo tanto quedaron pendientes para la tarde.

MANTENIMIENTO

Este departamento pasa casi inadvertido por los huéspedes, pero es de gran importancia tanto para las ganancias como para las operaciones del hotel, ya que son los problemas de mantenimiento que ocasionan que los huéspedes salgan del hotel anticipadamente generando pérdidas.

Mantenimiento, significa preservar la función de los activos del establecimiento en el rango que permita satisfacer el proceso correctamente, la seguridad del servicio y la garantía del cumplimiento de la función en el tiempo, siempre y cuando este dentro de un marco de seguridad del personal, protección del medio ambiente y de la necesidad ergonómicas del usuario siempre al menor costo posible.

PERSONAL DE MANTENIMIENTO

El departamento está encabezado por un jefe de mantenimiento, quien es la persona responsable de la operación y el mantenimiento de iluminación, calefacción, ascensores y demás equipos.

Debe programar la rutina de mantenimiento de equipo y la ejecución de las reparaciones como así también de contratar y capacitación del personal .

TIPOS DE MANTENIMIENTO

1. **CORRECTIVO**: Se repara el equipo cuando se presentan averías o fallas , en el momento. El cual debe ser de emergencia y en muchas ocasiones, dependiendo de la rotura, deja inutilizado el equipo y hasta a veces la habitaciones, lo que indudablemente conlleva a pérdidas económicas.

Como desventaja de utilizar este tipo de mantenimiento, se encuentran:

- Asumir riesgos económicos que en ocasiones pueden ser importantes,
 - La vida útil de los equipos se acorta,
 - Impide el diagnostico fiable de las causas que provocan la falla,
 - Requiere de técnicos altamente calificados, con un stock de repuestos importantes y con la tecnológica adecuada para la reparación.
 -
2. **PROGRAMADO**: También llamado sistemático, se realiza siguiendo un programa establecido, que puede ser según tiempo de trabajo, cantidad producida o siguiendo un ciclo prefijado que se repite de forma periódica. Se realizan las tareas sin tomar en cuenta cuál es la condición del equipo.
 3. **PREDICTIVO**: Se relaciona una variable física con el desgaste o estado de un equipo. Se basa en la medición, seguimiento y monitoreo de parámetros y condiciones de una máquina. La información que arroja esas mediciones y seguimientos permitirá calcular y/o prever, teniendo en cuenta siempre un margen de error, cuando un equipo necesita un ajuste o mantenimiento. Una de las ventajas más importantes que tiene este tipo de mantenimiento es que no se necesitan realizar grandes desmontajes, y en muchos casos ni siquiera parar la máquina.

ALIMENTOS Y BEBIDAS

Proveer alimentos y bebidas es uno de los servicios más antiguos asociados a los establecimientos de hospedaje.

El tamaño del departamento depende del tamaño y tipo del hotel pero principalmente depende del interés que tiene la gerencia en la comercialización de este servicio.

Este departamento cumple cuatro funciones importantes:

1. Generar ganancias adicionales para el hotel.
2. Proveer el servicios de alimentos y bebidas a los huéspedes.
3. Proveer el servicio a la localidad, cuando el restaurante está abierto tanto para los pasajeros que se alojan como para el resto de las personas.
4. Control de costos.

PERSONAL DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

El Jefe ejecutivo es el máximo responsable del área, controla a todo el personal y establece sus horarios y tareas, fiscaliza la higiene del sector, así como también, el estado de todos los productos de elaboración y platos terminados para los huéspedes.

Conjuntamente con el jefe ejecutivo, trabajan los ayudantes de cocina que son los encargados del lavado de vajilla, cristalería ollas y sartenes.

En el salón , trabajan los mozos, quienes son los responsables de servir los alimentos a los comensales, además, de ser los responsables de explicar los platos del menú y tomar los pedidos. Quienes son los encargados en el salón de limpiar, y dejar lista la mesa para los nuevos comensales, repasar toda la vajilla

CAPITULO IV

SUPERESTRUCTURA

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT), "comprende a todos los organismos tanto a nivel público como a nivel privado encargados de regularizar, optimizar y modificar el funcionamiento e integración de todo el sistema".⁴

El modo que tienen estos organismos para realizar las actividades, es a través del soporte jurídico el cual incide en cada una de las actividades del sistema.

Dentro de esta superestructura se encuentran dos partes fundamentales, las organizaciones gubernamentales y las no gubernamentales.

Dentro de las organizaciones gubernamentales u organismos públicos se encuentran los responsables de la administración del sector, los organismos pueden oscilar desde el nivel más alto representado por el ministerio o secretaria hasta la dirección o instituciones de bienestar social u otros organismos del estado.

Por otra parte, la actividad privada tiene numerosas organizaciones que las empresas han creado para compartir y defender los intereses particulares, algunos pueden ser asociaciones hoteleras, restaurantes, transportistas, agentes de viaje; lamentablemente no existe todavía una organización que represente a todos en conjunto por igual lo que hace que las organizaciones actuales tengan poco peso político.

ORGANIZACIONES GUBERNAMENTALES EN ARGENTINA

Es necesario que el estado público tenga una participación en la actividad ya que existen fallas en el mercado. La función del estado es la de realizar el control de mercado evitando que se perjudique al consumidor, siempre y cuando se garanticen, además las condiciones apropiadas de competencia

Cuanto mayor es la importancia del sector turístico para el país, más fuerte y eficiente debe ser la superestructura que gestione dicho territorio, ya que como consecuencia de una débil superestructura no solo trae consecuencias económicas negativas sino que también sociales y culturales.

⁴OMT. Introducción al Turismo 2008

MINISTERIO DE TURISMO

El organismo más importante de la República Argentina, es el Ministerio de Turismo, el cual depende directamente de presidencia de la Nación, el mismo fue creado en el año 2010, anteriormente, era la Secretaria de Turismo.



FUENTE: www.turismo.gov.ar

El ministerio es encabezado por el Sr. Carlos Enrique Meyer, dentro de sus obligaciones:

Ejecutar los planes, proyectos y programas del área

- Promoción y desarrollo tanto de la actividad turística interna como internacional
- Trabajar en conjunto con la secretaria de transporte en la elaboración, ejecución, coordinación de políticas nacionales de navegación comercial
- Adecuar la oferta a las necesidades del turismo internacional receptivo
- Fomentar los programas de turismo social
- Administrar el fondo nacional de turismo
- Impulsar la marca Argentina
- Debe ejercer la presidencia tanto del Instituto Nacional de Promoción Turística y el Comité Interministerial de Facilitación Turística

El ministerio se divide en dos áreas fundamentales

1. SECRETARIA DE TURISMO

La Secretaria de Turismo está dirigida por Daniel Aguilera, el cual debe:

- Asistir al Ministro en la planificación de Planes y proyectos.
- Establecer estrategias de compunción que acentúen el vínculo entre la demanda y la oferta.
- Atender en la políticas de incentivo a la inversión de capitales
- Asistir en aspectos referidos a la competitividad turística.
- Generar acciones en conjunto con el Instituto Nacional de Promoción Turisco tendientes a la promoción del turismo.
- Entender en las estrategias institucionales tendientes a la mejora de la calidad de las prestaciones.

Luego, la secretaria se divide en :

SUBSECRETARIAS DE DESARROLLO TURISTICO: Cuya función principal es la de asistir al secretario en el planeamiento estratégico de la actividad turística; esto incluye, diseño de acciones para la obtención de estadística y análisis de mercado en materia turística.

SUBSECRETARIA DE PROMOCION TURISTICA NACIONAL: La cual debe realizar acciones tendientes a la promoción del turismo interno. Proponiendo al secretario las declaraciones de interés turístico, tales como fiestas naciones, auspicios, otorgamiento de fondos económicos y realización de convenios a entidades tanto públicas como privadas.

Dependiendo de esta última, esta

1. Dirección nacional de gestión de calidad turística: Tiene como responsabilidad primaria la de intervenir en las estrategias tendientes a mejorar la calidad en las prestaciones turísticas y a participar en el registro, autorización y fiscalización de los prestadores turísticos, a e efectos de asegurar el cumplimiento de las normas vigentes.

2. Dirección de relaciones internacionales e institucionales: Impulsando en conjunto con la intervenciones del ministerio de las relaciones exteriores, comercio internacional y culto las relaciones con organismos regionales e internaciones, tanto públicos y privados. La negociación y celebración de convenios de cooperación y asistencia para facilitar el desenvolvimiento turístico

3. Dirección de prestaciones turísticas, La cual tiene como función fomentar el turismo social

SUBSECRETARIA DE COORDINACION

Tiene como objetivo dirigir y coordinar el desarrollo de actividades de apoyo legal, técnico y administrativo en el ministerio y en los organismos descentralizados de diseño y aplicación de proyecto, de leyes, de decretos, de decisiones administrativas, de construcción de presupuestos y asignación de personal de toda la jurisdicción.

Esta subsecretaria tiene 3 áreas fundamentales:

La dirección general de administración tiene la obligación de conducir las tareas relaciones con los recursos económicos, financieros, presupuestarios, patrimoniales, administrativos y la capacitación de recursos humanos.

La dirección general de legislación, tiene la responsabilidad de asesorar en los asuntos de legislación general e instrumentación de políticas públicas, objetivos y acciones turísticas y el control de la legalidad de los procedimientos administrativos.

La dirección de sistemas informáticos, deben administrar los recursos, tecnológicos, de manera que garanticen la automatización de la gestión global. Conducir las acciones que hacen al desarrollo de las tareas de procesamiento electrónico de la información.

Además, como organismos descentralizados

- **Administración de parques nacionales**: el cual es el encargado de administrar y mantener el sistema nacional de las áreas protegidas de la República Argentina, destinado a proteger el patrimonio natural y cultural del país.
- **Instituto nacional de promoción turística**: el cual tiene como misión promocionar el turismo receptivo, así como también, la definición de estrategias, planes y proyectos que permitan posicionar a Argentina en el mercado turístico internacional.

Según Enrique Meyer, Argentina ha ingresado a “un nuevo modelo de gestión de los asuntos públicos, orientado al crecimiento y desarrollo de la actividad”.

El desarrollo del turismo es, después de muchos esfuerzos, una política de estado, esto es posible con altos contenidos de protección ecológica, sin olvidar la excelencia de los servicios de gastronomía, hotelería y una fuerte y variada oferta turística

El ministerio de turismo, tiene como visión convertir a nuestro país en el mejor posicionado en Sudamérica por la diversidad de la oferta y la calidad, basados en el desarrollo del territorio equilibrados respetuosos con el identidad de sus habitantes (comunidad anfitriona) y el habitad.

Para el cumplimiento de esto, se toma como misión promover las condiciones de competitividad óptima que conduzcan al desarrollo equilibrado y sustentable del sector, mejorando tanto la calidad de vida de los visitantes como de los residentes.

MISION

Promover las condiciones óptimas de competitividad que conduzcan al desarrollo equilibrado y sustentable del sector turístico argentino y a la mejora en la calidad de vida de residentes y visitantes.

SERVICIOS Y COMPROMISOS

Actualmente el ministerio trabaja en los siguientes programas de promoción de la actividad turística

- Plan anual de acciones promocionales,
- Representación del sistema turístico argentino en el exterior,
- Declaraciones de interés turístico y de fiesta nacionales,
- Auspicios institucionales,
- Auspicios económicos,
- Sistema integrado de información turística.

CARTAS DE COMPROMISO CON EL CIUDADANO

PRIMERA CARTA DE COMPROMISO

En el año 2004, por entonces, la Secretaria de Turismo firma la primera carta de compromiso con el ciudadano, la cual tenía como objetivo lograr una mayor receptividad y una mejor respuesta de la administración pública frente a las necesidades de los ciudadanos, asumiendo la responsabilidad de asegurar la accesibilidad y la calidad de los servicios. Además, la secretaria se comprometía a difundir información para proteger y asegurar los derechos de los turistas. A generar métodos para permitir que los usuarios puedan expresar sus opiniones y sugerencias, que estas sean escuchadas y tomadas en cuenta por las autoridades correspondientes para realizar mejoras en el sector.

Todo lo anterior, asegura y garantiza la EFICIENCIA Y EFICACIA y transparencia de la gestión.

SEGUNDA CARTA DE COMPROMISO

En el año 2004, la por entonces Secretaria de turismo de la Nación, escribió la Primer Carta de compromiso con el Ciudadano, logrando cumplimentar, exitosamente con la mayoría de las metas y mejoras firmada en ese entonces. Debido al constante contexto de expansión del sector turístico, deciden firmar la Segunda Carta de Compromisos y metas más ambiciosas e impulsando los cambios necesarios para cumplirlas.

Objetivos de la Carta de compromiso con el Ciudadano

Los objetivos de esta carta están alineados con uno de los objetivos específicos del Plan Federal de Turismo Sustentable, esto lleva a la realidad de trabajar todo el sistema integrado..

“Desarrollar una cultura de la mejora continua hacia la excelencia, basada en el compromiso de todos los actores y en la renovación de los métodos de gestión y producción, alineándolos a los objetivos estratégicos de la calidad”.

- Entender en todo lo relativo a la promoción y desarrollo en el país de la actividad turística interna y del turismo internacional receptivo”
- Entender en la regulación, control y fiscalización de los prestadores de servicios turísticos
- Fomentar y brindar prestación turísticas dirigidas a los grupos vulnerables de la sociedad a través de los Programas de Turismo Social
- Entender en la preservación y administración de los bosques, parques y reservas nacional, áreas protegidas y monumentos naturales y supervisar el accionar de la administración de parques

ENTE DE TURISMO DE LA CIUDAD DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

En la ciudad de Buenos aires, existe el ente de Turismo de la Ciudad, dirigido por el Licenciado Carlos Ernesto Gutiérrez, el cual reporta al Ministerio de Cultura de la Ciudad.

Entre los objetivos del ente, se encuentra el de mostrar a la ciudad de Buenos Aires como un destino turístico internacional con servicios de calidad. En conjunto con los sectores públicos y privados realizar alianzas estratégicas que permita el intercambio de información que favorezca la capacidad de respuesta frente a la dinámica del sector.

AGENCIA GUBERNAMENTAL DE CONTROL

Fue creada en el año 2007, por el gobierno de la ciudad de Buenos Aires y actualmente, se encuentra en un periodo de consolidación institucional.

Es un ente que tiene el mismo poder de la policía en lo referente a las condiciones de habilitación, seguridad e higiene de los establecimientos privados, obras civiles y el control de salubridad.

Tiene como visión la de lograr que se mejoren las condiciones objetivas de seguridad en la ciudad de Buenos Aires a través del cumplimiento de voluntario de la normativa vigente, contando con la participación activa de los vecinos y el gobierno.

Dentro de las funciones de la agencias, se encuentra la habilitación, control y sanción de faltas en los principales rubros y actividades comerciales que funcionan en la ciudad, dentro de estos, se encuentran los hostels

Bajo el mando de la agencia gubernamental de control, trabajan las siguientes direcciones

1. Dirección general de habilitaciones y permisos: Quien efectúa el otorgamiento de habilitaciones, en base a la normativa vigente en los establecimientos comerciales, de servicios, industriales, espectáculos y entretenimientos públicos. Así como también la concesión de los permisos para la explotación de alimentos en la vía pública y realización de eventos masivos.
2. Dirección general de fiscalización y control: Debe ejercer la función de controlar y fiscalizar la seguridad, de salubridad e higiene en los establecimientos y eventos en el área pública, así como también la venta de alimentos en este mismo espacio.
3. Dirección general de higiene y seguridad alimentaria: El cual tiene como objetivo fundamental disminuir los casos por enfermedades transmitidas por alimentos. Para esto, realiza un control higiénico sanitario en establecimientos de todo tipo, y efectúa análisis de laboratorios de aquellas materias primas y productos alimenticios que circulan, se venden o almacenan en la ciudad autónoma de Buenos Aires.
4. Dirección general de fiscalización y control de obras: La cual ejerce el control, fiscalización, inspección y registro de todas las obras civiles, publicas y privadas, tanto las nuevas como las remodelaciones dentro del ámbito de la ciudad de Buenos Aires, así como de las instalaciones eléctricas, sanitarias, mecánicas, electromecánicas y de cualquier tipo que sea adosadas a una obra.
5. Dirección general de control de faltas especiales: Tiene como objetivo, sancionar todas aquellas infracciones previstas en el régimen de faltas sobre los siguientes aspectos: bromatología, higiene y sanidad, medio ambiente, seguridad y prevención de siniestros, actividades de construcción,

publicidad prohibida , protección de niños, niñas y adolescentes, derechos del consumidor, actividades lucrativas no permitidas, pesos y medidas, administración y servicios públicos, evaluación del impacto ambiental, servicio de vigilancia, custodia y seguridad.

Deben aprobar la información necesaria a para el juzgamiento de dichas infracciones.

ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN ARGENTINA

CAMARA ARGENTINA DEL HOSTEL

Es una organización civil, sin fines de lucro. Creada en el año 2008, con el objeto de promover el desarrollo sustentable de todos los hosteles dentro del país, en un marco profesional y de responsabilidad social.

Se creó con el objeto, de representar y defender los intereses particulares de los emprendedores hosteleros.

MISION

Nuclear a la totalidad de los hosteles Argentinos en post de fortalecer la actividad empresarial, generando vínculos sinérgicos con otras ramas, de la industria de turismo, organismos públicos y organizaciones sociales relacionas a fin de desarrollar acciones que promuevan el profesionalismo de alta calidad de servicios y la ética comercial.

VISION

“Creemos en un horizonte cercano donde nuestra actividad empresarial sea reconocida como el sustento del turismo juvenil, generando el ámbito ideal para el intercambio cultural, intelectual y social de la juventud sin distinción de origen, creencias o procedencia”.⁵

Esta organización se rige por el código civil de la ciudad, un estatuto propio y demás disposiciones que se apliquen a la legislación vigente.

ESTATUTO

Es importante conocer parte del estatuto para poder entender el funcionamiento de esta organización

Puntos importantes

⁵<http://www.camaradehostels.com.ar/>

- La cámara está integrada por personas físicas y/o jurídicas que sean propietarias, explotadoras y/o administradoras de hostels.
- Principales fines de la cámara: promulgar la investigación y el desarrollo de técnica hotelera, procurando que se mantengan dentro de la ley.
- Promover los intereses de los hosteleros, siempre y cuando estos se ajusten al estatuto.
- Facilitar el acceso a todos los asociados sobre temas relaciones al mejoramiento de la actividad, organizando cursos, congresos y todo tipo de capacitación relevante.
- Promover el estudio, creación y reforma de todo tipo de normas jurídicas que regule la actividad en todo el país.
- Ejercer la representación de todos los asociados ante las autoridades públicas y/o privadas, ya sea dentro del territorio Argentino como en el extranjero, ayudando en gestiones, conflictos administrativos o de cualquier otra índole apoyando el progreso de los intereses de sus asociaciones.
- Promover y desenvolver las relaciones con entidades similares facilitando la comunicaciones
- Colaborar con el estado, como organismo técnico y consultivo en el estudio y solución de problemas relacionados con el sector.

AFILIACIONES Y ADHESIONES

Por estatuto, esta cámara solo puede adherirse y/o apoyar a otras asociaciones, cámara, federaciones y confederaciones de entidades empresariales o representativas de hosteles y de otros sectores u organismo afines de la República Argentina o el exterior; quedando excluidas todo tipo de movimiento político, religioso o racial.

CATEGORIAS DE ASOCIADOS

Esta cámara hace una categorización de sus socios:

SOCIOS ACTIVOS: Son todas las personas físicas o jurídicas que sean propietarias de hosteles o de un fondo de comercio.

ASOCIADOS ADHERENTES: Son las empresas, instituciones o personas que no han reunido los requisitos correspondientes para ser socios activos o no pueden ocupar ningún cargo directivo

SOCIOS HONORARIOS: dentro de este grupo están:

- Todos aquellas personas cuyos antecedentes, calidad personales y profesionales hagan aconsejables su designación.
- Ministros de Turismo mientras este ocupando el cargo.

- Los ex -presidentes de la cámara, que hayan desempeñado el cargo por lo menos dos periodos y la asamblea lo designe como tal.

SOCIOS APORTANTES: Son quienes aportan contribuciones directas o indirectamente a favor de la cámara.

ORGANOS SOCIALES

La entidad está a cargo de un consejo superior, quien ejercerá la dirección administración y representación de la cámara.

Este consejo superior está integrado por: un presidente, un vicepresidente primero, un vicepresidente segundo, un secretario, un prosecretario, tesorero, un prosecretario, diez vocales titulares y 4 vocales suplentes.

Todos los cargos son elegidos por mayoría de votos, en la asamblea general ordinaria y el mandato dura 2 años.

HOSTELLING INTERNACIONAL

Hostelling internacional es una organización asociativa de viajeros, creadora del concepto hostel, hace 100 años en Alemania. Fue originalmente la Federación Internacional de Albergues Juveniles (Internacional Youth Hostel Federation - IYHF)

Es una red global , reconocida por la UNESCO, que cuanta con más de 4200 hostels en todo el mundo.

Misión

Integración de personas de distintas nacionalidades, de quienes disfrutan de las travesías independientes, del intercambio con otras culturas y compartir experiencias.

Filosofía

- Todo el mundo es bienvenido.
- Es una organización sin fines de lucro.
- El primer objetivo es la juventud.
- Se debe educar con el ejemplo.
- Se promueve un mejor entendimiento entre los viajeros nacionales e internacionales.
- Fomentar la conservación del medio ambiente.

Representantes

En Argentina cuenta con 70 hostels que están adheridos a esta organización. En Capital Federal cuenta con un total nueve hostels asociados en esta organización

1. Buenos Aires Hostel – Suite Florida
2. Hostel Inn Buenos Aires
3. Buenos Aires Hostel Inn – Tango city
4. Buenos Aires Hostel suites Obelisco
5. Buenos Aires Milhouse hostel
6. Ritz hostel
7. Buenos Aires hostel – Tango Back Packers
8. Buenos Aires Palermo Suites
9. Recolecta Hostel Buenos Aires.

IRAM

I.R.A.M, es el Instituto Argentino de normalización y Certificación. Es una asociación civil sin fines de lucro. Fue fundada en el año 1930 por representantes de diversos sectores de la economía, gobierno e instituciones científicas.

IRAM es reconocido como organismo nacional de normalización por las autoridades legislativas nacionales.

Es el único representante Argentino ante la Asociación Mercosur de Normalización (AMN), la comisión Panamericana de normas técnicas (COPANT), la organización internacional de estandarización (ISO) y la comisión internacional electrónica (IEC)

Formación y estructura

Gracias al decreto del poder ejecutivo Nacional número 1474/94, se crea el sistema nacional de normas, calidad y certificación. Con el objetivo de regular las actividades de normalización y de evaluación de la conformidad dentro del ámbito voluntario. Esta organización cuenta con personalidad jurídica desde año 1937

El consejo nacional de normas, calidad y certificación trabaja en conjunto con un comité asesor.

Dentro de este esquema –IRAM se encarga de centralizar el estudio y aprobación de normas.

Interviene en 3 niveles de certificación.

Primer nivel: Como miembro permanente del consejo nacional de normas calidad y certificación.

Segundo nivel: Como organismo argentino de normalización.

Tercer nivel: Como uno de los organismos que otorga certificaciones.

Finalidad de IRAM

Dichas finalidades, se encuentran en el estatuto de la organización

- Estudiar y aprobar normas, respetando la normativa establecida por los reglamentos sancionados por la organización.
- Otorgar la certificación que contribuya al desarrollo tecnológico, a la mejora de servicios, productos y procesos para el beneficio de toda la sociedad.
- Implementar programas sobre el desarrollo de la normalización y de la certificación.
- Asesoramiento a entidades públicas y privadas.
- Difundir el conocimiento y la aplicación de la normalización como base de la calidad, tanto en Argentina como en el Exterior.
- Promover la formación y perfeccionamiento de expertos en normalización y certificaciones.

Plan estratégico

Promover el uso racional de los recursos, de la actividad creativa facilitando la producción, comercio y transferencia de los conocimientos, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida, bienestar y seguridad de las personas.

Visión

“Ser una institución referente en el ámbito nacional, regional e internacional para la mejora de la competitiva, el desarrollo sostenible y la calidad de vida del ciudadano. Promoviendo el desarrollo del capital humano.”⁶

ISO

Es una organización no gubernamental. Integrada por funcionarios de gobiernos, el sector público, y por otro lado integrantes que tienen sus raíces en el sector privado. Por lo cual ISO forma un excelente puente entre estos dos sectores, desarrollando un trabajo en conjunto para la normalización permitiendo un acuerdo sobre las necesidades a ser alcanzadas por la industria privada sin desatender las necesidades de la sociedad.

Es una red mundial de organizaciones nacionales de certificaciones. Está compuesta por 163 países, hay un miembro por país.

Toda la actividad se coordina desde Suiza, donde se encuentra la sede central

IMPORTANCIA DE LOS ESTANDARES DE CALIDAD

Los estándares aseguran características de productos y servicios como lo son la calidad, seguridad, eficiencia, confiabilidad, respeto del medio ambiente.

Hoy en día cuando un producto o servicio cumple con nuestras expectativas, tomamos este como garantía y no tomamos en cuenta el rol de los estándares, de la misma manera cuando los estándares no existen enseguida nos damos cuenta de la baja calidad, que son incompatibles con el equipamiento que ya tenemos o que son peligrosos para el uso.

ESTANDARES ISO

- Hacer que el desarrollo, fabricación y suministro de productos y servicios más eficientes, seguros y limpios.
- Facilitar el cambio de productos y servicios entre los países y hacerlo más justo para ambas partes.

⁶<http://www.IRAM.org.ar/>

- Promover a los gobiernos con una base técnica sobre salud, seguridad y medio ambiente y evaluación legislativa de la conformidad.
- -Compartir los avances tecnológicos y prácticas de administración.
- Difundir innovación.
- Proteger la seguridad de los consumidores y usuarios en general de productos y servicios.
- Hacer la vida más simple, resolviendo los problemas cotidianos

BENEFICIOS DE LAS NORMAS

Aplicar ISO ofrece beneficios tecnológicos, económicos y sociales a toda la sociedad

Para las EMPRESAS, aceptar la aplicación de normas, significa que los proveedores se pueden desarrollar y ofrecer sus productos y servicios que cumplen con las especificaciones aceptadas a nivel internacional.

Para los INNOVADORES, de nuevas tecnologías, los ayuda en la definición de nuevos términos, compatibilidad, seguridad difusión de las ideas, desarrollo de productos y asegurar que estos sean manufacturables y comerciales.

Para los CLIENTES, garantiza la compatibilidad, de la tecnología en todo el mundo, Además, se benefician de los efectos de la competencia entre los proveedores.

Para los GOBIERNOS, las ISO proporcionan las bases tecnológicas y científicas que sustentan la legislación sobre la salud, la seguridad y el medio ambiente.

Para los FUNCIONARIOS DE COMERCIO, se crean condiciones igualitarias de competencia en el mercado. Se toman estas normas internacionales para que los acuerdos políticos del comercio se puedan llevar a la práctica evitando así, las divergencias de las normas nacionales y regionales.

Para los PASISES EN DESARROLLO, al definir las características que los productos y servicios se espera que se reúna en los mercados de exportación, las normas ISO dan una base para tener las decisiones concretas al hacer una distribución adecuada de los recursos.

Para los CONSUMIDORES, la aplicación de normas brinda garantías, seguridad y fiabilidad del producto o servicio.

Para TODA LA SOCIEDAD, la aplicación de las normas contribuye a la calidad de vida, asegurando que el transporte, maquinaria y herramientas que se utilizan sean seguros.

Para el PLANETA, ya que las normas ISO de protección del agua, aire y calidad del suelo, acerca de las emisiones de gases, las radiaciones y aspectos medioambientales de los productos contribuyen a la preservación del ambiente.

PILARES ISO

- DEMOCRATICO

Cada miembro tiene el derecho de participar en cualquier norma que considere importante para la economía de su país. Todos los miembros tienen un voto, sin importar el tamaño o la fuerza económica.

- VOLUNTARIO

Las normas ISO son voluntarias, la organización no tiene la autoridad legal para forzar la implementación y aceptación de las normas, Sin embargo, cada uno de los países de forma autónoma puede estipular la adopción de la norma, principalmente las relacionadas a la salud, seguridad, medio ambiente, Aunque los estándares son voluntarios, puede convertirse en una exigencia del mercado como es el caso de la ISO 9001 que es de sistema de gestión de calidad.

- IMPULSADAS POR EL MERCADO

Las normas ISO son realizadas por expertos de los sectores industriales, técnicos y sectores empresariales, quienes durante años pidieron normas y ahora son los encargados de desarrollarlas.

- CONSENSO

Se basan en el consenso mundial de expertos en la materia. Se tiene en cuenta para que este consenso sea válido, la evolución de la tecnología exigiendo su resolución al menos cada 5 años.

- SON RELEVANTES A NIVEL MUNDIAL

Son acuerdos técnicos que proporcionan el marco adecuados para que la tecnología en todo el mundo sea globalmente relevante y compatible.

ISO cuenta con más de 18.000 normas internacionales y otros tipos de documentos normativos, el programa trabajo alberga normas desde las actividades

tradiciones, como la agricultura, construcción, ingeniería mecánica, fabricación y distribución, transporte, dispositivos médicos, tecnológicos de información y comunicación, así como las normas de buenas prácticas de gestión y servicios.

Sin ningún acuerdo internacional ISO, las cantidades, unidades métricas y el comercio sería informales, la ciencia no sería tan exacta y el desarrollo tecnológico estaría en desventaja.

HISTORIA

ISO nace en la unión de la Federación Internacional de las Asociaciones Nacionales de Normalización (ISA) y las Normas de las Naciones Unidas, comité de coordinación (UNSCC), en el año 1946, con la presencia de representantes de 25 países, se decide crear una organización internacional con el objetivo de facilitar la coordinación internacional y la unificación de las normas industriales.

Oficialmente el día 23 de febrero de 1943 ISO Inicia sus actividades

A partir de 1950 ISO comienza a producir lo que se llamaba en ese momento como "RECOMENDACIONES". Esa década fue de gran aumento de miembros alrededor del mundo. En 1961 se crea la comisión DEUCO, específicamente para satisfacer las necesidades de los países en vías de desarrollo.

El comité se crea con 4 objetivos básicos

- Identificación de las necesidades de normalización y en la ayuda a estos en la definición de estas necesidades y requisitos.
- Luego de la definición de las necesidades, DEUCO, recomendó acciones para ayudar al cumplimiento.
- Proporcionar espacios para la discusión de los aspectos de la normalización.
- Intercambio de experiencias entre los países en vías de desarrollo.

En 1967, se introduce al miembro por *correspondencia*, lo que permitió que más países de adhieran a ISO sin correr con los gastos de una membresía completa.

A partir de la década del 70, la demanda de normas internacionales era muy fuerte, especialmente de las empresas multinacionales.

En 1971, se comienzan a publicar los resultados como NORMAS INTERNACIONALES en lugar de recomendaciones

Nuevamente entre los años 1991 y 2003, se produce un crecimiento explosivos del número de miembros, Esto ayudado por que en 1992 se genera otra categoría de

miembros, denominada *miembro abonado* lo que permite a economías pequeñas mantener un vínculo con la norma con un cargo mínimo.

REGLAMENTACION

ORDENANZA MUNICIPAL 36.136/180

(VER ANEXO ORDENANZA COMPLETA)

Esta ordenanza está dirigida a todas actividades que se desarrollan en la ciudad de Buenos Aires, con relación al servicio de alojamiento dirigido especialmente al turista. Se considera que es competencia de la municipalidad la regulación de aquellas actividades preservando la seguridad del pasajero.

Se entiende como alojamiento turístico a los hoteles que se encuentren comprendidos en las especificaciones de la ley 188281, los Apart –residencia o appart hotel turístico los hospedajes turísticos y los campamento de turismo.

La dirección de turismo de la municipalidad de Buenos Aires, (hoy reemplazado por el Ente de Turismo de Ciudad de Buenos Aires) es el órgano de aplicación.

NORMA IRAM-SECTUR 42230 “HOSTEL”, SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD, LA SEGURIDAD Y EL AMBIENTE.

(VER ANEXO NORMA COMPLETA)

El trabajo fue desarrollado en conjunto por el instituto Argentino de Normalización y certificación (IRAM), que es la representante de organización de estandarización internacional (ISO) y por la secretaria de turismo de la nación (SECTUR).

Tiene como objetivo establecer lineamientos para una gestión integrada de calidad, ambiental y seguridad aplicada a los servicios del hostel, en el marco de la mejora de atención al huésped y profesionalización del sector.

Este sistema, hace referencia a los siguientes documentos normativos:

- IRAM 3800
- IRAM - ISO 900

- IRAM - ISO 14050
- UNE- EN ISO 17513

Al comienzo del documento, se establece las definiciones y términos que se utilizarán para luego, desarrollar cada uno de los puntos y lineamientos los cuales están divididos en los siguientes grupos:

- Planificación
- RRHH
- Realización del Servicio
- Gestión ambiental
- Gestión seguridad
- Mejora

Para una mayor interpretación analizaré cada ítem de manera individual.

PLANIFICACION

La dirección debe establecer lineamientos para la implementación de un sistema de gestión. Donde se deben definir las políticas, objetivos y planes de acción.

El hostel debe tener un manual que contenga:

- Descripción de funciones y responsabilidades,
- Procedimientos,
- Registro de que demuestren todas las actividades en esta norma y en procedimientos sean realizados ,
- Descripción completa de todos los procesos,
- Programas requeridos por esta norma,
- Plan anual, laboral donde se describan los turnos de trabajo, personal, teniendo en cuenta, la previsión de ocupación y la planificación de las labores por áreas.

Es deber de la dirección disponer y cumplir con la legislación vigente en la jurisdicción donde se encuentre emplazado el establecimiento.

Debe, además existir una persona responsable del cumplimiento de este sistema, quien deberá informar periódicamente a la dirección sobre el funcionamiento del sistema de gestión, así como las necesidades y las posibilidades de mejora.

Apoyar e instruir al personal en los procedimientos de registro de calidad y formalización de los indicadores. Debe mantener reuniones con el personal de manera frecuente, dejando un registro claro de dichas reuniones y las conclusiones.

La dirección del establecimiento es la responsable de contar con un sistema que garantiza la actualización y aprobación de los documentos.

En caso que algún documento pierda vigencia, debe estar identificado indicando su estado.

La dirección debe definir las políticas de calidad seguridad y ambiente. Debe ser compatible con el interés de todas las partes.

Los objetivos que se establecen desde la dirección deben ser posibles, medibles, situarse en el contacto adecuado y coherente con la política de la organización, además deben ser comunicados y comprendidos por todos los miembros.

La dirección debe identificar y planificar las acciones y recursos que permitan alcanzar los objetivos establecidos.

Se debe establecer la frecuencia con la cual se hará la revisión del sistema, de manera tal que asegure el correcto funcionamiento. La revisión debe analizar desvíos y oportunidades de mejora, utilizando como fuente de información

- Resultados de auditorías internas y externas
- Resultados de medición de la satisfacción del cliente
- Quejas y sugerencias
- Objetivos de calidad, seguridad y ambiente
- Funcionamiento de los procesos de prestación de servicios
- Situación de acciones, correctas y desvíos
- Plan de formación de las personas
- Comparación con auditorías anteriores y revisiones
- Cambio internos/ externos que puedan afectar al sistema

Los programas de responsabilidad social, deben ser coherentes con un compromiso ambiental y lograr la participación e integración con la comunidad local, para la mejorar de la calidad de vida de los residentes.

RECURSOS HUMANOS

La dirección debe definir el perfil de los puestos de trabajo claves para el funcionamiento, describiendo aptitudes, habilidades necesarias, nivel de formación, experiencia. Estableciendo actividades y responsabilidades propias del sistema de gestión. Se debe asegurar el soporte físicos y técnico para facilitar el correcto desempeño del personal, establecer procedimientos y otorgar los instructivos necesarios para cada puesto de trabajo.

Se debe brindar información introductoria sobre políticas, objetivos de gestión de calidad, seguridad, ambiente y formación necesaria para el personal mantengan los niveles adecuados de calidad.

REALIZACION DEL SERVICIO

La dirección debe definir un procedimiento que asegure la veracidad y vigencia de toda la información hacia al cliente como a la cadena de comercialización.

La información debe ser clara y visible, debe estar escrita tanto en idioma español como en un idioma extranjero (el cual será definido según el establecimiento) sobre los siguientes aspectos

- Condiciones, políticas y disposiciones sobre el uso de los servicios e instalaciones.
- Los horarios de prestaciones y forma de contratación en cada una de las habitaciones.
- Los servicios opcionales no brindados por el hostel
- Prácticas ambientales
- Los recintos o áreas de uso común
- Áreas en las que encuentra prohibido fumar

La dirección debe establecer las tarifas para la prestación de los servicios de alojamiento y los servicios complementarios.

Se debe contar con documentos comerciales formalizados, los cuales debe incluir; tarifas por los servicios, modalidades, calendarios, documentos de reservas, documentos de confirmación de reservas, documentos de recepción. Dichos documentos se deben exhibir en un lugar visible, indicando los precios y forma de pago.

Debe existir una política definida con un método para gestionar reservas.

Siempre hay que informar las políticas de cancelación. Garantizar las reservas confirmadas, según las condiciones pactadas

Es necesario documentar las reservas, indicando

- Identificación del cliente
- Cantidad
- Tipo y características de plazas y / o habitación
- Cantidad de personas
- Datos del contacto
- Tarifa aplicable

- Informar las modalidades de pago de quien toma la reserva
- Documentación inmediata de la reserva

Es importante siempre responder a la solicitud en los plazos establecidos y comunicar al cliente cualquier cambio que se produce en la reserva, posterior a la confirmación.

La dirección debe disponer de un sistema para gestionar el ingreso de los huéspedes, el cual debe:

- Realizar el registro de ingreso en los tiempos pactados por la organización
- Facilitar los trámites en caso de ingreso de grupos
- Facilitar la orientación para el acceso a las habitaciones
- Informar al cliente cualquier circunstancia no habitual en el establecimiento, horarios, obras, etc.
- Alternativas para el cliente que llegan antes del horario de ingreso, o, para el caso que las habitaciones no estén disponibles a la hora de llegada de los huéspedes.

Durante la estadía del huésped, es necesario tener por escrito e informar a los huéspedes sobre el reglamento de convivencia, disposiciones con respecto a la utilización de espacios comunes, tenencia de mascotas, áreas de fumadores y uso de áreas comunes. Dicho reglamento debe estar exhibido en un lugar visible en un espacio común y debe ser presentado en español y en algún idioma extranjero.

La organización debe disponer del servicio telefónico para el cliente e informar las tarifas y modo operativo del servicio al momento de la llegada.

Disponer de un método para gestionar el egreso de huéspedes de acuerdo a las políticas previamente definidas y comunicada a los clientes.

- Disponer de un método eficaz para la custodia del equipaje, en caso de prestar dicho servicio

Se debe disponer de un sistema para la gestión del desayuno, al cual se basa en políticas previamente definidas y comunicadas a los clientes, en el cual se asegure

- La modalidad de la oferta informada al cliente
- Se respete los horarios de comienzo y finalización de los servicios (previendo alternativas para satisfacer a los clientes)
- Acciones de limpieza de los espacios ante cualquier inconveniente

- Montaje del salón desayunador de acuerdo al establecido por la organización
- Prever el volumen adecuado al menaje, mantelería y elementos de soporte según la capacidad del establecimiento
- Garantizar una disposición completa de productos durante el horario del servicio

Es recomendable utilizar productos dietéticos, aptos para celíacos, ofrecer productos regionales, agua envasada autorizada por bromatóloga por la autoridad competente.

La organización debe disponer de un método para gestionar el servicio de habitaciones, en base a las políticas previamente definidas y comunicadas a los clientes, tanto en español como en un idioma extranjero. Disponiendo de una carta que contenga la variedad de productos que se ofrecen, precios horarios de servicios y métodos para pedidos. Es necesario que las habitaciones cuenten con el mobiliario necesario para consumir los productos, o desde la organización promover estos elementos.

La organización debe disponer de un método documentado para gestionar el mantenimiento de los equipos e instalaciones que asegure una comunicación eficaz del personal para informar cualquier novedad detectada, de manera tal que permita acciones correctivas. Registro de averías o circunstancias de falta de conservación con fechas para reparación o corrección y revisión periódica de todos los equipos e instalaciones para su correcto funcionamiento. Se recomienda planificación de acciones preventivas

La organización debe disponer de un método documentado para gestionar la limpieza de las instalaciones y el equipo que asegure la definición, implementación y control de plan de limpieza, desinfección y control de plagas. Planificación del equipo de trabajo, asignación de tarea, información de ingresos y salidas del día, identificación de los productos de limpieza.

La organización debe disponer de un método para gestionar la limpieza y mantenimiento de habitaciones de manera tal que asegure la limpieza y alistamiento de las habitaciones vacías, antes del horario establecido de ingreso, y luego las habitaciones ocupadas, con una frecuencia diaria establecida.

Comunicar el horario de limpieza de habitaciones ocupadas, se debe definir, documentar e informar al personal responsable los criterios de limpieza

- 1- Diaria de habitación y camas ocupadas
- 2- Habitaciones y camas de salida

3- Profunda en habitaciones libres

En caso de proveer productos de bienvenida, alimentos y bebidas, es necesario revisar el "stock" en el caso de alimentos controlar caducidad.

Es necesario realizar una revisión de blancos para identificar roturas, manchas, defectos que requieran cambios. Donde se establezca un periodo de sustitución de blancos de cama y baño definido.

Establecer y comunicar al cliente la opción de la reutilización de blancos, en relación a acciones ambientales propuestas por el establecimiento. Asegurar la cantidad de blancos de casa y de baño suficiente para prestar un eficaz servicio

Se debe disponer de un método de compras en el cual es necesario definir insumos críticos para la prestación y el requisito de conformidad de los mismos. Identificación de los proveedores de esos insumos críticos para la prestación. Información actualizada de los proveedores, realizando un análisis periódico de estos. Control de insumos recibidos y de "stock" para los diferentes tipos de precitos. La recepción de materiales y productos se debe realizar considerando las áreas independientes y el horario de ingreso de los huéspedes para evitar malestares.

GESTION AMBIENTAL

La dirección debe Definir documentar e implementar un programa de prácticas ambientales. Donde exista una persona responsable de la gestión ambiental de la organización, para el seguimiento control debe ser el encargado de comunicar las políticas y objetivos al personal y a los huéspedes. Se debe prever a acciones que faciliten la disminución del impacto ambiental de energía, agua, gestión de residuos, reducción del empleo de productos nocivos o agresivos para el medio ambiente, sensibilización y capacitación del personal y los huéspedes y proveedores.

Es recomendable definir, documentar e implementar un programa de responsabilidad social de la organización hacia la comunidad.

GESTION DE SEGURIDAD

La dirección debe Reconocer y aplicar las normas vigentes legales en relación a la seguridad, higiene y contingencias. Identificar y analizar las situaciones de riesgo para la seguridad, y tomar medidas de prevención y protección para cada una de las situaciones, realizando un plan de contingencia.

Registrar los objetos olvidados por los huéspedes en todas las habitaciones, para su posterior devolución en caso de reclamos.

MEJORA

La dirección debe definir, medir y realizar el seguimiento de los indicadores de los procesos de la prestación de los servicios.

Medir y realizar el seguimiento de las características del servicio para verificar que se cumplan los requisitos

-Definir e implantar un sistema de medición documentado de la satisfacción del cliente

-Medir el nivel de cumplimiento de los objetivos de calidad, seguridad y el ambiente definido

Todos estos resultados deben ser registrados y utilización por la dirección al momento de la revisión

La organización debe realizar auditorías internas periódicas, para determinar si el sistema de gestión es conforme con los requisitos de esta norma. Todos los Informes de esta norma, se consideran en registro.

Implementar un sistema para el tratamiento y respuesta de quejas o reclamos de los huéspedes que establezcan los medios y soporten que faciliten su prestación.
Implementar un sistema para el tratamiento de las sugerencias

La dirección debe establecer un sistema para identificar, analizar y definir acciones que aseguren la mejora continua. Este sistema debe tener en cuenta, las siguientes fuentes de información

-Quejas, reclamos y sugerencias de los huéspedes

-Avisos de reparaciones

-No conformidades detectadas

-Indicadores que haya establecido la organización

-Resultados de mediciones de la satisfacción de los huéspedes.

-Resultados de las auditorías internas y externas

-La dirección debe establecer acciones correctivas ante no conformidades y desvíos relaciones con requisitos y analizar sus causas documentando:

- El desvió o conformidades
- El responsable de establecer acciones correctivas
- El responsable de implementar acciones correctivas en los tiempos establecidos por la organización
- El resultado de las mismas.
- Ante las no conformidades y desvíos potencias es recomendable aplicar acciones preventivas

PROYECTO DE LEY – CATEGORIZACION HOTELERA

(VER ANEXO PROYECTO COMPLETO)

Fundamentos

La actual reglamentación de la ordenanza 36.136 solamente toma aspectos dimensionales, no tomando en cuenta los conceptos de servicio y calidad. Debido al incremento del turismo internacional, en la ciudad de Buenos Aires, lleva a la necesidad de contar con un marco legal acorde a las necesidades de la demanda.

Esta clasificación de la oferta permite identificar los servicios ofrecidos e incorporar denominación y terminología internacional para la identificación.

Los alojamientos turísticos deben tener determinados criterios de calidad tanto en los servicios, instalaciones, en el empleo y garantía ante los usuarios.

El proyecto de ley, está orientada a dirigir los aspectos físicos de las edificaciones y las instalaciones tomando en cuenta elementos cuantitativos y cualitativos de los servicios, tendientes a orientar a todos los miembros del sistema.

Esta re-configuración de la oferta de alojamiento, toma a la demanda como árbitro que para dirigir la actividad. Generando estrategias que lleven a la oferta de productos y servicios de calidad en conjunto con directrices de respeto al medio ambiente y cultura.

CAPITULO V

DEMANDA

Definición

Es una de las variables más estudiadas por los investigadores y empresarios no solamente del sector turístico, si no que todo el sistema económico.

Es un concepto que está relacionado con el proceso de toma de decisiones que las personas realizan continuamente.

Depende de numerosos factores y necesidades, no solo el precio del bien o servicio, sino que también influye en la decisión de consumo los factores psicológicos, sociológicos, físicos y éticos entre otros. La definición de este término, en especial de *demanda turística* va a variar según el punto de vistas del investigador. A mi criterio la más adecuada para esta investigación, es la dada por Mathierson y Wall (1982-p16), "El número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar las facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y residencia habitual"

De este mismo concepto, se desprenden la clasificación hecha por Cooper et al 1993- Pág. 15-16)

DEMANDA EFECTIVA O ACTUAL: En este grupo están aquellas personas que efectivamente viajan.

DEMANDA NO EFECTIVA: Es aquella población que por algún motivo no viaja. Se subdivide en 2 grupos:

- **Demanda potencial:** Es el grupo que va a realizar el viaje en algún futuro, cuando alguno de esos factores que se lo impidan, se resuelvan, como lo puede ser la falta de dinero, más tiempo libre, entre otras.
- **Demanda diferida:** Grupo de personas que no han podido realizar el viaje por algún problema en el territorial cual se dirige, o en el hotel como los son las actividades terroristas, desastre naturales, falta de plazas de alojamiento, etc.

NO DEMANDA: dentro de esta división están todas aquellas personas que no están interesadas en viajar.

FACTORES QUE INFLUYEN A LA DEMANDA

Son los determinantes que tienen las personas para la realización de los viajes. Existe una primera división de los tipos de factores.

Factores internos: Son las condiciones propias de cada persona en forma particular e individual.

Factores externos: Son las condiciones que tienen las zonas o regiones, que afectan de manera subjuntiva al turista alejándolo o atrayéndolo al destino.

Los factores internos se pueden clasificar en:

FACTORES ECONOMICOS Es uno de los factores que más influye en la demanda turística. Dentro de este grupo, vamos a encontrar a todas aquellas características, que afectan a la decisión final de elegir el destino, escoger el hotel, que estén relacionados que ver con el dinero disponible esto va a estar condicionado por:

- **La renta disponible**, una vez que se pagan todas las necesidades básicas, se ve cuanto dinero queda disponible.
- **El nivel de precios del destino** realizando un análisis en su totalidad del nivel de precios en transporte, hotel comidas, atractivos y todos aquellos aspectos relevantes para el disfrute propio.
- **posibilidad de financiación** gracias al uso cada más frecuente de las tarjeta de crédito, con la posibilidad de realizar pago en cuotas, sin interés y promociones y hasta valores más económicos pagando con este medio.
- **Tipo de cambio** tener una relación fuerte con el dólar favorece la demanda turística, hacia los destinos con monedas menos fuertes respecto al dólar. Esto es una de las razones por la cual en los últimos 8 ocho años el ingreso de pasajeros extranjeros, principalmente en EEUU Brasil y Europa ha ido en aumento.

El servicio de alojamiento es muy sensible al precio, por lo tanto pequeñas variaciones en el precio provocan grandes variaciones en la cantidad de demanda. Es por lo tanto una demanda elástica. Alguno de los factores que afectan esta demanda son:

- Tipo de necesidades. La demanda analiza que necesidad satisface ese bien o servicio.
- Existencia de bienes sustitutos. Al existir buenos sustitutos con respecto, en este caso a alojamiento, la demanda se comporta de una manera muy elástica.
- Importancia del bien en términos de costo. Se estudia, que porcentaje del sueldo se destina a la compra del servicio/ producto
- Precio, la variación de la demanda no es la misma a lo largo de toda la curva, ya que se puede dar la situación en que para precios altos, la

demanda es menos elástica que cuando los precios son más bajos o al revés.

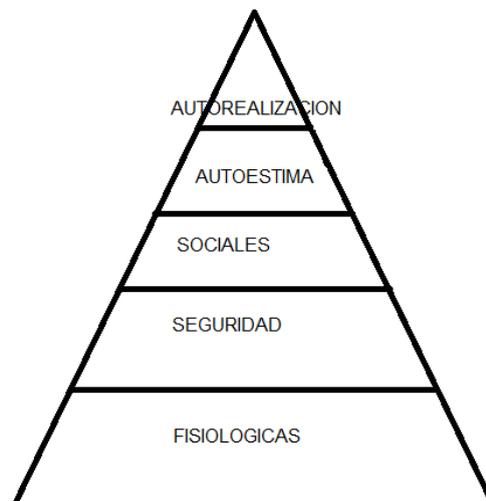
1-MOTIVACIONES Y NECESIDADES

La motivación por realizar el viaje es el estímulo inicial, si no existen las ganas de viajar nada tiene sentido. Según Maslow (1970) las motivaciones son determinadas por las necesidades de cada uno de los individuos.

No hay dos personas iguales, por lo tanto hay que tomar en consideración el comportamiento de los consumidores y el proceso que lo lleva a tomar dicha decisión. Estas, dependerán de sus actitudes, percepciones, personalidad, experiencia previas que ayudaron a diseñar y tomar juicios subjetivos y que obviamente afectaron el proceso de decisión

En este punto, toma fuerza la imagen de destino turístico, que según la OMT, en el año 1979 la definió como "La idea que tienen las personas sobre un destino tanto a nivel individual como colectivo", por lo tanto la decisión de compra cualquier producto turístico se realiza con suma precaución ya que existe un mayor riesgo sobre otros productos por tratarse de un bien intangible.

PIRAMIDE DE MASLOW



1-NECESIDADES FISIOLÓGICAS son aquellas que tienen que ver con las necesidades primarias de una persona, hambre, frío, abrigo, entre otras.

2- DE SEGURIDAD Que es estar libre de miedo y de la ansiedad.

3- AMOR darlo y recibirlo.

4- AUTOESTIMA tanto por uno mismo, como hacia los demás.

5- AUTORREALIZACIÓN es sentirse completo con uno mismo.

A esta jerarquía de necesidades, es necesario agregar la definición, realizada por Maslow y Morrison en el año 1985, que agrega que las necesidades son una combinación de anhelos de los consumidores, en nuestro sector, de los huéspedes, los cuales pueden estar conscientes o inconscientes. Estas necesidades son expresadas por medios de deseos específicos, hay que tener en cuenta que los deseos son siempre conscientes.

2- CONDICIONES SOCIOCULTURALES

Dentro de esta división están todas aquellas características y factores propios de las personas, como lo son la edad, profesión, empleo, nivel de educación. Estos factores, influyen positivamente en el hecho de que una persona desee más calidad y cantidad de turismo. Algunos factores pueden impactar negativamente en los huéspedes son el desempleo, la inseguridad, que generalmente provoca reservas tardías y desplazamientos más costosos.

3- FORMAS Y ESTILOS DE VIDA

En este grupo Cohen (1974), hace una división de turistas

TURISTAS INSTITUCIONALIZADOS

- TURISTA DE MASAS ORGANIZADAS

Que son aquellos que tienen poco contacto con la cultura local, y buscan en sus vacaciones mantener su entorno habitual de origen.

- TURISTA DE MASAS INDIVIDUAL

Son aquellos turistas que se integran muy poco con la comunidad anfitriona algunos aspectos que siguen siendo los mismos que en su origen especialmente los relacionados a la alimentación y aspectos personales.

LOS NO INSTITUCIONALIZADOS

- **EXPLORADOR** Es aquel pasajero que organiza su viaje de manera individual, pero sin descuidar el confort de alojamiento y transporte. Decide abandonar su entorno habitual, pero vuelve a él dentro de este subgrupo, se encuentra los huéspedes de los hostels, ya que por lo general buscan el confort de una buena habitación sin evitar conocer a más personas o enriquecerse del intercambio cultural.
- **IMPULSIVO:** Son aquellos turistas, a los cuales no les interesa tener ningún contacto con la actividad turística, no tienen un itinerario fijo y tiene fuerte contacto con la cultura anfitriona, como son el caso de los mochileros

4-TIEMPO DE OCIO

El tiempo que la persona tiene dedicado al ocio, determina la capacidad para viajar, por lo tanto, a mayor tiempo libre, mayor será la disponibilidad para viajar.

5- COSTUMBRE

Factores como fiestas religiosas, conmemoraciones patrias, vacaciones escolares, el clima entre otros, incitan a los turistas a viajar. Esto junto a otros factores es lo que genera las temporadas bajas y altas. Muchas personas eligen organizar sus vacaciones durante las temporadas bajas, ya que pueden ahorrar dinero, en alguno de los servicios turísticos.

6- CREENCIAS IDEOLOGICAS, RELIGIOSAS, POLITICAS

Dentro de este grupo de variables, se encuentran todas aquellas que hacen movilizar a las personas por motivos religiosos, políticos e ideológicos.

7-FACTORES POLITICOS

Las actividades que realizan los gobiernos locales y nacionales en políticas turísticas pueden ayudar a impedir o fomentar la actividad.

Las políticas turísticas se definen como una consideración razonada de las alternativas, para lograr el mejor uso de los recursos disponibles analizando cuales son los beneficios que tiene el uso y aplicación de cada uno de ellas con respecto a la sociedad. Los beneficios tanto positivos como negativos, se van a ser

observadas y analizadas en el largo plazo por eso su elección por parte de los gobernantes deben ser medidamente analizadas.

8-FACTORES AMORGRAFICOS

Dentro de estos factores, están aquellos relacionados por las características propias de la edad de cada una de las personas como son la preocupación, intereses e inquietudes.

CAPITULO VI

CALIDAD

Una de las definiciones aceptadas sobre el concepto de calidad es la dada por Pérez Fernández, 1994, que la define como “La satisfacción de las necesidades y expectativas razonables de los clientes a un precio igual o inferior al que ellos asignan al producto o servicio, en función del valor que han recibido y percibido”

De este concepto es necesario, interpretar los aspectos o partes fundamentales.

PRIMERO Es una dedicación del cliente, en este caso huésped quienes evalúan si la relación de satisfacción - precio es la adecuada.

SEGUNDO Los huéspedes analizan de acuerdo a sus criterios, experiencias previas, necesidades, motivaciones entre otros aspectos.

TERCERO El precio debe ajustarse al valor real que el producto o servicio aporta al huésped.

CUARTO Es necesario por parte del personal, prestar extrema atención a los detalles del servicio ya que este puede ser realizado con máxima rapidez y exactitud pero, sin embargo, el huésped se siente insatisfecho ya que considera que el trato fue impersonal y frío.

Existen diferentes tipos de calidad, a continuación se detalla las más importantes.

CALIDAD OBLIGATORIA: Es aquella referida a aspectos obligatorio esperados por los huéspedes y si no los encuentra, se siente insatisfecho

CALIDAD ATRACTIVA: Hace referencia a aquellos aspectos que van más allá de lo esperado y por lo tanto, sorprenden al huésped. En caso que no se cumpla con esas cualidades no se sienten defraudados.

CALIDAD TECNICA: Es lo que le queda al huésped una vez que la transacción entre huésped y el hostel ha sido terminada.

CALIDAD FUNCIONAL: Es el proceso de entrega del servicio. Mientras se está realizando el servicio, ya que los huéspedes toman contacto con los empleados del hostel en varios momentos, en la recepción, en el desayunador, entre otros.

Una buena calidad funcional, puede compensar algún tipo de deficiencia en la calidad técnica.

Además de estos tipos de calidad, existe la calidad social, que es más difícil de analizar, ya que no puede evaluarse antes de la operación y a veces es también difícil de hacerlo después. Se relaciona con el diseño y la entrega de servicios y productos seguros tanto a los huéspedes y a la sociedad, creando un buen sentido ético generando buenos beneficios a largo plazo para el cliente.

Por lo tanto, podemos decir que la calidad es el resultado de un proceso largo, paulatino, creativos y de conducción para alcanzar la excelencia en el servicios.

La industria tanto turística como hotelera, se enfrenta a profundos cambios de entorno, con la transformación en las condiciones de la demanda, lo que genera entre otras consecuencias que el concepto de calidad por si solo no sea suficiente, para ser competitivo en el mercado.

Por lo tanto, se desprende el concepto de CALIDAD TOTAL. Es un sistema de gestión o través del cual, en este caso el establecimiento hostelero, satisface las necesidades de expectativas de accionistas, (en caso de que existan) y de toda la sociedad utilizando los recursos de la mejor manera posible. Tiene el objetivo de satisfacer a los huéspedes en todos los aspectos posibles, logrando así, beneficios tanto para huéspedes, empleados, empresa y comunidad anfitriona

Este enfoque, surgió en la década de 1950, en la industria manufacturera donde desarrollaban en un principio los productos y luego los servicios que cumplieren con especificaciones que analizaban regularmente como el peso, resistencia, rapidez entre otros de esta manera todos los productos eran analizados antes de que saliesen al mercado evitando entregar productos defectuosos. Poco a poco, (según Rosander 1994), el centro de atención salio de adentro de la oficina para tomar cada vez más una orientación hacia los clientes y paulatinamente se cambio del cumplimiento de especificaciones a entender que la calidad solo se logra satisfaciendo las expectativas de los clientes.

CALIDAD EN ATENCION AL CLIENTE

DEFINICION DE CLIENTE Y HUESPED

Bajo el contexto de hotelería, específicamente dentro de los hostels, un cliente es la organización o persona individual que contrata el servicio, para su uso o para terceros.

De este concepto, se desprende la definición de huésped, que es aquella persona que efectivamente se registra en el alojamiento.

El servicio en el sector hotelería es poner a disposición del huésped las competencias humanas necesarias para establecer una relación entre las dos partes de manera tal que se logre un valor añadido para lograr la satisfacción del huésped.

Cabe destacar que a diferencia de otros componentes de la calidad la buena atención no genera costos accionales a la empresa, más allá de los gastos en capacitación, pero que ante la satisfacción de un cliente se pagan solos.

La satisfacción de un cliente, es el resultado de las impresiones recibidas a lo largo del servicio menos las expectativas que trajo antes de tener contacto con la actividad de servicios

SATISFACCION DEL CLIENTE = IMPRESIONES RECIBIDAS – EXPECTATIVAS

Esta percepción de calidad varía de una persona a otros motivos de personalidad, educación, entre otros.

Es necesario de todas maneras tener en cuenta las dos situaciones

- A igual precio, el huésped opta por el de mayor calidad.
- A igual calidad, el huésped opta por le menor precio.

FACTORES QUE INCIDEN EN UN MAL SERVICIO

Para un correcto estudio de las situaciones que llevan a un mal servicio, es apropiado hacer una división en 2 grupos.

Dentro del primer grupo, se encuentra las ideas sociales derivadas del pensamiento de que el concepto de servicios establece una relación de cercanía entre los involucrados y que puede llegar a atentar contra la igualdad de las personas. Esta idea, muchas veces es reforzada por las propias que en algunos casos son tomadas como una forma de exaltar privilegios o consideraciones especiales. Por lo tanto es necesario considerar la existencia de la frontera entre servicio y servilismo. De esta misma manera condiciones racistas o sexistas condicionales el trato con el huésped y el personal del hotel.

Dentro del segundo grupo de los factores que afecta al servicios, es la política de gestión que tienen el establecimiento, uno de los primer pasos de esta constituye la selección del personal, donde es necesario tener presente las aptitudes para el trato con el cliente (el huésped) , para luego seguir con el segundo paso en la política de gestión que es la formación e información de todas las políticas antes de tener contacto con los huéspedes.

Otro de los objetivos de la dirección es la motivación del personal, esto es fácil de conseguir haciendo que el personal participe de los problemas y éxitos de la empresa, ya que hoy en día, no cabe duda que un personal descontento transmite en mayor o menor medida estas sensaciones y situaciones hacia el cliente.

IMPORTANCIA DE LA CALIDAD PARA EL SECTOR HOTELERO/HOSTELERO

El sector, se encuentra con clientes cada vez más exigentes dado que la informática brinda a los futuros huéspedes una cantidad de datos sobre los servicios y/o productos que va a adquirir.

Por lo tanto, y como ya se ha comentado en este trabajo el factor fundamental siguen siendo los recursos humanos, la clave sigue siendo la capacitación y dedicación sorprendiendo a los clientes cada día.

Más allá, de los beneficios antes mencionados la calidad del turismo en todo su conjunto, depende de la satisfacción del cliente, por brindar una buena calidad en los servicios las empresas que tienen mayor porcentaje de participación en el mercado y una calidad mejor percibida que sus competidores y son las que además muestran mayores ganancias.

Muestras concretas de beneficios de ofrecer calidad son:

RETENCION DEL CLIENTE Una alta calidad en el servicios crea clientes fieles y es un muy buen factor a la hora de que el cliente vuelva a elegir, ayudando a la decisión de compra en hotelería, un aumento en el precio de la habitación no es indicio de que se vaya a perder los clientes, es ya que si están fidelizados con la institución es muy difícil cambiar, de la misma manera, si un cliente potencial utiliza el hotel y percibe una baja calidad va a ser muy difícil cambiarlo de opinión.

RETENCION DE BUENOS EMPLEADOS Los empleados aprecian trabajar en un ambiente donde las operaciones están bien dirigidas y donde se produzcan servicios de alta calidad, índices como la alta rotación de personal y ausencias son indicios de poca calidad en el servicio.

REDUCCION DE COSTOS Dentro de esta categoría, están:

Costos internos: Son aquellos que están relacionados con la corrección de problemas antes que lo vea un cliente

Costos externos: Están asociados a errores que sufre el huésped. Este tipo de costos son lo que pueden generar que una persona o un grupo de personas decidan no volver más al establecimiento.

CALIDAD TURISTICA Y GOBIERNO

Desde el gobierno nacional, específicamente desde el Ministerio de Turismo se desarrolló el sistema Argentino de calidad turística (SACT), el cual fue acordado dentro del plan federal estratégico de turismo sustentable donde se propone crear una metodología que facilite el desarrollo del sector.

El SACT se lo define como al conjunto de herramientas cuyo objetivo es promover la cultura de la calidad y la mejora continua en todos los actores del sector. Por supuesto, esto incluye al sector de hostels.

Se trata de opciones metodológicas y procedimientos que son adaptados a cada realidad, además es, una estrategia orientada a la calidad y el cuidado del medio ambiente, a través de la aplicación de prácticas efectivas para el uso racional de los recursos

El Ministerio de Turismo tiene dentro de los objetivos implementar un modelo de gestión que responda al cumplimiento de las misiones institucionales y que, pueda ser medible sabiendo que calidad y profesionalismo se convierten en factores que permitan asegurar la satisfacción de las necesidades de los clientes y huéspedes.

Por eso, se diseñaron y establecieron los factores importantes para la calidad:

CORTESIA Y AMABILIDAD: El ministro asume el compromiso de garantizar el trato cordial y respetuoso de todo el personal el cual ha sido capacitado para el área que está ocupando.

CAPACIDAD DE RESPUESTA Y RAPIDEZ Se asume el compromiso de brindar los servicios en los tiempos establecidos procurando y buscando permanente a la mejorar continua.

CONFIABILIDAD Todo el ministerio se compromete a brindar los servicios prometidos en forma adecuada y cuidadosa.

COMPETENCIA Todo el personal posee los conocimientos, habilidades y aptitudes necesarias para el desarrollo efectivo de las tareas.

CREDIBILIDAD Todos los servicios se ofrecen de manera precisa, segura y responsable.

TRANSPARENCIA El ministerio, se compromete a rendir cuentas y dar respuesta pública por la eficiencia de toda la gestión y sus resultados.

ACCESIBILIDAD Los servicios que ofrece el ministerio requieren fáciles puntos para complementarse, además, el ministerio asegura horarios de atención que se ajusten a las necesidades de los usuarios. Todas las instalaciones del ministerio aseguran un acceso adecuado, para todas las personas.

IMPARCIALIDAD El ministerio se compromete a brindar los servicios correspondiente manteniendo en todo momento imparcialidad de todos los actores relacionados con el turismo y la hotelería.

CONFIABILIDAD Para la protección de los ciudadanos en caso de alguna denuncia, el ministerio, le asegura la confidencialidad correspondiente, mediante el marco de normativas vigentes.

COMPRESION DEL CIUDADADO El personal de todo el ministerio en general y de todos los actores involucrados en la actividad, se aseguran captar los problemas reales del ciudadano transmitírselo a las autoridades correspondiente y defender sus intereses.

Con estos objetivos, planteados, el Ministerio de Turismo promueve la asociación estratégicas con actores claves que entienden la necesidad de orientarse hacia la calidad total, concretamente, se están desarrollando acuerdos estratégicos con el Instituto Argentino de Normalización (IRAM) , orientados a mejorar la calidad de los servicios turísticos, fomentando la preservación del medio ambiente y la seguridad en el sector, creando los programas específicos que tienden a sensibilizar, estimular e incentivar la capacitación e implementación. Las normas IRAM - SECTUR, son las herramientas que consideran de forma total, la gestión de la calidad, gestión ambiental y la gestión de seguridad, en todas las áreas que son incluidas en la prestación de los servicios turísticos

Esto fomenta la competitividad empresarial en todos los niveles tanto global como local. Además, permite a los usuarios elegir las propuestas más aptas de acuerdo a las motivaciones que al mismo tiempo que garanticen la seguridad.

Dentro de estos acuerdos podemos encontrar normas con diversos tipos de establecimientos hoteleros y extra hoteleros, museos, servicios turísticos, especialistas en alguna actividad, como lo es la cabalgata, canotaje, entre otros. Restaurantes, organización de eventos, y la coordinación del turismo estudiantil.

Desprendido de esto se encuentra el documento que se estudia en este trabajo, IRAM – SECTUR 42230 “HOSTEL” Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente.

MEJORA DEL SERVICIOS

Desde el ministerio de turismo se establecen dos métodos para la mejora continua de la calidad en el sistema turístico.

1. ENCUESTA PERMANENTE DE SATIFACCION En estas encuestas, los usuarios podrán opinar sobre los distintos aspectos relacionados con la calidad de atención de todo el sistema turístico.
2. SISTEMA DE RECLAMOS Y SUGUERENCIAS Son los formularios que los usuarios que pueden solicitar para expresar los reclamos y sugerencias.

CAPITULO VII

RELACIONES COMUNICACIONALES

Hoy en día las comunicaciones se han convertido en un aspecto fundamental para el éxito de cualquier establecimiento, por lo tanto debe ser estudiada, analizada y tratada como un pilar fundamental dentro del proceso estratégico.

Según el autor Lucas Marín 1997 es "el cemento que une y mantiene unida las partes de una organización" y debe ser tratado como un recurso activo que debe ser gestionado.

Es necesario establecer y definir previamente el término de comunicación. Es el proceso por el cual el emisor envía un mensaje hacia un receptor, de acuerdo a reglas entendidas y reconocidas por ambas partes. Es un proceso que debe ser de ida y vuelta, donde tiene que haber reciprocidad, que pide que el emisor y el receptor intercambien sus roles alternativamente. Cabe aclarar que la información es solo una parte de todo el proceso comunicacional, ya que el contenido por si solo no es suficiente, la información debe ser expresada y comprendida.

La comunicación dentro de un establecimiento la atraviesa transversalmente en todos los ámbitos.

Ámbito de la información Son las normas y datos que permiten que la organización funcione de acuerdo al objetivo definido.

Ámbito de la divulgación Son los elementos que tiene como objetivo buscar captar y persuadir a personas para lograr los fines de la organizaciones.

Ámbito de la formación y socialización Tiene como objetivo reforzar la cultura interinstitucional, como los son las capacitaciones, actividades recreativas y hasta las celebraciones.

Ámbito de participación Es el ámbito que cada miembro de la organización tiene para expresarse, dar la palabra.

COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna es un canal, está dirigida a todos aquellos miembros internos de la organización, estos son los denominados clientes internos. Permite al establecimiento mantener una coordinación entre las distintas partes de ella, se

lo debe tomar como un instrumento de cambio que permite la introducción, difusión, aceptación e interiorización de los nuevos valores y pautas de gestión. Todos, los esfuerzos que se realicen en la comunicación interna, contribuirán a la mejorar de la calidad de vida laboral y calidad del servicio, dan aumento de la productividad y el incremento de la competitividad. Por lo tanto, en esa búsqueda de la calidad total, el concepto antes definido, la comunicación aparece como un instrumento fundamental.

Dentro de cualquier organización existe una comunicación formal e informal.

COMUNICACIÓN FORMAL

Esta comunicación, se puede generar en tres direcciones.

- **DESCENDENTE** Se proyecta desde los niveles superiores hasta los subordinados y tiene como objetivo dar órdenes para proporcionar todo tipo de información relacionada con el trabajo o también para motivar a los empleados. Esta comunicación descendente, se caracteriza por un contenido muchas veces demasiado específico, transmitiendo mensajes relacionados con las funciones a realizar, los objetivos a alcanzar, las líneas de acción que hay que respetar y muy a menudo puede ocultar datos del tipo institucional como lo son objetivos de la organización, los resultados alcanzados, los acontecimientos más importantes. Muchas veces esta dirección de comunicación puede presentar ambigüedad, impresión y hasta contradicción en el envío y recepción de los mensajes.
- **ASCENDENTE** Se dirige desde los empleados al mando superior. Dentro de las funciones está la de proporcionar a los directivos la devolución necesaria, muchas veces llamado feedback, acerca de los asuntos y problemas que se genera en todos los órdenes de la organización. Este tipo de comunicación, es de suma importancia para los mandos superiores, ya que muchas veces, facilita la toma de dediciones. Dentro de las ventajas, está la de permitir conocer el clima social de la organización, contribuye además a la creatividad de los trabajadores. Ayuda a que entre la dirección y los trabajadores desaparezca puntos de tensión y conflictos.

A pesar de eso, algunos de los puntos débiles que tiene esta dirección, es que genera, bloqueos o barreras por parte de los directivos generando desconfianza. Muchas organizaciones utilizan algún tipo de sistema de recompensa y esto puede condicionar el contenido de las comunicaciones y los mensajes que llegan a los directivos a distorsionados o sufren un proceso de embellecimiento, informando solo mensajes favorables, se exagera la información positiva, se introducen elementos falsos y/o se omite información negativa. Muy pocas veces los métodos

y modos de procedimiento de la dirección se planeta de una forma abierta y libre sin miedo a las consecuencias negativas.

- **HORIZONTAL** Se orienta y mueve entre los trabajadores que ocupan el mismo nivel jerárquico, dentro de las funciones, está la de facilita la coordinación de tareas con reuniones ínter departamentales, compartir información y hasta ayudar en la resolución de conflictos entre compañeros.

Se introducen, entonces, en los establecimientos Círculos de claridad, que es grupo de resolución de problemas, se convierten en la unidad básica del esquema de trabajo, donde se estimula y organiza la comunicación, facilitando la coordinación, un mejor clima laboral, satisfacción de las necesidades sociales, contribuyendo al desarrollo de una organización innovadora.

COMUNICACION INFORMAL

Paralelamente a la comunicación formal, en todas las organizaciones existe, sin poder evitarse, la comunicación informal, no todo tipo de información informal, es negativa, al contrario este tipo de comunicación aporta beneficios a las personas que en ella participan y para la organización.

Es aquella que no sigue los canales formales pre- establecidos, si no por el contrario, surgen con naturalidad entre todos los miembros del hostel.

Usualmente, es una de las formas que tienen los empleados para enterarse de aquellas informaciones que no le llegan de una manera eficiente por medio de los canales formales.

Como contra partida, en algunas situaciones, puede originar inconvenientes, ya que por ejemplo al transportarse la información de persona a persona se puede producir traspaso de información errónea, por rapidez, mal entendimiento, entre otros factores.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACION INTERNA

- Involucrar al personal, ya que son el vehículo de transmisión de valores y objetivos hacia el público exterior.
- Dar coherencia y coordinación al plan de acción, integración de las diferentes acciones del plan y todos los distintos departamentos del establecimiento.
- Cambio en la organización, debe ser adaptable a los cambios, el cual debe ser acompañados por un gran esfuerzo y capacitación correspondiente

- Mejora en la productividad, todo el proceso, va a llevar inevitablemente al aumento de la productividad, el cual se logra comunicación correctamente a los empleados que hay que hacer y cómo, además de para qué y por qué se hace.

PLAN DE COMUNICACION INTERNA

La comunicación interna, al igual que cualquier proceso dentro del hostel, debe ser planteado estratégicamente de manera tal que permita a través de los medios y soportes adecuados cubrir las necesidades de comunicación de todos los individuos y grupo internos.

FASE 1 Es necesario conseguir el compromiso firme y verdadero de la alta gerencia de la organización, ya que sin el apoyo de los directivos no es posible realizar ningún tipo de cambio.

FASE 2 Es importante en este paso, realizar un diagnóstico de situación el cual debe detectar los problemas, conocer las necesidades y expectativas de las personas proyectando y planeados una visión de escenario deseable para la empresa.

FASE 3 En este punto, es necesario hacer una definición de los objetivos, con una selección de, los medios de planificación, mecanismos, formas de seguimiento durante y post proceso. Es muy importante a la hora de poner en marcha el plan, trabajar en conjunto con cambios de valores y cultura organizativa.

FASE 4 Aquí, es necesario sensibilizarse, mentalizar y formar en el área de comunicación a todos los empleados para que tomen conciencia de la importancia de un cambio de rumbo.

FASE 5 Este es el punto de la implementación propia del plan, el cual, debe ir acompañado por un sistema de control y retroalimentación propio que permita la identificación de las falencias y autocorrección.

HERRAMIENTAS DE LA COMUNICACION INTERNA

Desde la organización, es necesario desarrollar los soportes adecuados para cada situación, estos puede ser escritos, orales, audiovisuales, digitales entre otros.

CARTA PERSONAL

Este tipo de herramienta debe ser breve y legible. Su función es la de difundir información importante para la organización. Para que tengan una mejor recepción y llegada debe ser personalizada.

CARTELERAS

Es uno de los métodos más efectivos de la comunicación interna, se coloca en lugares visibles, el contenido debe estar ordenados de manera tal que se visualización sea rápida y atractiva para los usuarios, siempre debe tener fecha y remitente para saber a quién se dirige y que está actualizada.

CUADERNILLO DE BIENVENIDA

Es un resumen de la esencia de la organización, contando la historia, normas organigrama, objetivos y demás datos que la dirección considere importante para los nuevos integrantes.

MANUALES DE PROCEDIMIENTO

Son guías con pautas organizadas que reúne la información técnica y organizativa que ayudan a planear las actividades

FOLLETOS

Son sobre temas de interés para la organización, se diseñan de manera sencilla y práctica.

PUBLICACIONES INSTITUCIONALES

Son revista y / o publicaciones internas que tienen como objeto informar, motivar y relacionar a todo el personal.

REUNIONES

Deben ser tomadas como un espacio de comunicación donde se pueda informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones, es importante contar con un espacio acorde y adecuados para que los participantes a esta se presenten adecuadamente.

BUZON DE COMUNICACIÓN

Permite que todos los integrantes de la organización se puedan expresar con total libertad y puedan dar a conocer, en especial, a los miembros de niveles

superiores, los planteos necesarios. Es muy importante, que se tome seriamente las sugerencias, las cuales, es recomendable que estén con nombre y apellido.

MEDIOS ELECTRONICOS

Innumerables son los medios y redes que sirven para organizar las relaciones dentro de la empresa. Dentro de los medios que podemos encontrar están los emails, foros de discusión, intranet, página Web interna.

COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes, con el objetivo de crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos, así como proyectar de una imagen favorable de hostel, promover actividades

La comunicación externa, es aquella dirigida a los clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general.

Está vinculada especialmente a los departamentos de relaciones públicas (RRPP), prensa, marketing, pero todos los miembros del establecimiento realizan funciones de comunicación externa. Por eso, es muy importante trabajar con el sentimiento de pertenencia, ya que cuando las personas se sienten identificadas con el lugar de trabajo, transmiten una imagen positiva del mismo.

En este tipo de comunicación se utiliza el lenguaje más específico y cuidadoso, ya que una vez que un mensaje sale hacia el exterior del hostel, es muy difícil poder revertirlo.

Los objetivos de la comunicación externa son:

- Gestión de una imagen positiva
- Generación y afianzaste la relación de la empresa como entorno
- Gestión del dialogo de la corporación con los diferentes tipo de públicos.

RELACION CLIENTE – EMPRESA

Es una de las relaciones que más cuidado debe presentar ya que el cliente que acude a nuestro establecimiento buscando un determinado servicio y luego de la primera experiencia se consigue o no fidelizarlo, dependiendo entre otras cosas de la forma en que nuestros empleados comunican. Para esto es necesario tener una excelente atención al cliente, formando previamente a todo el personal, para tener

la habilidad necesaria de descubrir y entender que es lo que ellos necesitan y así solucionar en caso de que sea necesaria pequeña crisis.

RELACION EMPRESA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Son tres los casos en que los establecimientos se pueden contactar con los medios de comunicación, ya sea para darse a conocer como institución, mantener y/o fortalecer el vínculo ya existente.

- **ACCIONES PUNTUALES** Es la oportunidad concreta del lanzamiento de un nuevo establecimiento o servicio. El impacto en los medios, posteriores se van a afianzar en este momento.
- **FERIAS Y SALONES** Son entornos comunicativos que permiten la interrelación entre los diferentes públicos objetivos de la empresa.
- **RELACIONES CON LOS MEDIOS** Debe ser planteado con una estrategia a largo plazo, para permanecer en los medios.

INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados para la comunicación externa son muy variados y día a día se van actualizando.

COMUNICADO DE PRENSA

Debe ser un texto breve y conciso, el cual debe tener un solo tema de actualidad, donde solamente se incluyan datos comprobables, no se pueden incluir opiniones. Tiene como destinatario principal, los medios de prensa.

ARTICULO REDACTADO

Suele ocurrir que ante algún tipo de noticia un medio solicite a alguna institución la redacción de un artículo sobre un tema determinado u opinión de algún directivo

ENTREVISTA

Son de gran utilidad, cuando se realiza con las personas adecuadas, puede tener varias finalidades, desde la investigación, promoción hasta temas profundos de investigación.

Es necesario que cada uno de los mensajes que se envían al exterior de la organización cumplan con la denominada formula de LASSWELL "Qué vamos a decir, a quién se lo vamos a decir, cómo se lo vamos a decir y por qué se lo vamos a decir"

El mensaje que reciben los clientes desde la actividad hotelera se multiplica exponencialmente y de una forma muchas veces incontrolable, este proceso se ha acrecentado por el uso de internet. Como se dijo anteriormente, se forman imágenes, como el resultado de varios estímulos que el receptor recibe de un emisor, de forma directa o indirectamente, de la interpretación y evaluación del mismo.

RELACION ENTRE COMUNICACION EXTERNA E INTERNA

Una de las claves de la credibilidad de una organización, es la coherencia entre los mensajes emitidos hacia el exterior de la organización y hacia el interior de la misma. Según el autor Arsyuagfa 1994 es "necesario que exista una convergencia entre ambos tipos de comunicación, debiendo ser coherente entre sí, reforzándose mutuamente"

Para que una comunicación tanto interna como externa sea efectiva, debe cumplir con tres elementos fundamentales.

CONOCIMIENTO Y HABILIDADES: Genera compromisos de todos los miembros para el desarrollo de una comunicación efectiva.

CULTURA ORGANIZACIONAL Genera confianza, respeto, reforzando todo tipo de actitudes positivas, logrando una comunicación ágil y efectiva.

SISTEMATIZACION DE LA COMUNICACIÓN Como una respuesta a la necesidad continúa de desarrollo y mejoramiento de la comunicación.

Ninguno de estos elementos debe ser tratado aisladamente. Todos se deben desarrollarse en armonía para lograr que la comunicación que cumpla con las necesidades de todas las partes.

CAPITULO VIII

SUSTENTABILIDAD Y MEDIO AMBIENTE

DEFINICION

Para una apropiada definición del concepto de sustentabilidad, debemos partir de las teorías que hablan del desarrollo de la sociedad sin la degradación de los recursos.

En el informe Brundtland (1987) se la define como "satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de satisfacciones propias de las generaciones futuras", a esto le podemos agregar lo dicho por la unión de conservación mundial (World Conservation Union), "proceso que permite el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que hacen posible el mismo desarrollo".

MEDIDAS DE SOSTENIBILIDAD

Son medidas que permiten desarrollar métodos de manejo ambiente, de una manera cuantificable.

TRIPLE RESULTADO

Es un término de organizaciones sustentables, que hace referencia al desempeño de una empresa expresado en tres dimensiones: Economía, Ambiente, Sociedad. También conocido como TRIPLE P People , Planet, Profit (Gente-Planeta-Ganancias) Hace alusión al resultado neto, expresado en el último renglón del estado contable.

Esto quiere decir que la empresa se centra no solo en las ganancias económicas, sino también, en los impactos sociales y medioambientales.

Se intenta lograr con esta medida, es que las decisiones de negocios se tomen contemplando los beneficios e impactos que tendrán en los tres ambientes mencionados, esto no solo con la intención de provocar beneficios en la comunidad, sino también para hacer un bien al modelo de negocio de la empresa para que ser un bien al modelo de empresa que sea rentable y sostenible en el tiempo.

INDICE DE DESEMPEÑO AMBIENTAL E INDICE DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

Es un método para cuantificar y clasificar numéricamente el desempeño ambiental de las políticas de un país. El índice de desempeño ambiental fue presidido por el índice de sustentabilidad ambiental, avalúa la sustentabilidad relativa de los países se evalúa y comparan variables como, el impacto en la salud, agua potable, saneamiento básico, entre otros.

SUSTENTABILIDAD Y TURISMO

El concepto de sustentabilidad está asociado al turismo, ya que el turismo se desarrolla en ambientes que tiene límites, lamentablemente, la mayoría de las veces este límite se descubre una vez que ya ha sufrido grandes daños.

El concepto de sustentabilidad se relaciona con los conceptos de: calidad, continuidad y equilibrio.

El modelo de diseño del turismo sustentable se asegura que

- Se mejore la calidad de vida de la comunidad anfitriona
- Se ofrece una mayor calidad en el servicio que se le brinda al visitante
- Se mantiene la calidad del medio ambiente
- Se asegura de generar ganancias para los empresarios, es decir que el negocio del turismo siga siendo rentable

En el año 1990, en la conferencia del globo en Brasil, la Organización mundial de turismo, desarrollo los principios del turismo sustentable

- La planificación debe ser parte de una estrategia de una zona, en conjunto con todos los actores que influyen en la actividad, dentro de este grupo está la comunidad anfitriona, gobierno, secretarías de turismo, agencias, hostels.
- Las agencias, grupos corporativos y personas en forma individual, deben seguir principios éticos que respeten la cultura y el medio ambiente del área, la economía y el modo tradicional de vida
- El turismo debe ser pensado y planteado en forma sustentable, teniendo en cuenta la preservación del medio ambiente.
- La distribución de los beneficios debe ser equitativas para todas las partes.
- Es necesario, realizar permanentemente controles de calidad sobre los efectos de turismo, teniendo como prioridad el desarrollo continuado

-Tanto la población local, como el gobierno, los empresarios y demás involucrados del sector, deben trabajar en conjunto con la planificación del sector.

-Al inicio del proyecto, es necesario realizar un análisis integrado del medio ambiente, la sociedad, y la economía, dando distinta consideración a los distintos tipos de turismo.

-El desarrollo de los planes de turismo debe permitir a la población local que se beneficie, y que además pueda responder a los cambios que se producen, con respecto a la situación al iniciar al proyecto.

CAPITULO IX **METODOLOGIA DE INVESTIGACION**

TIPO DE INVESTIGACION

El presente trabajo de investigación será mixto, combinando los siguientes tipos de investigación:

-EXPLORATORIO: El tema planteado no ha sido abordado anteriormente, por lo tanto consiste en descubrir nuevas ideas y perspectivas.

Al utilizar este tipo de investigación, se lograra una familiarización con el tema y los conceptos. Además de proporcionar información detallada sobre problemas, en esta caso, hostel en un determinado campo de estudio. ⁷

-DESCRIPTIVA: Es la más utilizada en turismo y se utiliza cuando el objetivo de investigación es la descripción objetiva y precisa de la características de una determinada área de estudio (Pizam 1994:97)

En este trabajo se mide y evalúa diversos aspectos, dimensiones o componentes de los fenómenos a investigar, ya que se seleccionaron una seria de cuestiones y se las medio a cada una de ellas en forma independiente, para así lograr la descripción de la situación actual de los hostels de la ciudad de Buenos Aires ⁸

-CUANTITATIVA: Es una investigación que toma datos concretos sé que pueden medir en cantidad. Además, este trabajo de investigación tiene una hipótesis, y las variables que se utilizan son fácilmente cuantificables.

-TRANSVERSAL O SECCIONAL: Debido a que para la presente investigación se realizó un corte temporal, y se realizó el estudio de campo en un tiempo determinado.⁹

-NO EXPERIEMENTAL: Para el presente trabajo de investigación, no se manipulo ninguna de las variables a analizar y donde todos los actores fueron observados en el ambiente natural, sin modificar ningún elemento.

⁷Investigación en turismo y hotelería 2000

⁸Hernandez Sampieri (1998)

⁹ Aportes metodológicos básicos para la investigación en turismo. Prof Lic Karina de Vicenzi (2007)

UNIVERSO DE ESTUDIO

El universo de estudio del siguiente trabajo investigativo, son los hostels de los principales barrios de la Ciudad de Buenos Aires. Estos barrios son, San Telmo, San Nicolás, Monserrat, Recoleta y Palermo.

Dicha elección fue en base al informe anual de barrios visitados por los Turistas (2008) del gobierno de la ciudad de Buenos Aires.

FUENTES DE INVESTIGACION

FUENTES PRIMARIAS: Para el trabajo de campo, se utilizara encuestas, fichas de observación y entrevistas a hostels de los barrios anteriormente nombrados.

MUESTREO

El tipo de muestreo utilizado en la presente investigación fue del tipo no probabilística intencional, ya que se eligió una variable representativa del universo y se calculó la cantidad de unidades de análisis. Y solamente se realizó el trabajo de campo sobre aquellas unidades de análisis que cumplían con esa característica definida.¹⁰ Conservando la proporción de hostels en la muestra respecto al universo total

La variable elegida para esta investigación, fue la cercanía de los establecimientos a los barrios elegidos por los turistas extranjeros que visitan la ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Se tomó como universo total al listado de establecimientos inscriptos en el registro de alojamientos en la ciudad de Buenos Aires que cumplían con la variable elegida.

BARRIO	TOTAL	ENCUESTADOS
Recoleta	8	4
San Telmo	33	17
Monserrat	22	11
San Nicolás	6	3
Palermo	26	13
TOTAL DE HOSTELS	95	48

¹⁰Cómo escribir una tesis en turismo- Esquema metodológico (2009)

UNIDADES DE ANALISIS Y VARIABLES

UNIDAD DE ANALISIS	VARIABLES
Hostel	-Habitaciones -Plazas -Tipo de habitación -Público principal -Método de generación de reservas -Método de generación de check in -Método de generación de check out -Medio de generación de reservas -Información adicional -Servicio de recepción de mensajes -Servicio de Telefonía -Servicio de Room Service -Servicio de desayuno -Productos especiales -Actividades de responsabilidad social -Forma de contratación de personal -Departamentos -Hoja de reservas -Carta de room service
Huésped	- Origen
Manual de gestión de calidad –	- Objetivo

Seguridad y Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> -Detalles de procesos -Plan anual laboral -Turnos de trabajo -Registro de actividades
----------------------	--

INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN EL TRABAJO DE CAMPO

Para la realización del trabajo de campo de la siguiente investigación, se utilizaron los siguientes métodos de investigación.

ENCUESTA

Se utilizó este instrumento de investigación, con el objetivo de obtener de forma directa información cuantitativa del personal que trabaja en el hostel. Esa información fue analizada e interpretada estadísticamente.¹¹

El tipo de encuesta utilizado fue personal, realizada únicamente por un solo encuestador, esto permitió un control absoluto en cuanto a la forma de preguntar y de plasmar los resultados.

En total se realizaron 48 encuestas en los diferentes establecimientos, a nivel general con una predisposición correcta. Se presentaron 6 casos en los que por diferentes cuestiones decidieron no participar de la investigación, dichos resultados no fueron tomados como parte final del total.

ENTREVISTA

Es una Pseudo conversación entre dos partes.¹² Se utilizó como instrumento complementario de recolección de datos.

Se desarrolló la entrevista tipo estructurada, puesto, que existía un listado con las preguntas que se tenían que formular siguiendo un orden explícito.

Las entrevistas, en la medida de lo posible, se realizaron a los responsables – dueños de los hostels, debido contenía en su mayoría preguntas que requerían un mayor conocimiento de algunos aspectos del funcionamiento operativo del hostel. Las preguntas eran de respuesta corta, por lo tanto se obtuvo una gran predisposición por parte de los responsables a la hora de responder. En algunos casos, por cuestiones de horarios o predisposición no se llegó al dueño o

¹¹Barroso

¹²Goode y Hatt (1974:2350)

responsable, en esos casos se realizó la entrevista con la misma persona que ya había respondido la encuesta.

Para obtener una mayor información sobre el tema, se realizó la entrevista a los 48 hostels antes encuestados, de esta manera, al igual que en la encuesta, se aseguró la representatividad y fiabilidad de los datos obtenidos.

PLANILLA DE OBSERVACION

Se define a la observación como el proceso de mirar y escuchar a otras personas. Según los Autores León y Montero (1997:32) en el libro Investigación en Turismo y Hotelería

La modalidad de Observación utilizada fue la siguiente: ¹³

- Observación no estructurada: ya que se utilizó para familiarizarse con el área de estudio.
- Observación no participante: Se estuvo en contacto con el ámbito que se estudió y solamente me comporte como observadora sin involucrarme en las actividades de las instituciones.
- Observación Individual: Debido a que fui la única persona que participo de la investigación
- Observación de Campo: ya que cada investigación se realizó directamente en la recepción de los hostels

En la primera parte, fue una observación visual del área de recepción del hostel, observando aquellos puntos de que acuerdo a la norma IRAM-SECTUR 42230, debían tener por escrito.

En la segunda parte, se observó de manera detallada, las reservas de las habitaciones, en todos los formatos, tanto digitales como manuales.

En la tercera parte, se observó la carta de room service, Prestando atención a las características generales de la misma.

Y por último, se observó, en aquellos establecimientos que los tenían, el manual que confeccionaron en base a la norma IRAM-SECTUR, analizando si respetaba lo que la norma pide.

Como objetivo fundamental esta ficha de observación, tuvo la de verificar los datos que los propios encuestados informaban y comprobar la veracidad de los mismos.

Al momento de realizar el análisis de las fichas de observación, para una mejor interpretación de las mismas, me sentare únicamente en los aspectos que observe y al finalizar cada sección, analizaré de forma escrita los aspectos relacionados al idioma de dichas observaciones.

¹³Ander –Egg (1978:96)

ANALISIS DE DATOS

MODELO DE ENCUESTA

ENCUESTA: _____

La siguiente encuesta tiene por objetivo analizar la situación actual de los Hostels de la Ciudad de Buenos Aires, en relación con el documento desarrollado por las normas IRAM y SECTUR. 42230 "HOSTEL" SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD, LA SEGURIDAD Y EL AMBIENTE.

En dicho documento se establecen los lineamientos básicos para la adecuada gestión de este tipo de establecimientos.

Este cuestionario tomará 25 minutos aproximadamente y es totalmente anónima, confidencial y las respuestas nunca se analizarán individualmente.

Presentación del establecimiento

1. ¿Cuántas habitaciones tiene el hostel?

2. ¿Cuántas plazas tiene el hostel?

3. ¿Cuál es cantidad de cada tipo de habitación?

A-Simples	
B-Dobles compartidas	
C- Dobles privadas	
D-Triples compartidas	
E-Triples Privadas	
F- Cuádruples compartidas	
G-Cuádruples privadas	
H - Otros	

4. ¿Cuál es el principal público que asiste al hostel?

A- Jóvenes de 18 a 25 años en Grupos	
B-Jóvenes de 18 a 25 años individual	
C- Grupos mayores a los 25 años	
D- Pasajeros individuales mayores a los 25 años	
E- Familias jóvenes (recién casados o	

con hijos pequeños)	
---------------------	--

5. ¿De qué país, son mayoritariamente los huéspedes?

A-Argentina	
B-Brasil	
C- Chile	
D- Italia	
F- Alemania	
E- Estados Unidos	
G- Otros	

Reservas

6. ¿Cuenta el establecimiento con algún método electrónico para la generación y administración de reservas?

SI	NO	
----	----	--

7. En caso afirmativo, ¿Qué sistema utilizan?

8. En caso negativo, ¿De Qué manera llevan el registro de las reservas?

9. Marque los medios se que utilizan para hacer las reserva

A- Teléfono	
B- Sitio web - propia del hostel	
C- Sitio web - de Agencias de viajes	
D- Walk in	
E- Otros	

Check in – check out

10. ¿Para realizar el check in, cuenta con algún sistema electrónico?

SI	NO	
----	----	--

11. En caso afirmativo, ¿Qué sistema utilizan?

12. En caso negativo, ¿De Qué manera llevan realizan el ingreso de un pasajero?

13. Al momento del check in, se informa por escrito alguno de los siguientes ítems.

	SI	NO	ESPAÑOL	IDIOMA EXTRANJERO
A-Política de cancelación				
B-Política de mascotas				
C-Servicios brindados por el hostel				
D-Áreas fumadores				
E-Áreas no fumadores				
F-Uso de instalaciones				
G-Políticas de convivencia				
H-Uso de computadoras				
I-Uso de teléfono				

14. En caso que un huésped llegue antes del horario de ingreso, ¿Se le ofrece alguna de las siguientes alternativas?

	SI	NO
A- Dejar el equipaje sin costo y utilizar las instalaciones del hostel		
B- Dejar el equipaje con costo y utilizar las instalaciones del hostel		
C-Realizar el check in sin costo		
D-Realizar el Check in con costo		
E-Ninguna de las anteriores		

15. ¿Cuál es el horario de check in?

16. ¿Para realizar el check out, cuenta con algún sistema electrónico?

SI		NO	
----	--	----	--

17. En caso afirmativo, ¿Qué sistema utilizan?

18. En caso negativo, ¿De Qué manera llevan realizan el egreso de un pasajero?

19. En caso que un huésped necesite dejar la habitación luego del horario de check out, ¿Se le ofrece alguna de las siguientes alternativas?

	SI	NO
A- Custodia del equipaje sin costo y uso de áreas comunes		
B- Custodia del equipaje con costo y uso solo de áreas comunes		
C- Realizar el check out fuera de horario sin costo		
D- Realizar el Check Out fuera del horario con costo		
E- Ninguna de las anteriores		

20. ¿Cuál es el horario de check out?

Servicios al huésped

21. ¿Se ofrece información turística al huésped?

SI		NO	
----	--	----	--

22. ¿Dispone el huésped del servicio de recepción de mensajes?

SI		NO	
----	--	----	--

23. ¿Dispone el hostel del servicio de telefonía dentro del establecimiento?

SI		NO	
----	--	----	--

24. En caso afirmativo, ¿Dónde se encuentra?

25. ¿Se ofrece el servicio de desayuno?

SI		NO	
----	--	----	--

26. En caso Afirmativo, ¿Dónde se ofrece el servicio?

27. ¿Cuáles son los horarios en los cuales se ofrece le servicio de Desayuno?

28. ¿Se ofrece alguno de los siguientes productos?

	SI	NO
A-Productos para diabéticos		
B-Productos para Celiacos		
C-Productos regionales o autóctonos		
D-Agua envasada		
E- Otros		

29. ¿Dispone el establecimiento del servicio de room service?

SI		NO	
----	--	----	--

30. ¿Cuáles son los horarios que funciona el servicio?

31. ¿Dispone el hostel una carta con los productos que se ofrecen?

SI		NO	
----	--	----	--

32. Dispone el _____ establecimiento con un procedimiento para objetos perdidos? (devolución de los mismos).

SI		NO	
----	--	----	--

Housekeeping

33. ¿Se le informa al huésped el horario de limpieza de las habitaciones?

SI		NO	
----	--	----	--

34. ¿Se le otorga productos de bienvenida al huésped?

SI		NO	
----	--	----	--

35. En caso positivo. Enumerar dichos productos.

Organización y planificación

36. Actualmente, ¿Se trabaja con alguna actividad de responsabilidad social?

SI		NO	
----	--	----	--

37. En caso afirmativo, marcar la opción que corresponda

	SI	NO
A- Adquirir Bienes y servicios locales		
B-Contratar personal local		
C-Alentar al personal para la integración de programas locales		
D-Alentar a los huéspedes para la integración de programas locales		
E- Informar a los huéspedes sobre características sociales, culturales y religiones de la comunidad para favorecer actitudes positivas		
F-Donar equipamiento, productos o materiales en desuso a instituciones locales		
G- Otras		

Muchas gracias por su Colaboración

Maria Costanzo

ANALISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

Las encuestas, fueron realizadas a 48 hostels, de la zona mencionada anteriormente. Se trató en la medida de lo posible que fueran respondidas por dueños o responsables de los hostel y en caso que estos no se encontraran disponibles, se realizó a personal de recepción.

Cuestión N° 1

Cantidad de habitaciones que tiene el hostel.

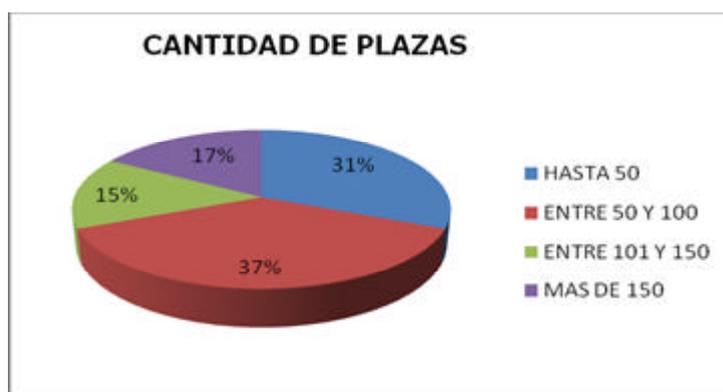
CANTIDAD DE HABITACIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
HASTA 20	18	37,5
ENTRE 21 Y 40	15	31,3
ENTRE 41 Y 50	7	14,6
MAS DE 50	8	16,7
TOTAL	48	100,0



En este gráfico, se observa la cantidad de habitaciones del total de los casos encuestados

Cuestión N° 2

CANTIDAD DE PLAZAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
HASTA 50	15	31,3
ENTRE 50 Y 100	18	37,5
ENTRE 101 Y 150	7	14,6
MAS DE 150	8	16,7
TOTAL	48	100,0



En los gráficos, 1 y 2 podemos observar la cantidad de habitaciones y la cantidad de plazas de cada uno de los hostels encuestados.

Estos datos son relevantes a los fines de esta investigación, ya que toda estructura organizacional (maquinaria, personal, presupuesto, entre otros) de este tipo de instituciones, depende en gran medida de la cantidad de habitaciones que posee y a cuantas personas se puede alojar.

Aquí, podemos observar que solamente el 35% del total de encuestados, superan las 20 habitaciones; y que el 42% tiene una capacidad de alojamiento para más de 100 personas, el más pequeño de los hostels tiene 15 plazas y el más grande de 340 lugares.

Cuestión N° 3

Cantidad de cada categoría de habitación

TIPO DE HABITACIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIMPLES	6	12,5
DOBLES COMPARTIDAS	19	39,6
DOBLES PRIVADAS	21	43,8
TRIPLES COMPARTIDAS	27	56,3
TRIPLES PRIVADAS	8	16,7
CUADRUPLES COMPARTIDAS	25	52,1
CUADRUPLES PRIVADAS	7	14,6
OTRAS	16	33,3



Antes de realizar la interpretación de esta gráfico, es conveniente hacer la siguiente aclaración.

Habitación compartida: Se refiere a habitaciones con baños compartidos y en las cuales se pueden alojar huéspedes hasta completar la cantidad de plazas disponibles y pueden o no estar diferenciadas por sexo.

Habitación privada: Se refiere a habitaciones con baño privado, las cuales no se comparte con otros huéspedes.

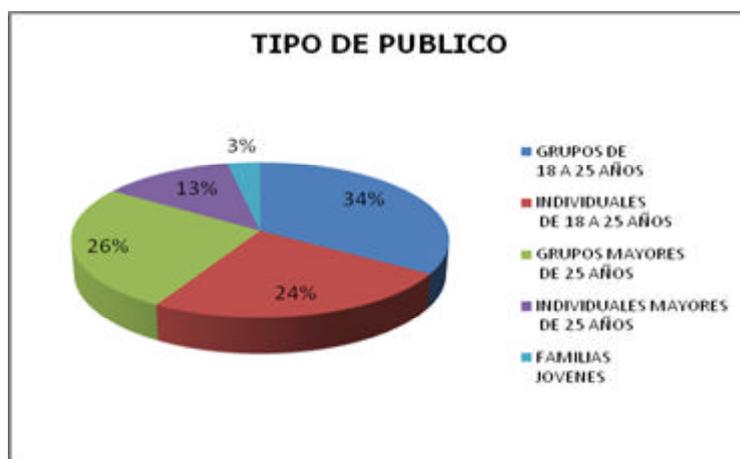
En este gráfico se observa, la distribución de las habitaciones en los establecimientos encuestados. El mayor porcentaje se presenta en habitaciones dobles privadas con un 22% y el menor porcentaje el de habitaciones singles con un 1%, generalmente estas habitaciones son habitaciones que luego de reformas realizadas en los establecimientos quedaron de un tamaño pequeño y únicamente se utilizan cuando la ocupación esta al máximo.

Dentro del 14% de habitaciones marcadas como "otros", se pueden encontrar habitaciones quíntuples, séxtuples y óctuples, en menor medida también se observó habitaciones para 10 personas, cabe destacar que generalmente este tipo de habitaciones son mixtas y con cama cuchetas.

Cuestión N° 4

Principal público que se aloja en los hostels

PRINCIPAL PUBLICO DE HOSTELS	CANTIDAD	PORCENTAJE
GRUPOS DE 18 A 25 AÑOS	43	89,6
INDIVIDUALES DE 18 A 25 AÑOS	31	64,6
GRUPOS MAYORES DE 25 AÑOS	33	68,8
INDIVIDUALES MAYORES DE 25 AÑOS	16	33,3
FAMILIAS JOVENES	4	8,3

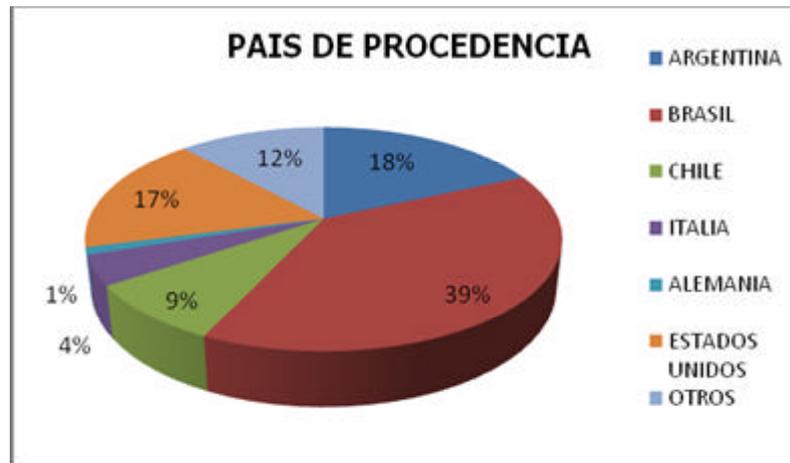


Respecto al tipo de público que se alojan en los hostels, se observa que el mayor porcentaje corresponde a grupos de jóvenes entre 18 y 25 años, que son grupos organizados, que se trasladan en masas. Generalmente este tipo de grupos es organizado por una agencia de viajes o un organismo, como puede ser una facultad, embajada, club de deportes, entre otros. En relación a familias jóvenes, se presentaron únicamente 4 casos; 3 de los cuales fueron de establecimientos ubicados en la misma cuadra. En todos los casos de todas maneras informaron que se aceptaban menores a partir de los 3 años.

Cuestión N° 5

Origen de los huéspedes.

ORIGEN	CANTIDAD	PORCENTAJE
ARGENTINA	17	35,4
BRASIL	36	75,0
CHILE	8	16,7
ITALIA	4	8,3
ALEMANIA	1	2,1
ESTADOS UNIDOS	16	33,3
OTROS	11	22,9



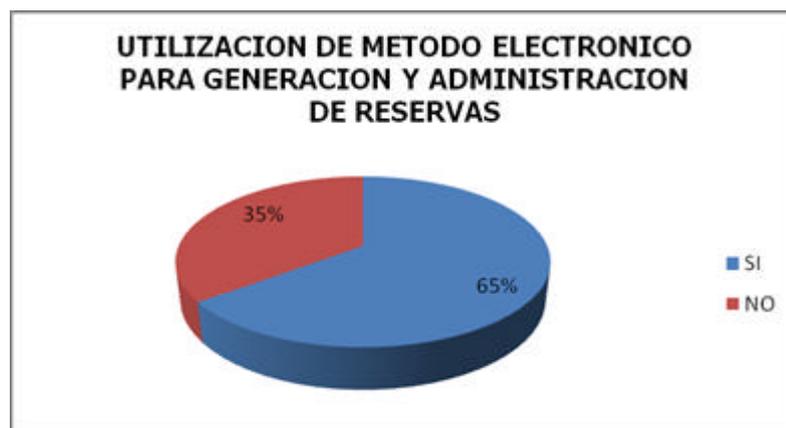
El mayor porcentaje de huéspedes que se alojan en los hostels encuestados son de Brasil con el 39%, seguido por pasajeros de Argentina con el 18% y Estados Unidos con el 17%. Dentro de la categoría Otros, encontramos principalmente a países de América Latina como Colombia y Uruguay.

El único caso de establecimiento que tenía como público principal a pasajeros Alemanes se refiere a un Hostel que tiene un convenio con un colegio en Alemania para hacer intercambios estudiantiles.

Cuestión N° 6

Método electrónico para generación y administración de reservas

METODO ELECTRONICO PARA GENERAR RESERVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	31	64,6
NO	17	35,4
TOTAL	48	100,0



Aquí, se observa que el 65% de los hostels encuestados, utilizan algún método electrónico para la generación y administración de las reservas.

METODO DE REGISTRO DE RESERVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
CUADERNO / AGENDA	14	29,2
PROPIO	16	33,3
EXCEL	9	18,8
PLANILLA FICHAS	2	4,2
OTROS	7	14,6
TOTAL	48	100,0



En este gráfico, se observa, cuales son los métodos utilizados para la generación de reservas. La mayoría de los encuestados utilizan y prefieren hacerlo con un sistema propio, diseñado especialmente para ese hostel en particular.

Cuestión N° 9

Método que se utiliza para hacer la reserva



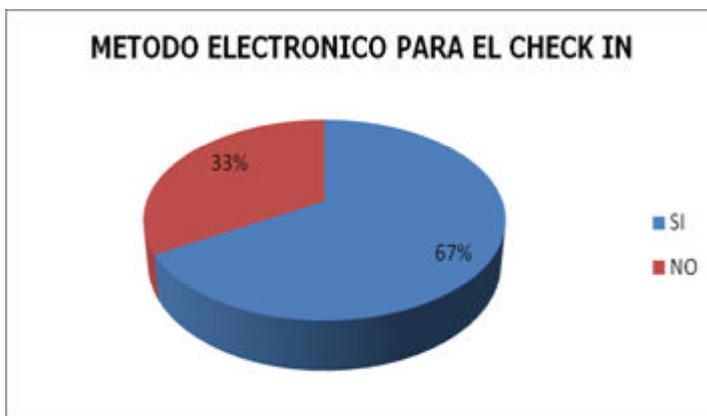
Al observar este gráfico, se puede apreciar que el método que más se utiliza para la generación de reservas es vía telefónica, esto se debe a que es un medio que no requiere mayores costos de inversión, ya que con una línea telefónica tradicional es suficiente.

Este método, es seguido por los pasajeros denominados walk-in, aunque técnicamente no se está generando una reserva previa, se lo toma, en términos para este trabajo, ya que según los propios encuestados, la mayoría de los pasajeros pasan por el hostel, reservan la habitación pero generalmente hacen el ingreso por la noche, luego de recorrer la ciudad.

Cuestión N° 10

Método electrónico para la realización del check in

METODO ELECTRONICO PARA CHECK IN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	32	66,7
NO	16	33,3
TOTAL	48	100,0

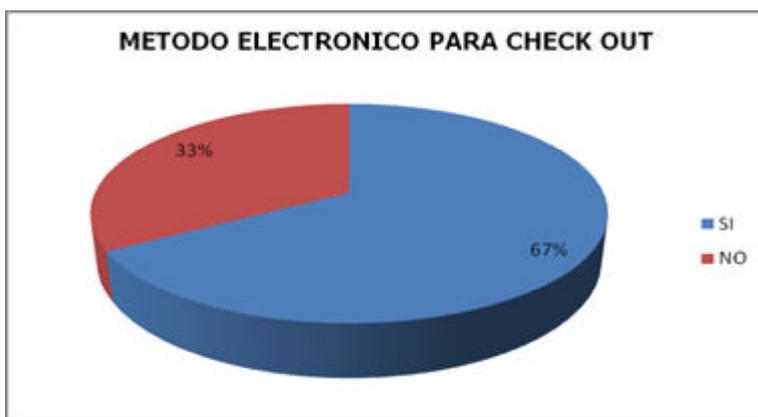


En este gráfico, se observa que aproximadamente 3 de cada 10 establecimientos no utilizan un sistema electrónico para la realización de check in.

Cuestión N° 16

Método electrónico para la realización del check out

METODO ELECTRONICO PARA REALIZAR EL CHECK OUT	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	32	66,7
NO	16	33,3
TOTAL	48	100,0



De los gráficos mostrados, se puede observar que la mayoría de los hostels encuestados cuentan con un sistema electrónico para la generación, administración de reservas, para realizar el check in y el check out.

Entre los métodos electrónicos podemos encontrar desde planillas básicas de Excel y Access, hasta sistemas más complejos y completos como Winpax y Luxen.

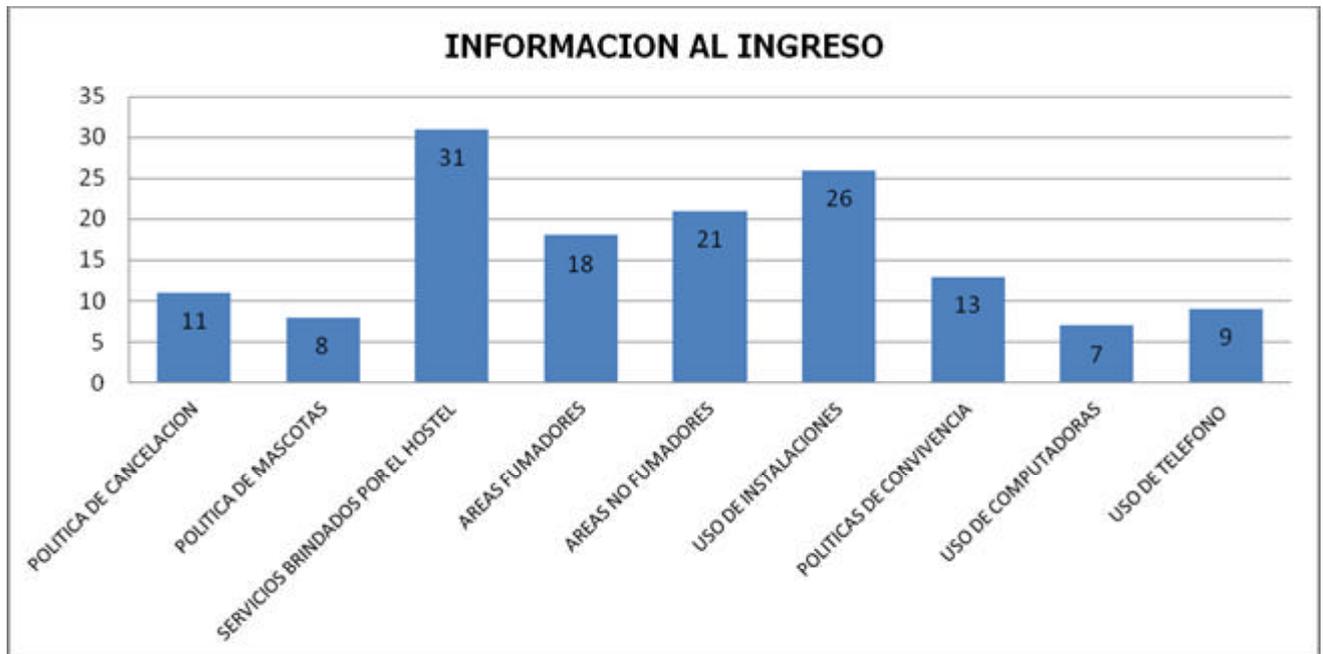
La diferencia que se presenta entre los porcentajes de alojamientos que usan sistema electrónico para la generación y administración de reservas, con los alojamientos que lo utilizan para el check in y el check out se refiere a que se encontró un hostel que toma la reservas de manera manual y al momento del ingreso lo da de alta en una planilla de Excel.

En los establecimientos que no se utiliza sistema electrónico, mayoritariamente, son los que tienen pocas habitaciones utilizan cuadernos y agendas para tomar las reservas manualmente.

Cuestión N° 13

Información que se le da a los huéspedes por escrito al momento del ingreso

INFORMACION AL INGRESO	CANTIDAD	PORCENTAJE
POLITICA DE CANCELACION	11	22,9
POLITICA DE MASCOTAS	8	16,7
SERVICIOS BRINDADOS POR EL HOSTEL	31	64,6
AREAS FUMADORES	18	37,5
AREAS NO FUMADORES	21	43,8
USO DE INSTALACIONES	26	54,2
POLITICAS DE CONVIVENCIA	13	27,1
USO DE COMPUTADORAS	7	14,6
USO DE TELEFONO	9	18,8



Luego de la realización de las encuestas, se analiza que a nivel general un 33% de los establecimientos informa por lo menos uno de los ítems pedidos por la norma IRAM- SECTUR 42230¹⁴.

El ítem que más se informa son los servicios brindados por el hostels, esto se observó en 31 de los casos encuestados, que representa el 64% del total del universo de estudio. Por el contrario el ítem que menos se informa es el uso de computadoras, el cual únicamente se informa en el 14% de los hostels encuestados.

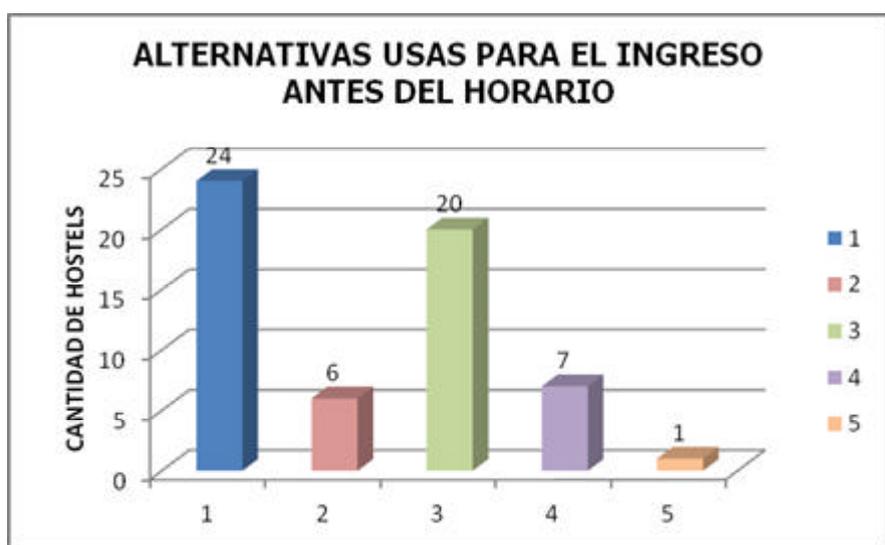
Cuestión N° 14 y cuestión N° 19

Que alternativa se le ofrece a los huéspedes que llegan antes del horario de ingreso

Que alternativa se le ofrece a los huéspedes que deben retirarse luego del horario de salida.

¹⁴NORMA IRAM-SECTUR 42230 "HOSTEL" SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD, LA SEGURIDAD Y EL AMBIENTE.

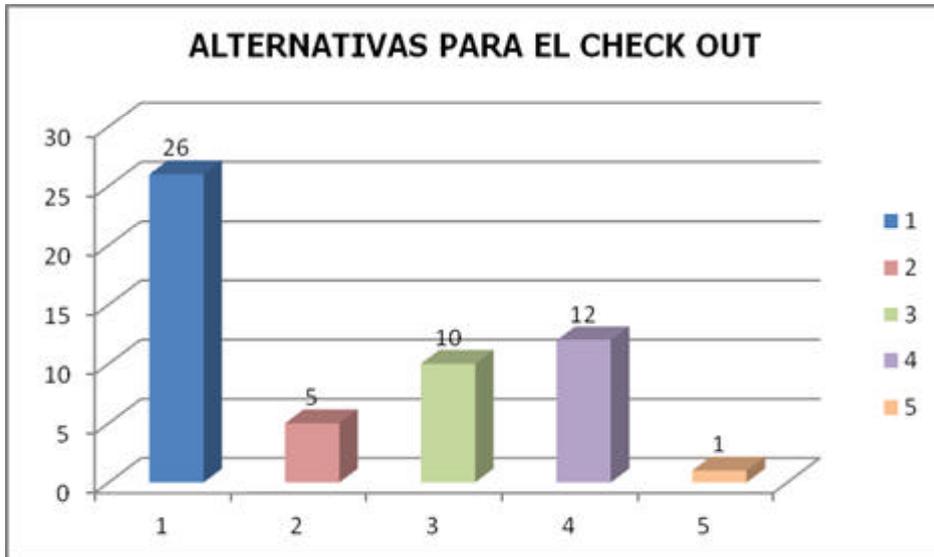
ALTERNATIVAS AL INGRESO	CANTIDAD	PORCENTAJE
DEJAR EL EQUIPAJE SIN COSTO Y UTILIZAR INSTALACIONES DEL HOSTEL	24	50,0
DEJAR EL EQUIPAJE CON COSTO Y UTILIZAR LAS INSTALACIONES DEL HOSTELS	6	12,5
REALIZAR EL CHECK IN SIN COSTO	20	41,7
REALIZAR EL CHECK IN CON COSTO	7	14,6
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	1	2,1



REFERENCIAS:

- 1- DEJAR EL EQUIPAJE SIN COSTO Y UTILIZAR LAS INSTALACIONES DEL HOSTEL
- 2- DEJAR EL EQUIPAJE CON COSTO Y UTILIZAR LAS INSTALACIONES DEL HOSTEL
- 3- REALIZAR EL CHECK IN SIN COSTO
- 4- REALIZAR EL CHECK IN CON COSTO
- 5- NINGUNA DE LAS ANTERIORES

ALTERNATIVAS A LA SALIDA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CUSTODIA DEL EQUIPAJE SIN COSTO Y USO DE AREAS COMUNES	26	54,2
CUSTODIA DEL EQUIPAJE CON COSTO Y USO DE AREAS COMUNES	5	10,4
REALIZAR EL CHECK OUT FUERA DE HORARIO SIN COSTO	10	20,8
REALIZAR EL CHECK OUT FUERA DE HORARIO CON COSTO	12	25,0
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	1	2,1



REFERENCIAS:

- 1- CUSTODIA DE EQUIPAJE SIN COSTO Y UTILIZAR LAS INSTALACIONES DEL HOSTEL
- 2- CUSTODIA DE EQUIPAJE CON COSTO Y UTILIZAR LAS INSTALACIONES DEL HOSTEL
- 3- REALIZAR EL CHECK OUT FUERA DE HORARIO SIN COSTO
- 4- REALIZAR EL CHECK OUT FUERA DE HORARIO CON COSTO
- 5- NINGUNA DE LAS ANTERIORES

El análisis ha mostrado que la alternativa más usada para ofrecer a aquellos pasajeros que llegan antes del horario de ingreso, como aquellos que se tienen que retirarse luego del horario de salida, es la dejar el equipaje sin ningún costo y utilizar las instalaciones del hostel, ya sea las áreas comunes, desayunador, computadoras, entre otros.

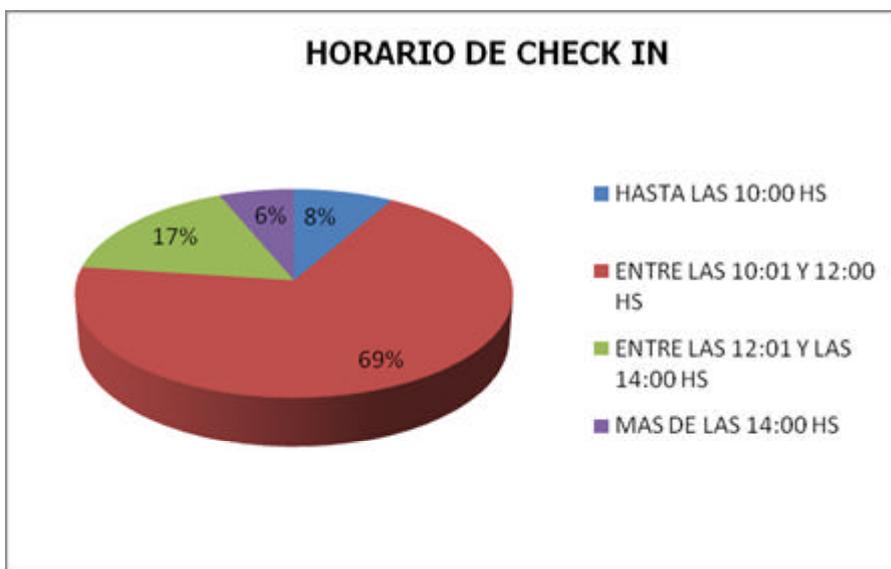
En relación a aquellos establecimientos que cobran un costo tanto para hacer un ingreso antes del horario (early check in) o se retiren luego del horario de salida (late check out), este, no supera el 20% de la tarifa diaria.

El único caso de un establecimiento que no ofrece ninguna de las alternativas, es un hostel que por una cuestión de espacio no tiene disponibilidad para dejar el equipaje, entonces, por seguridad, se les da un voucher a los huéspedes para que lo usen en un cyber frente al hostel. El único inconveniente, es que deben hacerlo con todo el equipaje.

Cuestión N° 15

Horario de ingreso al hostel – check in.

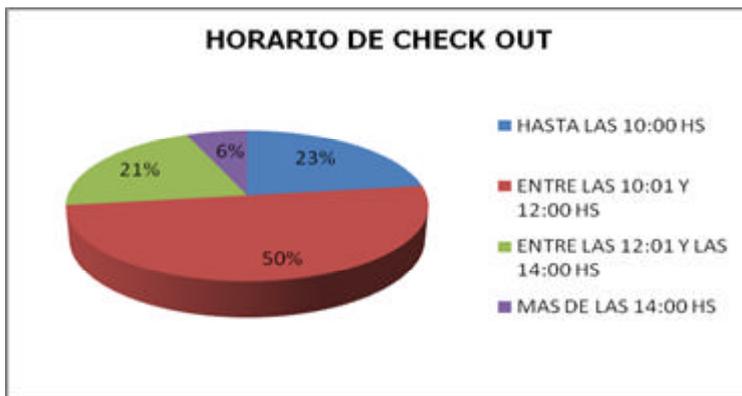
HORARIO DE INGRESO	CANTIDAD	PORCENTAJE
HASTA LAS 10:00 HS	4	8,3 %
ENTRE LAS 10:01 Y 12:00 HS	33	68,8 %
ENTRE LAS 12:01 Y LAS 14:00 HS	8	16,7 %
MAS DE LAS 14:00 HS	3	6,3 %
TOTAL	48	100,0



Cuestión N° 20

Horario de salida del hostel - check out.

HORARIO DE INGRESO	CANTIDAD	PORCENTAJE
HASTA LAS 10:00 HS	11	22,9
ENTRE LAS 10:01 Y 12:00 HS	24	50,0
ENTRE LAS 12:01 Y LAS 14:00 HS	10	20,8
MAS DE LAS 14:00 HS	3	6,3
TOTAL	48	100,0

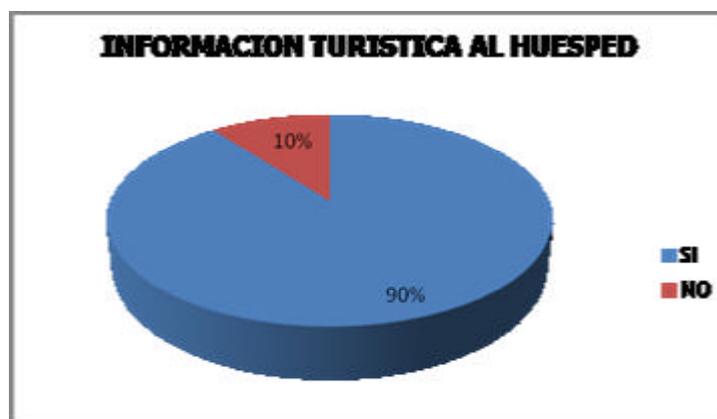


Observando estos dos gráficos, podemos apreciar que los horarios tanto de check in como check out son muy cercanos, una de las consecuencias que esto presenta, es que las habitaciones no llegan a estar listas cuando los pasajeros se presentan para ingresar.

Cuestión N° 21

Información turística al huésped

INFORMACION TURISTICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	43	89,6
NO	5	10,4
TOTAL	48	100,0



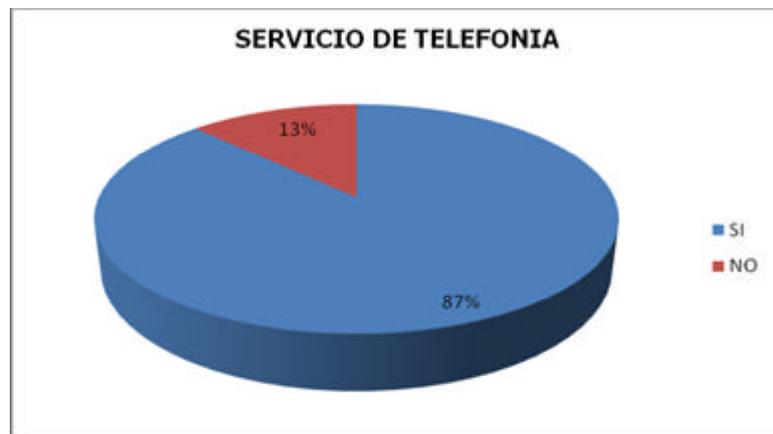
La mayoría de los hostels encuestados, ofrecen información turística a los huéspedes. Dicha información está disponible en el lobby y se la puede encontrar tanto en idioma español como en idioma extranjero.

Además, de la información turística, se puede encontrar cupones de descuentos y precios especiales para excursiones.

Cuestión N° 23

Servicio de telefonía

TELEFONO EN EL HOSTEL	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	42	87,5
NO	6	12,5
TOTAL	48	100,0

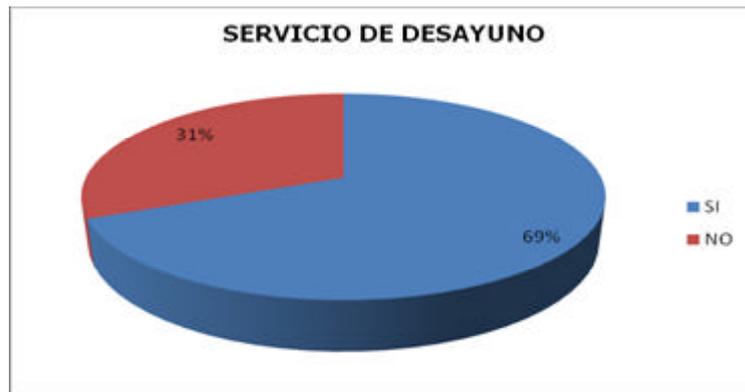


Observando este gráfico, se aprecia que el 87% de los establecimientos encuestados ofrecen el servicio de telefónica para los huéspedes. Los teléfonos, que en su mayoría son semipúblicos, se pueden encontrar en áreas de uso común como lo son el lobby, el comedor y cabinas internas.

Cuestión N° 25

Servicio de desayuno

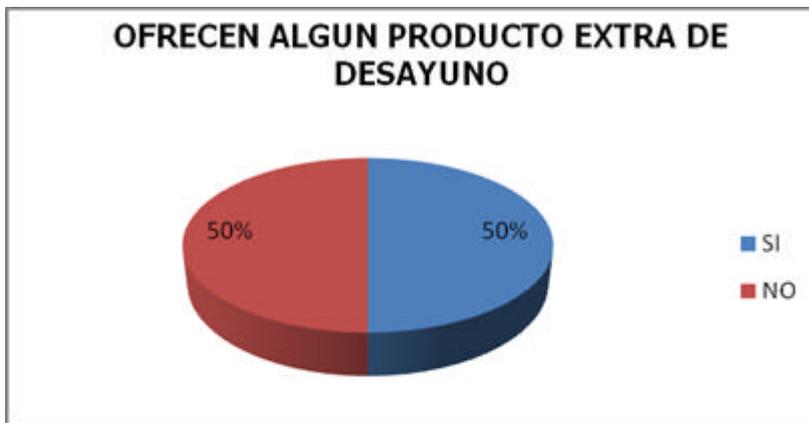
DESAYUNO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	33	68,8
NO	15	31,3
TOTAL	48	100,0



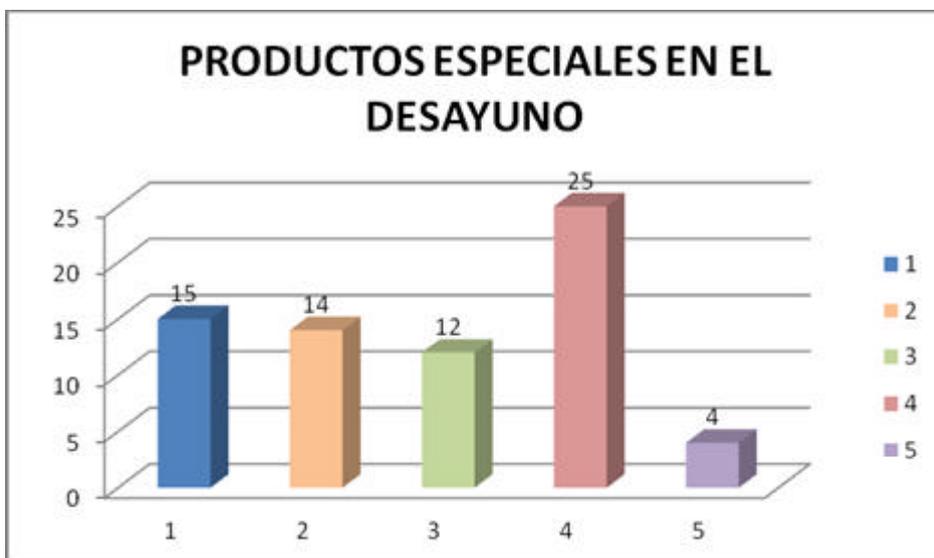
En este gráfico, se analiza que el 69% de los establecimientos encuestados, ofrecen el servicio de desayuno. Dentro este total, el servicio puede ser ofrecido en las propias instalaciones, ya sea en el área especial para este fin, como lo es el desayunador o comedor o también puede ser directamente con un servicio a la habitación. El resto de los hostels, que ofrecen el servicio de desayuno fuera del edificio, lo hace en bares cercanos.

Cuestión N° 28

Productos extras en el desayuno



PRODUCTOS ESPECIALES	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRODUCTOS PARA DIABETICOS	15	7,2
PRODUCTOS PARA CELIACOS	14	6,7
PRODUCTOS REGIONALES O AUTOCTONOS	12	5,8
AGUA ENVASADA	25	12,0
OTROS	4	1,9



REFERENCIAS:

- 1- PRODUCTOS PARA DIABETICOS
- 2- PRODUCTOS PARA CELIACOS
- 3- PRODUCTOS REGIONALES O AUTOCTONOS
- 4- AGUA ENVASADA
- 5- OTROS

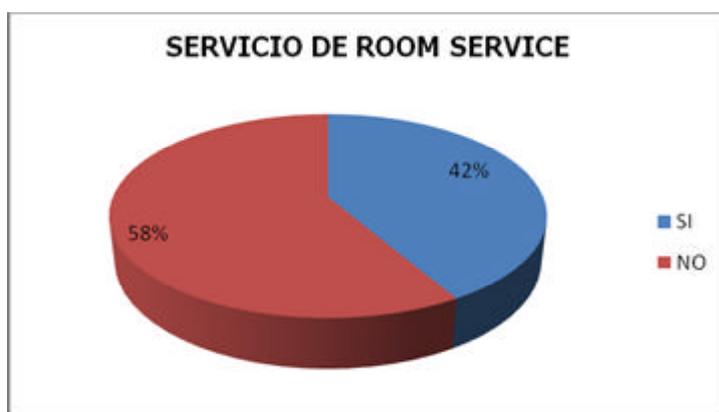
El análisis, muestra que el 50% de los hostels, ofrecen, al menos un producto extra al desayuno, el cual generalmente es del tipo continental, de los recomendados por las normas IRAM- SECTUR 42230. La mayoría de los establecimientos ofrecen agua embotella. En el caso de alimentos para diabéticos o celíacos, se pueden ofrecer en el caso que el huésped lo solicite con la anticipación correspondiente. .

Cuestión N° 29 y cuestión N° 31

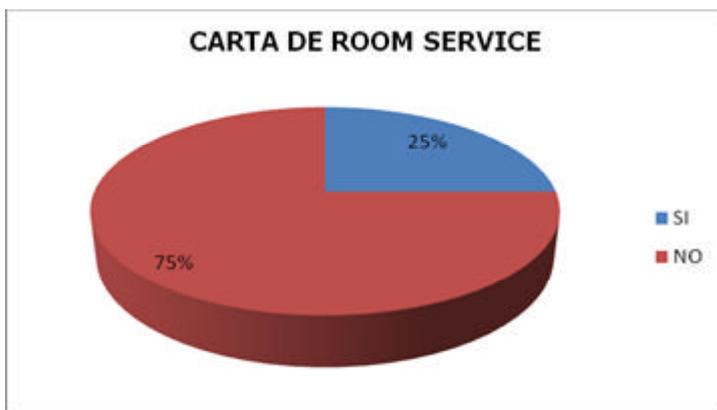
Servicio de Room Service

Carta de Room Service

ROOM SERVICE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	20	41,7
NO	28	58,3
TOTAL	48	100,0



CARTA DE ROOM SERVICE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	12	25,0
NO	36	75,0
TOTAL	48	100,0



Únicamente el 42% de los encuestados ofrecen el servicio de Room Service y de ese total solamente el 25% tiene una carta con los productos que se ofrecen. Esto se debe a que en caso el huésped necesite o solicite algún producto, se llama a un bar o servicio de delivery cercano y agrega un mínimo valor al ya dado por el delivery.

Cuestión N° 34

Productos de bienvenida para los huéspedes

PRODUCTOS DE BIENVENIDA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	8	16,7
NO	40	83,3
TOTAL	48	100,0



Del gráfico mostrado, se deduce que solamente el 17% ofrece algún producto de bienvenida a los huéspedes en las habitaciones, estos productos, son en su totalidad de higiene personal, como lo son Shampoo, enjuague y jabón. Muy pocos, son lo que ofrecen otros productos como Alfajores, folletería en la propia habitación o agua embotellada.

Cuestión N° 36 y Cuestión N° 37

Se Realiza alguna actividad de responsabilidad social

Tipo de Actividad de responsabilidad social



ACTIVIDAD DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
ADQUIRIR BIENES Y SERVICIOS LOCALES	12	25,0
CONTRATAR PERSONAL LOCAL	17	35,4
ALENTAR AL PERSONAL PARA LA INTEGRACION DE PROGRAMAS LOCALES	7	14,6
ALENTAR A LOS HUESPEDES PARA LA INTEGRACION DE PROGRAMAS LOCALES	7	14,6
INFORMAR A LOS HUESPEDES SOBRE LAS CARACTERISTICAS SOCIALES , CULTURALES Y RELIGIOSAS DE LA COMUNIDAD PARA FAVORECER ACTITUDES POSITIVAS	11	22,9
DONAR EQUIPAMIENTO, PRODUCTOS O MATERIALES EN DESUSO A INSTITUCIONES LOCALES	18	37,5
OTRAS	3	6,3

REFERENCIAS:

- 1- ADQUIRIR BIENES Y SERVICIOS LOCALES
- 2- CONTRATAR PERSONAL SOCIAL
- 3- ALENTAR AL PERSONAL PARA LA INTEGRACION DE PROGRAMAS LOCALES
- 4- ALENTAR A LOS HUESPEDES PARA LA INTEGRACION DE PROGRAMAS LOCALES
- 5- INFORMAR A LOS HUESPEDES SOBRE CARACTERISTICAS SOCIALES, CULTURALES Y RELIGIONES DE LA COMUNIDAD PARA FAVORECER ACTITUDES POSITIVAS
- 6- DONAR EQUIPAMIENTO, PRODUCTOS O MATERIALES EN DESUSO A INSTITUCIONES
- G- OTRAS

En estos gráficos, se observa que el 31% de los establecimientos encuestados realizan alguna actividad de Responsabilidad Social. Entre los que si realizan actividades, la mayoría dona equipamiento, productos o materiales en desuso a instituciones.

Al realizar esta pregunta, muy pocos conocían el término de "Responsabilidad Social", y lo asocian únicamente con la donación o contribuciones a instituciones, se explicó varias veces el termino y otros ejemplos donde aplicar la responsabilidad social.

MODELO DE FICHA DE OBSERVACION

FICHA DE OBSERVACION

Nº: _____

1- RECEPCION

	SI	NO	ESPAÑOL	IDIOMA EXTRANJERO
1- SERVICIOS ADICIONALES				
2- PRECIOS				
3- FORMA DE PAGO				
4- TARIFA				
5- CAMBIO MONETARIO				
6- ARTICULOS A LA VENTA				
7- USO DE COMPUTADORAS				
8- USO DE TELEFONO				
9- AREAS FUMADORES				
10- SEÑALIZACION DE SALIDAS DE EMERGENCIAS				
11- REGLAMENTO DE CONVIVENCIA				

2- HOJA DE RESERVA

FORMATO: _____

	SI	NO
1- IDENTIFICACION DEL CLIENTE		
2- CANTIDAD DE HABITACIONES		
3-CANTIDAD DE PERSONAS		
4-TELEFONO DEL CLIENTE		
5- DIRECCION DEL CLIENTE		
6- EMAIL DEL CLIENTE		
7-DIAS DE ESTADIA		
8-DIA CHECK IN		
9-HORARIO CHECK IN		
10-DIA CHECK OUT		
11- HORARIO CHECK OUT		

12- TARIFA QUE APLICA		
13-REQUERIMIENTOS ESPECIALES		
14- MODALIDAD DE PAGO		
15- PERSONA QUE TOMO LA RESERVA		

3- ROOM SERVICE:

CARTA

	SI	NO	ESPAÑOL	IDIOMA EXTRANJERO
1- DETALLE DE PRODUCTO				
2- FORMA DE CONTRATACION				
3- METODOS DE PAGO				
4-PRECIOS				
5-HORARIOS DE FUNCIONAMIENTO				

4- MANUAL DE GESTION DE CALIDAD – SEGURIDAD – AMBIENTE

TIENE EL MANUAL: _____

	SI	NO
1- OBJETIVOS		
2- DETALLES DE PROCESOS		
3- PLAN ANUAL LABORAL		
4- TURNOS DE TRABAJO		
5- REGISTRO DE TODAS LAS ACTIVIDADES		

Muchas gracias por su Colaboración

Maria Costanzo

ANALISIS DE LAS FICHAS DE OBSERVACION

Cuestión N° 1 – Recepción.

SERVICIOS ADICIONALES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	22	45,8
NO	26	54,2
TOTAL	48	100,0

PRECIOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	22	45,8
NO	26	54,2
TOTAL	48	100,0

FORMA DE PAGO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	25	52,1
NO	23	47,9
TOTAL	48	100,0

TARIFA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	30	62,5
NO	18	37,5
TOTAL	48	100,0

CAMBIO MONETARIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	25	52,1
NO	23	47,9
TOTAL	48	100,0

ARTICULOS A LA VENTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	7	14,6
NO	41	85,4
TOTAL	48	100,0

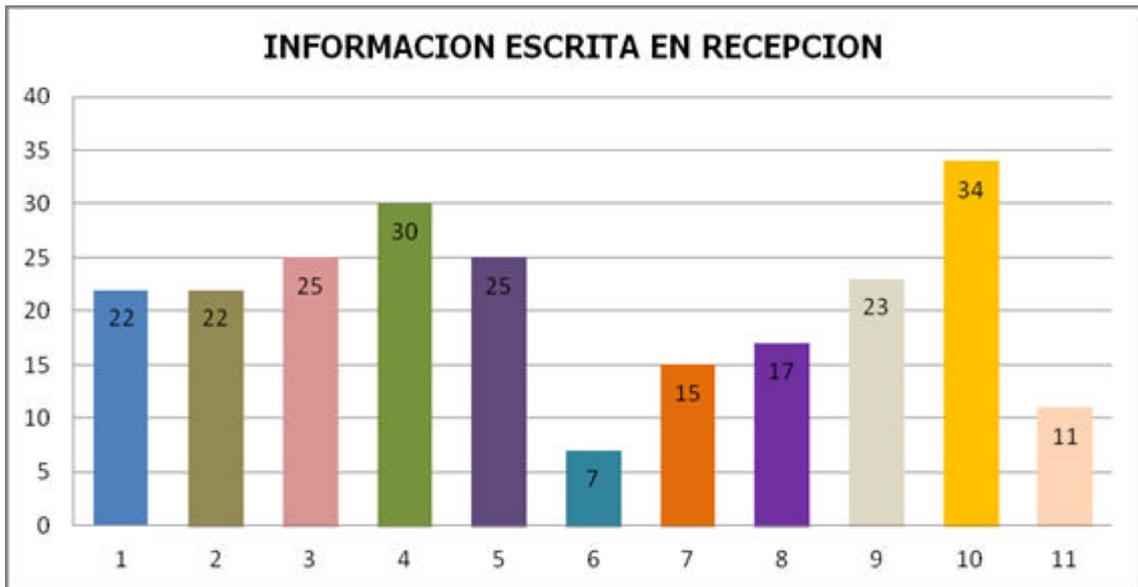
USO DE COMPUTADORAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	31,3
NO	33	68,8
TOTAL	48	100,0

USO DE TELEFONO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	17	35,4
NO	31	64,6
TOTAL	48	100,0

AREAS DE FUMADORES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	23	47,9
NO	25	52,1
TOTAL	48	100,0

SEÑALIZACION DE SALIDAS DE EMERGENCIAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	34	70,8
NO	14	29,2
TOTAL	48	100,0

REGLAMENTO DE CONVIVENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	11	22,9
NO	37	77,1
TOTAL	48	100,0



REFERENCIAS :

- 1-SERVICIOS ADICIONALES
- 2-PRECIOS
- 3-FORMA DE PAGO
- 4-TARIFA
- 5-CAMBIO MONETARIO
- 6-ARTICULOS A LA VENTA
- 7-USO DE COMPUTADORAS
- 8-USO DE TELEFONO
- 9-AREAS DE FUMADORES
- 10-SEÑALIZACION DE SALIDAS DE EMERGENCIAS
- 11- REGLAMENTO DE CONVIVENCIA

Se observa que 55% de las recepciones no tenían un cartel con los servicios adicionales que ofrecen, como pueden ser servicio de lavandería, excursiones, entre otros. Como consecuencia, se presenta la misma proporción en la señalización donde se informan los precios de dichos servicios

Un 52%, 25 hostels del total encuestados, tienen por escrito la forma de pago. El 48% restante, que no lo tiene por escrito, se debe generalmente a que cobran con

anticipación la reserva o que al no dar factura, prefieren no dejar por escrito la forma de pago.

En relación a las tarifas cobrada por noche, se observa que la gran mayoría si lo deja por escrito, sobre todo en aquellos establecimientos que no cuentan con personal que hable idioma extranjero, entonces, lo ven como una forma de facilitar la comunicación y evitar malos entendidos.

Al analizar el cambio monetario, se observa que 25 de los establecimientos, informa por escrito el cambio utilizado. Generalmente en la relación Peso Argentino – Dólar Americano, en muy pocos casos se observó además que estuviese por escrito la relación Peso Argentino – Reales .

Únicamente el 15% de los hostels observados, venden artículos extras, como pueden ser artículos de higiene personal , merchandasing del establecimiento, artículos de primera necesidad, entre otros.

En el 57% de los casos, se informa el uso de las computadoras y el uso del teléfono. Generalmente el uso de computadoras es gratuito, solamente en menos de 10 casos se observa que esto tenía un costo de no más de \$3 pesos argentinos el uso las mismas. En relación al uso del teléfono, en aquellos casos, que los aparatos no son del tipo semi-público, el valor de la llamada se cobra el día de salida de los huéspedes.

Menos de la mitad de los hostels encuestados, informan cuales son las areas de fumadores, de acuerdo a la reglamentación vigente de la Ciudad Autonoma de Buenos Aires, no se puede fumar en espacios cerrados. Como Alternativa a esta situación, se utilizan patios internos al aire libre o en la vereda de los establecimientos.

La mayoría de los establecimientos observados, informan por escrito cuales son las salidas de emergencias, además de tener carteles sobre las salidas, que en su mayoría también son luminosos, se deja por escrito en las habitaciones y salas de uso común mapas.

El 77% de los hostels observados no tiene un reglamento de convivencia como tal, sino por el contrario tiene varias normas o consejos de convivencia pero eso no se informa al publico.

El 23% que si tiene un reglamento, usualmente lo informa por escrito a traves de folleteria que se le entrega al nuevo huesped en conjunto con la lleva de la habitacion.

Cuestión N° 2 – Hoja de reserva.

IDENTIFICACION DEL CLIENTE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	46	95,8
NO	2	4,2
TOTAL	48	100,0

CANTIDAD DE HABITACIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	37	77,1
NO	11	22,9
TOTAL	48	100,0

CANTIDAD DE PERSONAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	43	89,6
NO	5	10,4
TOTAL	48	100,0

TELEFONO DEL CLIENTE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	36	75,0
NO	12	25,0
TOTAL	48	100,0

DIRECCION DEL CLIENTE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	9	18,8
NO	39	81,3
TOTAL	48	100,0

EMAIL DEL CLIENTE	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	26	54,2
NO	22	45,8
TOTAL	48	100,0

DIAS DE ESTADIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	18	37,5
NO	30	62,5
TOTAL	48	100,0

DIA DE CHECK IN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	45	93,8
NO	3	6,3
TOTAL	48	100,0

HORARIO CHECK IN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	12	25,0
NO	36	75,0
TOTAL	48	100,0

DIA DE CHECK IN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	45	93,8
NO	3	6,3
TOTAL	48	100,0

HORARIO DE CHECK OUT	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	18	37,5
NO	30	62,5
TOTAL	48	100,0

TARIFA QUE APLICA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	26	54,2
NO	22	45,8
TOTAL	48	100,0

REQUERIMIENTOS ESPECIALES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	18	37,5
NO	30	62,5
TOTAL	48	100,0

MODALIDAD DE PAGO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	11	22,9
NO	37	77,1
TOTAL	48	100,0

PERSONA QUE TOMO LA RESERVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	31,3
NO	33	68,8
TOTAL	48	100,0



REFERENCIAS:

- 1- IDENTIFICACION DEL CLIENTE
- 2- CANTIDAD DE HABITACIONES
- 3- CANTIDAD DE PERSONAS
- 4- TELEFONO DEL CLIENTE
- 5- DIRECCION DEL CLIENTE
- 6- EMAIL DEL CLIENTE
- 7- DIAS DE ESTADIA
- 8- DIA DE CHECK IN
- 9- HORARIO DE CHECK IN
- 10-DIA DE CHECK OUT
- 11-HORARIO DE CHECK OUT
- 12-TARIFA QUE APLICA
- 13-REQUERIMIENTOS ESPECIALES
- 14-MODALIDAD DE PAGO
- 15-PERSONA QUE TOMA LA RESERVA

A los fines del presente trabajo, no se hace distinción si la hoja o ficha es digital o manual, como lo sería en cuaderno, agenda, almanaque, solamente se observó el contenido de la misma.

Del total de hojas y fichas, se observa que en promedio 93% de los establecimientos, indican al cliente, la cantidad de personas, el día de ingreso o check in y el día de salida o check out.

Únicamente el 25% del total, indica cuál es el horario de ingreso, previsto por el futuro huésped, por el contrario llega hasta un 37% el total de establecimientos que si dejan aclarado en la reserva, el horario que el huésped tiene previsto retirarse.

En relación a teléfono, email y dirección del pasajero, se observó en promedio un 23% de los hostels preguntaban estos datos, así mismo se observó que únicamente 18% pregunta el teléfono.

Para los ítems relativos a la forma de pago, se observa que del total observados únicamente 11 establecimientos dejan expresada la forma de pago que va a utilizar el huésped, mientras que la mitad del total, 26 establecimientos, dejan por escrito la tarifa que aplica, sobretodo si por algún motivo se le ofrece algún precio especial o promoción.

Cuestión N° 3 – Hoja de Room Service.

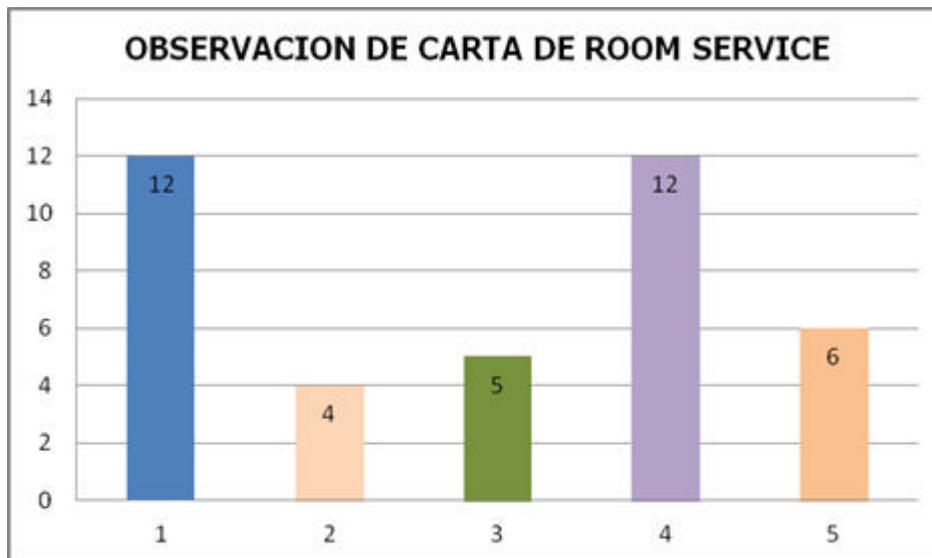
DETALLE DEL PRODUCTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	31,3
NO	33	68,8
TOTAL	48	100,0

FORMA DE CONTRATACION	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	31,3
NO	33	68,8
TOTAL	48	100,0

METODO DE PAGO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	31,3
NO	33	68,8
TOTAL	48	100,0

PRECIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	31,3
NO	33	68,8
TOTAL	48	100,0

HORARIOS DE FUNCIONAMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	15	31,3
NO	33	68,8
TOTAL	48	100,0



REFERENCIAS:

1-DETALLE DEL PRODUCTO

2-FORMA DE CONTRATACION

3-METODO DE PAGO

4-PRECIOS

5-HORARIOS DE FUNCIONAMIENTO

Al observar las cartas de room service, se analiza que el total de ellas, 12 cartas, de 48 establecimientos encuestados, un 25%, hacen un detalle de los productos ofrecidos y el precio que se cobra por los mismos.

De ese total de 12 cartas que se pudo observar, en promedio 5 de ellas indican la forma de contratación, el método de pago y los horarios de funcionamiento del servicio.

Fuera del alcance la ficha de observación, se analizó que aquellos establecimientos que no tenían el servicio de room service, como tal, si disponían de varios tipos de delivery que funcionan en diferentes horarios y se agrega un costo mínimo por realizar la operación.

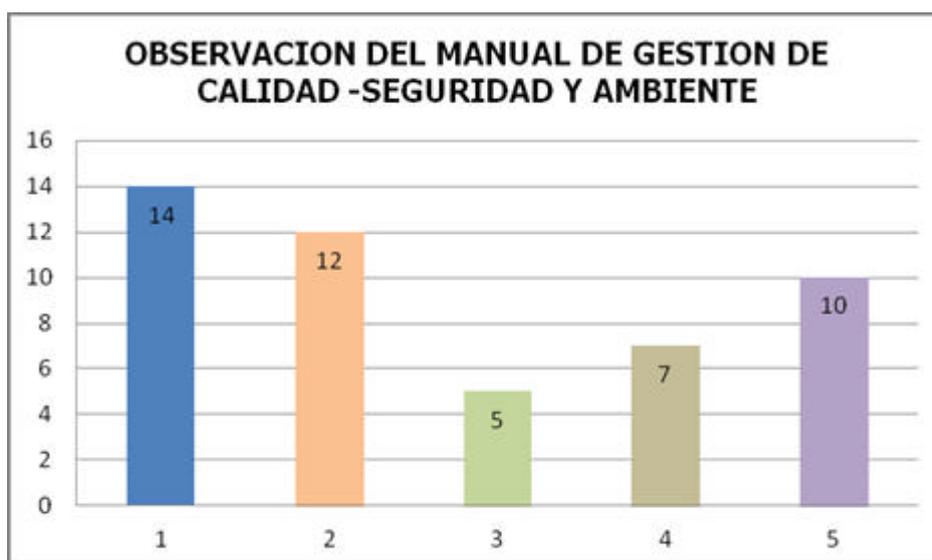
OBJETIVOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	14	29,2
NO	34	70,8
TOTAL	48	100,0

DETALLE DE PROCESOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	12	25,0
NO	36	75,0
TOTAL	48	100,0

PLAN ANNUAL LABORAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	5	10,4
NO	43	89,6
TOTAL	48	100,0

TURNOS DE TRABAJO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	7	14,6
NO	41	85,4
TOTAL	48	100,0

REGISTRO DE TODAS LAS ACTIVIDADES	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	10	20,8
NO	38	79,2
TOTAL	48	100,0



REFERENCIAS:

- 1-OBJETIVOS
- 2-DETALLES DE PROCESOS
- 3-PLAN ANUAL LABORAR
- 4-TURNOS DE TRABAJO
- 5-REGISTRO DE TODAS LAS ACTIVIDADES

Son muy pocos los establecimientos que cumplen con el total de los items necesarios del manual de gestión de calidad, seguridad y ambiente, propuesto por IRAM, únicamente 4 del total de 48 observados.

Asi mismo, se observa que son varios los establecimientos que por lo menos cumplen uno de los puntos estipulados por IRAM.

El punto que mas tienen por escrito los establecimientos, un 29% son los objetivos a cumplir, generalmente son de orden economicos y calidad hacia el cliente. Como contrapartida, el punto que menos tienen por escrito, es el plan anual laboral, ya que según los propios encuestados, se debe a que en caso de necesitar personal adicional se contrata en el momento o con muy poca anticipacion.

Observación en las fichas del idioma

En los dos aspectos que se observo el idioma: recepción y carta de room service,

Se observa que el idioma extranjero predominante es el Ingles, seguido por el Portugues y en muy pocos casos el Italiano.

En recepción únicamente, en promedio, el 30% de los establecimietos ofrecen la información tanto en español como en un idioma extranjero. En las cartas de room service, del total de 12 cartas observadas, el 41% presentan la información en más de un idioma.

MODELO DE LA ENTREVISTA

ENTREVISTA: _____

ENTREVISTA A RESPONSABLE DE HOSTEL

La siguiente entrevista tiene por objetivo analizar la situación actual de los Hostels de la Ciudad de Buenos Aires, en relación con el documento desarrollado por las normas IRAM y SECTUR. 42230 "HOSTEL" SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD, LA SEGURIDAD Y EL AMBIENTE.

En dicho documento se establecen los lineamientos básicos para la adecuada gestión de este tipo de establecimientos.

Esta entrevista tomará 20 minutos aproximadamente y es totalmente anónima, confidencial y las respuestas nunca se analizaran individualmente.

1. ¿Cuál es su cargo dentro de la empresa?

2. ¿Qué tipo de clientes asisten al hostel?

3. En esta institución, ¿Se aceptan pasajeros argentinos? ¿Por Qué?

4. ¿Se aceptan pasajeros Extranjeros?

5. En caso afirmativo en la respuesta 4. ¿Cuál es el porcentaje aproximado de huéspedes extranjeros?

6. ¿Conoce el documento IRAM y SECTUR. 42230 "HOSTEL" SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD, LA SEGURIDAD Y EL AMBIENTE?

SI CONTESTA SI , POR FAVOR CONTINUAR CON PREGUNTA 7

SI CONTESTA NO, POR FAVOR CONTINUAR A PARTIR DE LA PREGUNTA 13

7. ¿Considera que dicho documento es aplicable a la realidad de este establecimiento?

8. Según se indica en la norma, se debe contar con un manual de procedimiento sobre varios aspectos del funcionamiento de la institución. ¿Cuenta este hostel con dicho manual?

9. En caso afirmativo de la pregunta 8, por favor marcar si incluye alguno de los siguientes aspectos en dicho manual.

	SI	NO	DESCONOZCO
A-Políticas de calidad, seguridad y ambiente.			
B - Objetivos de calidad, seguridad, ambiente.			
C - Plan anual laboral			
D - Registro de las actividades			
E -Registro de los procesos			
F -Descripción de las funciones del personal			
G - Descripción de responsabilidades			
H - Descripción de procedimientos			

10. Dentro de este establecimiento, ¿Hay alguna persona responsable del cumplimiento del manual?.

11. *En caso positivo en la pregunta anterior, ¿Se encuentra alguna de las siguientes dentro de las actividades que desarrolla?*

	SI	NO
A-Reuniones periódicas con la dirección del hotel para revisión y evaluación		
B-Capacitación al personal sobre la aplicación del sistema		
C- Evaluación al personal sobre la aplicación del sistema		

12. *¿Qué aspectos cree que no se tuvieron en cuenta a la hora de desarrollar el documento IRAM- SECTUR NORMA 42230?*

EN CASO QUE LA PREGUNTA 6 HAYA SIDO NO

13. *En este hostel, ¿Se desarrolla algún programa de responsabilidad social? ¿Qué tipo de actividades se implementan?*

14. *¿La contratación del personal se realiza directamente en el hostel (contratación directa) o por medio de una consultora (contratación indirecta)?*

15. *¿Se realiza capacitación inicial para el nuevo personal?*

16. *¿Cuáles son los temas que tratan en las mismas?*

17. *¿Se desarrollan jornadas de actualización de conocimientos al personal?*

18. *¿Cuáles son los temas que tratan en las mismas?*

19. Desde la dirección, ¿Se desarrollan procedimientos de feed back con el personal?

20. En caso positivo en la pregunta 18. ¿De qué manera realiza el feed back?

21. ¿Dispone el hostel con un área especial de mantenimiento?

22. Dicha área, ¿Cuenta con personal propio o terciarizado?

23. ¿Cuántas personas aproximadamente integran el departamento?

24. ¿Se lleva un registro de las actividades que realiza el departamento de mantenimiento?

25. El área de Housekeeping, ¿Está integrada por personal propio o terciarizado?

26. ¿Cada cuántos días de estadía de los huéspedes se realiza el cambio de blancos?

27. ¿Cuenta con personal de seguridad?

28. Dicho personal, ¿es propio de la institución o terciarizado?

29. *¿Participa el hostel de programas de seguridad barrial?
(Alarma comunitaria)*

Muchas gracias por su Colaboración

Maria Costanzo

ANALISIS DE LAS ENTREVISTAS

Se realizaron entrevistas a 48 personas, de las cuales en su gran mayoría fueron dueños o administradores de los hoteles, en menor cantidad se entrevistó a recepcionistas, esto se debió a que no se encontraba los responsables máximos de los establecimientos o por diferentes situaciones no estaban disponibles para realizar la entrevista.

Respecto al público principal de los hostels, la mayoría de los entrevistados informan que son jóvenes mayores de 18 años y menores de 30 años. Se presentaron pocos casos donde el público principal eran mayores de 30 años, estos establecimientos, también aceptan niños pequeños. Del total de entrevistados una minoría que no supera el 10%, no aceptan pasajeros Argentinos, esto es debido a robos y malos comportamientos por parte de los locales.

Al momento de preguntar sobre si conocían el manual de Normas IRAM- SECTUR 42230 "Hostel" sistema de la gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente. La mayoría de los entrevistados desconocían que es IRAM Y SECTUR, solamente la mitad conocía el manual.

En relación, a si veían factible la aplicación de dicho manual, únicamente 8 hostels ven factible la aplicación del manual. Entre las razones por la cual no es posible aplicar el manual, según los entrevistados, es que el mismo, está pensando para establecimientos de mayor cantidad de habitaciones y con una infraestructura mayor y es complicado bajar el manual a la realidad de establecimientos pequeños

En cuanto al personal que se contrata en los hostels, casi en la totalidad de los entrevistados lo hacen de manera directa, generalmente es una persona recomendada por un empleado actual. En los casos que no se utilizaba la contratación directa, se hace a través de consultoras de personal, pero esta opción, según los entrevistados, no es factible debido a los costos de los servicios de la misma.

Cuando ingresa una nueva persona, al hostel, se realiza una capacitación inicial, que no siempre es funcional.

Al entrevistar al los dueños o administradores, informaron que si se realizan capacitación inicial y actualizaciones, de jornadas extensas y con temas variados. Pero al realizar la entrevista a recepcionistas, se observó otra realidad, que en realidad la capacitación inicial, la realizaban compañeros antiguos en la empresa durante el periodo de prueba del nuevo personal.

En relación a la actualización de conocimientos, fueron muy pocos los establecimientos que informaron que realmente se hacen dichas capacitaciones, en relación a los temas que se tratan, mayoritariamente son temas relacionados con la atención a clientes, mejora del servicio, ventas y actualización de sistemas. Dos entrevistados informaron anualmente se realizada una capacitación sobre idiomas para el personal de recepción de los hostels.

CONCLUSION

De acuerdo a lo investigado tanto en la bibliografía como en terreno se deduce que: los hostels en la ciudad de Buenos Aires, luego de la crisis del 2001, han cobrado un gran crecimiento en cuanto a la cantidad de plazas y establecimientos que se ofrecen para los turistas. Muchas veces en el afán de sumarse para ofrecer este servicio, no se consideran la condiciones mínimas de calidad requerida por los cada vez más experimentados huéspedes.

Conforme a los resultados de las encuestas y entrevistas, la mayor parte de los hostels recibe a huéspedes extranjeros, que no superan los treinta años. Quienes han llegado al lugar por consultoras en sus países de origen o por internet, en muchos casos desconociendo en profundidad los servicios que estos ofrecen.

Con respecto al personal ingresante, en la mayoría de los casos sólo reciben una escasa capacitación por parte de sus compañeros más antiguos, esto posibilita que si existen vicios propios de cada actividad los mismos se sigan transmitiendo a través del tiempo sin posibilidad de mejora en ese sentido, además de no recibir una preparación profesional que optimice el accionar de los recursos humanos.

En referencia al cumplimiento de normas generales de funcionamiento, planificación, gestión ambiental y seguridad es donde se detectaron las mayores dificultades al momento de la implementación de instrumentos que permitan la optimización y la mejora continua.

A esto, se le suma la falta de regulación a nivel oficial que tiene todo el sector de hotelería en general y de los hostels en particular. En ese punto es cuando las organizaciones no gubernamentales se unen con organizaciones gubernamentales para tratar de regularizar el sector buscando el consenso para lograr la mejora de la calidad del servicio ofrecido y el mayor compromiso estatal en cuanto al control y seguimiento relacionado al cumplimiento de la normativa vigente y especialmente la aplicación de los lineamientos establecidos en el manual de las normas IRAM- SECTUR 42230 "hostels", Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente, En relación principalmente a factores relacionados a la planificación, la realización del servicio, los recursos humanos y la gestión de seguridad.

Según lo investigado el cincuenta por ciento de los hostels observados conoce la existencia de estas normas y a su vez sólo 8 de los 48 establecimientos se sienten en condiciones de acceder a dicha normativa y 4 de ellos cumplen con la totalidad de estas normas.

Además se pudo distinguir que en los aspectos que más compromiso se ha asumido en cuanto a la optimización en el marco de las normas vigentes es en el manejo de recursos humanos y la relación del servicio, esto se debe a que existen muchos facilitares del medio que favorecen el desarrollo de estos puntos dentro de las entidades, como son capacitaciones públicas o privadas, postulantes que cada

vez tienen mayor preparación en cuanto a estudios terciarios o universitarios y los cambios o mejoras dependen más de disposiciones políticas que de grandes inversiones monetarias. Por otro lado se observa que los empresarios del sector ven a estos aspectos como determinantes internamente en cuanto a la relación costo beneficio.

Así mismo en cuanto a los aspectos que menos se cumplen de la norma, se observa que son los relacionados con gestión ambiental y seguridad.

Por un lado se detectó desconocimiento, ya que a la hora del trabajo de campo, fue necesario aclarar varios conceptos con los entrevistados, puesto que desconocían la mayoría de los términos utilizados, como por ejemplo sustentabilidad y responsabilidad social. Por lo que se considera que una de las razones del poco cumplimiento se debe a que son cambios que llevan gran inversión de capitales, y los empresarios no valorizan a este punto como parte de la rentabilidad.

En cuanto a la posibilidad de implementación de las certificaciones correspondientes de acuerdo a las normas IRAM SECTUR, aún en los que se encontraban en mejores condiciones para el acceso a las mismas, las ven como parte de un requisito válido pero no las dimensionan en cuanto a la sustentabilidad y la incidencia directa con los beneficios económicos.

Cabe destacar que la cámara Argentina de hostel, desde el año 2008, está trabajando para que el gobierno local trate y sancione la ley de re categorización hotelera, donde se incluyan a los hostels como tipo de alojamiento.

Así mismo, la Secretaria de turismo de la Nación (SECTUR), actualmente el Ministerio de Turismo y el Instituto de Normalización Argentina (IRAM), han desarrollado en conjunto la norma 42230 "Hostel", Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente. Donde se establecen los lineamientos básicos para un funcionamiento que permita optimizar los recursos de manera tal que se asegure la mejora de la atención al huésped y la profesionalización del sector.

El desarrollo de la actividad turística en general y de la hotelería en particular, según el propio Ministerio de Turismo de la Nación y del Ente de turismo de la Ciudad de Buenos Aires, va en contaste alza, en el 2010, en la ciudad se llegó al record de turistas con la llegada de 10 millones de personas. Por tal motivo es necesario planificar hacia el futuro, buscando la integración de todos los actores en post de lograr la mejora de la calidad del servicio y profesionalización del sector.

Por ello se considera que el camino más certero es establecer estrategias que permitan profundizar la difusión de las NORMAS IRAM SECTUR, haciendo especial hincapié en la importancia que su aplicación tiene en la relación al costo beneficio. Desarrollar capacitaciones en servicio tomando como ejemplo a aquellos hostels

que ya están certificados y evaluar sus alcances. Realizar una devolución del presente trabajo a cada hostel que facilitó el espacio de investigación, a los efectos que puedan reflexionar sobre los puntos aquí evaluados.

Con respecto al trabajo en particular se cree que se pudo caracterizar la situación actual de los hostels en los principales barrios de la ciudad de Buenos Aires y comprobar que de 48 entes visitados, 40 de ellos no han accedido a las NORMAS IRMA SECTUR, en primer lugar por desconocer el alcance de las mismas, por lo tanto ni siquiera han evaluado la posibilidad que tienen o no de alcanzar dichas certificaciones.

FUENTES Y BIBLOGRAFIA CONSULTADAS

LIBROS

- D'onofrio P. Mensajes para la gestión hotelera. 1ª Ed. Buenos Aires; 2005.
- Herrero J. Jiménez Herrero LM 1ª Ed. Madrid: Pirámide, 2000.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). Introducción al turismo. 1ª Ed. Madrid: OMT;1998.
- Pero T. Todo Huesped es VIP. 1ª Ed. Buenos Aires ,2006.
- Sabino C. El proceso de investigación. 2a Ed. Caracas: Panapo; 1992
- Schululer R. Investigación en turismo y hotelería. 1ª Ed. Buenos Aires;2000.
- Simón M. Recepción. 1ª Ed. Buenos Aires;2006.
- Simón M. Housekeeping. 1ª Ed. Buenos Aires;2006.
- Toyos m – Massafra M. Cómo escribir una tesis en Turismo – esquema metodológico. 1ª Ed. Buenos Aires; 2009.
- Wallingre N. Historia del Turismo Argentino. 1ª Ed..Buenos Aires, 2007.

SITIO WEB

www.turismo.gov.ar

- Sitio Web de la Secretaria de turismo de la Nación. En ella se encuentra la información turística oficial.

www.bue.gov.ar

- Sitio web oficial de turismo de la ciudad de Buenos Aires.

www.camaradehostels.com.ar

- Sitio de la Cámara Argentina de hostel, que nuclea a empresas especializadas en turismo joven, específicamente hostels, promoviendo el desarrollo sostenible de la actividad.

www.iram.org.ar

- Sitio del Instituto Argentino de Normalizaciones el sitio se encuentra toda la información general referida a esta institución, como ser definiciones, forma de certificación, historia.

www.iso.com.org

- Sitio de la Organización Internacional de Normalización. En el Sitio se encuentra la información acerca de la organización

<http://www.hostels.org.ar/>

- Sitio de la organización no gubernamental, donde se puede encontrar información acerca de hostels en Argentina y en el Resto del mundo.

ARTICULOS CITADOS

- Diez millones de Razones. Revista el Mensajero [Revista especializada], 31 de enero de 2011. Ver anexo para ver copia escrita
- Tendencia Sostenida. Revista el Mensajero [Revista especializada], 10 de enero de 2011. Ver anexo para ver copia escrita.
- Reymudez C. Hostels: Refugio de nómadas. [diario en línea]. 12 de octubre de 2003. Disponible desde www.criticadigital.com.