

200 años
Grito Autónomo Tarija
1810 - 2010

Censo

de la Planta Turística del departamento de Tarija



GOBIERNO
DEPARTAMENTAL
de TARIJA

SECRETARÍA DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO
ECONÓMICO Y PRODUCTIVO

Censo
de la Planta Turística
del departamento de
Tarija

La investigación y publicación de este documento fue financiada por:



La información, análisis y opiniones vertidas en este documento son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no comprometen necesariamente la posición de la Secretaría de Desarrollo Económico y Productivo ni a la Prefectura del Departamento de Tarija.

Estudio elaborado por:



Centro de Información Empresarial y

Planificación Estratégica – CIEPLANE

Campus Universitario – Bloque 16 – 2º piso

Telefax: 4 6640042 – Int. 143

cieplane@uajms.edu.bo

Tarija – Bolivia

Universidad Autónoma “Juan Misael Saracho”
Facultad de Ciencias Económicas y Financieras



M.Sc. Ing. Marcelo Hoyos Montecinos

Rector Universidad Autónoma Juan Misael Saracho

M.Sc. Bernardo Muñoz Vargas

Decano Facultad Ciencias Económicas y Financieras

M.Sc. Victor Hugo Figueroa Orozco

Coordinador CIEPLANE

Profesionales responsables:

Lic. Karina C. Cárdenas Betanzos

Equipo técnico CIEPLANE:

Lic. Mary Llanos Pereira

Lic. Fernando Reynaga Batallanos

Lic. Diego O. Paredes Moreno

Lic. María E. Bautista Jiménez

Ing. Fabiola Montenegro Ordoñez

Ing. Rodrigo F. Mostacedo Eyzaguirre

Lic. Gabriel L. Ayma Ayala

Lic. Viviana Ugarte – Asesora

Equipo de apoyo:

Est. Carla A. Méndez Justiniano

PRESENTACIÓN

La Prefectura del Departamento de Tarija, a través de la Secretaría Departamental de Desarrollo Económico y Productivo, firma el año 2007 un convenio con la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, con el Objetivo de “fortalecer el Centro de Información Empresarial y de Planificación Estratégica – CIEPLANE”, para que éste se constituya en el organismo generador y difusor de información del sector productivo a nivel departamental, permitiendo con esto que tanto las instituciones públicas como privadas puedan planificar y tomar decisiones de inversión basadas en información confiable, actualizada y sistematizada”.

La Misión de la Prefectura del Departamento de Tarija es promover el desarrollo armónico departamental en el marco de la Constitución Política del Estado, los objetivos, políticas y estrategias de desarrollo nacional, representando los intereses y aspiraciones de la región para lograr mejores condiciones de vida para sus habitantes, a través de la formulación de planes, programas y proyectos de inversión, investigación y desarrollo económico y social.

La Prefectura del Departamento de Tarija tiene entre sus objetivos institucionales: a) administrar los recursos públicos económicos y financieros del Departamento de Tarija y todos los bienes de uso y dominio prefectural; b) formular planes y políticas de desarrollo en el marco de las políticas nacionales; e) formular y ejecutar proyectos de inversión de carácter departamental en las áreas definidas por la Ley de Descentralización, y d) promover la inversión privada en el Departamento.

Para el cumplimiento de los planes de desarrollo departamentales, corresponde incentivar la generación y difusión de información sectorial, análisis prospectivo y tecnológico destinado a apoyar la toma de decisiones y planificación estratégica en los sectores público, privado y académico, para propiciar la atracción de inversiones y la generación de empresas en todo el departamento.

Por su parte, la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho, en su condición de ser la mayor casa de estudios para impartir enseñanza superior y realizar investigaciones en base a las demandas de las instituciones y a la problemática regional, se encarga de formar profesionales idóneos de reconocida calidad y excelencia, con conciencia crítica y capacidad de crear, adaptar, transformar la ciencia y tecnología universal para el desarrollo y progreso; promover la investigación científica y los estudios humanísticos para contribuir a fortalecer el tejido empresarial local para la creación de nuevas fuentes de empleo. Dentro los objetivos que tiene la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho están: a) mejorar los niveles de competitividad y los estándares de producción de unidades económicas artesanales, de pequeña y mediana escala; b) fomentar la articulación y complementariedad de inversiones en beneficio de las cadenas, provenientes tanto de entidades nacionales, públicas y/o privadas, como de la cooperación internacional.

Estamos viviendo tiempos de profundos cambios, la Prefectura de Tarija implementó y está implementando procesos que se encaminan a generar importantes transformaciones en todos los ámbitos y ordenes del estado departamental.

Concretar en realidades estos procesos, es el gran desafío que tenemos delante nuestro, actividades que deberán siempre ejecutarse respetando los principios y la institucionalidad. La Secretaría fiel al cumplimiento de los planes de desarrollo departamental generó actitudes propositivas en un escenario tan complejo como es el campo agropecuario, que tiene como misión resolver los problemas de pobreza y generar mejores y mayores ingresos para los productores del Departamento.

PRESENTACIÓN

La Universidad Autónoma "Juan Misael Saracho" como Institución de Educación Superior versa su accionar sobre tres pilares fundamentales: la docencia, la investigación científica y la extensión universitaria, que conjuncionados permiten atender y dar respuesta a las demandas del entorno social, tanto a nivel regional como nacional.

La realización del presente trabajo, es una muestra del accionar de nuestra Universidad a través de las diferentes instancias que la componen. Niveles que se encuentran al servicio de instituciones, organizaciones, identificadas plenamente con las múltiples manifestaciones e inquietudes que se presentan, orientadas a lograr el desarrollo económico y social de la población en su conjunto.

El Censo de la Plante Turística del Departamento de Tarija efectuado de manera sistemática permitirá contar con información fidedigna y confiable sobre los diferentes sectores del la Clustrer turismo del departamento que se encuentran apoyando al desarrollo del departamento de Tarija.

Resaltar el trabajo emprendido por el Centro de Información Empresarial y Planificación Estratégica "CIEPLANE" de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras de nuestra Universidad, que de manera coordinada, en base a una alianza estratégica con la Secretaría de Desarrollo Económico y Productivo de la Prefectura del Departamento de Tarija, llegan a concretar este anhelado proyecto con propósitos específicos, cuyos resultados se ponen a disposición de las instituciones que tienen que ver con el desarrollo regional.

Agradecer a las instituciones patrocinantes, la confianza depositada en nuestra Universidad para llevar adelante estos emprendimientos que van en beneficio directo de la comunidad en su conjunto, a la cual nos debemos.

MSc. Marcelo Hoyos Montecinos
RECTOR UAJMS.

ÍNDICE

ALCANCE Y METODOLOGÍA

1.1	OBJETIVOS	3
1.1.1	OBJETIVO GENERAL	3
1.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.2	ALCANCE	3
1.2.1	TEMÁTICO	3
1.2.1.1	Establecimientos de Hospedaje	5
1.2.1.2	Establecimientos Gastronómicos	5
1.2.1.3	Agencias de Viaje	6
1.2.1.4	Operadores de Turismo	7
1.2.2	GEOGRÁFICO	7
1.2.3	MÓDULOS DE ESTUDIO	8
1.3	PROCESO METODOLÓGICO	9

ANÁLISIS DE RESULTADOS

2.	ANÁLISIS POR PROVINCIA	11
2.1	PROVINCIA CERCADO	11
2.1.1	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	13
2.1.1.1	Características Generales	13
2.1.1.2	Gestión Estratégica	13
2.1.1.3	Gestión de Recursos Humanos	16
2.1.1.4	Seguridad	19
2.1.1.5	Publicidad Y Promoción	20
2.1.1.6	Gestión De Clientes Y Servicios	21
2.1.1.7	Tecnologías De Información Y Comunicación	25
2.1.1.8	Infraestructura	26
2.1.1.9	Gestión Financiera	27
2.1.2	ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	30
2.1.2.1	Características Generales	30
2.1.2.2	Gestión Estratégica	31
2.1.2.3	Gestión De Recursos Humanos	32
2.1.2.4	Seguridad	35
2.1.2.5	Publicidad Y Promoción	36
2.1.2.6	Gestión De Clientes Y Servicios	37
2.1.2.7	Tecnologías de Información Y Comunicación	41
2.1.2.8	Infraestructura	42
2.1.2.9	Gestión Financiera	43

2.1.3	AGENCIAS DE VIAJE	46
2.1.3.1	Características Generales	46
2.1.3.2	Gestión Estratégica	46
2.1.3.3	Gestión De Recursos Humanos	48
2.1.3.4	Publicidad Y Promoción	50
2.1.3.5	Gestión De Clientes Y Servicios	51
2.1.3.6	Tecnología De Información Y Comunicación	52
2.1.3.7	Gestión Financiera	53
2.1.4	OPERADORES DE TURISMO	54
2.1.4.1	Características Generales	54
2.1.4.2	Gestión Estratégica	55
2.1.4.3	Gestión De Recursos Humanos	56
2.1.4.4	Publicidad Y Promoción	58
2.1.4.5	Gestión De Clientes Y Servicios	58
2.1.4.6	Tecnología De Información Y Comunicación	60
2.1.4.7	Gestión Financiera	61
2.2	PROVINCIA ANICETO ARCE	63
2.2.1	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	65
2.2.1.1	Características Generales	65
2.2.1.2	Gestión Estratégica	65
2.2.1.3	Gestión De Recursos Humanos	67
2.2.1.4	Seguridad	72
2.2.1.5	Publicidad Y Promoción	72
2.2.1.6	Gestión De Clientes Y Servicios	73
2.2.1.7	Tecnologías De Información Y Comunicación	78
2.2.1.8	Infraestructura	79
2.2.1.9	Gestión Financiera	80
2.2.2	ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	83
2.2.2.1	Características Generales	83
2.2.2.2	Gestión Estratégica	84
2.2.2.3	Gestión De Recursos Humanos	86
2.2.2.4	Seguridad	89
2.2.2.5	Publicidad Y Promoción	91
2.2.2.6	Gestión De Clientes Y Servicios	93
2.2.2.7	Tecnologías De Información Y Comunicación	96
2.2.2.8	Infraestructura	97
2.2.2.9	Gestión Financiera	99
2.3	PROVINCIA GRAN CHACO	102
2.3.1	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	104
2.3.1.1	Características Generales	104
2.3.1.2	Gestión Estratégica	105
2.3.1.3	Gestión de Recursos Humanos	107
2.3.1.4	Seguridad	112
2.3.1.5	Publicidad Y Promoción	113
2.3.1.6	Gestión De Clientes Y Servicios	114

2.3.1.7	Tecnologías De Información Y Comunicación	119
2.3.1.1	Infraestructura	121
2.3.1.2	Gestión Financiera	122
2.3.2	ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	125
2.3.2.1	Características Generales	125
2.3.2.2	Gestión Estratégica	126
2.3.2.3	Gestión De Recursos Humanos	128
2.3.2.4	Seguridad	132
2.3.2.5	Publicidad Y Promoción	133
2.3.2.6	Gestión De Clientes Y Servicios	135
2.3.2.7	Tecnologías De Información Y Comunicación	139
2.3.2.8	Infraestructura	140
2.3.2.9	Gestión Financiera	142
2.4	PROVINCIA BURDET O`CONNOR	145
2.4.1	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	146
2.4.1.1	Características Generales	146
2.4.1.2	Gestión Estratégica	146
2.4.1.3	Gestión De Recursos Humanos	147
2.4.1.4	Seguridad	151
2.4.1.5	Publicidad Y Promoción	151
2.4.1.6	Gestión De Clientes Y Servicios	152
2.4.1.7	Tecnologías De Información Y Comunicación	154
2.4.1.8	Infraestructura	155
2.4.1.9	Gestión Financiera	156
2.4.2	ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	157
2.4.2.1	Características Generales	157
2.4.2.2	Gestión Estratégica	159
2.4.2.3	Gestión De Recursos Humanos	160
2.4.2.4	Seguridad	163
2.4.2.5	Publicidad Y Promoción	164
2.4.2.6	Gestión De Clientes Y Servicios	165
2.4.2.7	Tecnologías de Información y comunicación	168
2.4.2.8	Infraestructura	169
2.4.2.9	Gestión Financiera	170
2.5	PROVINCIA JOSÉ MARÍA AVILÉS	173
2.5.1	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	175
2.5.1.1	Características Generales	175
2.5.1.2	Gestión Estratégica	175
2.5.1.3	Gestión De Recursos Humanos	177
2.5.1.4	Seguridad	181
2.5.1.5	Publicidad Y Promoción	182
2.5.1.6	Gestión De Clientes Y Servicios	182
2.5.1.7	Tecnologías De Información Y Comunicación	185
2.5.1.8	Infraestructura	186
2.5.1.9	Gestión Financiera	187

2.5.2	ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	189
2.5.2.1	Características Generales	189
2.5.2.2	Gestión Estratégica	191
2.5.2.3	Gestión De Recursos Humanos	193
2.5.2.4	Seguridad	196
2.5.2.5	Publicidad Y Promoción	197
2.5.2.6	Gestión De Clientes Y Servicios	199
2.5.2.7	Tecnologías de Información y Comunicación	202
2.5.2.8	Infraestructura	203
2.5.2.9	Gestión Financiera	205
2.6	PROVINCIA EUSTAQUIO MÉNDEZ	207
2.6.1	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	209
2.6.1.1	Características Generales	209
2.6.1.2	Gestión Estratégica	209
2.6.1.3	Gestión de Recursos Humanos	211
2.6.1.4	Seguridad	214
2.6.1.5	Publicidad y Promoción	215
2.6.1.6	Gestión De Clientes Y Servicios	215
2.6.1.7	Tecnologías De Información Y Comunicación	219
2.6.1.8	Infraestructura	220
2.6.1.9	Gestión Financiera	221
2.6.2	ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	223
2.6.2.1	Características Generales	223
2.6.2.2	Gestión Estratégica	225
2.6.2.3	Gestión De Recursos Humanos	226
2.6.2.4	Seguridad	230
2.6.2.5	Publicidad Y Promoción	231
2.6.2.6	Gestión De Clientes Y Servicios	233
2.6.2.7	Tecnologías de Información y Comunicación	235
2.6.2.8	Infraestructura	237
2.6.2.9	Gestión Financiera	238
3.	ANÁLISIS DEPARTAMENTAL	241
3.1	ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	241
3.1.1	PRINCIPALES INDICADORES DEL SUB SECTOR ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJES DEL DEPARTAMENTO	241
3.2	ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS	249
3.2.1	PRINCIPALES INDICADORES DEL SUB SECTOR ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA	249
3.3	AGENCIAS DE VIAJE Y OPERADORES DE TURISMO	255

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años el gobierno departamental, apuesta a trabajar en función de una nueva visión con relación al desarrollo turístico, razón por la cual encara una serie de estudios y proyectos que a futuro le permitirán al departamento constituirse como nuevo destino turístico.

En este sentido la Prefectura del Departamento de Tarija a través de la Secretaría Departamental de Desarrollo Productivo, junto a la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho por medio del CIEPLANE unidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, firmaron un convenio de fortalecimiento al CIEPLANE por tres años a partir del año 2008; constituyendo el “Censo 2008 de la Planta Turística del Departamento de Tarija”, uno de los primeros productos trabajados dentro del mencionado proyecto en la gestión 2008.

Este documento pone a disposición de la población en general, *información primaria* sobre los actores directos del clúster turismo: Establecimientos de hospedaje, establecimientos gastronómicos, agencias de viaje y operadores de turismo de las principales localidades de los once municipios del departamento que por su particularidad son centros potenciales de desarrollo turístico, tales como: La ciudad de Tarija, El Valle de la Concepción, San Lorenzo, Yunchará, Tojo, Pujzara, Iscayachi, El Puente, la ciudad de Yacuiba, Entre Ríos, la localidad del Valle del Medio, la ciudad de Villa Montes, Caraparí, Bermejo y finalmente Padcaya.

Las estadísticas procesadas por CIEPLANE, pretenden convertirse en información de apoyo para la elaboración de políticas públicas y privadas dentro del departamento, que permitan fundamentalmente, mejorar la oferta de servicios a los turistas que visitan el departamento y así fortalecer al desarrollo de la actividad turística en general.

ALCANCE

Y

METODOLOGÍA



1.1 OBJETIVOS

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el “Censo 2008, de La Planta Turística del Departamento de Tarija”, que comprende el levantamiento de información de los establecimientos de hospedaje, establecimientos gastronómicos, agencias de viajes y operadores turísticos, en las principales ciudades y/o localidades de los once municipios.

Se pretende que dicha información pueda ser utilizada como base para la implementación de políticas públicas y privadas que logren fortalecer el turismo en Tarija.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar en el departamento de Tarija las características de:

- Los establecimientos de hospedaje
- Los establecimientos gastronómicos
- Las agencias de viaje
- Los operadores de turismo

Obtener indicadores de la planta turística referente a ocho módulos de estudio:

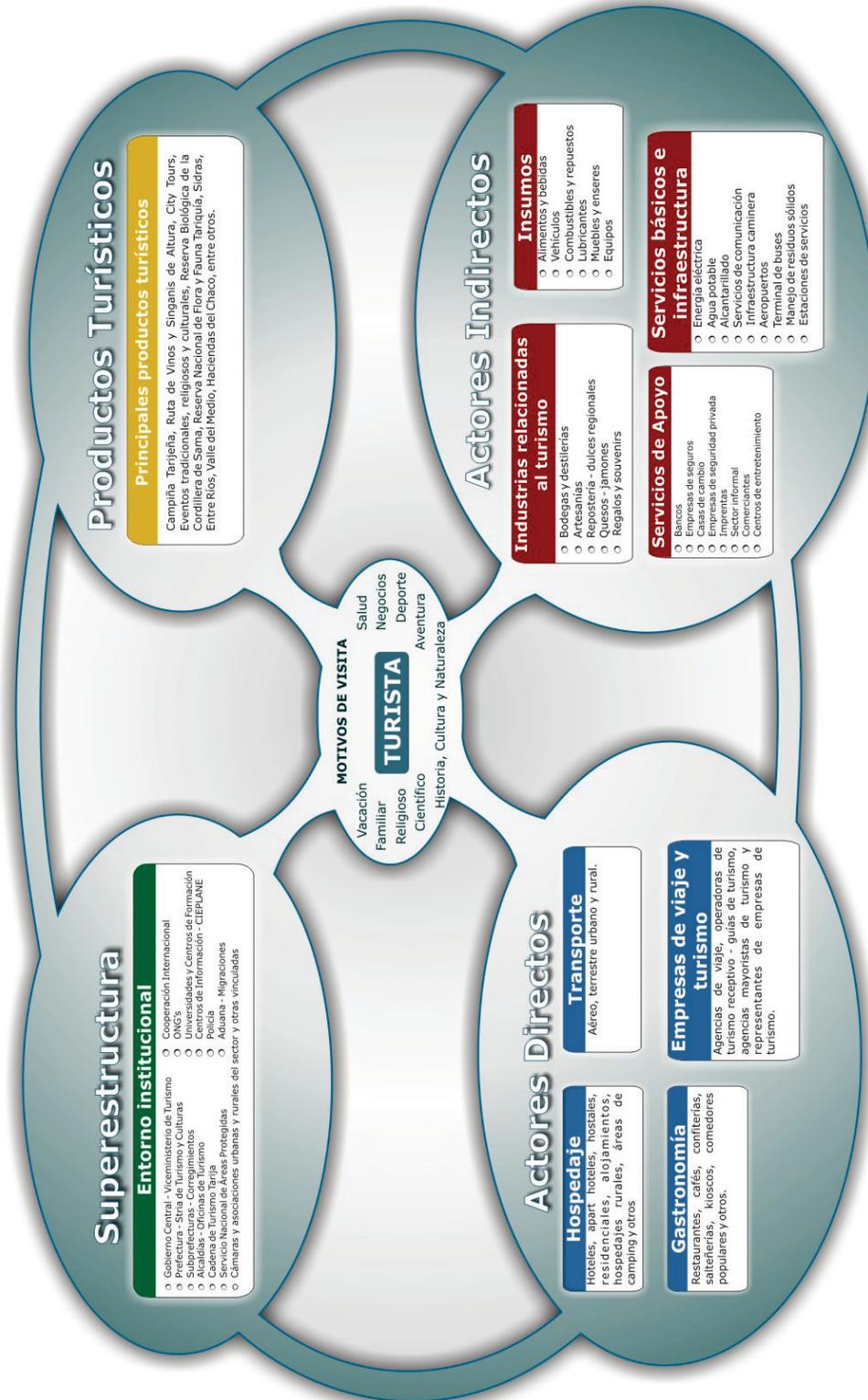
- Gestión estratégica
- Gestión de recursos humanos
- Seguridad
- Publicidad y promoción
- Gestión de clientes y servicios
- Tecnologías de información y comunicación
- Infraestructura
- Gestión financiera

1.2 ALCANCE

1.2.1 TEMÁTICO

El censo fue desarrollado en uno de los componentes del clúster turismo, aquel compuesto por los **actores directos**, que incluye a: establecimientos de hospedaje, establecimientos gastronómicos, agencias de viaje y operadores de turismo, dando continuidad al censo desarrollado en el Valle Central de Tarija en la gestión 2007 para así contar con información a nivel departamental.

Figura No. 1:
MAPEO DEL CLUSTER TURISMO DE TARIJA



A continuación se describen de manera general características de los actores directos del clúster turismo, los cuales son parte central de este estudio.

1.2.1.1 Establecimientos de Hospedaje

Los establecimientos de hospedaje turístico son los que prestan comercialmente a los turistas el servicio de alojamiento por un periodo no menor a una pernoctación, y reúnen además, los requisitos mínimos que se establecen en los módulos de clasificación señalada en el “Reglamento de Establecimientos de Hospedaje Turístico”¹, vigente en nuestro país.

Las diferentes categorías genéricas de los establecimientos de hospedaje turístico son:

TIPOS DE HOSPEDAJE	CATEGORÍAS
Hoteles	1 a 5 estrellas
Apart Hoteles	3 a 5 estrellas
Hoteles Suites	4 y 5 estrellas
Hostales o Residenciales	1 a 5 estrellas
Alojamientos	Clase "A" y "B"
Casas de Huéspedes	Categoría única
Complejos Turísticos	3 a 5 estrellas
Flóteles	Categoría única
Establecimientos de Hospedaje Complementario	Categoría única

1.2.1.2 Establecimientos Gastronómicos

Los establecimientos gastronómicos son aquellos dedicados a la prestación de alimentos y bebidas preparadas en el mismo local y opcionalmente, a desarrollar actuaciones artísticas de carácter propias de la región y alrededores, sean estas, musicales o coreográficas, los que una vez acreditados por la Unidad Departamental de Turismo correspondiente, deben dedicarse en forma exclusiva a lo siguiente:

1. Predominantemente a la explotación de los recursos gastronómicos de alguna región del país, del país en general, de un país extranjero, o de la cocina internacional, en condiciones aptas para el turismo.
2. Ofrecer espectáculos de calidad nacional e internacional que constituyan un atractivo para el turismo.

Quedan excluidos, no obstante, comedores universitarios, cantinas, comedores de empresa y servicios de comidas y bebidas facilitados en establecimientos hoteleros.²

¹ Resolución Ministerial N° 185/01 enmarcado en la ley N° 2074” Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística de Bolivia

² Reglamento de Restaurantes Turísticos y Peñas Folkloricas Resolución Ministerial N° 137/01 La Paz- Bolivia

A continuación se presenta una clasificación de los restaurantes³

Restaurante buffet.- Donde es posible escoger una gran variedad de platos cocinados y dispuestos para el autoservicio. A veces se paga un monto fijo y otras veces por cantidad consumida (por peso o por tipo de plato).

Restaurantes de comida rápida.- (fast food). Son establecimientos informales donde se ofertan alimentos simples y de rápida preparación como hamburguesas, papas fritas, pizzas, etc.

Restaurantes de alta cocina o gourmet.- Donde los alimentos son de gran calidad y servidos a la mesa, el pedido es "a la carta" o escogido de un "menú", por lo que los alimentos son preparados al momento.

Restaurantes temáticos.- Estos son clasificados por el tipo de comida ofrecida. Los más comunes son según el origen de la cocina, siendo los más populares en todo el mundo: los de la cocina Italiana y la cocina china, pero también son muy conocidos los de la cocina japonesa, española y francesa, entre otras.

1.2.1.3 Agencias de Viaje

Las agencias de viajes y turismo son empresas dedicadas comercialmente a las actividades de mediación de servicios turísticos nacionales e internacionales, que una vez acreditadas por la Unidad Departamental de Turismo correspondiente, deben dedicarse en forma exclusiva a:

1. La mediación en la venta de billetes y reservas de plazas en los medios de transporte.
2. Reservas de habitaciones y servicios de alojamiento turístico.
3. Intermediación y conjunción de servicios combinados por medio de líneas aéreas, transporte en general, empresas operadoras de turismo receptivo, otras agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas, agentes generales de turismo y representaciones de empresas turísticas, respetando las comisiones entre partes.
4. Promocionar sus servicios específicos en cualquier medio de difusión.
5. Informar al público sobre toda actividad turística dentro y fuera del país.
6. Realizar todo tipo de transacción comercial dentro de su categoría.

Todas las Agencias de Viajes y Turismo tienen las siguientes obligaciones:

1. Establecer relaciones contractuales con empresas proveedoras de servicios turísticos.
2. Cumplir estrictamente los servicios pactados en el contrato.
3. En la intermediación de servicios turísticos no propios de su clase, deberá suscribir contratos específicos de venta de los diferentes servicios turísticos.
4. Prestar cualquier otro servicio turístico que complemente los servicios de intermediación antes mencionados.⁴

En términos de la cadena de comercialización del turismo, las agencias de viajes son minoristas, que intermedian servicios de transporte, alojamiento y paquetes a destinos nacionales e internacionales, por lo cual reciben una determinada comisión por concepto de



³ Información extraída de: <http://es.wikipedia.org/wiki/Restaurante>

⁴ Fuente: Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística de Bolivia; Capítulo V, Artículo 9 del Reglamento de Empresas Operadoras de Turismo Receptivo y de las Empresas de Viajes y Turismo, 12/05/1998

boletos vendidos, de los hoteles, trabajan igualmente en estrecha cooperación con los operadores de turismo.

1.2.1.4 Operadores de Turismo

Son operadores de turismo aquellas empresas que se dedican a la prestación de servicios turísticos, organizados desde los mercados de origen (exterior) hacia el territorio nacional y/o turismo interno, que una vez acreditadas por la Unidad Departamental de Turismo correspondiente, debe dedicarse principalmente a las siguientes actividades⁵.

1. Organizar, elaborar y ofertar paquetes de turismo receptivo con intermediación de otros servicios propios y/o ajenos.
2. Prestar servicios turísticos a turistas nacionales y extranjeros, en todo el territorio nacional.
3. Informar, orientar y organizar diversos circuitos turísticos a solicitud expresa o por oferta programada.
4. Elaborar itinerarios, proporcionar información turística, y difundir material promocional.
5. Reservar, adquirir y vender entradas para todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y similares.
6. Prestar cualquier otro servicio turístico que complemente los servicios de intermediación antes mencionados.
7. Realizar contratos de transporte, flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros, para coadyuvar en las prestaciones de servicios.
8. Crear y desarrollar nuevos productos turísticos.
9. Subcontratar empresas de servicios turísticos especializadas.
10. Desarrollar servicios turísticos en todo el territorio nacional.

1.2.2 GEOGRÁFICO

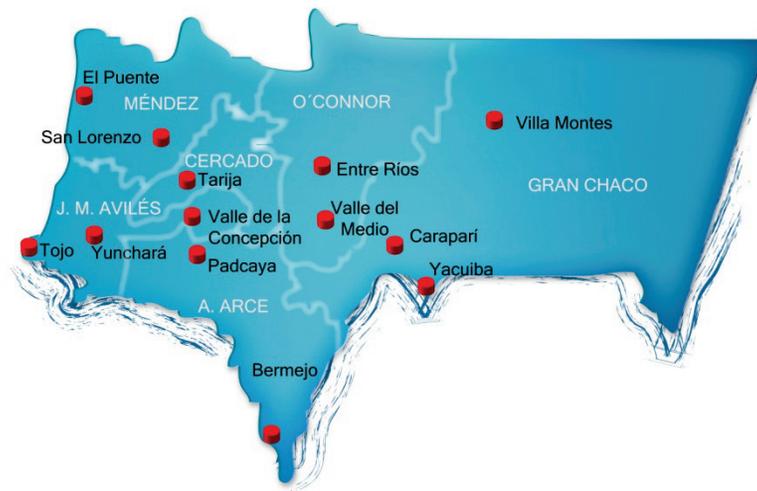
El estudio se realizó en el departamento de Tarija abarcando las principales localidades de los once municipios de las 6 provincias del departamento que por su particularidad son puntos potenciales o estratégicos para el desarrollo turístico, ellas son: La ciudad de Tarija, El Valle de la Concepción, San Lorenzo, Yunchará, Tojo, Pujzara, Iscayachi, El Puente, la ciudad de Yacuiba, Entre Ríos, la localidad del Valle del Medio, la ciudad de Villa Montes, Caraparí, Bermejo y finalmente Padcaya.

La cobertura geográfica se aprecia mejor en el gráfico presentado a continuación:

⁵ De acuerdo a ley del 14 de abril del año 2000, denominada "Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turística de Bolivia"



Figura Nro. 2
ALCANCE GEOGRÁFICO



1.2.3 MÓDULOS DE ESTUDIO

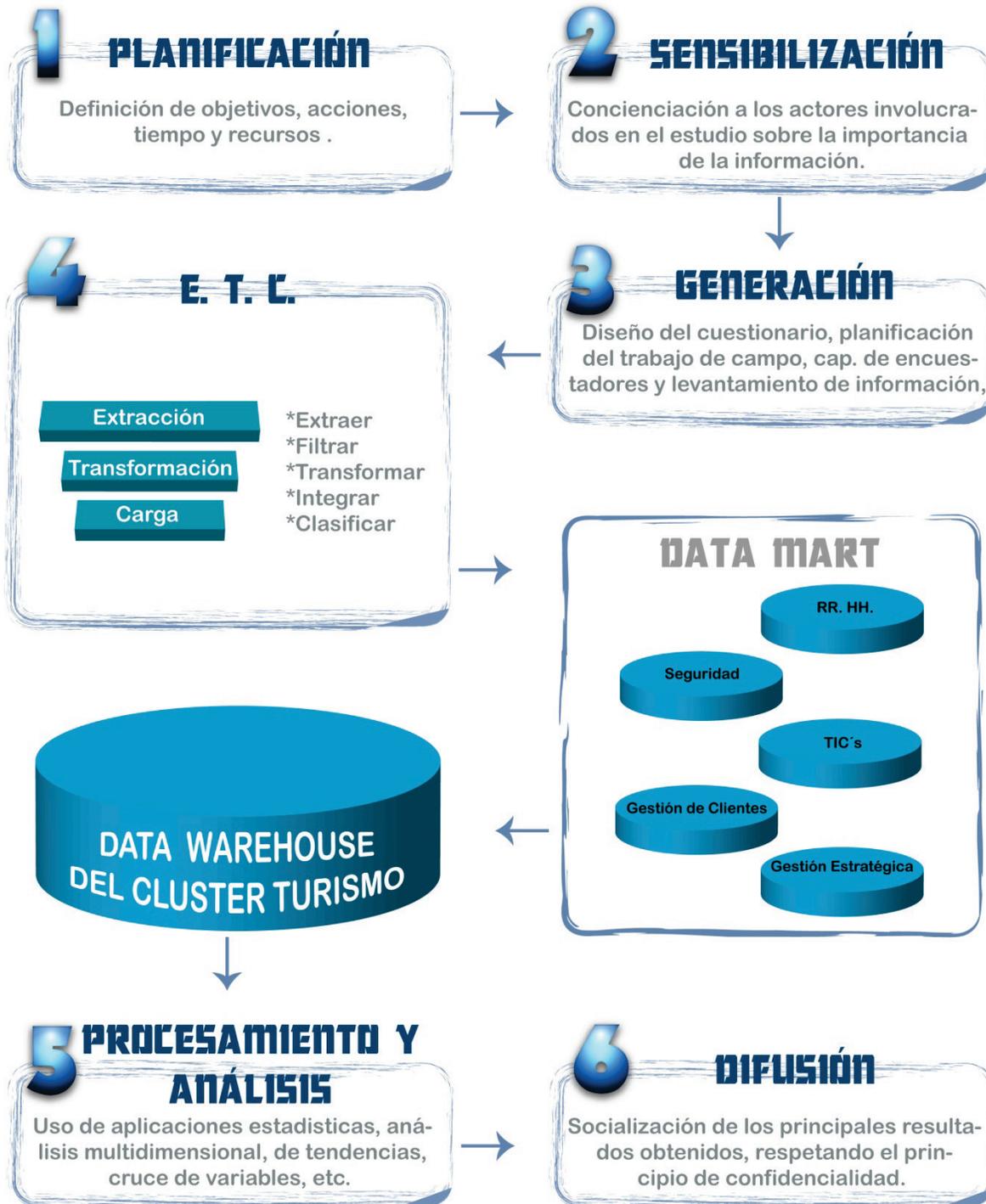
Las variables de estudio fueron definidas en consenso con los actores directos, los cuales fueron involucrados en la etapa de sensibilización. Presentamos a continuación los 8 módulos que contempla el presente estudio.

Figura Nro. 3
MÓDULOS DE ESTUDIO



1.3 PROCESO METODOLÓGICO

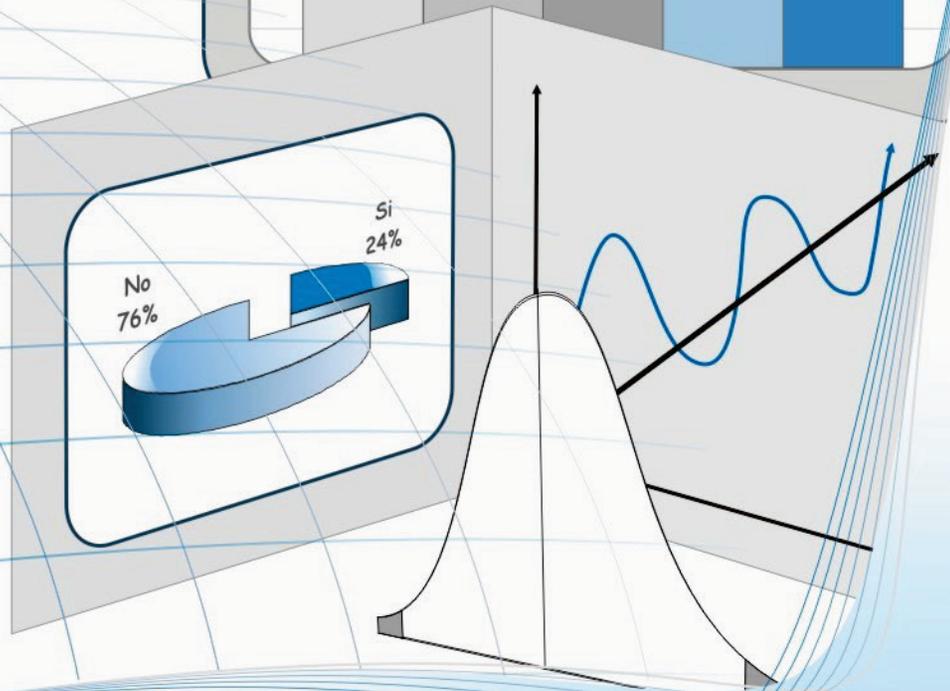
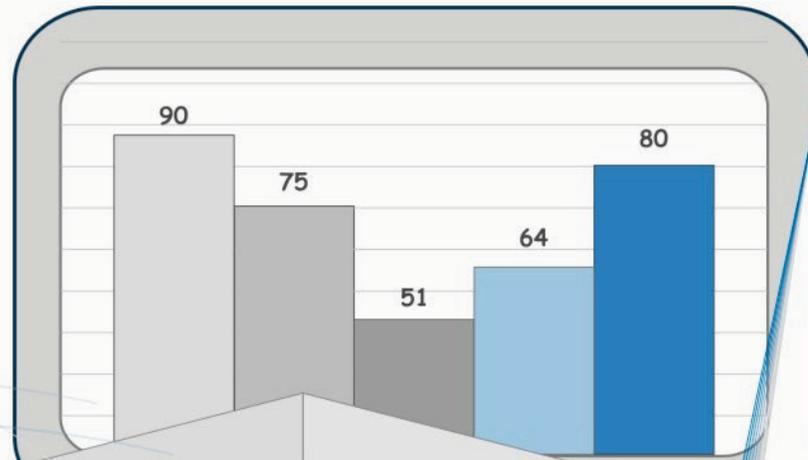
Figura Nro. 4
PROCESO METODOLÓGICO



ANÁLISIS

DE

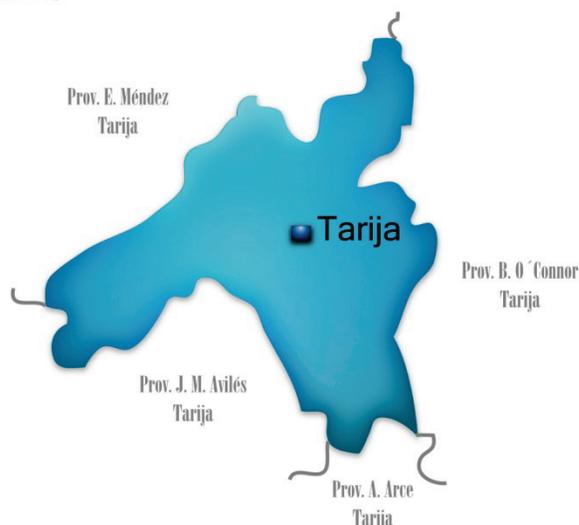
RESULTADOS



2. ANÁLISIS POR PROVINCIA

2.1 PROVINCIA CERCADO

CERCADO



En el municipio de Cercado se ubica la capital del departamento, la ciudad de Tarija, la cual se encuentra a una altura aproximada de 1870 m.s.n.m.

El municipio cuenta con una población, según las proyecciones del INE al año 2008, de 199.938 habitantes.

Ubicado en el Valle Central del Depto.

tiene una temperatura promedio de 19⁰ C, posee en su área rural un alto potencial agropecuario y forma actualmente parte del producto turístico “Ruta del Vino y el Singani de Altura”, debido a que en áreas como Santa Ana, Yesera, El Portillo, La Pintada, se hallan cultivos de vid que proveen de materia prima a las bodegas tarijeñas, algunas de las cuales se encuentran en la misma ciudad.

Las características de la ciudad, su ubicación, clima social y ambiental, además de su cercanía a importantes atractivos turísticos del Valle Central del área rural, hacen que se constituya en una interesante opción para el *turismo de eventos*, que involucra ser sede de la realización de eventos programados, sean estos congresos, reuniones, encuentros deportivos, etc..

Algunas áreas del municipio de Cercado forman parte de la Reserva Biológica de la Cordillera de Sama, la cual es propicia para la práctica del ecoturismo y el turismo de interés específico o especializado en arqueología, debido a que existen lugares con interesantes vestigios de grupos culturales que habitaron la región en épocas antiguas (viviendas, pintura rupestre, cerámica, etc.).



También se encuentran áreas con riqueza paleontológica que pueden motivar el desarrollo del turismo especializado en paleontología o simplemente complementar los atractivos hasta hoy más aprovechados, así como el Observatorio Astronómico de Santa Ana, que se enriquecerá con la pronta construcción del Planetario que permitirá al municipio desarrollar actividades recreativas y educativas durante las noches cuando es más propicio aprovechar esta infraestructura especializada.

Por otro lado la mayor parte del área rural de Cercado en época de verano, invita a disfrutar de los balnearios naturales y del paisaje y la vida rural que en ella se complementa con la degustación de comidas y bebidas típicas.

Es en función a todo el potencial turístico mencionado, que se levantó y sistematizó la información con relación a los servicios de hospedaje, gastronomía, operadores de turismo y agencias de viaje de la ciudad de Tarija.

2.1.1 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

2.1.1.1 Características Generales

La ciudad de Tarija cuenta con un total de 57 establecimientos de hospedaje para la gestión 2008, de los cuales, luego de realizar su clasificación se determinó que existe un mayor número de empresas establecidas como hoteles y hostales los mismos que representan el 67% del total.

Tabla Nro. 1
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Apart hotel	1	2
Hotel	21	37
Hostal	17	30
Residencial	7	12
Alojamiento	11	19
Total	57	100

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

La oferta hotelera tuvo un importante crecimiento durante los últimos 10 años, se observa que el 58% de las empresas iniciaron sus actividades en dicho periodo; mientras que sólo el 42% opera con una antigüedad mayor a los 11 años.

Tabla Nro. 2
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

ANTIGÜEDAD	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Menos de 5 años	11	19
De 6 a 10 años	22	39
Más de 11 años	24	42
Total	57	100

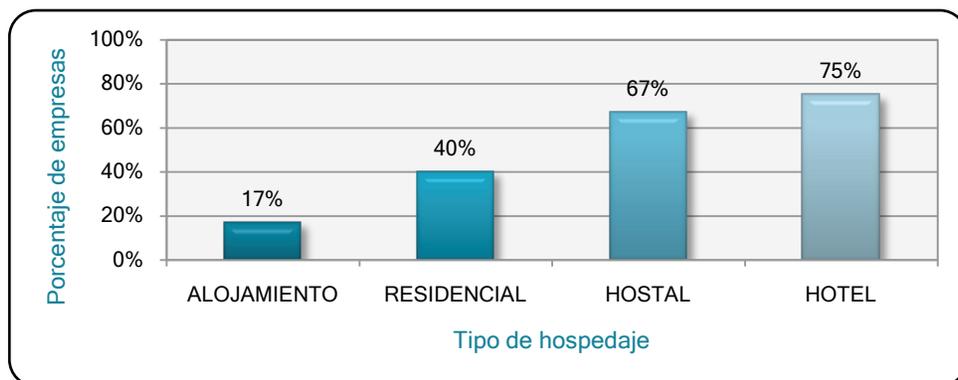
2.1.1.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

Se puede advertir que tanto residenciales como alojamientos en su gran mayoría aún no han definido su visión, lo cual indica cierto conformismo por la situación en la que se encuentran, mientras que un porcentaje considerable de hostales y hoteles sí han formulado su visión teniendo en claro sus aspiraciones como empresa.

Gráfico Nro. 1:

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE FORMULARON SU VISIÓN



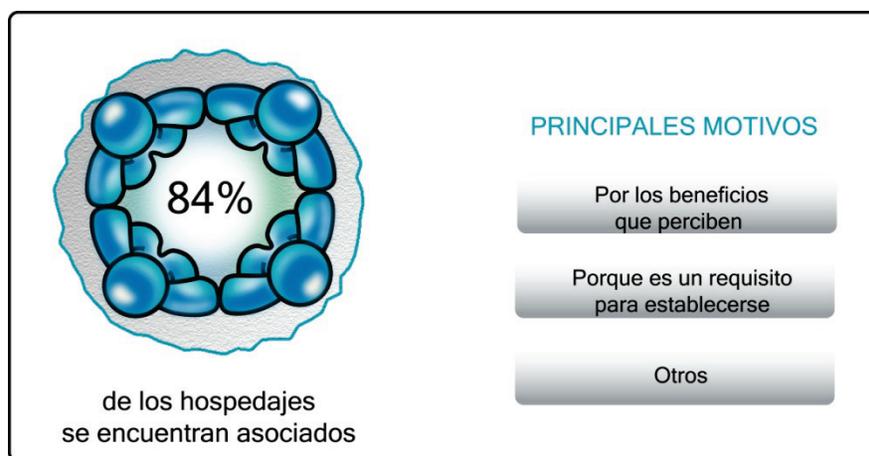
ASOCIATIVIDAD

La asociación más importante de los establecimientos de hospedaje turístico de la ciudad de Tarija, es la **Cámara Hotelera**, la misma que opera desde marzo de 1972 y en la actualidad acoge al 84% del total de empresas.

En la figura Nro. 5 se aprecia que uno de los principales motivos para asociarse es el conjunto de beneficios que reciben los asociados, tal es el caso de la promoción de los establecimientos y cursos de capacitación entre otros, aunque existe un grupo de asociados que opina que sólo se encuentran afiliados por ser este un requisito que les permite operar con normalidad.

Figura Nro. 5

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Otro punto a destacar en la gestión estratégica son las alianzas que han logrado establecer las empresas con el fin de fortalecerse, complementar y mejorar sus servicios; según los resultados obtenidos, 28% de las empresas de un total de 57 logró acuerdos con otras empresas e instituciones, principalmente con operadores de turismo y agencias de viaje a nivel local, nacional e internacional.



Gráfico Nro. 2

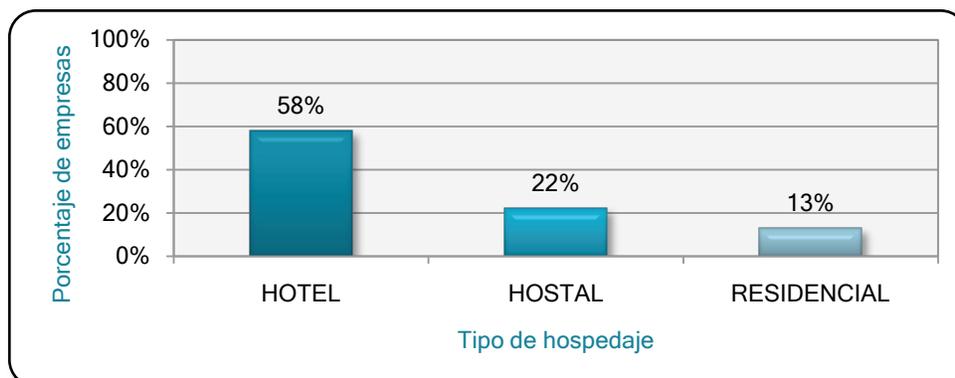
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON ALIANZAS ESTRATÉGICAS



En el gráfico observamos que son los hoteles, los que en su mayoría cuentan con alianzas estratégicas; en el caso de los hostales y residenciales este porcentaje se reduce considerablemente, en tanto que los alojamientos no establecen contacto con otras empresas.

Gráfico Nro. 3

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ALIANZAS ESTRATÉGICAS SEGÚN TIPO ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE



En cuanto al tipo de alianza que han logrado establecer las empresas, para el caso de los hoteles se observa que tienen un mayor número de alianzas con empresas de otros departamentos, mientras que, tanto hostales como residenciales han establecido mayor contacto con empresas a nivel local.

Tabla Nro. 3

CERCADO: TIPOS DE ALIANZA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE ALIANZA (Expresado en porcentaje)		
		Local	Nacional	Internacional
Hotel	22	33	43	24
Hostal	21	60	30	10
Residencial	17	100	-	-

2.1.1.3 Gestión de Recursos Humanos

El sub sector generó un total de de 2.470 empleos, 494 directos y 1.976 empleos indirectos⁶ para la gestión 2008.

Figura Nro. 6:

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



El análisis realizado por tipo de empresa, Tabla 4, nos muestra que los hoteles y el apart hotel son los generadores de más del 60% del total de empleos directos, seguidos de los hostales que generan el 23% en tanto que los residenciales y alojamientos generan en conjunto sólo el 14% de los empleos restantes.

Tabla Nro. 4

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: EMPLEOS DIRECTOS GENERADOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL TRABAJADORES	PORCENTAJE
Hotel*	312	63
Hostal	113	23
Residencial	38	8
Alojamiento	31	6
Total	494	100

- Los datos referentes al apart hotel se encuentran incluidos en la categoría Hotel, por el principio de Confidencialidad.

Tabla Nro. 5

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: PROMEDIO DE TRABAJADORES POR TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	T/E*
Hotel	22	14
Hostal	21	6
Residencial	17	3
Alojamiento	11	3

*Trabajadores por empresa

El mayor número de trabajadores por empresa se registra en los hoteles y el apart hotel.

⁶ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

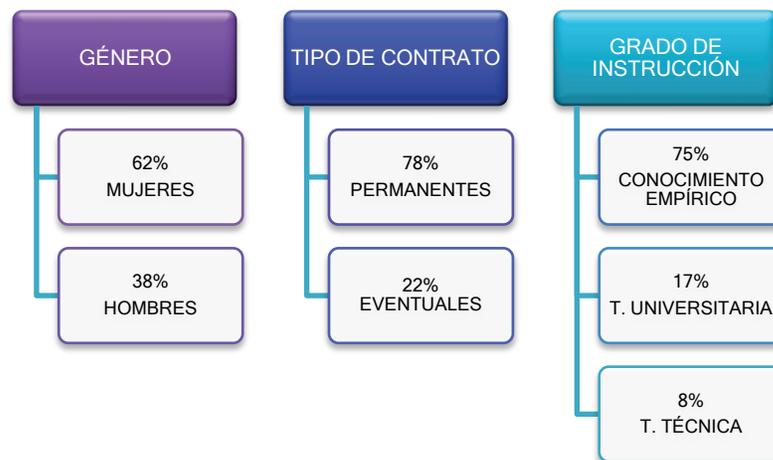
CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

Se observa que en el sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 62% del total de empleos directos; de igual forma se puede apreciar estabilidad laboral dado que el 78% de los trabajadores es personal permanente.

En cuanto al grado de instrucción el 75% de los trabajadores (365 personas) cuentan sólo con conocimiento empírico en tanto que el porcentaje de trabajadores con capacitación técnica y universitaria no supera el 25%.

Figura Nro. 7

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

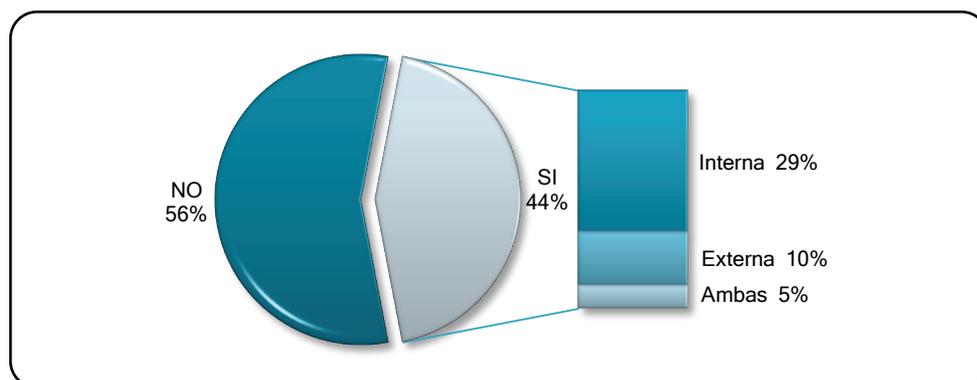


El 44% de las empresas capacitó a sus trabajadores con el fin de crear y/o potenciar habilidades en los mismos, un alto porcentaje de sus trabajadores cuentan sólo con conocimiento empírico.

La forma de capacitación en un 29% de las empresas fue interna es decir que se realizó a partir del conocimiento y/o experiencia del dueño o del personal más capacitado, quienes transmiten sus conocimientos al resto de los trabajadores, un 10% brindó capacitación externa a través de cursos y talleres impartidos por instituciones especializadas, finalmente un 5% ofreció capacitación tanto de forma interna como externa.

Gráfico Nro. 4

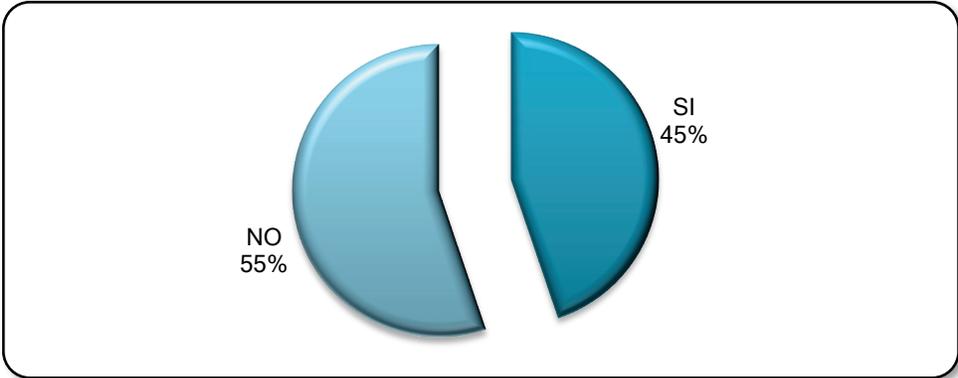
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CAPACITARON A LOS TRABAJADORES



PERSONAL BILINGÜE

Considerando que la actividad de los establecimientos de hospedaje implica permanente contacto con turistas extranjeros, el manejo de idiomas extranjeros otorga ventajas, por tal motivo se realizó una consulta al respecto obteniendo como resultado que el 45% de las empresas cuenta con personal bilingüe (inglés-español).

Gráfico Nro. 5
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTA CON PERSONAL BILINGÜE



VESTIMENTA DE TRABAJO

Con el fin de buscar una buena imagen para la empresa o de que el personal desarrolle de una mejor manera sus actividades, la mayoría de las empresas dota de vestimenta de trabajo a los encargados de limpieza y al personal de atención al cliente, siendo esta práctica más común en los hoteles, según se puede apreciar en el gráfico presentado a continuación.

Figura Nro. 8
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE DOTAN DE VESTIMENTA DE TRABAJO



Un aspecto notorio es que el total de los alojamientos no brindan vestimenta de trabajo a su personal.

NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR*

Figura Nro. 9

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



C/T = Camas por trabajador

* Personal del área de limpieza

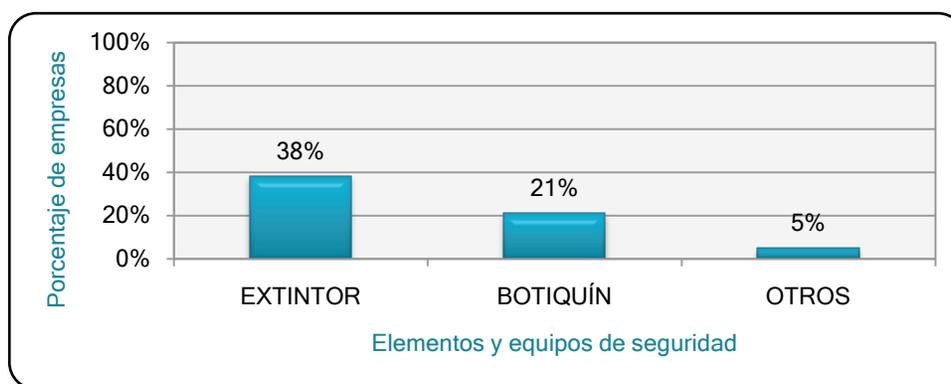
2.1.1.4 Seguridad

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y OTROS ELEMENTOS DE SEGURIDAD

Existe infraestructura, equipos y/o elementos de seguridad indispensables para brindar un servicio garantizado al cliente, los resultados obtenidos de la consulta a las empresas indican que del total de empresas (57 establecimientos) sólo el 38% cuentan con extintores, el 21% con botiquín y sólo un 5% con otros elementos (alarmas contra robos e incendios).

Gráfico Nro. 6

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

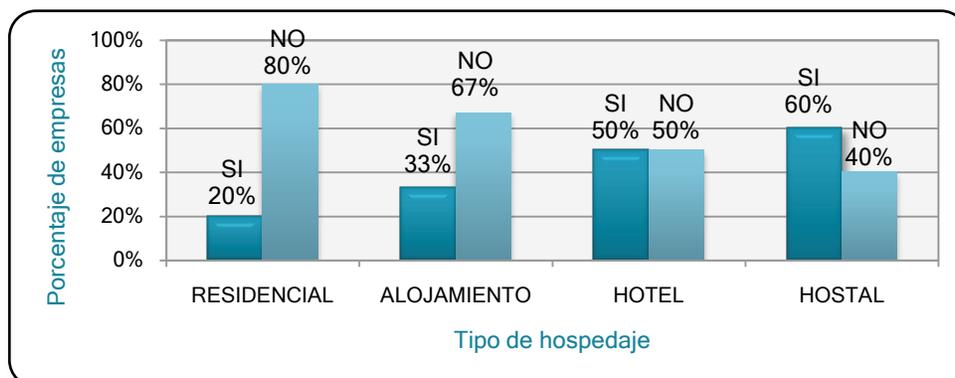


Otro aspecto necesario y parte fundamental de la infraestructura de las empresas son las salidas de emergencia, pero pese a su importancia un porcentaje no mayor al 60% de los hoteles y hostales cuentan con las mismas, mientras que para residenciales y alojamientos el porcentaje es menor al 35%. En el gráfico es notorio el bajo porcentaje de los residenciales con salida emergencia.

Por otra parte e igualmente relacionado con el tema de seguridad, cabe destacar que el 36% de las empresas cuenta con guardias de seguridad.

Gráfico Nro. 7

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON SALIDA DE EMERGENCIA



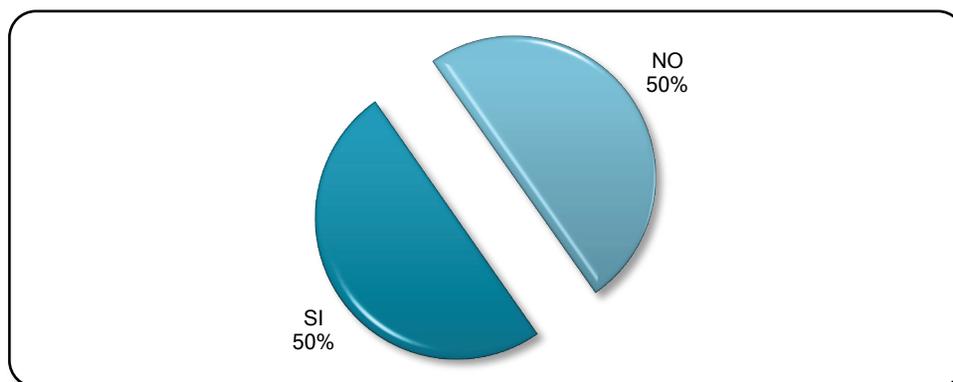
2.1.1.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer sus empresas y atraer una mayor cantidad de clientes el 50% de los establecimientos invierten en publicidad, erogando en promedio \$us 152 por mes.

Gráfico Nro. 8

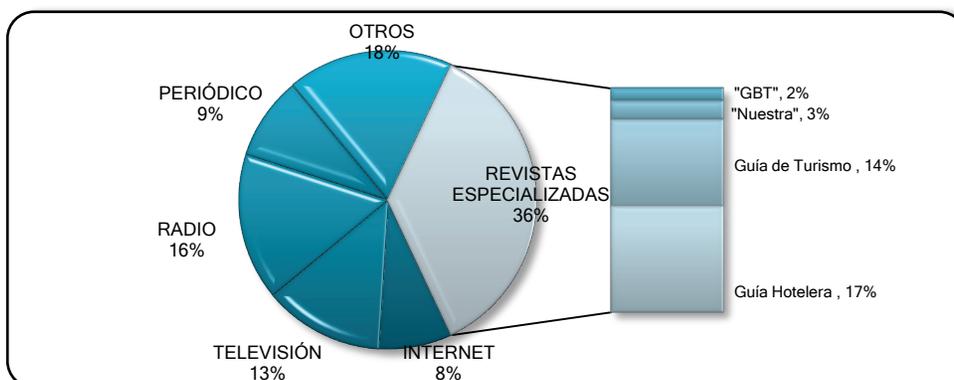
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE REALIZARON INVERSIÓN EN PUBLICIDAD



El medio de difusión más utilizado por las empresas para publicar sus anuncios son las revistas especializadas, en tanto que la publicidad por radioemisoras y televisión son usados por el 16% y 13% de las mismas, convirtiéndose en sus principales medios de difusión.

Gráfico Nro. 9

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



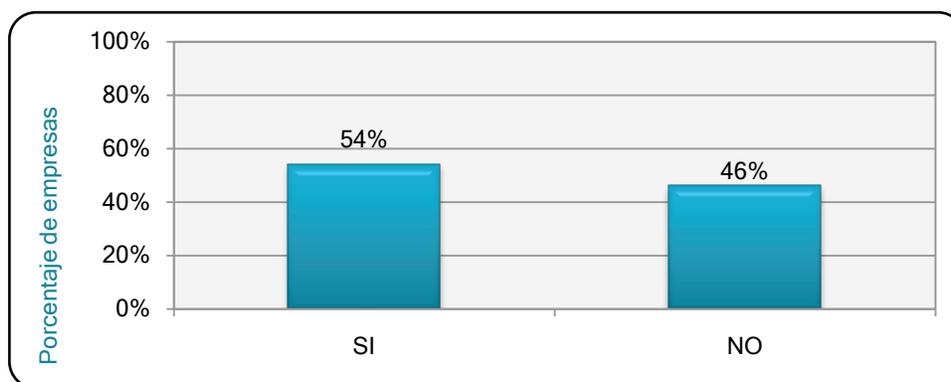
2.1.1.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES

El 54% de los establecimientos de hospedaje lleva el control de sus clientes registrando nombre, edad, procedencia y tiempo de estadía.

Gráfico Nro. 10

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES

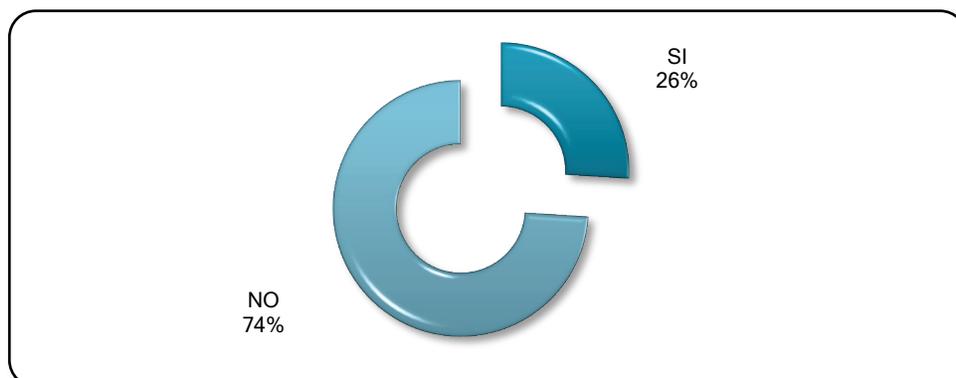


BUZÓN DE SUGERENCIAS

El 26% de los establecimientos de hospedaje coloca buzones de quejas y/o sugerencias en lugares visibles, para captar las opiniones de sus huéspedes.

Gráfico Nro. 11

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJES QUE CUENTAN CON BUZÓN DE SUGERENCIAS



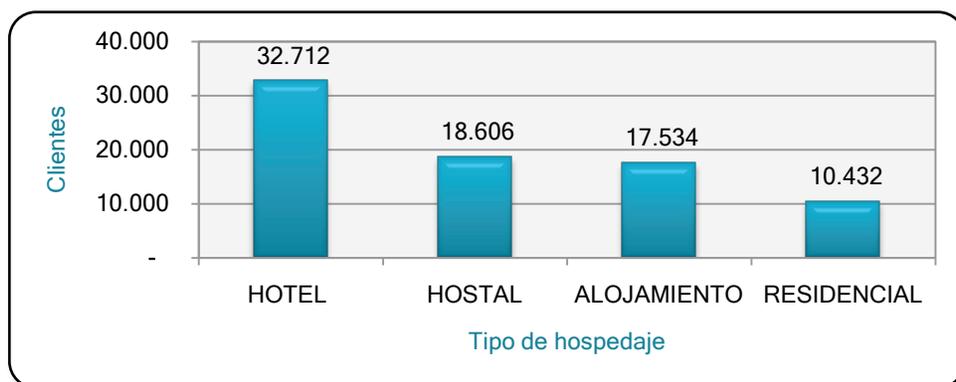
CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Se estima que el flujo de visitantes que atendieron los establecimientos de hospedaje durante la gestión 2008 fue de **79.284** de los cuales el 61% se hospedó en temporada alta⁷ y el 39% restante en temporada baja⁸.

El análisis por tipo de empresa nos indica que los hoteles recibieron alrededor de 32.712 clientes lo cual significa alrededor de un 41% del total, le siguen los hostales y alojamientos quienes recibieron 18.606 (24%) y 17.534 (22%) clientes respectivamente, en tanto que los residenciales recibieron 10.432 clientes (13%).

Gráfico Nro. 12

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



Las principales características de los clientes que visitan la ciudad de Tarija se muestran en el gráfico siguiente.

⁷ Corresponde a los meses de septiembre a enero.

⁸ Corresponde a los meses de marzo a agosto.

Figura Nro. 10
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



SERVICIOS QUE OFRECEN LAS EMPRESAS

A continuación se detallan los servicios complementarios que los diferentes establecimientos de hospedaje de la ciudad de Tarija ofrecen a sus clientes.

Gráfico Nro. 13
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ALOJAMIENTOS

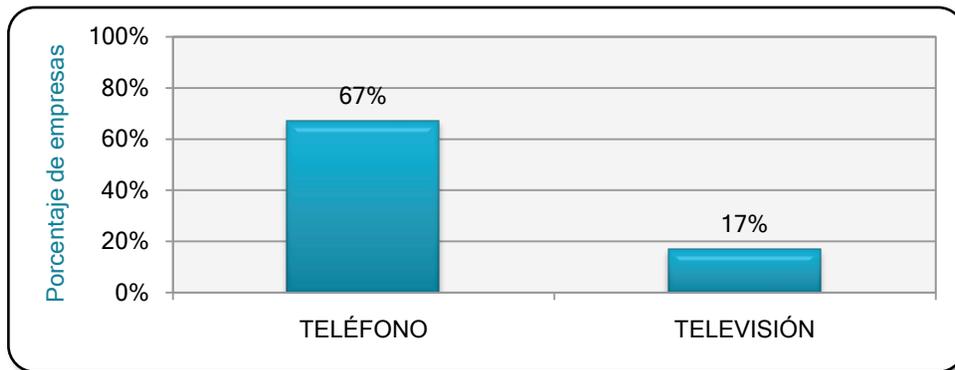


Gráfico Nro. 14

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS RESIDENCIALES

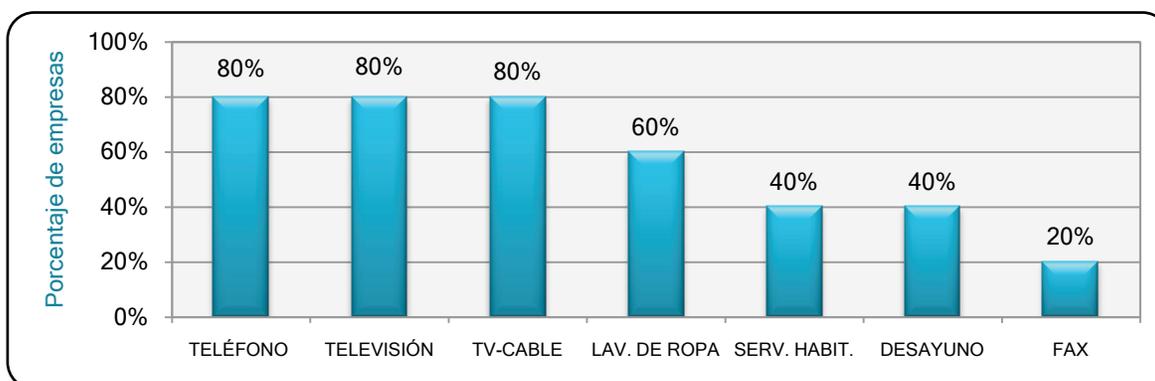


Gráfico Nro. 15

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS HOSTALES

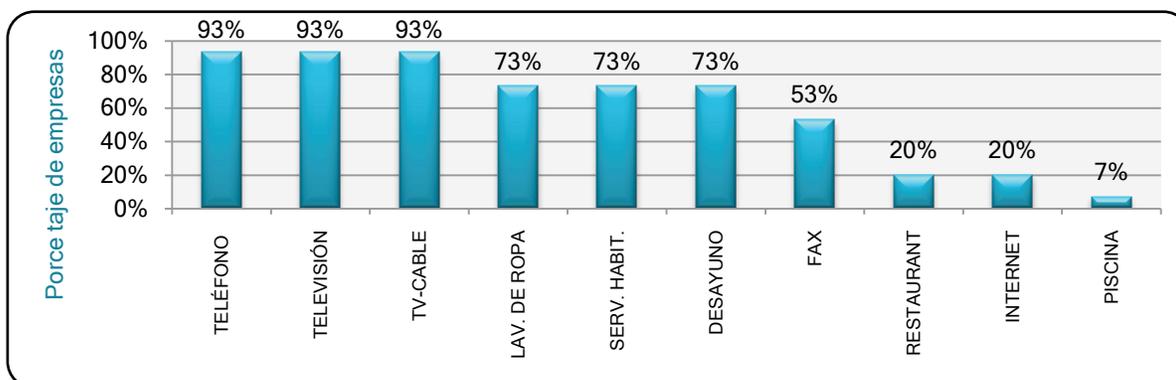
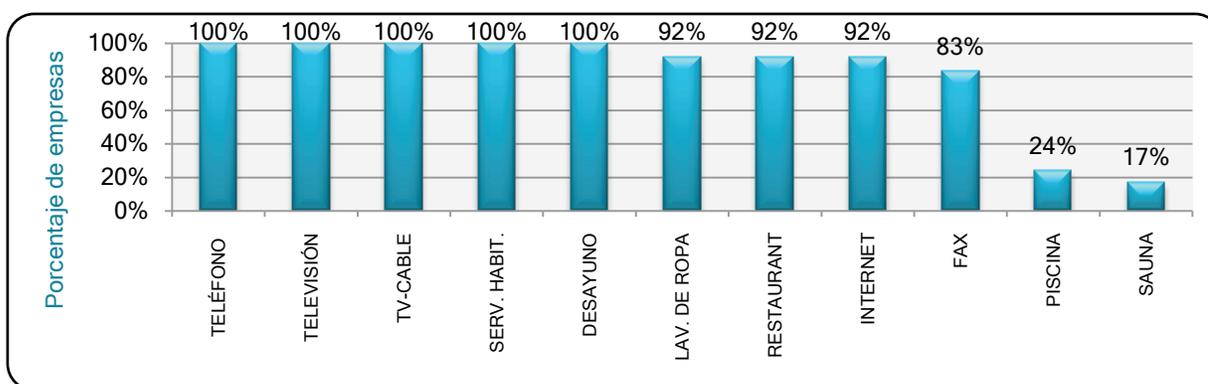


Gráfico Nro. 16

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS HOTELES*



*Incluye los datos del Apart Hotel

2.1.1.7 Tecnologías De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

De acuerdo a los resultados obtenidos el 40% de los residenciales, el 53% de los hostales y 75% de los hoteles cuentan con al menos una computadora, para usos básicos considerando que los principales programas utilizados por las empresas son el Microsoft Office y programas exclusivos de contabilidad (Mónica, PAO).

Gráfico Nro. 17

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS

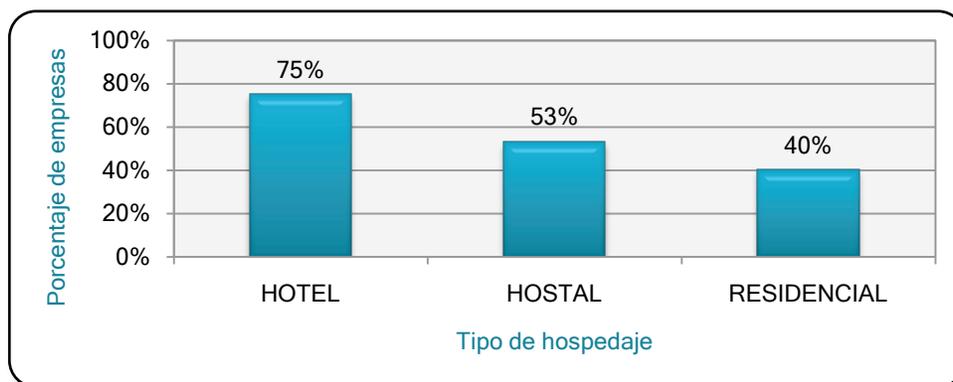
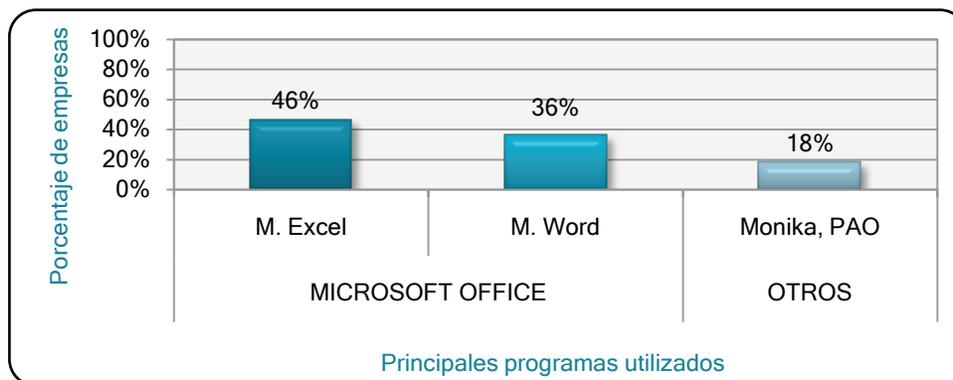


Gráfico Nro. 18

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: PRINCIPALES PROGRAMAS UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

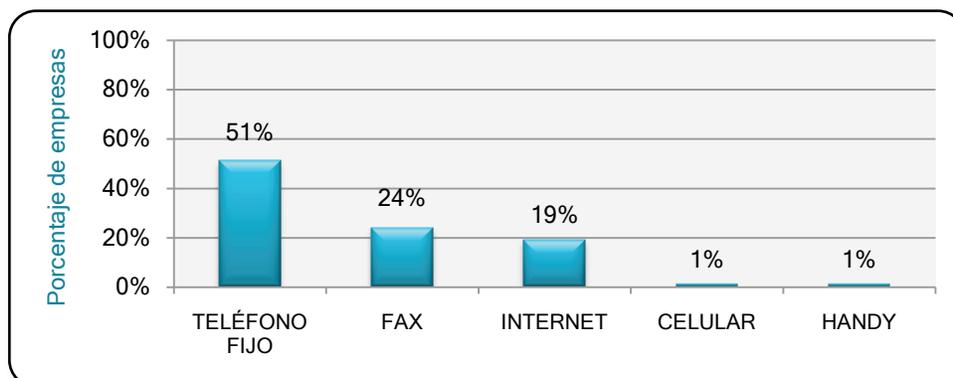


MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El teléfono fijo es el principal medio utilizado por las empresas para la comunicación con clientes y proveedores, aunque también se observa el uso de fax e internet entre los más frecuentes.

Gráfico Nro. 19

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



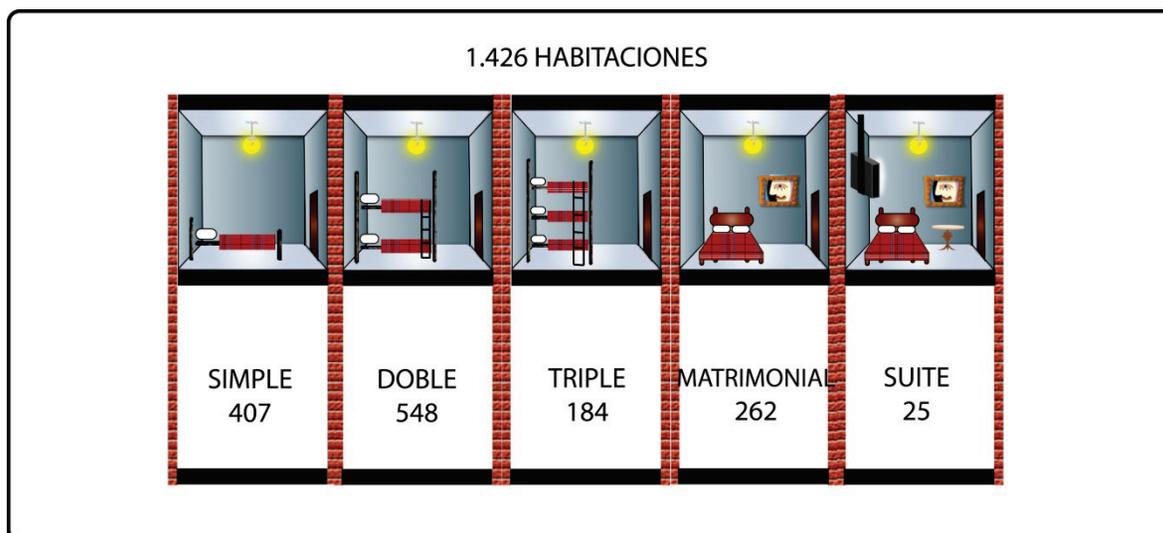
2.1.1.8 Infraestructura

TOTAL DE HABITACIONES

Existe un total de 1.426 habitaciones disponibles para visitantes en la ciudad de Tarija, de las cuales el 38% son habitaciones dobles, un 29% son simples, un 18% son matrimoniales, el 3% triples y sólo un 2% son suites.

Figura Nro. 11

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD



Seguidamente se muestra la oferta de habitaciones según tipo de establecimiento, lo cual nos permite determinar que son los hoteles los que tienen la mayor cantidad de habitaciones.

Tabla Nro. 6

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD POR TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE HABITACIÓN					TOTAL HABITACIONES
		Simple	Doble	Triple	Matrimonial	Suite	
Hotel*	22	195	279	69	138	15	696
Hostal	17	107	147	44	63	10	371
Residencial	7	53	80	38	32	-	203
Alojamiento	11	52	42	33	30	-	156
Total	57	407	548	184	262	25	1.426

* Incluye las habitaciones del apart hotel.

NÚMERO DE CAMAS

La infraestructura de hospedajes en la ciudad de Tarija pone a disposición 2.343 camas, en la tabla presentada a continuación se muestra el total de camas disponibles según tipo de hospedaje.

Tabla Nro. 7

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE CAMAS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TOTAL DE CAMAS
Hotel	22	1.113
Hostal	17	606
Residencial	7	359
Alojamiento	11	265
Total	57	2.343

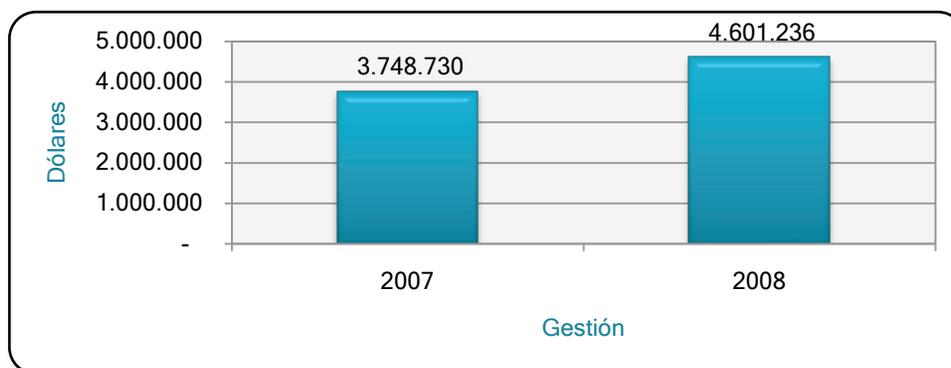
2.1.1.9 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sub sector hospedajes de la ciudad de Tarija registró un valor de \$us 4.601.236 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008, con una tasa de crecimiento del 22.74% respecto al 2007.

Gráfico Nro. 20

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
2007-2008 - (Expresado en dólares)⁹



Es importante hacer notar que más del 90% del total de ingresos es generado por los hoteles y hostales en conjunto.

Tabla Nro. 8

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: INGRESOS BRUTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE
(Expresado en dólares)

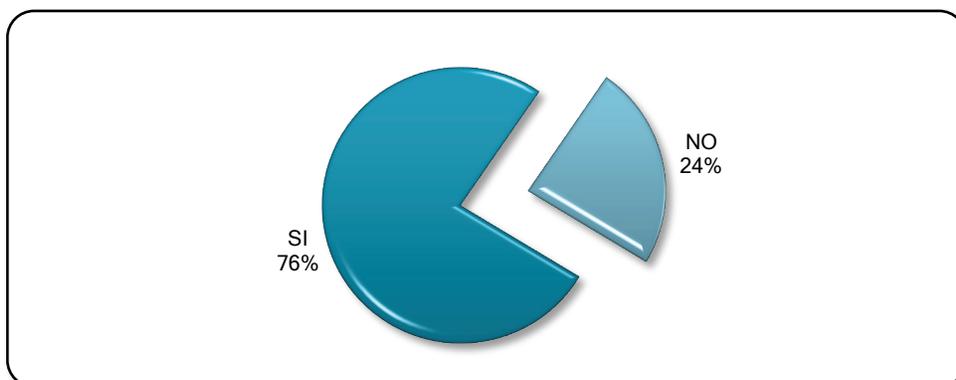
TIPO DE HOSPEDAJE	GESTIÓN 2007		GESTIÓN 2008	
	Total Ingresos	%	Total Ingresos	%
Hotel	3.036.386	81	3.833.751	83
Hostal	496.886	13	529.184	12
Residencial	120.669	3	128.512	3
Alojamiento	94.789	3	109.789	2
Total	3.748.730	100	4.601.236	100

INVERSIÓN

Más de las tres cuartas partes de las empresas invirtieron durante las últimas dos gestiones (2007-2008), la tasa de crecimiento es del 22.74%. El monto promedio de inversión es de \$us. 12.829, cuyo destino principal es la construcción de nueva infraestructura y/o arreglo de la ya existente.

Gráfico Nro. 21

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON - (2007 - 2008)



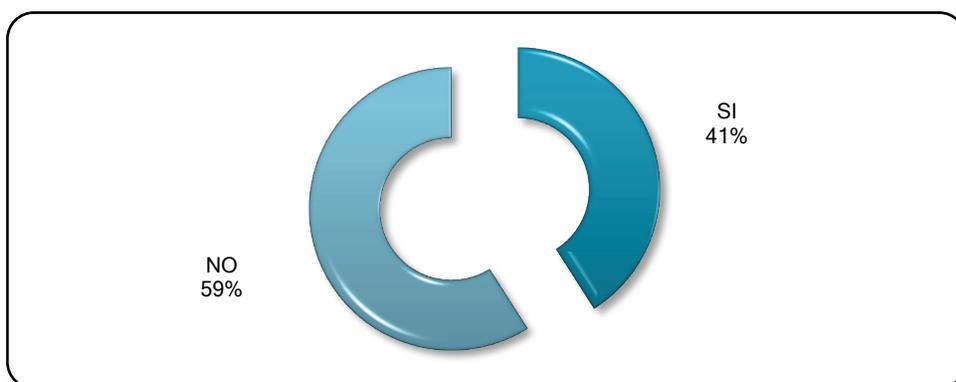
CRÉDITOS BANCARIOS

Considerando que los establecimientos de hospedaje requieren de fuertes montos de inversión para infraestructura y funcionamiento, es que se consideró analizar esta variable que permite establecer el uso de las fuentes de financiamiento.

Así se determinó que durante las últimas gestiones (2007-2008) el 41% de las empresas accedieron a créditos bancarios.

Gráfico Nro. 22

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS - (2007-2008)



2.1.2 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

2.1.2.1 Características Generales

Para este análisis es necesario tomar en cuenta que el sub sector gastronómico de la ciudad de Tarija está compuesto básicamente por restaurantes, confiterías y salteñerías, *enfocados a la atención del turista*.

Se estableció que existen 56 establecimientos gastronómicos, de los cuales siguiendo el criterio del número de trabajadores para definir el tamaño de empresa¹⁰; 21 son microempresas, 23 pequeñas empresas y 12 medianas empresas.

Tabla Nro. 9

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS REGISTRADOS EN LA GESTIÓN 2008 SEGÚN TAMAÑO

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Micro	21	38
Pequeña	23	41
Mediana	12	21
Total	56	100

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

Este análisis nos indica que el 41% de las empresas operan con una antigüedad mayor a los 11 años y que el 45% de las empresas se instalaron en los últimos cinco años y que alrededor del 14% se establecieron sólo durante la gestión 2008, este dato nos refleja la tasa de crecimiento del sub sector.

Tabla Nro. 10

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

ANTIGÜEDAD	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Menos de 1 año	8	14
De 2 a 5 años	17	31
De 6 a 10 años	8	14
Más de 11 años	23	41
Total	56	100

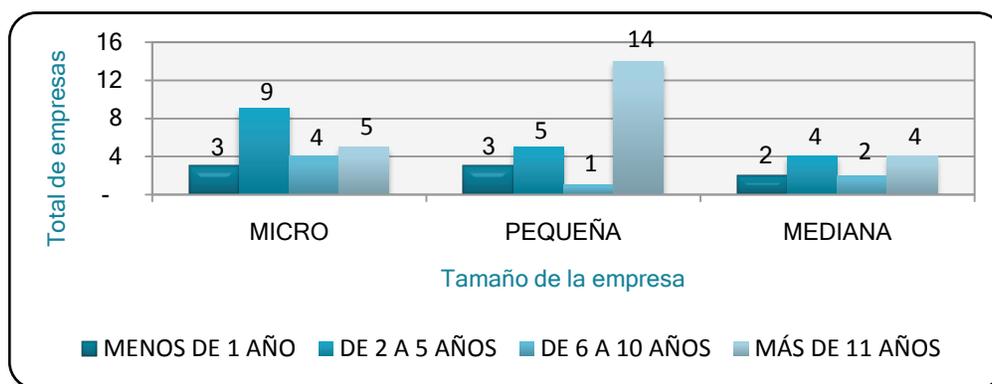
Al estudiar la antigüedad de los establecimientos gastronómicos según tamaño, se determinó que existen empresas con más de 11 años de antigüedad que no han expandido su negocio y que continúan siendo micro y pequeñas empresas como en sus inicios, mientras que otros emprendimientos con una antigüedad menor a los 5 años se han consolidado como medianas

¹⁰ Clasificación fijada por la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo, Unidad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Prefectura del Departamento de Tarija:
Microempresa de 1 a 5 trabajadores.
Pequeña empresa de 6 a 14 trabajadores.
Mediana empresa más de 14 trabajadores.

empresas, demostrando que se están realizando fuertes inversiones en el sector y sobre todo que hay un cambio de mentalidad.

Gráfico Nro. 23

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA



CONSTITUCIÓN JURÍDICA

El 92% de las empresas son emprendimientos familiares y/o individuales establecidos como empresas *unipersonales*, en tanto que un 4% son Sociedades Anónimas “S.A.” constituidas por más de un socio, finalmente el 4% no se encuentran legalmente registradas (indicando que se encuentran en proceso de trámite).

Tabla Nro. 11

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN CONSTITUCIÓN JURÍDICA

TIPO DE EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Unipersonal	52	92
S.A.	2	4
Sin Registro	2	4
Total	56	100

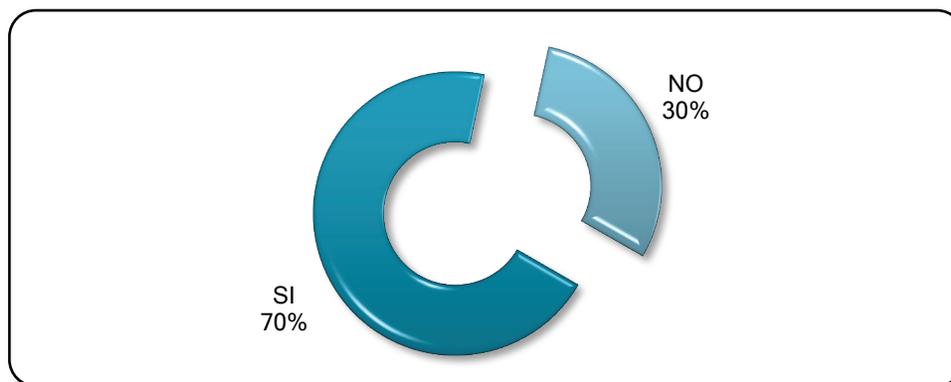
2.1.2.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

En cuanto al total de empresas que formularon su visión se pudo determinar que el 70% de los empresarios visualizan sus negocios en el mediano y/o largo plazo a diferencia del 30% de las empresas que no tienen definida su visión.

Gráfico Nro. 24

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN

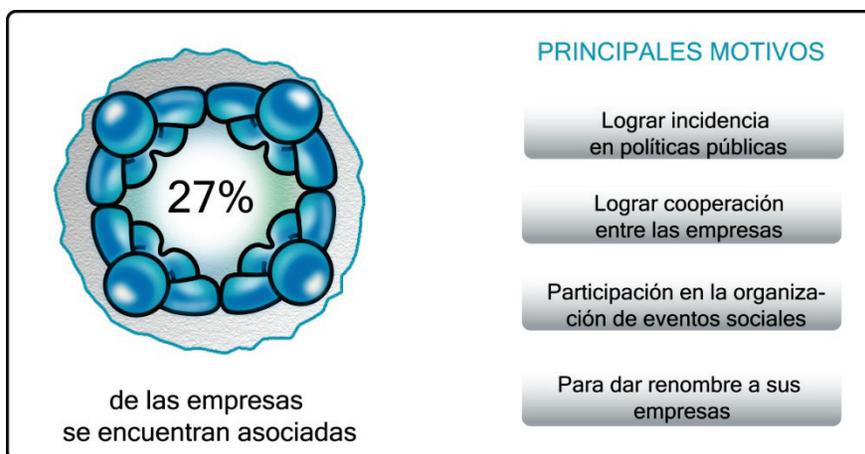


ASOCIATIVIDAD

Una de las debilidades del sub sector gastronómico en la ciudad de Tarija es la falta de asociatividad entre actores, al determinarse que sólo el 27% de las empresas se encuentran afiliadas, aspecto que se torna contraproducente a la hora de buscar representatividad; puesto que no existe un ente que agrupe a las mismas.

Figura Nro. 12

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS ASOCIADOS



2.1.2.3 Gestión De Recursos Humanos

El sub sector gastronómico generó 590 empleos directos en la gestión 2008, que a su vez implica 2.360 empleos indirectos¹¹ logrando un total de 2.950 empleos.

¹¹ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el Sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Figura Nro. 13

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008



CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES¹²

Dentro del sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 68% del total de los empleos directos; también se puede apreciar cierta estabilidad laboral dado que el 69% son trabajadores permanentes.

Figura Nro. 14

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

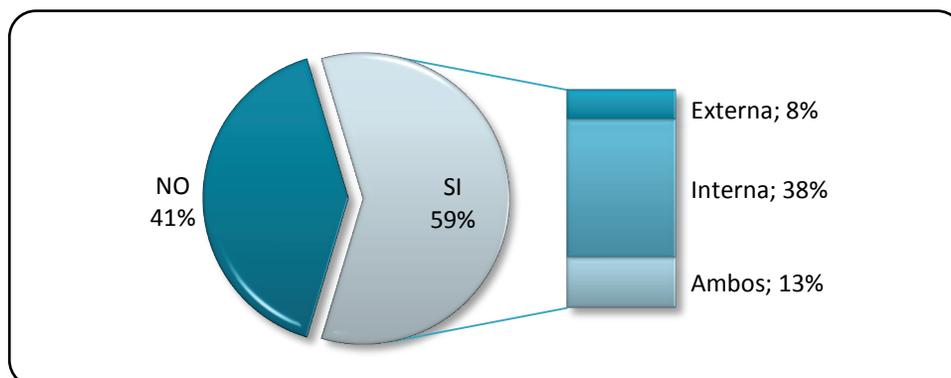


Considerando que el 84% de los trabajadores directos poseen sólo conocimiento empírico (496), es importante hacer notar que casi el 60% de los empresarios capacita a los mismos, así el 38% opta por formar a su personal brindándoles *capacitación interna*, es decir que es el propietario o el trabajador más capacitado quien instruye al resto de los trabajadores, un 8% les brinda *capacitación externa*, a través de cursos o talleres impartidos por instituciones especializadas y un 13% recurre a la capacitación interna y externa a la vez.

¹² Se utiliza el término trabajador en vez de empleado por que se incluye al propietario como parte del personal de la empresa.

Gráfico Nro. 25

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE BRINDARON CAPACITACIÓN A SUS TRABAJADORES

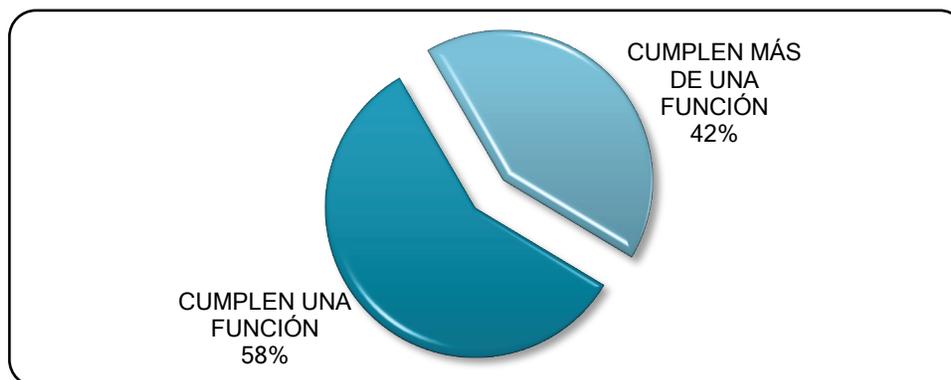


TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES

Entre las características de los trabajadores gastronómicos resalta el porcentaje de aquellos que cumplen más de una función dentro de las empresas, los que representan un 42% del total, es decir desempeñan labores como cocineros/as, personal de limpieza, de atención al cliente y/o administración indistintamente.

Gráfico Nro. 26

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

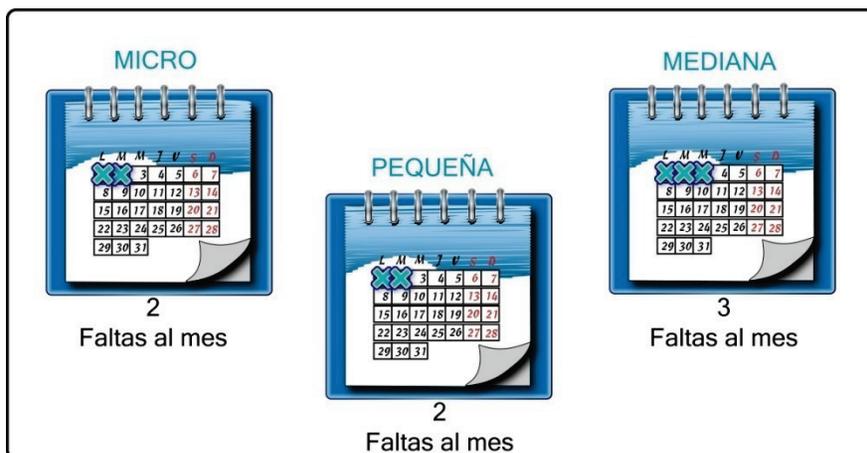


AUSENTISMO LABORAL

Las micro y pequeñas empresas presentan una tasa de ausentismo laboral de 2 días/mes, en el caso de las medianas empresas este indicador es mayor ascendiendo a 3 días/mes, esto podría explicarse porque las medianas empresas por lo general operan con trabajadores contratados a diferencia de la mayoría de las micro y pequeñas empresas donde el trabajador es generalmente un familiar.

Figura Nro. 15

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TASA DE AUSENTISMO LABORAL SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA



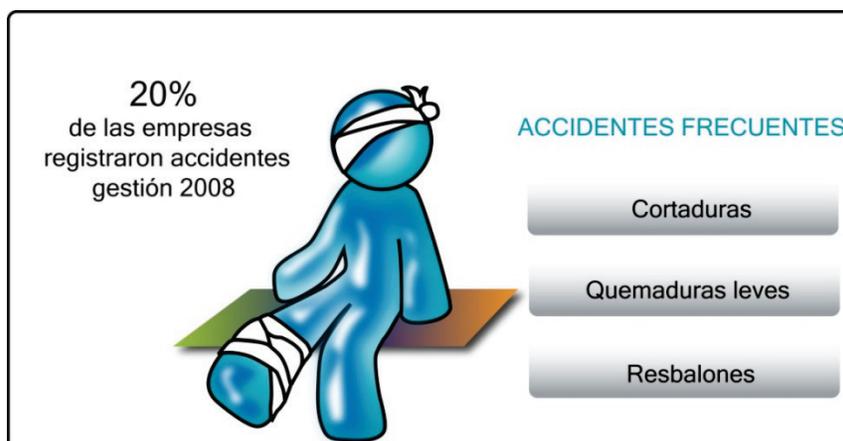
2.1.2.4 Seguridad

ÍNDICE DE ACCIDENTES

El 20% de las empresas registró algún tipo de accidente leve de su personal durante la gestión, los más frecuentes son: cortaduras, quemaduras leves y resbalones.

Figura Nro. 16

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REGISTRARON ACCIDENTES GESTIÓN 2008



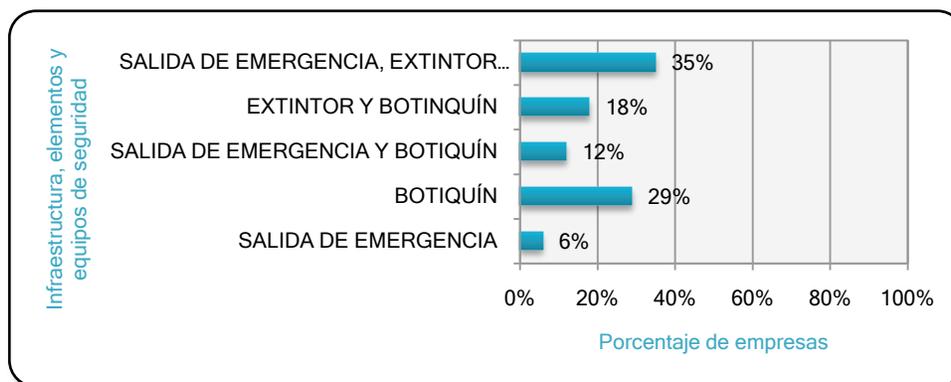
INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

El 92% de las 56 empresas que operan en la ciudad de Tarija cuentan con infraestructura, equipos y/o elementos de seguridad, entre los mismos se consideran la salida de emergencia, el extintor y/o botiquín.

Del total de empresas, sólo el 35% cuenta con salida(s) de emergencia, extintor y botiquín, el 30% tiene al menos dos de los instrumentos de prevención, el 29% sólo tiene botiquín y finalmente un 6% sólo cuenta con salida(s) de emergencia.

Gráfico Nro. 27

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD CON LOS QUE CUENTAN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



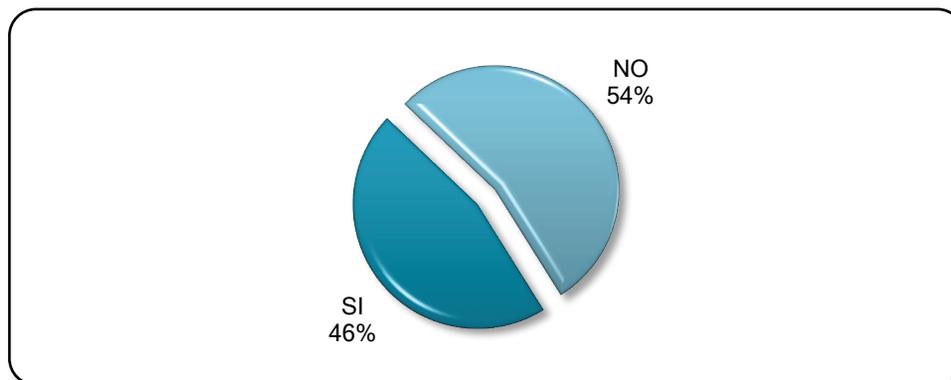
2.1.2.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer su empresa y atraer una mayor cantidad de clientes el 46% de las empresas se inclina por usar publicidad, erogando un promedio mensual de \$us 152.

Gráfico Nro. 28

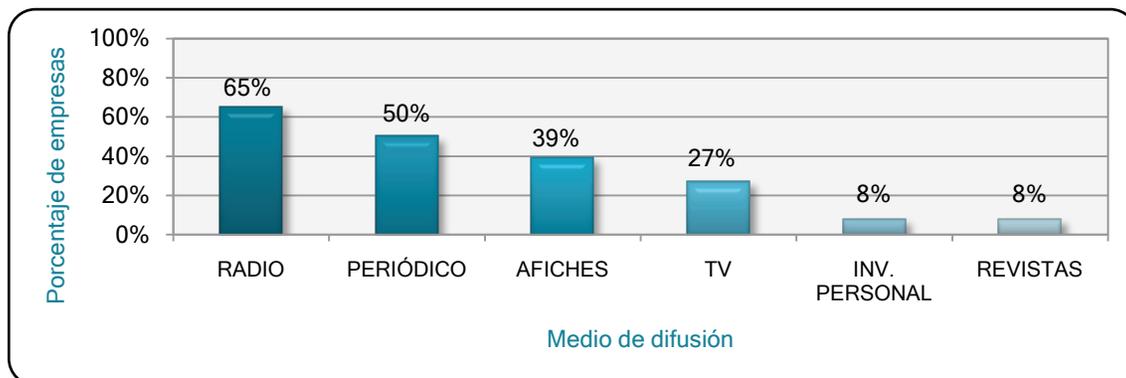
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD



El principal medio para publicitar sus servicios es el radial, el cual es utilizado por el 65% de las empresas en la gestión 2008.

Gráfico Nro. 29

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



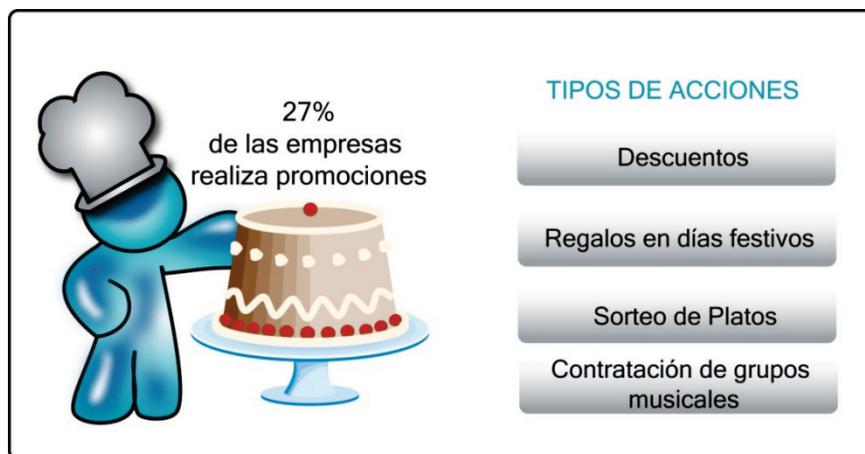
PROMOCIÓN

Las empresas con el fin de atraer una mayor cantidad de clientes, especialmente en temporadas bajas y a su vez premiar a sus clientes asiduos, realizan una serie de promociones, entre ellas descuentos por cierta cantidad de consumo o por determinados productos, pequeños regalos en días festivos tales como el día de la madre, día del padre, etc. Sorteo de platos especiales de la casa e incluso la contratación de grupos musicales para el deleite de sus clientes.

Estas promociones son empleadas por el 27% de las empresas.

Figura Nro. 17

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES



2.1.2.6 Gestión De Clientes Y Servicios

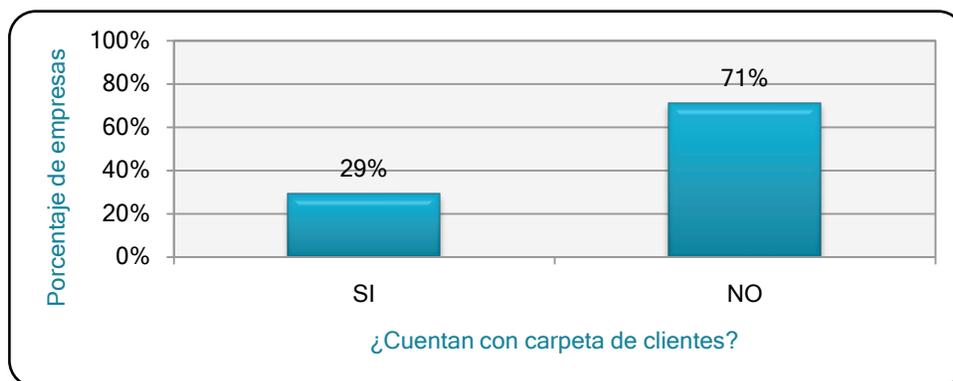
CARPETA DE CLIENTES

En la ciudad de Tarija son pocos los establecimientos gastronómicos que hacen seguimiento a sus clientes o buscan recibir sugerencias de los mismos para mejorar, se observa que sólo el

29% lleva el control de los mismos a través de un registro o carpeta y ninguno cuenta con un libro o buzón de quejas y/o sugerencias en un lugar visible.

Gráfico Nro. 30

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



Entre los principales motivos que dicen impulsa a las empresas contar con un registro de clientes, se encuentran:

- Registro de pensionados.
- Control de cuentas por cobrar.
- Identificar clientes asiduos para hacer promociones y descuentos.

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Los establecimientos gastronómicos de la ciudad de Tarija reciben alrededor de 8.211 clientes al día de los cuales sólo el 8% son de procedencia extranjera y un 92% son clientes tanto locales como nacionales.

Tabla Nro. 12

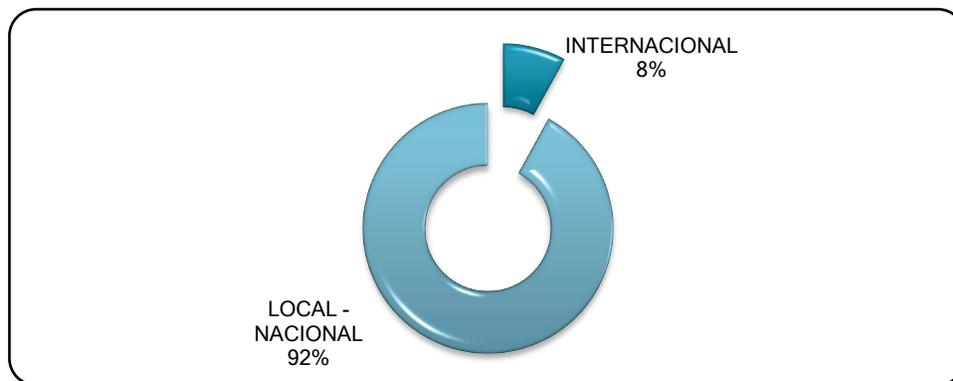
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: COMENSALES ATENDIDOS AL DÍA SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA, GESTIÓN 2008

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA EL NÚMERO DE COMENSALES			TOTAL CLIENTES AL DÍA
		Media	Mínimo	Máximo	
Micro	21	89*	15	400	1.888
Pequeña	23	154	20	500	3.542
Mediana	12	232*	50	462	2.781
Total	56	147*	15	500	8.211

*Valor redondeado

Gráfico Nro. 31

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CLASIFICACIÓN DE LOS COMENSALES SEGÚN PROCEDENCIA



PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Una buena atención es muy importante a la hora de calificar a cualquier empresa, por esto se espera que el personal encargado de atender a los clientes se encuentre siempre atento a sus necesidades, debido a su importancia se consideró analizar la presente variable.

Tabla Nro. 13

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR NÚMERO DE COMENSALES DÍA

TAMAÑO DE LA EMPRESA	PERSONAL POR NUMERO DE COMENSALES DÍA
Micro	1/25
Pequeña	1/25
Mediana	1/12

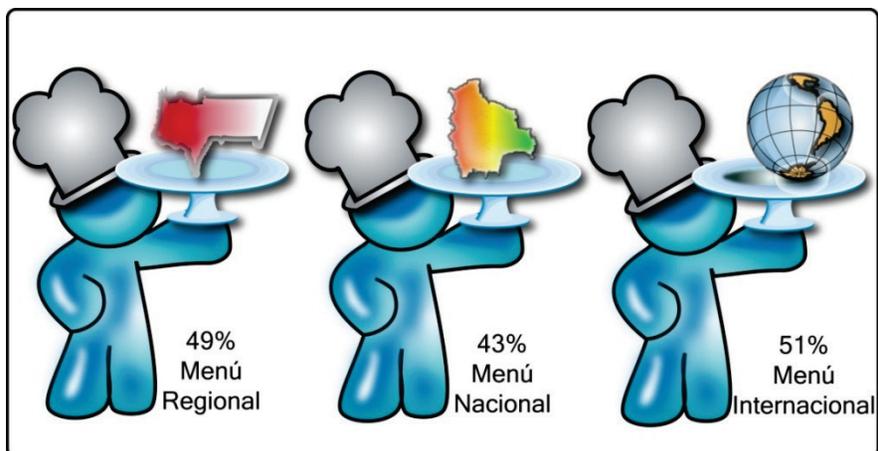
Se observa que en la mediana empresa un empleado atiende en promedio a doce clientes, en cambio tanto en la micro, como en la pequeña empresa un empleado atiende aproximadamente a 25 clientes, es decir más del doble.

CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

En los diferentes establecimientos gastronómicos de la ciudad de Tarija se ofrece a los clientes una variedad de menús; el 51% ofrece menú internacional y comida rápida, un 49% ofrece platos típicos de la región y finalmente un 43% ofrece también platos típicos de otros departamentos de Bolivia.

Figura Nro. 18

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



Realizando el análisis por tamaño de empresa se observa que la especialidad de las microempresas es ofrecer a su clientela comida típica de la región a diferencia de las empresas pequeñas y medianas que optan por ofrecer principalmente comida internacional y/o comida rápida.

Tabla Nro. 14

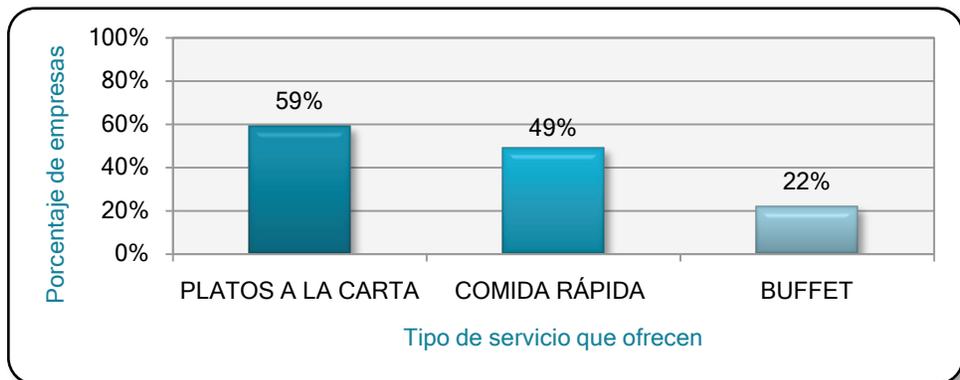
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TIPO DE MENÚ (Expresado en porcentaje)		
	Regional	Nacional	Internacional
Micro	57	43	21
Pequeña	47	47	67
Mediana	38	38	75

Las empresas gastronómicas en la ciudad de Tarija ofertan principalmente su servicio con platos a la carta.

Gráfico Nro. 32

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: PRINCIPALES SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



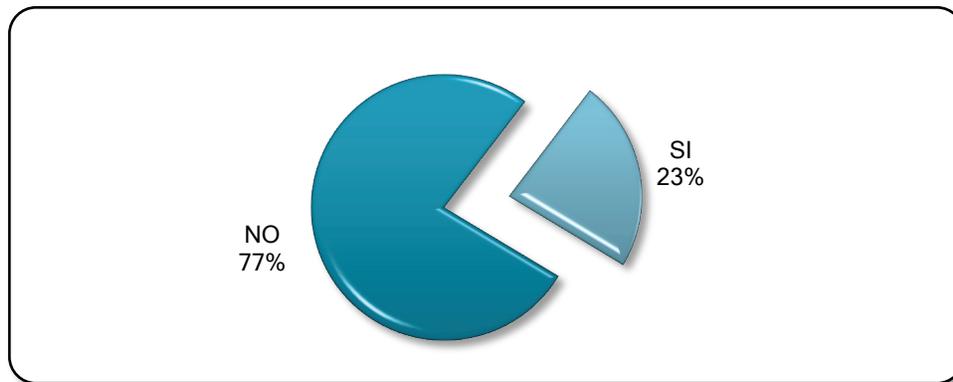
2.1.2.7 Tecnologías de Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

Desafortunadamente el uso de la tecnología no ha sido asumida como algo fundamental a la hora de manejar los negocios en el departamento de Tarija, así en el caso del sub sector gastronómico, sólo el 23% de las empresas hace uso de al menos una computadora ya sea con fines de registrar a sus clientes, llevar la contabilidad de la empresa, expedir facturas, o en algunos casos comunicarse vía internet, etc.

Gráfico Nro. 33

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS

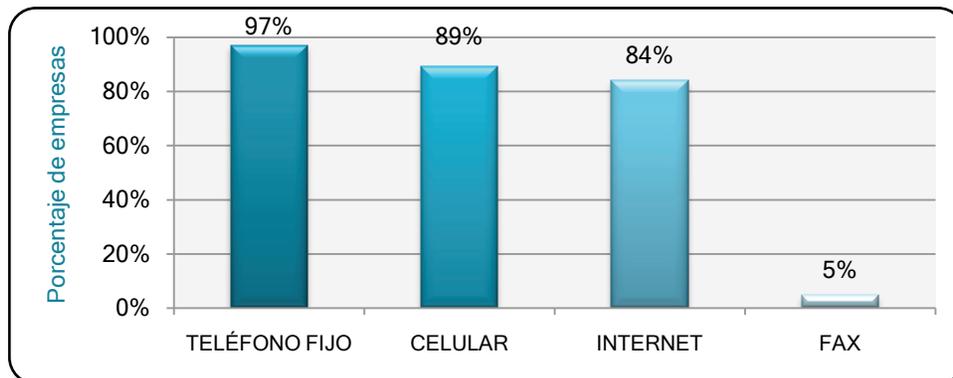


MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Entre los principales medios de comunicación utilizados por las empresas está el teléfono fijo en un 97% de los casos, a ello le sigue el celular usado por el 89% de las empresas, finalmente el tercer medio más importante es el internet con un 84%, aprovechando las tarifas bajas que ofrecen los café internet.

Gráfico Nro. 34

CERCADO: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

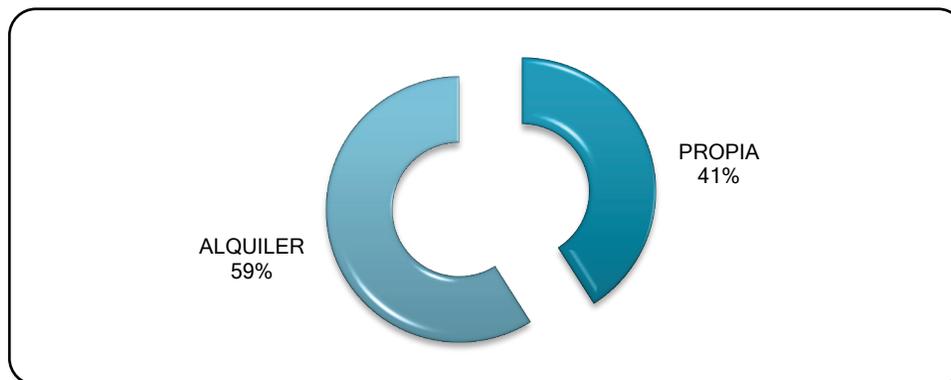


2.1.2.8 Infraestructura

De acuerdo a los datos obtenidos el 59% de las empresas opera en ambientes alquilados mientras que el 41% restante, cuenta con un espacio de trabajo propio.

Gráfico Nro. 35

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TENENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA EN LA QUE OPERAN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



CAPACIDAD PARA ALBERGAR COMENSALES

Los 56 establecimientos gastronómicos dedicados a la atención del turista en la ciudad de Tarija tienen una capacidad para albergar alrededor de 5.125 clientes al día

Tabla Nro. 15

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CAPACIDAD PARA ALBERGAR COMENSALES/DÍA

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD EN NÚMERO DE CLIENTES/DÍA			TOTAL CLIENTES/DÍA
		Media	Mínimo	Máximo	
Micro	21	38*	20	100	795
Pequeña	23	133*	25	1.000	3.055
Mediana	12	106*	55	400	1.275
Total	56	92*	20	1.000	5.125

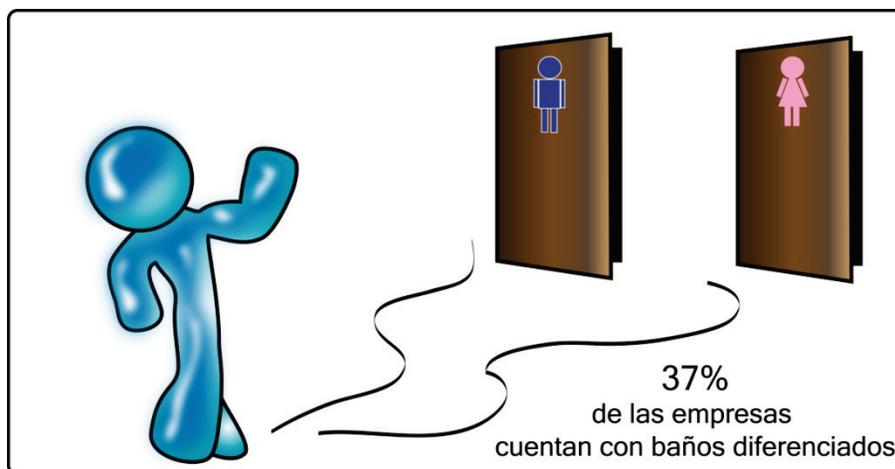
* Valor redondeado

BAÑOS DIFERENCIADOS

De acuerdo a los datos obtenidos sólo el 37% de las empresas cuenta con baños diferenciados, es decir que alrededor de 35 establecimientos gastronómicos (el 63%) no los tienen.

Figura Nro. 19

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS



Analizando esta información se determinó que la mayoría de las empresas que reciben la mayor cantidad de clientes al día (más de 100), no cuentan con baños diferenciados.

Tabla Nro. 16

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TENENCIA DE BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN RECEPCIÓN DE CLIENTES DIARIOS

TOTAL DE CLIENTES AL DÍA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	EMPRESAS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS	
		Si	No
Menos de 50	21	8	13
Entre 51 y 100	12	6	6
Entre 101 y 200	12	5	7
Entre 201 y 300	3	0	3
Más de 300	8	2	6
Total	56	21	35

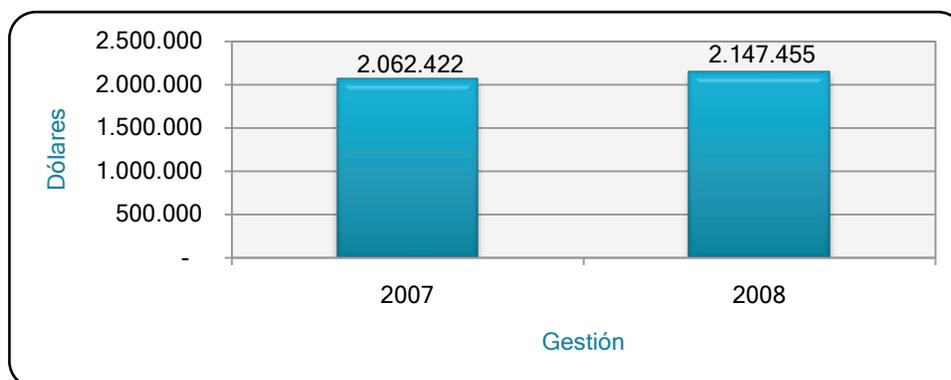
2.1.2.9 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sub sector gastronómico generó un valor bruto de \$us 2.147.455 por concepto de ingresos para la gestión 2008, con una tasa de crecimiento de aproximadamente el 4% respecto a los ingresos percibidos en la gestión 2007.

Gráfico Nro. 36

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS
(2007-2008) (Expresado en dólares americanos¹³)



Respecto a la productividad según tamaño de empresa se observa que el ingreso promedio de las medianas empresas es equivalente a veinte veces el ingreso de las microempresas y seis veces el ingreso de las pequeñas empresas.

Tabla Nro. 17

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: INGRESO PROMEDIO ANUAL BRUTO SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA - 2008
(Expresado en dólares americanos)

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	INGRESO PROMEDIO (En dólares)
Micro	21	6.038
Pequeña	23	20.102
Mediana	12	129.860
Promedio	56	38.347

EGRESOS

El detalle de los principales gastos expresado por los establecimientos gastronómicos se resume en el siguiente cuadro.

Tabla Nro. 18

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: PRINCIPALES GASTOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS
SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA (EN PORCENTAJES)

TAMAÑO DE LA EMPRESA	GASTOS (Expresado en porcentaje)							TOTAL
	Personal	Alquiler	Publicidad	Energía eléctrica	Gas	Teléfono	Otros Gastos*	
Micro	34	21	16	9	4	6	10	100
Pequeña	48	20	7	12	6	3	4	100
Mediana	42	11	3	4	3	1	36	100

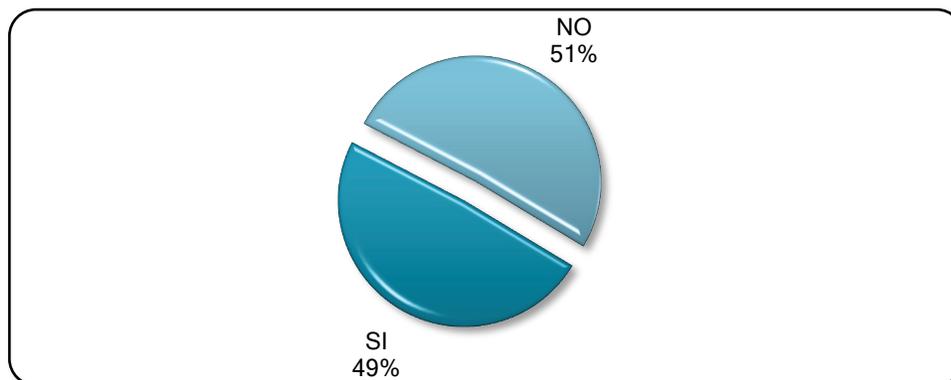
* Otros gastos = utensilios, productos de limpieza.

INVERSIÓN

El 49% de las empresas realizaron alguna inversión durante las últimas dos gestiones (2007-2008).

Gráfico Nro. 37

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON - (2007-2008)



CRÉDITOS BANCARIOS

En promedio el 71% de las empresas lograron obtener créditos bancarios; en un mayor número alcanzando un 79% lo hicieron las microempresas.

Tabla Nro. 19

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS (2007-2008)

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	EMPRESAS QUE CONTRAJERON CRÉDITOS (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
Micro	21	79	21
Pequeña	23	67	33
Mediana	12	60	40
Total	56	71	29

2.1.3 AGENCIAS DE VIAJE

2.1.3.1 Características Generales

Se ha determinado que en la gestión 2008 operan en la ciudad de Tarija **18 agencias de viaje**, de las cuales el 50% fueron establecidas durante los últimos 5 años.

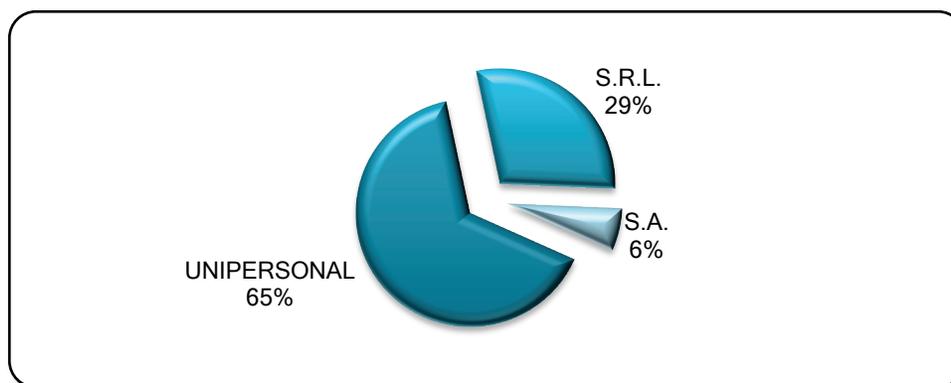
Tabla Nro. 20
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LA AGENCIAS DE VIAJE

ANTIGÜEDAD	TOTAL EMPRESAS	PORCENTAJE
Menos de 5 años	9	50
De 6 a 10 años	3	17
Más de 11 años	6	33
Total	18	100

CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Se observa que el 65% de las empresas son emprendimientos familiares, establecidas como empresas *unipersonales*, en tanto que un 29% son empresas constituidas por más de un socio, que se encuentran registradas como Sociedades de Responsabilidad Limitada “S.R.L.” y un 6% como Sociedades Anónimas “S.A.”

Gráfico Nro. 38
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AGENCIAS DE VIAJE SEGÚN CONSTITUCIÓN JURÍDICA



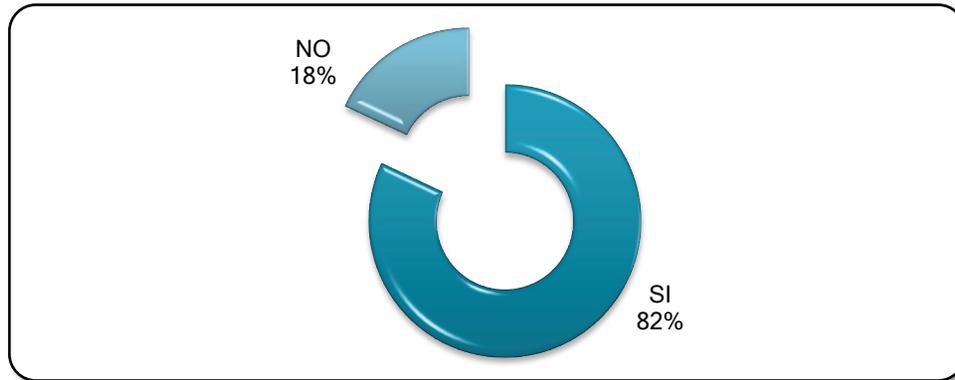
2.1.3.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

El 82% de las empresas cuentan con su visión definida, aunque es necesario aclarar, que en la mayoría de los casos no ha sido compartida a los trabajadores.

Gráfico Nro. 39

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AGENCIAS DE VIAJE QUE FORMULARON SU VISIÓN

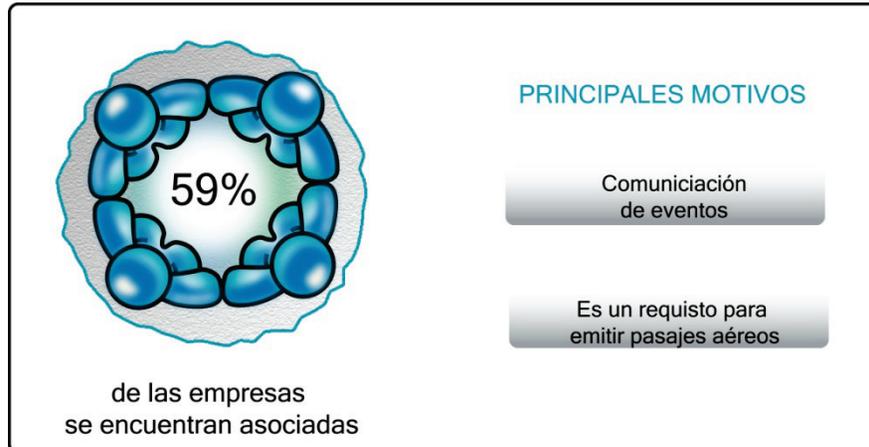


ASOCIATIVIDAD

Con el fin de obtener una serie de beneficios, entre ellos obtener permiso para la emisión de pasajes aéreos, participación de actualizaciones, acceder a información actualizada y contar con facilidades para la participación en eventos relacionados con el sector, el 18% de las empresas se encuentran afiliadas a ABAVYT, un 6% a IATA y un 35% a ambas asociaciones, lo cual nos muestra que el 59% de las empresas se encuentran afiliadas a alguna asociación y/o institución.

Figura Nro. 20

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AGENCIAS DE VIAJE ASOCIADAS



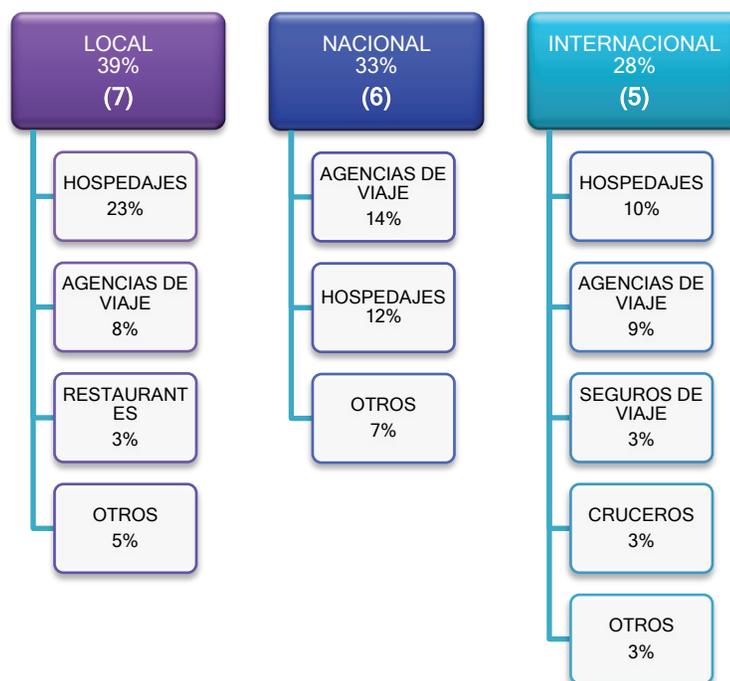
ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Las alianzas estratégicas han permitido a las agencias de viaje, ampliar sus actividades, complementar sus productos y mejorar sus servicios; para incrementar sus ingresos.

Así se determinó que el 38% de las empresas han logrado establecer alianzas a nivel local, el 35% a nivel nacional y sólo el 28% a nivel internacional, destacándose el mayor contacto con los establecimientos de hospedaje locales.

Figura Nro. 21

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AGENCIAS DE VIAJE QUE CUENTAN CON ALIANZAS ESTRATÉGICAS



2.1.3.3 Gestión De Recursos Humanos

El sub sector agencias de viaje generó 68 empleos directos en la gestión 2008, que a su vez implica 272 empleos indirectos¹⁴ y un total de 340 empleos.

Figura Nro. 22

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LAS AGENCIAS DE VIAJE - 2008



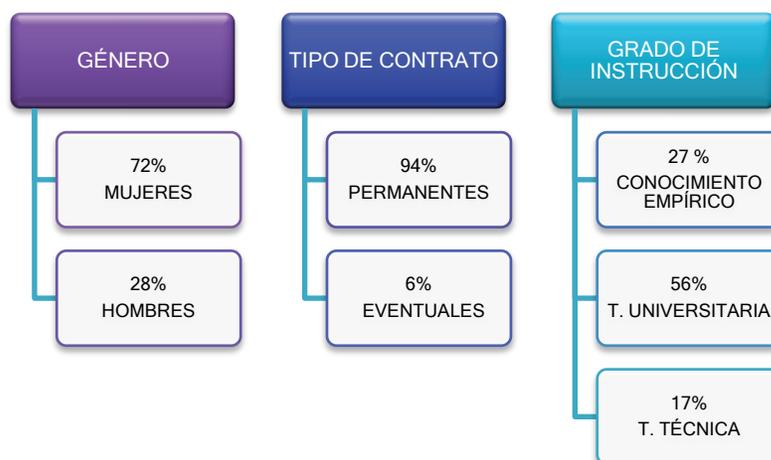
CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

Dentro del sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 72% del total de los empleos directos; también se puede apreciar estabilidad laboral dado que el 94% de los trabajadores son permanentes. En cuanto al grado de instrucción sólo el 27% de los trabajadores cuenta con conocimiento empírico, mientras que los que cuentan con capacitación técnica y universitaria representan el 73%.

¹⁴ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Figura Nro. 23

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LAS AGENCIAS DE VIAJE

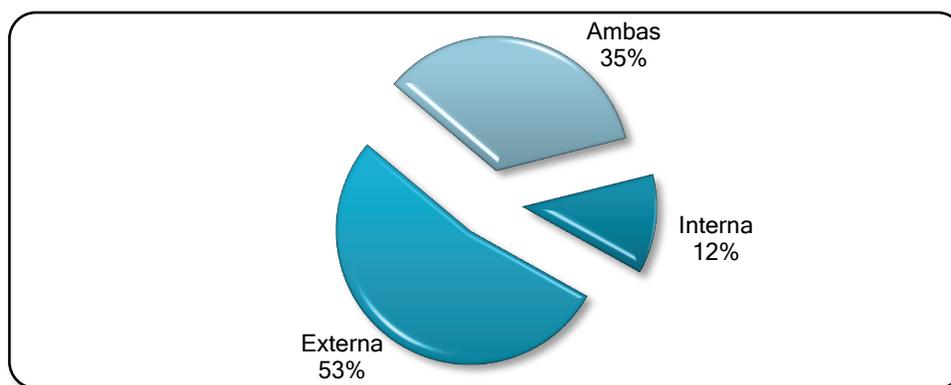


CAPACITACIÓN

Los empresarios pese a contar con un alto porcentaje de personal instruido, según reflejan los resultados, realizan el adiestramiento de los mismos de forma permanente; así el 12% opta por la **capacitación interna**, es decir que instruyen al personal en la misma empresa apelando al personal más experimentado, el 53% brinda **capacitación externa** a través de cursos o talleres impartidos por instituciones especializadas, finalmente un 35% brinda ambos tipos de capacitación.

Gráfico Nro. 40

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TIPO DE CAPACITACIÓN IMPARTIDA EN LAS AGENCIAS DE VIAJE



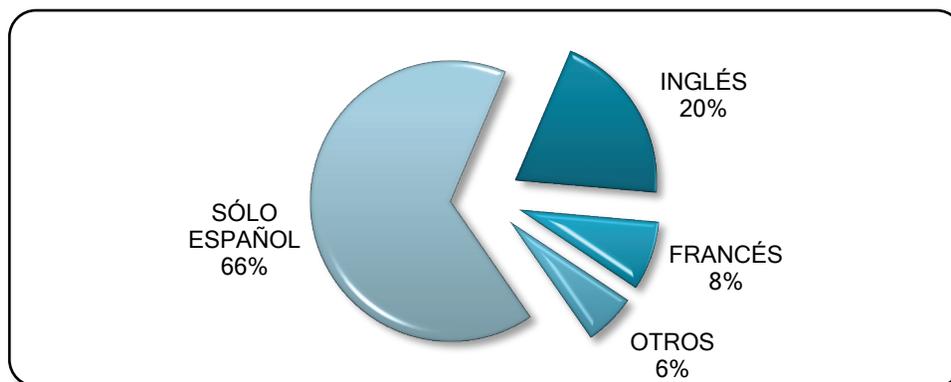
PERSONAL QUE HABLA OTROS IDIOMAS

Considerando que la actividad que desarrollan las agencias de viaje implica la comunicación con otros actores turísticos, muchos de ellos del resto del mundo, es que se hace imprescindible el manejo de otros idiomas por el personal.

En razón de esto se pudo constatar que sólo el 34% de los trabajadores habla otro idioma; un 20% maneja el inglés, un 8% el francés y un 6% maneja otros idiomas (portugués y alemán).

Gráfico Nro. 41

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: PERSONAL DE LAS AGENCIAS DE VIAJE QUE HABLA OTROS IDIOMAS



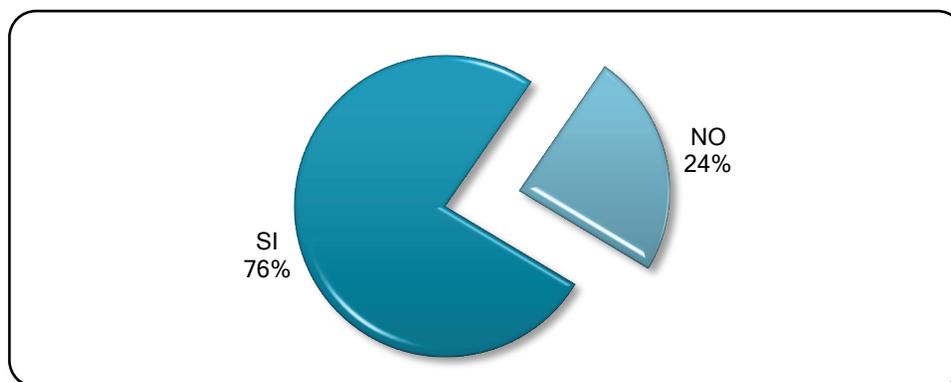
2.1.3.4 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

El 76% de las empresas publicita sus servicios, con el fin de llegar a un mayor número de clientes, con una inversión promedio mensual en publicidad de \$us 148.

Gráfico Nro. 42

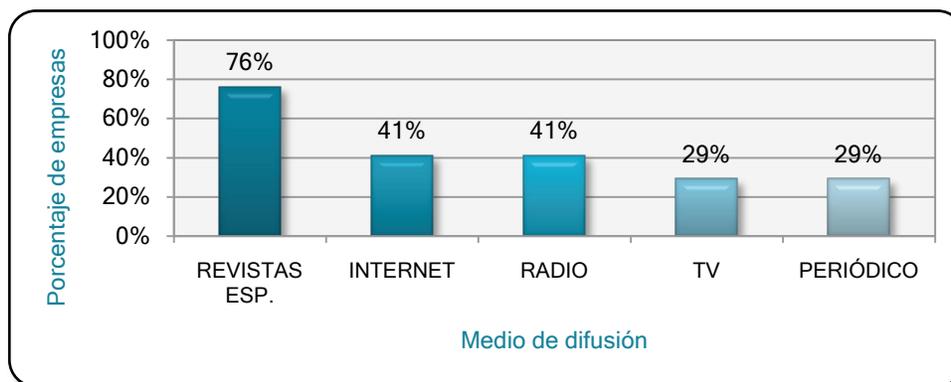
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AGENCIAS DE VIAJE QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD



Entre los principales medios de difusión utilizados para dar a conocer sus servicios están las revistas especializadas (76%), otro medio importante para este sub sector, es el internet usado por el 41% de las empresas, porcentaje similar al total de empresas que usan radioemisoras, finalmente tanto el periódico como la televisión son utilizados por el 29% de las empresas en ambos casos.

Gráfico Nro. 43

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LAS AGENCIAS DE VIAJE



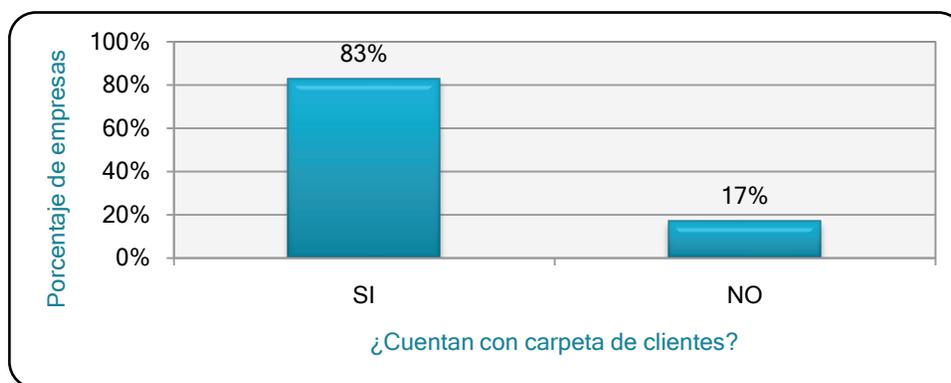
2.1.3.5 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES

Son 15 empresas (83%) las que cuentan con una carpeta de clientes, aunque dicho registro sólo tiene información básica como nombre del cliente, dirección y teléfono.

Gráfico Nro. 44

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AGENCIAS DE VIAJE QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



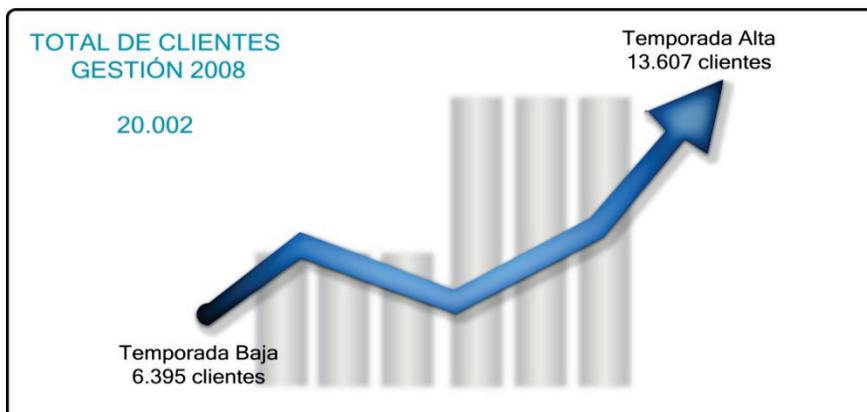
CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

En la gestión 2008 se estima que las agencias de viaje atendieron un total de **20.002** clientes.

La actividad de estas empresas muestra un nivel alto de estacionalidad, aproximadamente el 32% del total de clientes son atendidos en temporada baja, mientras que el 68% restante es atendido en temporada alta según se muestra en la siguiente figura.

Figura Nro. 24

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE CLIENTES EN LAS AGENCIAS DE VIAJE SEGÚN TEMPORADA - 2008



2.1.3.6 Tecnología De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

El 100% de las agencias de viaje tienen computadoras, con un promedio de tres máquinas/ empresa.

Tabla Nro. 21

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: AGENCIAS DE VIAJE QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS

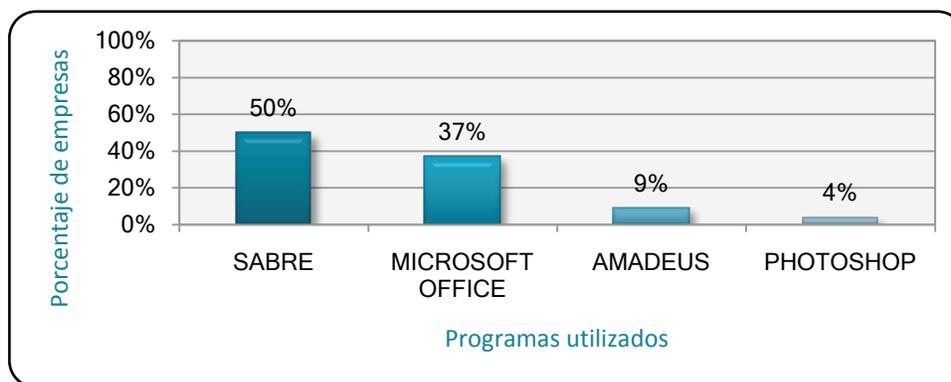
ESTADÍSTICOS	NÚMERO DE COMPUTADORAS
Media	3
Mínimo	1
Máximo	10

Estos equipos son usados especialmente para la reserva y emisión de pasajes en línea, a través del uso de los sistemas SABRE y AMADEUS.

Asimismo son utilizados para las aplicaciones de Microsoft Office, especialmente Word, Excel y Access y el uso de programas de diseño como el photoshop.

Gráfico Nro. 45

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: PRINCIPALES PROGRAMAS UTILIZADOS POR LAS AGENCIAS DE VIAJE

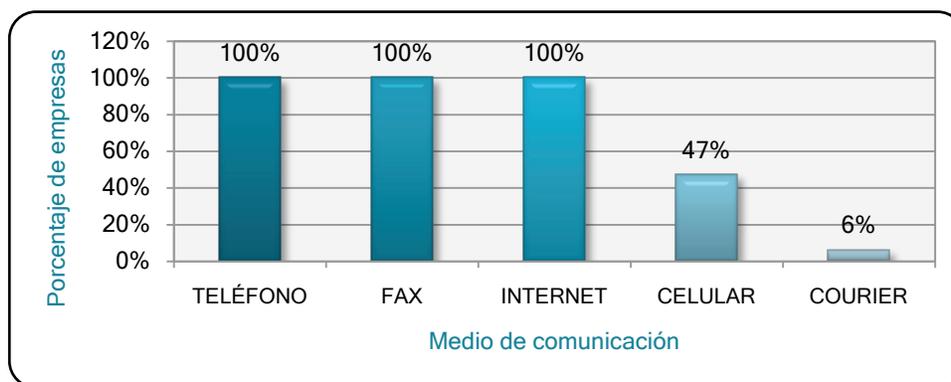


MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Todas las empresas poseen los medios de comunicación imprescindibles para el funcionamiento de este tipo de firmas, tal es el caso del teléfono fijo, fax e internet. El gráfico presentado a continuación detalla los mismos.

Gráfico Nro. 46

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LAS AGENCIAS DE VIAJE



2.1.3.7 Gestión Financiera

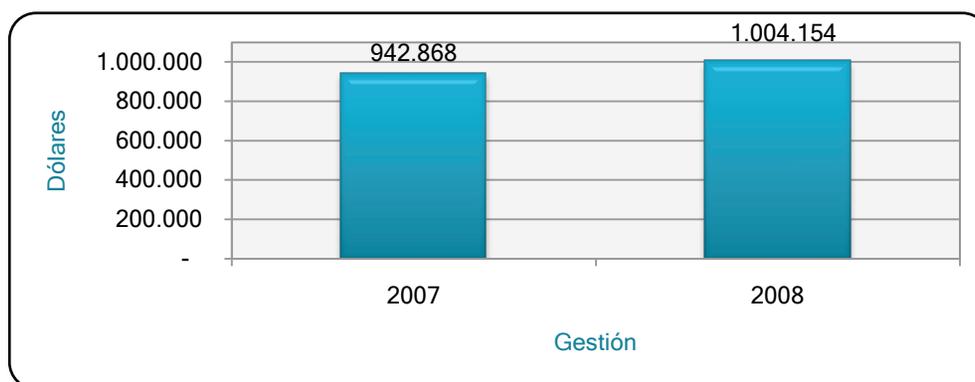
INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

Se estima que el sub sector generó alrededor de 1 millón de dólares de ingresos brutos en la gestión 2008. La Tasa de crecimiento de los ingresos del subsector es de aproximadamente el 6.5%.

Gráfico Nro. 47

CERCADO: INGRESOS BRUTOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJE - (2007-2008)

(Expresado en dólares americanos¹⁵)



Del total de ingresos generados, el 82% son obtenidos por concepto de venta de pasajes, en tanto que el 18% restante corresponde a la venta de paquetes turísticos, considerando que existen empresas que se desempeñan como agencias de viaje y operadores de turismo a la vez.

¹⁵ T/C 1 \$US. = Bs. 7,07

2.1.4 OPERADORES DE TURISMO

2.1.4.1 Características Generales

Se ha determinado el funcionamiento de 10 empresas operadoras de turismo en la gestión 2008, las que se encuentran ubicadas en la ciudad de Tarija, el 70% de las mismas funcionan al mismo tiempo como agencias de viaje.

Tabla Nro. 22
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: ANTIGÜEDAD DE LOS OPERADORES DE TURISMO

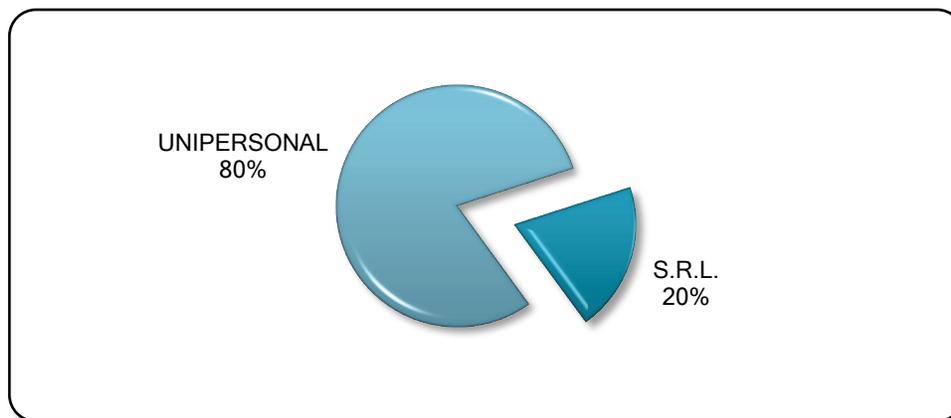
ANTIGÜEDAD	TOTAL EMPRESAS	PORCENTAJE
Menos de 2 años	6	60
De 3 a 10 años	2	20
Más de 11 años	2	20
Total	10	100

Se constata que la oferta de este sub sector tuvo un incremento considerable en los últimos dos años dado que el 60% de las empresas inició sus actividades durante las gestiones 2007 y 2008.

CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Como resultado de la consulta realizada sobre el tipo de empresas según su Constitución Jurídica, se obtuvo que el 80% de las empresas se encuentran establecidas como Empresas Unipersonales es decir son emprendimientos familiares y/o individuales y el 20% restante son Sociedades de Responsabilidad Limitada.

Gráfico Nro. 48
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: OPERADORES DE TURISMO SEGÚN CONSTITUCIÓN JURÍDICA



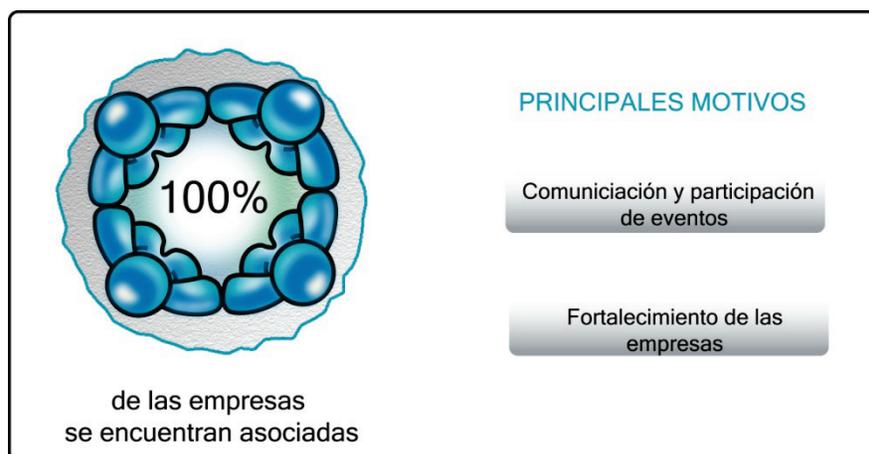
2.1.4.2 Gestión Estratégica

ASOCIATIVIDAD

Con el fin de obtener una serie de beneficios entre ellos fortalecer a sus empresas, lograr representatividad, así como comunicación para la participación en eventos y otras actividades del sector, el 100% de las empresas se encuentran afiliadas en la Cámara Nacional de Operadores de Turismo de Tarija (CANOTUR - Tarija).

Figura Nro. 25

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: OPERADORES DE TURISMO ASOCIADOS

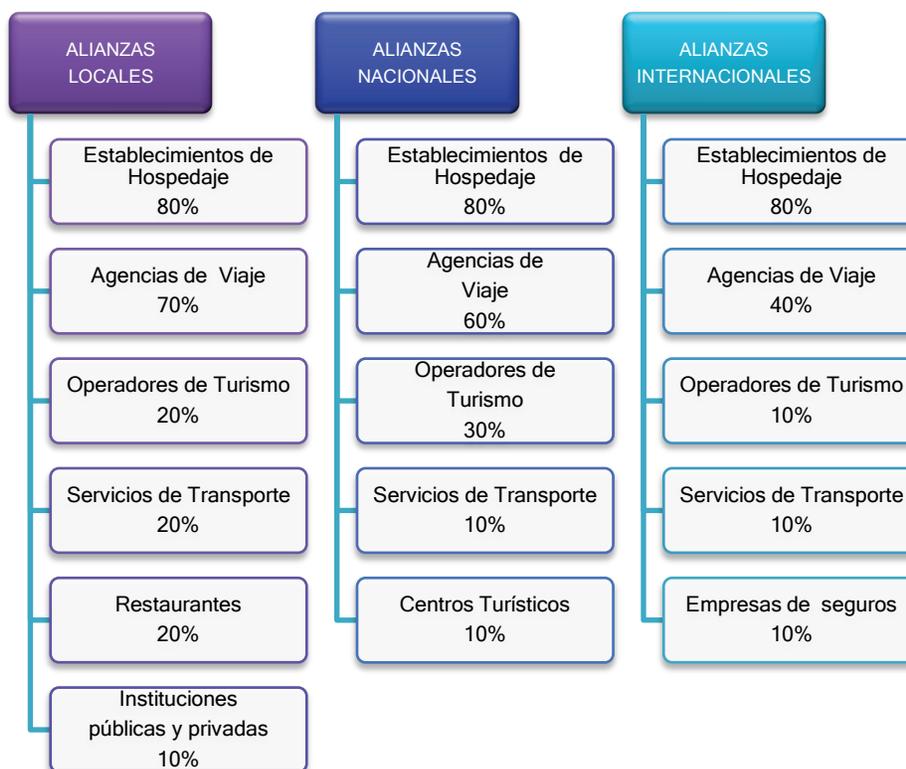


ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Las alianzas estratégicas han permitido a los operadores de turismo mejorar sus servicios, ampliar actividades, complementar sus productos y/o servicios, e incrementar sus ingresos.

En razón de esta situación el 100% de las empresas ha logrado establecer alianzas a nivel local nacional e internacional, aunque en porcentajes distintos.

Figura Nro. 26
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: OPERADORES DE TURISMO QUE CUENTAN CON ALIANZAS ESTRATÉGICAS



2.1.4.3 Gestión De Recursos Humanos

El sub sector operadores de turismo generó 87 empleos directos en la gestión 2008, que a su vez implica 348 empleos indirectos¹⁶ y un total de 435 empleos.

Figura Nro. 27
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS OPERADORES DE TURISMO - 2008



¹⁶ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

Dentro del sub sector predomina la mano de obra masculina representando el 54% del total de empleos directos; también se puede apreciar que el empleo generado por el sector no es estable pues un 62% de los trabajadores se encuentra en calidad de eventual.

Figura Nro. 28

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES



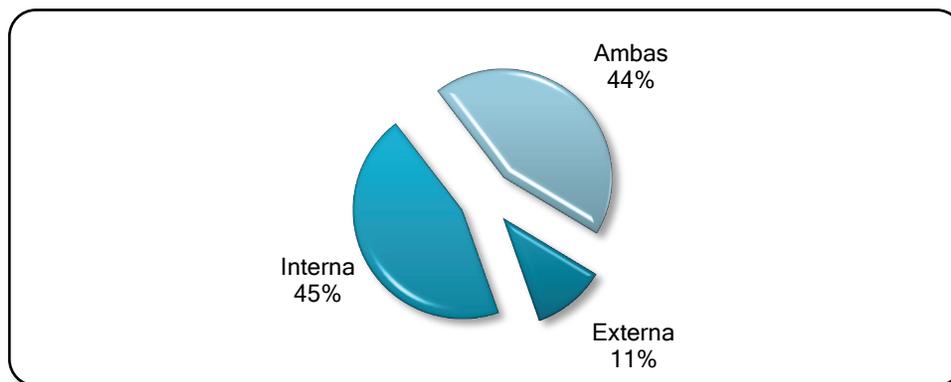
En cuanto al grado de instrucción sólo el 24% de los trabajadores cuenta con conocimiento empírico y quienes cuentan con capacitación técnica o universitaria representan un 76%.

CAPACITACIÓN

Las empresas en un 45% realizan *capacitación interna*, efectuada por el propio dueño o por su personal capacitado en la misma empresa, el 11% *capacitación externa* es decir a través de cursos o talleres impartidos por instituciones especializadas, finalmente un 44% brindan capacitación interna y externa a la vez.

Gráfico Nro. 49

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TIPO DE CAPACITACIÓN IMPARTIDA POR LOS OPERADORES DE TURISMO



2.1.4.4 Publicidad Y Promoción

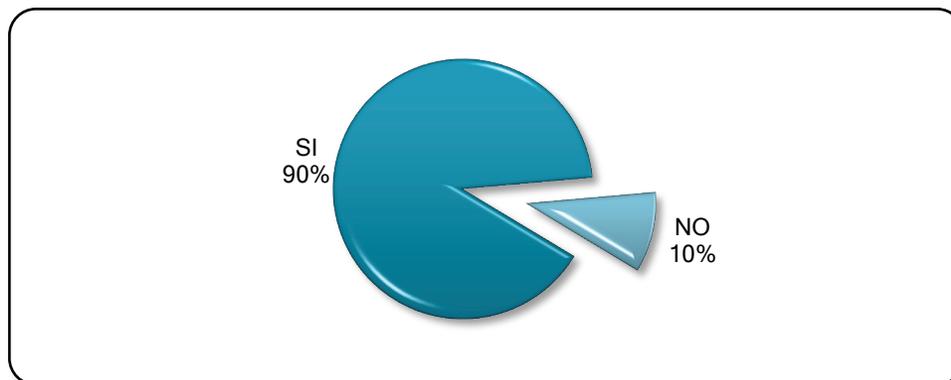
PUBLICIDAD

El 90% de las empresas publicita sus servicios, con el fin de llegar a un mayor número de clientes.

Se estima que la inversión promedio mensual en publicidad es de \$us 133.

Gráfico Nro. 50

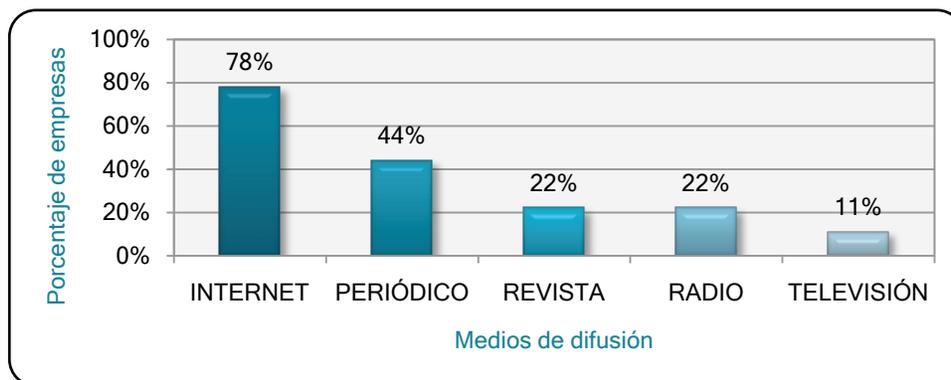
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: OPERADORES DE TURISMO QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD



Entre los principales medios de difusión utilizados para dar a conocer sus servicios están: El internet dado que el 78% de las empresas utilizan este medio, el periódico usado por el 44%, el uso de revistas especializadas y radioemisoras representan un mismo porcentaje para cada una (22%), finalmente la televisión que es utilizada por el 11% de las empresas.

Gráfico Nro. 51

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS OPERADORES DE TURISMO



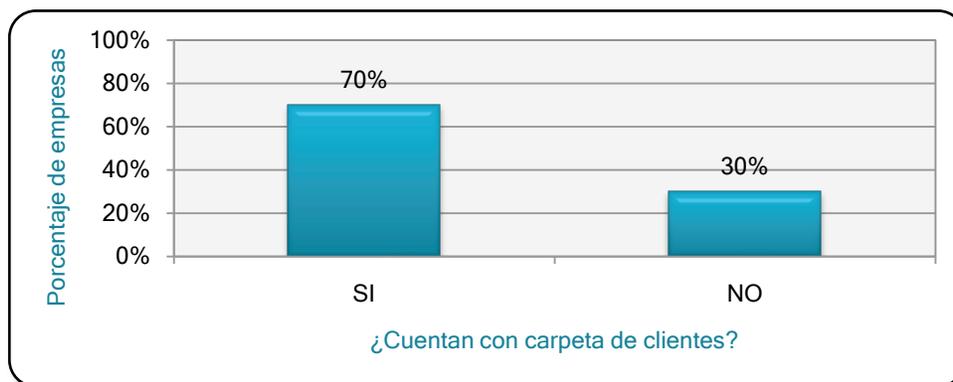
2.1.4.5 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES

Son 7 empresas (el 70%) las que tienen una carpeta de clientes, aunque dicho registro cuenta sólo con información básica de los mismos como: nombre del cliente, dirección y teléfono.

Gráfico Nro. 52

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: OPERADORES DE TURISMO QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



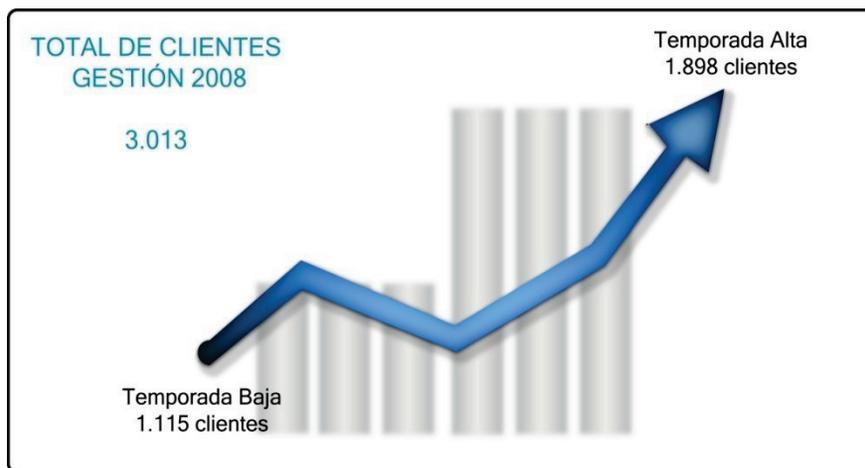
CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Para la gestión 2008 se estima que los operadores de turismo atendieron un total de **3.013** clientes.

La actividad de estas empresas muestra un nivel alto de estacionalidad, dado que el 37% del total de clientes son atendidos en temporada baja, mientras que el 63% restante es atendido en temporada alta según se muestra en la siguiente figura.

Figura Nro. 29

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: TOTAL DE CLIENTES EN LOS OPERADORES DE TURISMO SEGÚN TEMPORADA - 2008



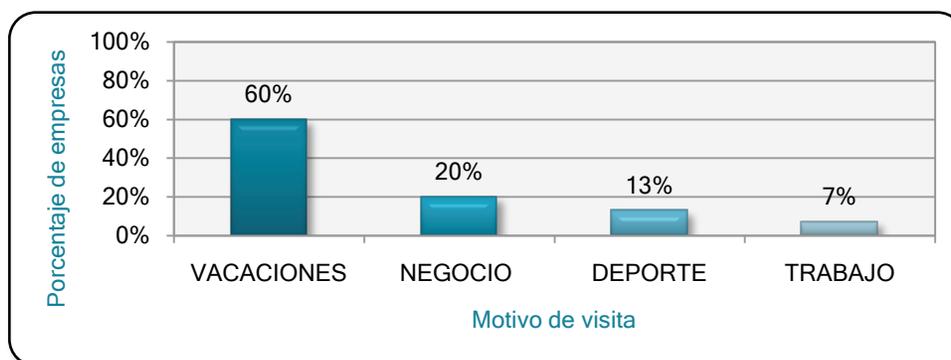
Entre las principales características de los clientes que contratan los servicios de las empresas operadoras de turismo según se observa en la figura presentada a continuación: es que son en su mayoría personas del sexo masculino, son familias o parejas o grupos de personas, el 51% son de origen extranjero y finalmente el principal grupo etario que usa los servicios de los operadores está conformado por personas entre los 30 y 49 años.

Figura Nro. 30
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES



Los principales motivos que atraen a los visitantes tanto nacionales como extranjeros a la ciudad de Tarija son: para disfrutar de vacaciones y por razones de negocios según se observa en el gráfico.

Gráfico Nro. 53
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: MOTIVOS DE VISITA A LA CIUDAD TARIJA



2.1.4.6 Tecnología De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

Los operadores de turismo en un 100% tienen computadoras, con un promedio de dos máquinas/empresa.

Tabla Nro. 23
CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: OPERADORES DE TURISMO QUE POSEEN COMPUTADORAS

ESTADÍSTICOS	NÚMERO DE COMPUTADORAS
Media	2
Mínimo	1
Máximo	5

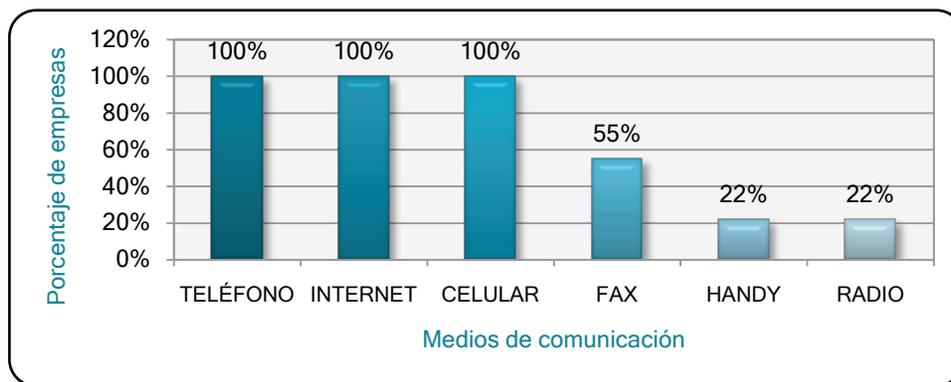
El uso de este equipo es para el registro contable principalmente, y para el manejo de los programas de uso cotidiano de Microsoft office: Word, Excel y Access.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Todas las empresas usan como principales medios de comunicación al teléfono fijo, internet y celular. En el gráfico presentado a continuación se muestran los porcentajes de los distintos medios usados.

Gráfico Nro. 54

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS OPERADORES DE TURISMO



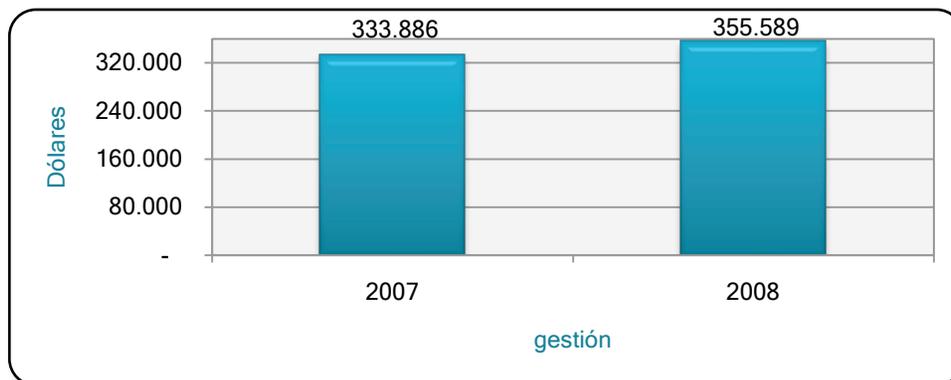
2.1.4.7 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

De acuerdo a los datos obtenidos se estima que el sub sector operadores de turismo generó poco más de 350.000 dólares de ingresos brutos en la gestión 2008. La tasa de crecimiento de los ingresos es de aproximadamente el 1,1%.

Gráfico Nro. 55

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: INGRESOS BRUTOS DE LOS OPERADORES DE TURISMO - 2008
(Expresado en dólares americanos¹⁷)



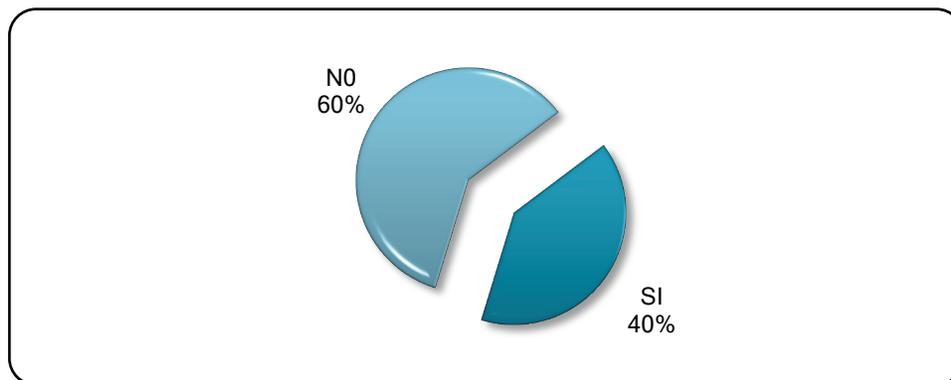
¹⁷ T/C 1\$us. = Bs. 7,07

INVERSIÓN

Durante las dos últimas gestiones (2007-2008), el 40% de las empresas realizó algún tipo de inversión, dirigida principalmente a la compra de computadoras, mobiliario e infraestructura.

Gráfico Nro. 56

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: OPERADORES DE TURISMO QUE INVIRTIERON - (2007-2008)

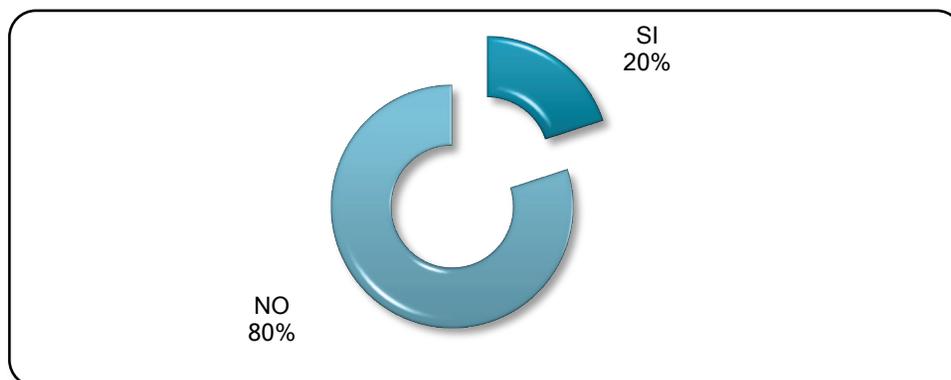


CRÉDITOS BANCARIOS

De acuerdo a lo comentado por los diferentes actores del sub sector operadores de turismo, las condiciones en las que las entidades financieras otorgan créditos a las empresas no se ajustan a su realidad económica (en cuanto a tasas de interés y plazos) es por ello que sólo el 20% de las empresas contrajo créditos bancarios.

Gráfico Nro. 57

CERCADO - CIUDAD DE TARIJA: OPERADORES DE TURISMO QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS



2.2 PROVINCIA ANICETO ARCE



La provincia Aniceto Arce está conformada por dos secciones municipales, Padcaya y Bermejo.

El municipio de Padcaya se constituye en la Primera Sección de la provincia Arce, la parte noroeste de este municipio corresponde a la región del Valle Central y el resto, la parte sudeste, pertenece a la franja del Sub Andino Sur del departamento, con

presencia de una mayor cantidad de población vegetal y animal, típica de zona de los Yungas.

Según las proyecciones para el año 2008, del Instituto Nacional de Estadísticas, el municipio de Padcaya cuenta con 21.010 habitantes, la superficie del mismo es de aproximadamente 4.225.17 kilómetros cuadrados, y las altitudes de sus localidades oscilan desde los 500 (San Antonio, Tremental, Valle Dorado, San Telmo) a 4500 m.s.n.m. (Rejará), por lo que las temperaturas son también diversas.

La temperatura media anual en Padcaya es de 16.7°C con una máxima y mínima promedio de 24.6°C y 8.8°C respectivamente.

La capital de la sección es la población de Padcaya, la cual se encuentra a 50 kilómetros de distancia de la ciudad de Tarija y a 155 Km. de la ciudad fronteriza de Bermejo.

A pesar de que forma parte también de la Reserva Biológica de la Cordillera de Sama, su mayor atractivo natural es la Reserva Nacional de Flora y Fauna Tariquíá, lo cual permite afirmar que el municipio tiene vocación turística para la práctica del turismo de aventura y el ecoturismo.

Sin duda la presencia de arte rupestre y restos arqueológicos, que se encuentran sobre todo en la parte del Valle Central del municipio, permiten asegurar el desarrollo del turismo de interés específico: arqueológico, pues existe la presencia de sitios o unidades de relevancia para esta ciencia.

Todos los días el municipio de Padcaya y sobre todo algunas comunidades que se encuentran aledañas a la carretera internacional que une las ciudades de Tarija con Bermejo y que forman parte del municipio, son espectadoras del paso de una importante cantidad de personas que se trasladan de una ciudad a otra, de un municipio a otro o de un país a otro. Este flujo resulta interesante desde el punto de vista turístico pues ciudadanos argentinos se desplazan por esta



carretera principalmente durante las vacaciones escolares, vacaciones de fin de año y en el mes de agosto, mes en el cual se realiza la Peregrinación al Santuario de la Virgen de Chaguaya, constituyéndose actualmente en un destino religioso a nivel departamental y regional tomando en cuenta el norte de la república Argentina, razón por la cual el municipio puede planificar y desarrollar el turismo religioso.

Por otro lado, **el municipio de Bermejo** Segunda Sección de la provincia Arce, se encuentra al extremo sur de nuestro departamento y del país, el mismo se constituye en un punto fronterizo importante de Bolivia con la república Argentina, cuenta con un territorio de 380.90 kilómetros cuadrados a una altura promedio de 400 m.s.n.m.

En general, la temperatura en el municipio puede alcanzar valores máximos de hasta 47⁰C en los meses de octubre, noviembre y diciembre y valores mínimos de hasta -4⁰ C en los meses de junio, julio, agosto y septiembre, cuando se presentan los denominados surazos. Según información del SENAMHI, la temperatura media anual es de 22.5⁰ C.

Su capital, la ciudad de Bermejo se encuentra a 205 km. de la ciudad de Tarija, cuenta según las proyecciones estadísticas del INE, con una población de 38.847 habitantes. Actualmente el municipio se constituye en un importante centro agroindustrial y comercial del departamento.

La presencia de ciudadanos argentinos que llegan sobre todo los fines de semana, durante todo el año, pero que lo hacen en mayor cantidad durante las vacaciones escolares, de fin de año y durante algunas festividades, permiten afirmar que Bermejo tiene vocación para desarrollar el turismo comercial.

El desarrollo de esta modalidad de turismo se puede complementar con la realización de algunos eventos, festivales o festividades religiosas que concitan la llegada no sólo de bolivianos sino también de visitantes procedentes de la Argentina, como el Festival del Lapacho, la Fiesta de Santiago, la Peregrinación al Santuario de la Virgen de Chaguaya en el municipio de Padcaya, entre otros.

Pero el municipio de Bermejo posee además recursos naturales de gran atractivo y que pueden permitir la práctica de turismo deportivo (deportes extremos, pesca deportiva en los ríos Bermejo y Grande de Tarija, descenso en los mismos), turismo de aventura y ecoturismo (El Chorro, Flor de Oro, Colonia Linares, entre otros lugares de atractivo paisajístico).

Una vez descritos de manera general los atractivos turísticos más destacados de la provincia Aniceto Arce, pasamos a detallar las principales características de los servicios de hospedaje y gastronomía de las localidades más importantes desde el punto de vista turístico de la provincia, Padcaya y la ciudad de Bermejo.

2.2.1 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

2.2.1.1 Características Generales

La provincia Arce cuenta con un total de 20 establecimientos de hospedaje en sus dos municipios para la gestión 2008, de los cuales 3 operan en Padcaya, que en su totalidad son alojamientos y 17 empresas se establecieron en el municipio de Bermejo los mismos que en su mayoría son alojamientos, seguido de hoteles.

Tabla Nro. 24
ARCE: CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA ARCE				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya		2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		Total	%
	Total	%	Total	%		
Hotel	-	-	5	29	5	25
Hostal	-	-	3	18	3	15
Residencial	-	-	3	18	3	15
Alojamiento	3	100	6	35	9	45
Total	3	100	17	100	20	100

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

La oferta hotelera tuvo un importante crecimiento durante los últimos 5 años, dado que el 45% de las empresas iniciaron sus actividades en dicho periodo; mientras que el 25% opera con una antigüedad mayor a los 11 años.

Tabla Nro. 25
ARCE: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

ANTIGÜEDAD	PROVINCIA ARCE		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		
Menos de 5 años	1	8	9	45
De 6 a 10 años	-	6	6	30
Más de 11 años	2	3	5	25
Total	3	17	20	100

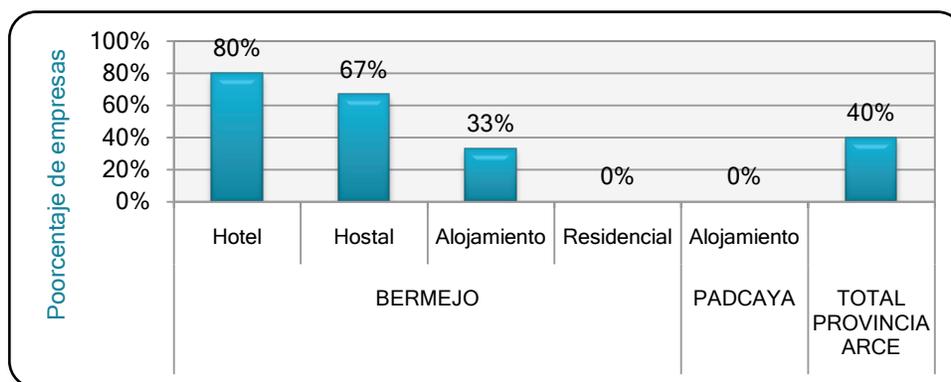
2.2.1.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

Se puede advertir que en ambos municipios tanto residenciales como alojamientos en su mayoría aún no han definido su visión, lo cual indica cierto conformismo por la situación en la que se encuentran, mientras que en el caso de hostales y hoteles más del 50% han formulado su visión situando en claro sus aspiraciones para con su empresa.

Gráfico Nro. 58

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE FORMULARON SU VISIÓN



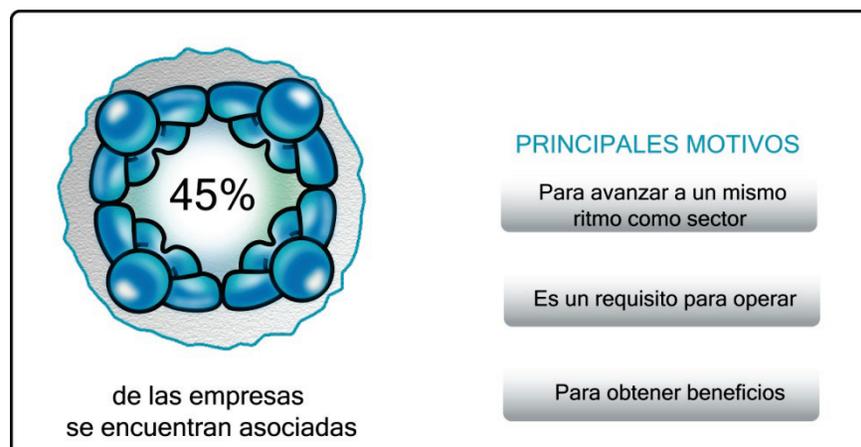
ASOCIATIVIDAD

La asociación más importante entre los establecimientos de hospedaje turístico del departamento es la Cámara Hotelera, que en la actualidad acoge al 45% del total de empresas en la provincia Arce.

En la figura se aprecia que uno de los principales motivos que impulsa a las empresas a afiliarse es el de fortalecerse como sub sector y avanzar de forma conjunta, además de los beneficios que reciben, como la promoción de los establecimientos, cursos de capacitación, entre otros, aunque también es importante destacar que existe un grupo de asociados que opina que sólo se encuentran afiliados por ser este un requisito para poder operar con normalidad.

Figura Nro. 31

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS



A continuación se muestra el total de empresas que se encuentran asociadas según sección municipal.

Tabla Nro. 26

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS	PROVINCIA ARCE		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		
Si	-	9	9	45
No	3	8	11	65

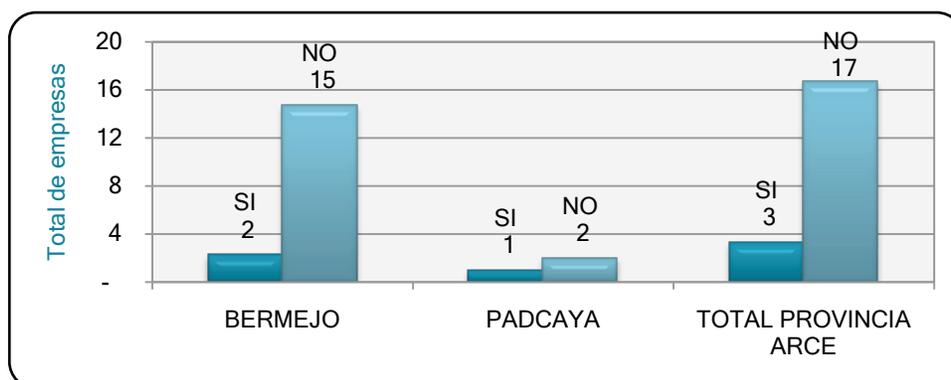
ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Otro punto a destacar en la gestión estratégica son las alianzas que han logrado establecer algunas empresas con el fin de fortalecerse y/o mejorar sus servicios; según los resultados obtenidos sólo el 15% (3 empresas) de las empresas de la provincia Arce logró acuerdos con otras empresas y/o instituciones.

Para el caso de Bermejo dichos acuerdos se dieron principalmente con operadores de turismo y agencias de viaje a nivel local, y en la localidad de Padcaya con instituciones públicas de salud.

Gráfico Nro. 59

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON ALIANZAS ESTRATÉGICAS



2.2.1.3 Gestión De Recursos Humanos

El sub sector generó 69 empleos directos para la gestión 2008, esto a su vez implica 276 empleos indirectos¹⁸.

Figura Nro. 32

ARCE: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE- 2008



¹⁸ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

De acuerdo al análisis realizado por tipo de hospedaje salta a la vista que los hoteles son los generadores del 43% del total de empleos directos, seguido de los alojamientos que generan el 36% y finalmente hostales y residenciales que generan el 21% de los empleos restantes.

Tabla Nro. 27

ARCE: EMPLEOS DIRECTOS GENERADOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA ARCE		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN	2ª SECCIÓN		
	Localidad de Padcaya	Ciudad de Bermejo		
Hotel	-	30	30	43
Hostal	-	6	6	9
Residencial	-	8	8	12
Alojamiento	7	18	25	36
Total	7	62	69	100
%	10	90	100	

Tabla Nro. 28

ARCE: PROMEDIO DE TRABAJADORES POR TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	T/E*
Hotel	5	6
Hostal	3	2
Residencial	3	3
Alojamiento	9	3

*Trabajadores por empresa

CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

Se observa que en el sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 54% del total de empleos directos; de igual forma se puede apreciar que el empleo varía de acuerdo a la temporada (alta-baja según la cantidad de huéspedes que se registren) dado que el 59% de los trabajadores son contratados por determinados periodos y a los cuales se denominan eventuales.

En cuanto al grado de instrucción el 87% de los trabajadores (60 personas) cuentan con conocimiento empírico en tanto que el porcentaje de trabajadores con capacitación universitaria no supera el 13%.

Figura Nro. 33

ARCE: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla resumen de las características de los trabajadores según sección.

Tabla Nro. 29

ARCE: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA ARCE		TOTAL TRABAJADORES
		1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	
GÉNERO	Hombre	4	27	31
	Mujer	3	35	38
TIPO DE CONTRATO	Permanente	4	25	29
	Eventual	3	37	40
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Conocimiento empírico	5	55	60
	Título universitario	2	7	9
Total Trabajadores		7	62	69
%		11	89	100

CAPACITACIÓN

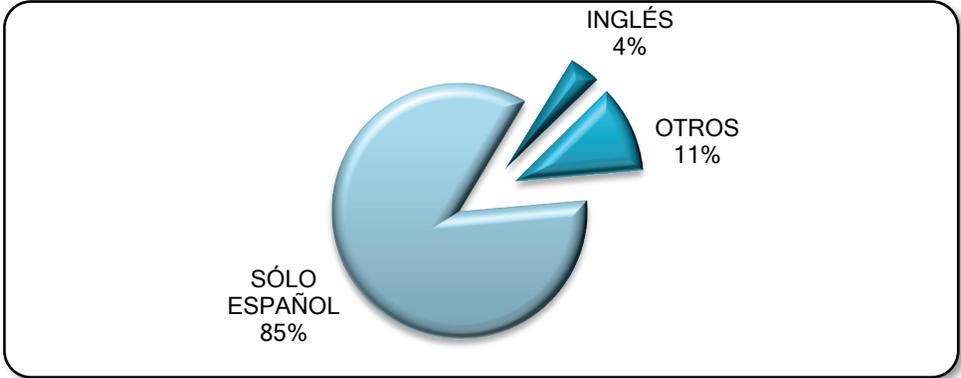
Una vez realizada la consulta respecto a si las empresas ofrecen capacitación a sus trabajadores, se pudo constatar que **ninguna** lo hace. Cabe destacar que los dueños de los establecimientos reconocen que sólo dan alguna instrucción, a trabajadores nuevos sin ninguna formación.

PERSONAL QUE HABLA OTROS IDIOMAS

Considerando que la actividad de los establecimientos de hospedaje implica muchas veces el contacto con turistas extranjeros, el manejo de otros idiomas es importante y trae consigo grandes beneficios, es por tal motivo que se realizó dicha consulta obteniendo como resultado que solo el 4% de los trabajadores maneja el idioma inglés y un 11% maneja otros idiomas (quechua).

Gráfico Nro. 60

ARCE: PERSONAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE HABLA OTROS IDIOMAS

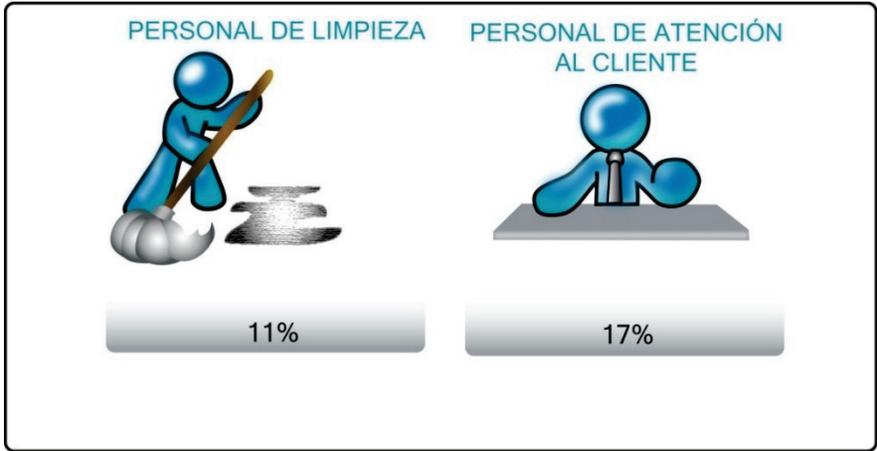


VESTIMENTA DE TRABAJO

Ya sea con el fin de crear una buena imagen de la empresa y/o asegurarse que el personal desarrolle de mejor manera sus actividades, en la Provincia Arce el 11% de las empresas brinda vestimenta apropiada al personal de limpieza y el 17% al personal de atención al cliente.

Figura Nro. 34

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE DOTAN DE VESTIMENTA DE TRABAJO

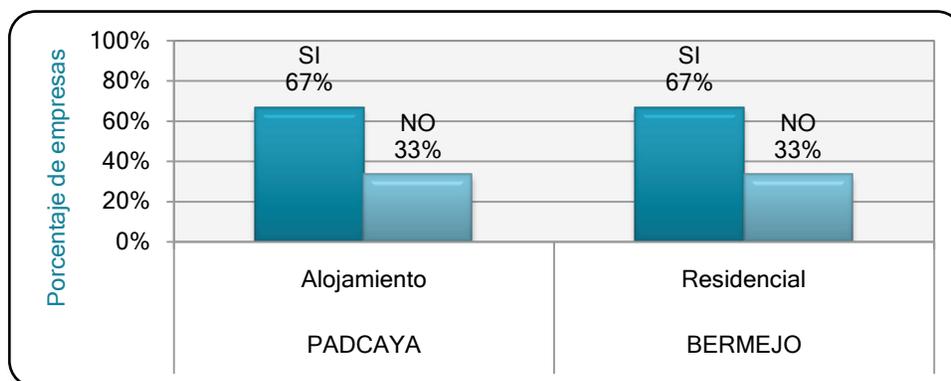


Los hostales y alojamientos en el municipio de Bermejo no brindan vestimenta de trabajo a sus dependientes.

En el gráfico siguiente, se observa que sólo un alojamiento en Padcaya y algunos residenciales en Bermejo dotan de vestimenta de trabajo al personal dedicado a la limpieza, el resto de los establecimientos no lo hace.

Gráfico Nro. 61

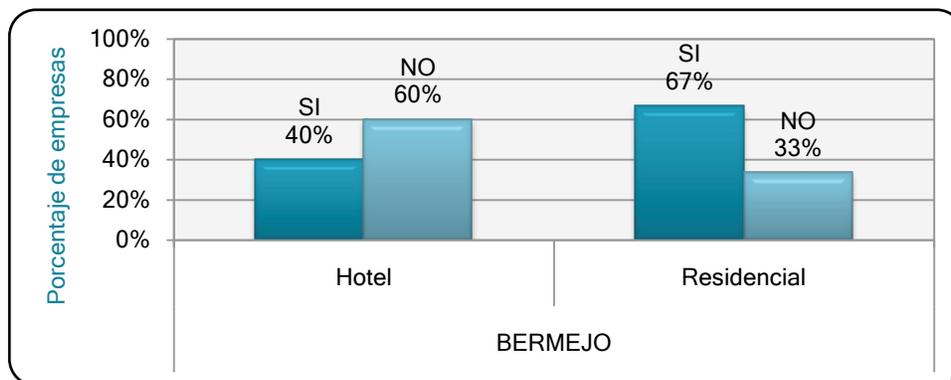
ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE DOTAN VESTIMENTA DE TRABAJO AL PERSONAL DE LIMPIEZA



Para el caso de la vestimenta del personal de atención al cliente sólo personal de algunos hoteles y residenciales del municipio de Bermejo se benefician, quedando al margen los alojamientos de Padcaya y en el caso de Bermejo los alojamientos y hostales.

Gráfico Nro. 62

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE DOTAN VESTIMENTA DE TRABAJO AL PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE



NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR

Figura Nro. 35

ARCE: NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR* EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



* Del área de limpieza

2.2.1.4 Seguridad

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

Existe Infraestructura, equipos y elementos de seguridad indispensables para prevenir y/o afrontar accidentes de trabajo en los establecimientos de hospedaje de la localidad de Padcaya y la ciudad de Bermejo habiéndose determinado que el 60% cuentan con botiquín, el 40% con extintor y un 40% con salidas de emergencia de las 20 empresas establecidas.

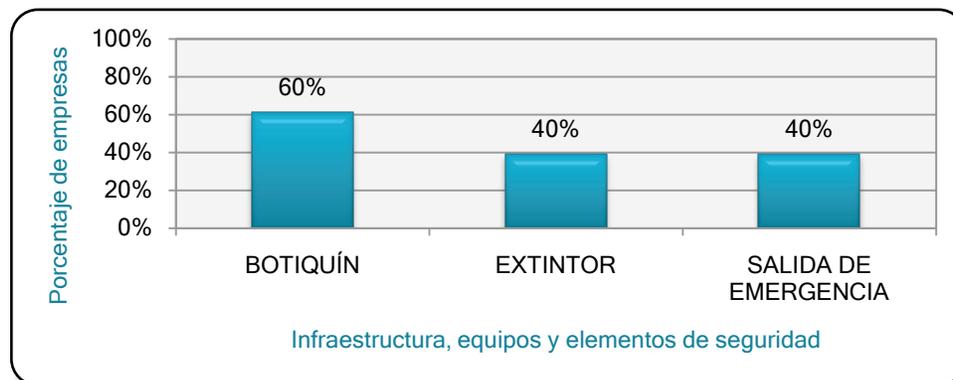
Tabla Nro. 30

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y/O EQUIPOS DE SEGURIDAD SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD	PROVINCIA ARCE				TOTAL ESTABLECIMIENTOS		PORCENTAJE	
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya		2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo					
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Botiquín	0	3	12	5	12	8	60	40
Extintor	0	3	8	9	8	12	40	60
Salida de emergencia	0	3	8	9	8	12	40	60

Gráfico Nro. 63

ARCE: INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD CON LOS QUE CUENTAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



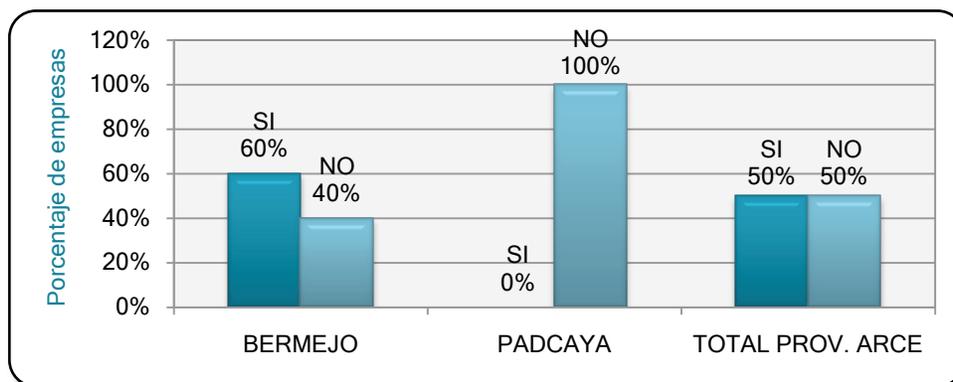
2.2.1.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer su empresa y atraer una mayor cantidad de clientes el 50% de los establecimientos de hospedaje de la provincia Arce invierten en publicidad, dichos establecimientos se encuentran establecidos en el municipio de Bermejo.

Gráfico Nro. 64

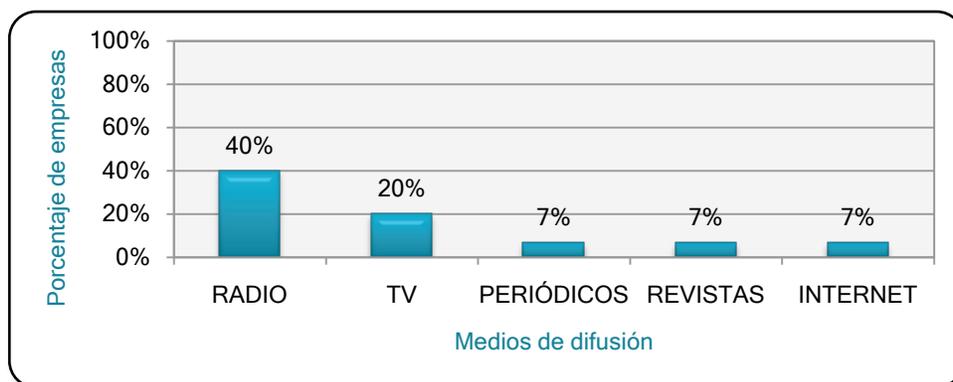
ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJES QUE REALIZARON INVERSIÓN EN PUBLICIDAD



El medio de difusión más utilizado para publicar sus anuncios son las radioemisoras, medio que es utilizado por el 40% del total de empresas, le sigue la televisión con un 20% constituyéndose ambos en los principales medios.

Gráfico Nro. 65

ARCE: MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



2.2.1.6 Gestión De Clientes Y Servicios

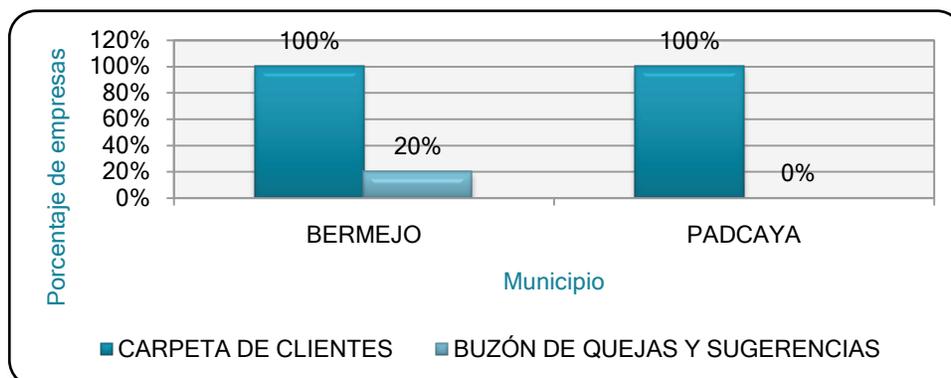
CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN DE SUGERENCIAS

El 100% de los establecimientos de hospedaje lleva el control de sus clientes registrando nombre, edad y procedencia de los mismos en carpetas.

Pero, sólo el 20% de los establecimientos de hospedaje en Bermejo colocan en sus locales un buzón de quejas y/o sugerencias, lo que es importante tomando en cuenta que los clientes son quienes califican el servicio de cualquier empresa, en tanto que en Padcaya no se ha encontrado en ningún establecimiento.

Gráfico Nro. 66

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN DE SUGERENCIAS

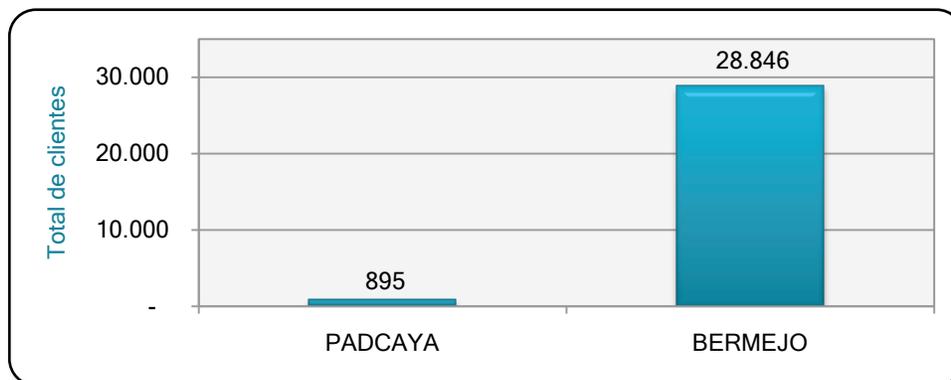


TOTAL DE CLIENTES

Se estima que el flujo de visitantes que atendieron los establecimientos de hospedaje de la provincia Arce en la gestión 2008 fue de **29.741** de los cuales el 3% visitaron Padcaya y un 97% Bermejo.

Gráfico Nro. 67

ARCE: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



En la localidad de Padcaya se registraron alrededor de 895 clientes los mismos que fueron atendidos por los 3 establecimientos de hospedaje del lugar.

Para el caso de Bermejo, fueron los alojamientos los que captaron una mayor cantidad de visitantes específicamente 42% respecto al total de clientes del sub sector.

Tabla Nro. 31

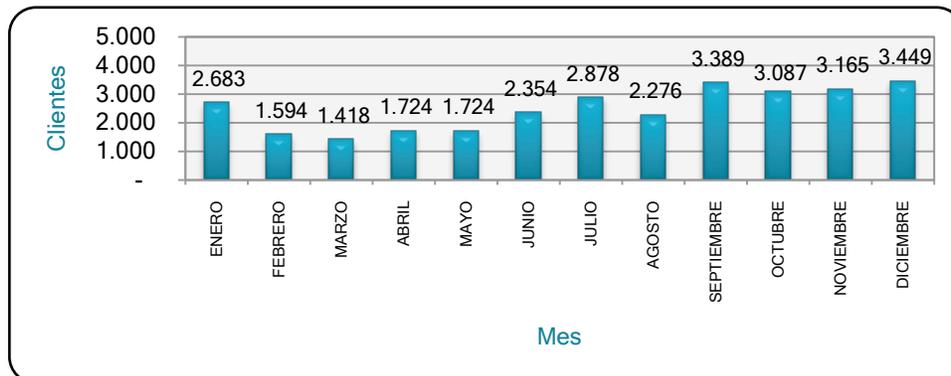
ARCE: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS POR TIPO DE HOSPEDAJE - 2008

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA ARCE		TOTAL CLIENTES
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	
Hotel	-	7.302	7.302
Hostal	-	2.345	2.345
Residencial	-	7.110	7.110
Alojamiento	895	12.089	12.984

Respecto a los meses que más visitas reciben los establecimientos de hospedaje, según se observa en el gráfico es el periodo comprendido entre los meses de julio a enero, en tanto que entre los meses de febrero y junio, las cantidades de visitas disminuyen.

Gráfico Nro. 68

ARCE: FLUJO DE VISITANTES MENSUALES QUE REGISTRARON LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Las principales características de los clientes que visitan la provincia Arce se presentan en el gráfico siguiente, y nos indican aspectos relevantes como que la edad de los visitantes en el 65% de los casos oscilan entre los 30 a 49 años, que casi un 40% permanecen de 3 a 7 días, y que son varones predominantemente que vienen del resto del país.

Figura Nro. 36

ARCE: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla resumen de las características de los clientes según sección.

Tabla Nro. 32

ARCE: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL (EN PORCENTAJES)

CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA ARCE (Expresado en porcentaje)	
		1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo
		GÉNERO	Hombre
	Mujer	37	39
NACIONALIDAD	Nacional	97	65
	Internacional	3	35
PERMANENCIA	Menos de 2 días	84	56
	De 3 a 7 días	16	40
	Más de 7 días	-	4
EDAD	Menores de 17 años	16	1
	De 18 a 29 años	26	23
	De 30 a 49 años	45	66
	Mayores de 50 años	13	10
Total Clientes		895	28.846

SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

✿ 1ª SECCIÓN MUNICIPAL - PADCAYA

El único servicio que brinda uno de los alojamientos de la localidad de Padcaya es el de **Restaurant**.

✿ 2ª SECCIÓN MUNICIPAL - BERMEJO

A continuación se detallan los servicios complementarios que los establecimientos de hospedaje del municipio de Bermejo ofrecen a sus visitantes.

Gráfico Nro. 69

ARCE: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ALOJAMIENTOS

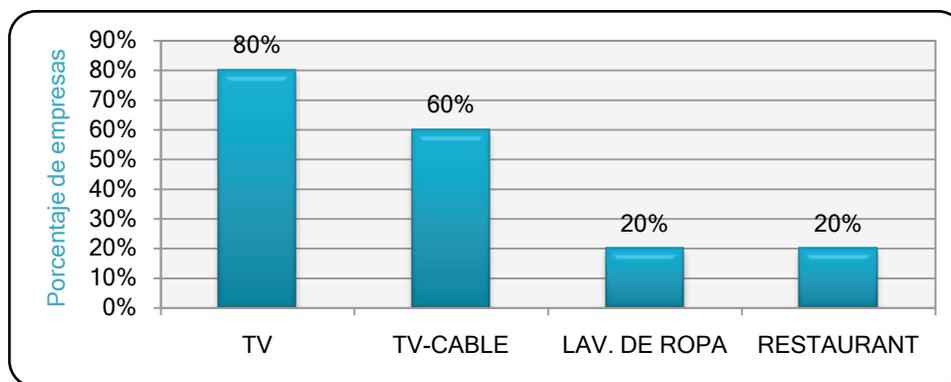


Gráfico Nro. 70

ARCE: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS RESIDENCIALES

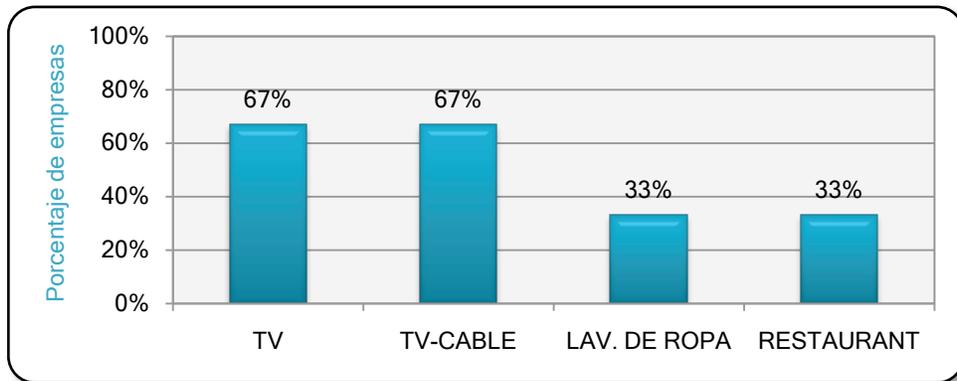


Gráfico Nro. 71

ARCE: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS HOSTALES

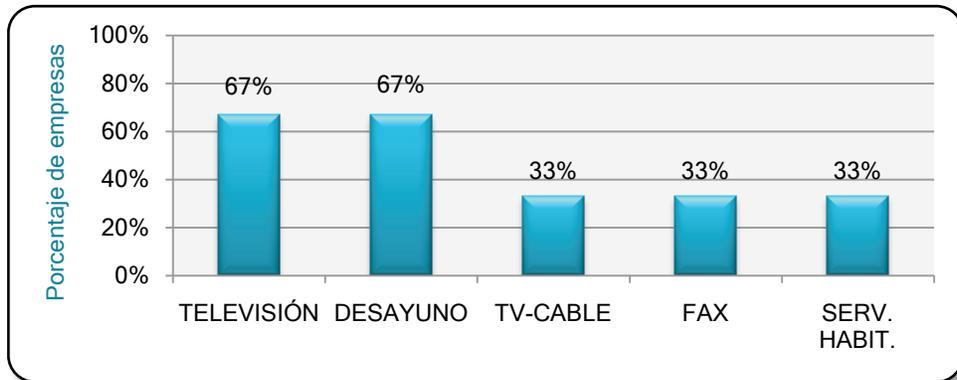
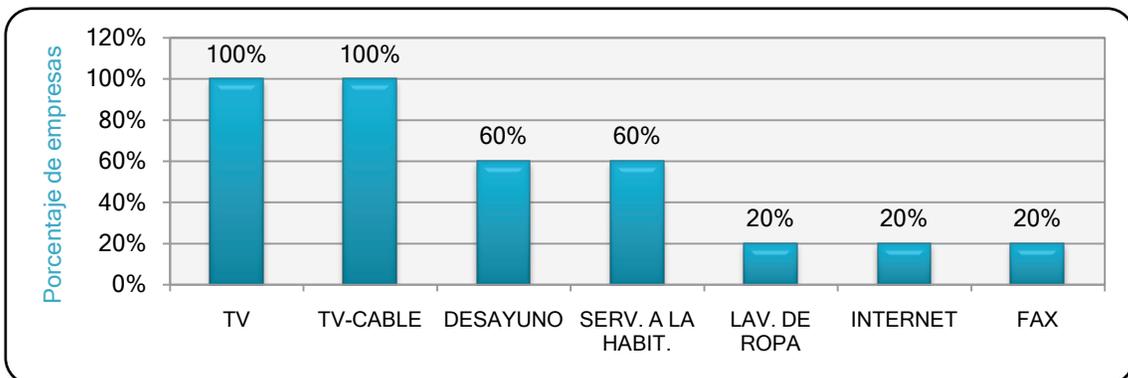


Gráfico Nro. 72

ARCE: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS HOTELES



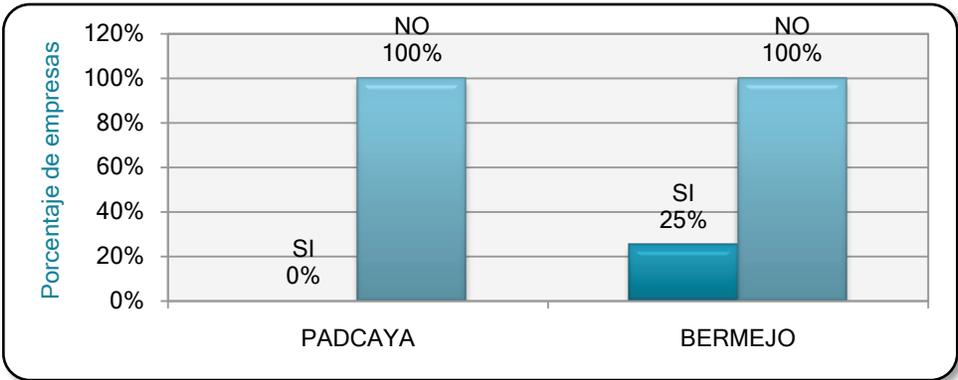
2.2.1.7 Tecnologías De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

El 25% de las empresas del municipio de Bermejo tienen al menos una computadora, aunque se trata sólo de los hoteles y residenciales.

En el caso de Padcaya la totalidad de empresas no cuentan con una computadora.

Gráfico Nro. 73
ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS



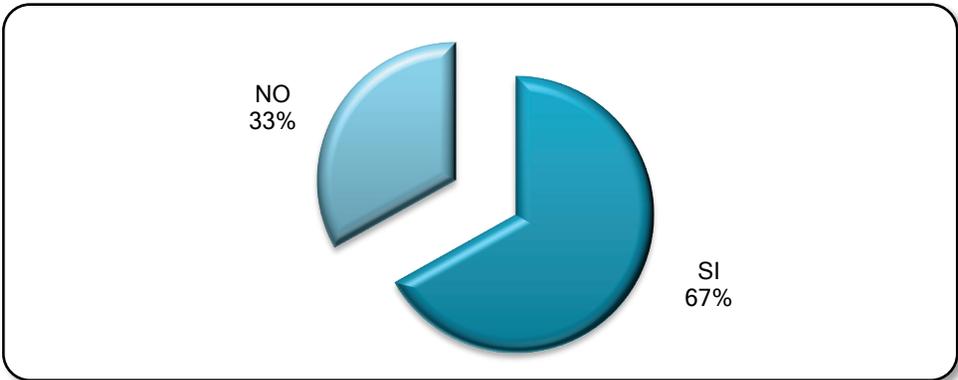
El uso que les dan a estos equipos es básico, desaprovechando la infinidad de bondades que podrían obtener especialmente en el caso de registro de sus clientes (base de datos), en temas contables, etc.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

✦ 1ª SECCIÓN MUNICIPAL - PADCAYA

El principal medio de comunicación para los establecimientos de hospedaje de la localidad de Padcaya es el celular el mismo que es utilizado por 2 de las 3 empresas.

Gráfico Nro. 74
ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN PADCAYA QUE CUENTAN CON CELULAR

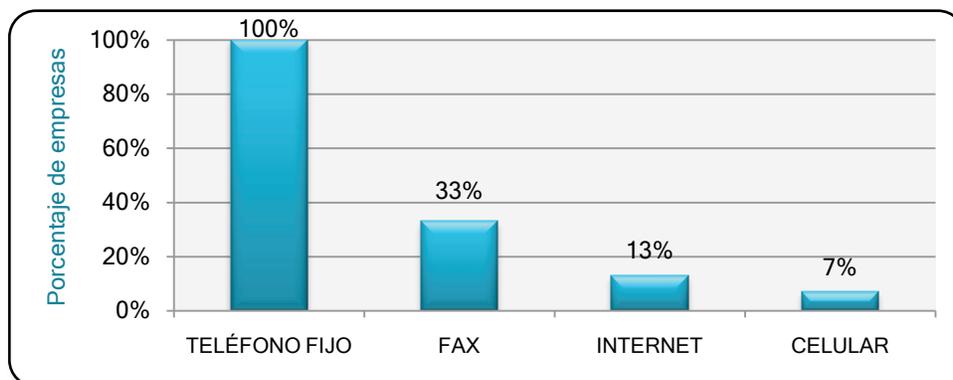


2ª SECCIÓN MUNICIPAL - BERMEJO

El principal medio de comunicación para los establecimientos de hospedaje del municipio de Bermejo es el teléfono fijo, que es utilizado por el 100% de las empresas.

Gráfico Nro. 75

ARCE: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - BERMEJO



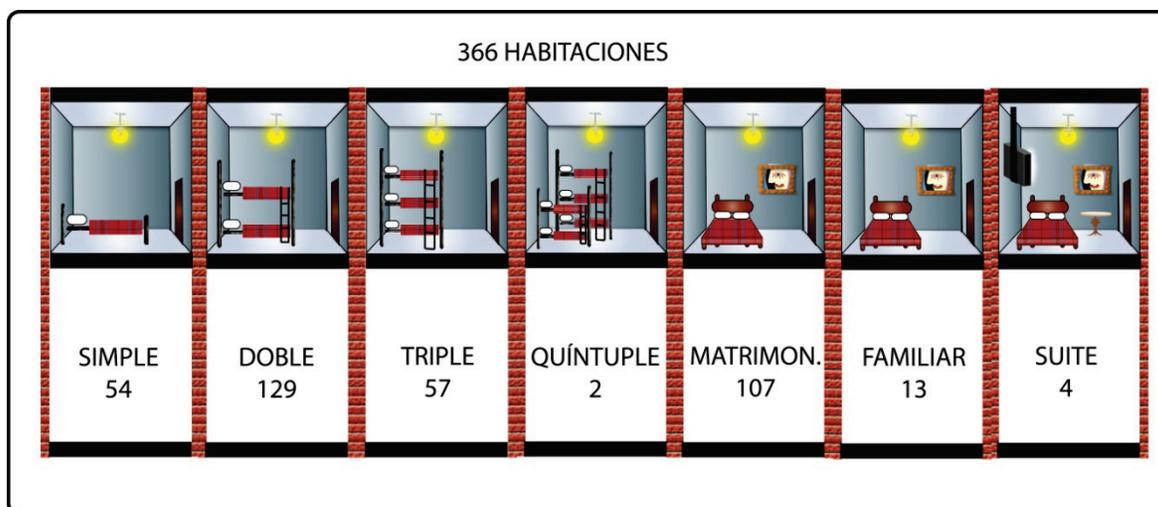
2.2.1.8 Infraestructura

TOTAL DE HABITACIONES

Existe un total de 366 habitaciones disponibles en los establecimientos de hospedaje de la provincia Arce, de las cuales se halla un mayor número de habitaciones dobles que matrimoniales.

Figura Nro. 37

ARCE: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD



Seguidamente se muestra la oferta de habitaciones según tipo de establecimiento, lo cual nos permite determinar que son los hoteles los que tienen la mayor cantidad de habitaciones, según se puede apreciar en la tabla presentada a continuación.

Tabla Nro. 33
ARCE: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD POR TIPO DE HOSPEDAJE

PROVINCIA ARCE	TIPO DE ESTABL.	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE HABITACIÓN							TOTAL HABITACIONES
			Simple	Doble	Triple	Quíntuple	Matrimonial	Familiar	Suite	
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Alojamiento	3	4	5	6	2	-	-	-	17
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Hotel	5	17	48	16	-	55	13	4	153
	Hostal	3	4	18	13	-	21	-	-	56
	Residencial	3	8	32	2	-	7	-	-	49
	Alojamiento	6	21	26	20	-	24	-	-	91
Total		20	54	129	57	2	107	13	4	366

NÚMERO DE CAMAS

La infraestructura de hospedajes pone a disposición de los visitantes 630 camas, en la tabla presentada a continuación se muestra el total de camas según sección y tipo de hospedaje.

Tabla Nro. 34
ARCE: TOTAL DE CAMAS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJES
SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA ARCE		TOTAL CAMAS
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	
Hotel	-	246	246
Hostal	-	100	100
Residencial	-	85	85
Alojamiento	42	157	199
Total	42	588	630

2.2.1.9 Gestión Financiera

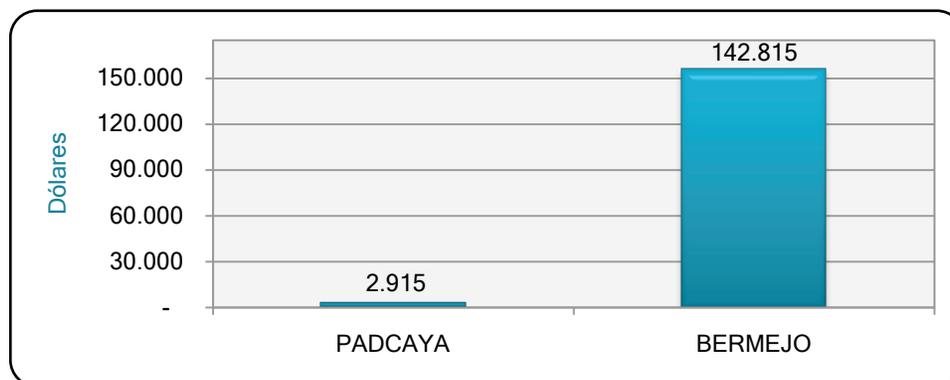
INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sub sector hospedaje de la provincia Arce registró un valor de \$us 145.730 por concepto de ingresos brutos para la gestión 2008.



Gráfico Nro. 76

ARCE: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008
(Expresado en dólares americanos¹⁹)



Es importante hacer notar que poco más del 65% del total de ingresos es generado por los hoteles y alojamientos en conjunto.

Tabla Nro. 35

ARCE: INGRESOS BRUTOS POR TIPO DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL - 2008
(Expresado en dólares americanos²⁰)

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA ARCE		TOTAL INGRESOS
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	
Hotel	-	56.591	56.591
Hostal	-	9.380	9.380
Residencial	-	26.070	26.070
Alojamiento	2.915	50.774	53.689
Ingreso por Hospedaje			145.730
Otros Ingresos²¹			13.207
Total			158.937

Tabla Nro. 36

ARCE: INGRESO PROMEDIO ANUAL POR TIPO DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL - 2008
(Expresado en dólares T/C Bs. 7,07)

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA ARCE	
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo
Hotel	-	11.318
Hostal	-	3.127
Residencial	-	8.690
Alojamiento	972	8.462

¹⁹ T/C 1\$us = Bs. 7,07

²⁰ T/C 1\$us = Bs. 7,07

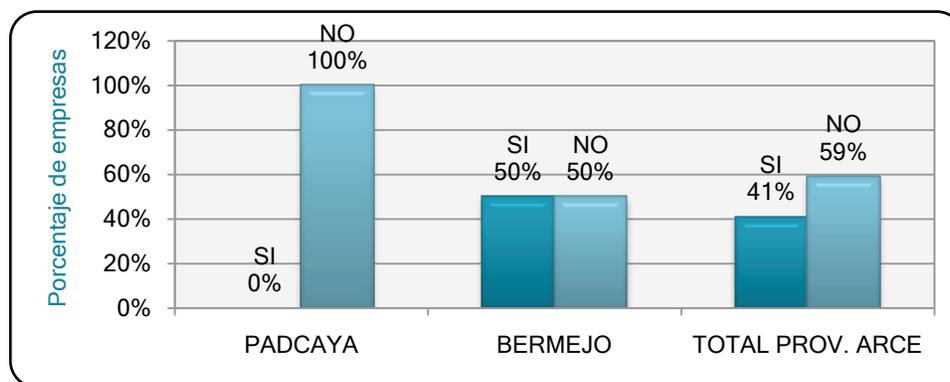
²¹ Ingresos por concepto de servicios de restaurant y lavado de ropa.

INVERSIÓN

Las empresas establecidas en la localidad de Padcaya no realizaron inversiones en sus empresas durante las gestiones (2007-2008), en el caso de Bermejo un 50% de las empresas logró invertir especialmente en la construcción de nueva infraestructura y/o arreglo de la ya existente.

Gráfico Nro. 77

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON - (2007-2008)

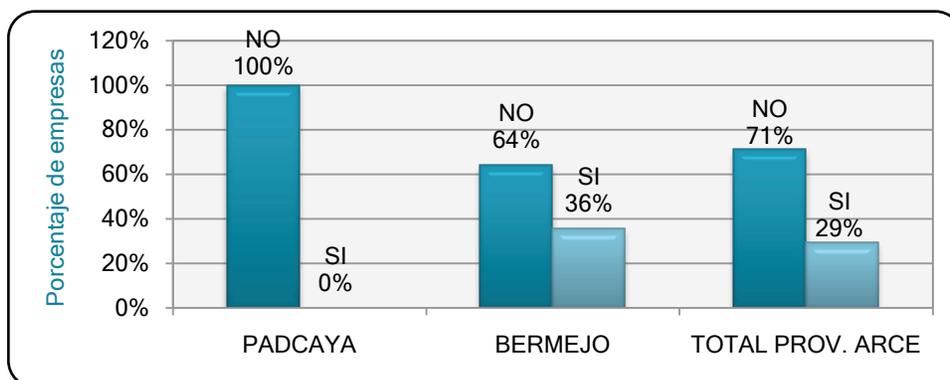


CRÉDITOS BANCARIOS

Las empresas establecidas en la localidad de Padcaya no accedieron a créditos bancarios durante la gestión 2008, en el caso de Bermejo un 36% de las empresas sí obtuvo financiamiento.

Gráfico Nro. 78

ARCE: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS - 2008



2.2.2 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

2.2.2.1 Características Generales

En la provincia Aniceto Arce se ha determinado la existencia de 67 establecimientos gastronómicos ubicados en sus principales centros poblados, distribuidos de la siguiente forma: 10 en Padcaya y 57 en Bermejo.

Tabla Nro. 37
ARCE: TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS REGISTRADOS EN LA GESTIÓN 2008,
SEGÚN TAMAÑO

TAMAÑO DE LA EMPRESA	PROVINCIA ARCE				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya		2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		Total	%
	Total	%	Total	%		
Micro	9	90	49	86	58	87
Pequeña	1	10	8	14	9	13
Total	10	100	57	100	67	100

A partir de esta información, se estableció que el 87% (58) son microempresas y apenas el 13% (9) pequeñas empresas de acuerdo al criterio del número de trabajadores²² manejado para la clasificación.

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

Al analizar los años de antigüedad de las empresas en la provincia Arce podemos determinar que el 40% de las empresas operan con una antigüedad mayor a los 11 años.

Por otro lado, alrededor del 24% de las empresas se establecieron durante la gestión 2008, dicho resultado nos refleja la tasa de crecimiento del sub sector.

Tabla Nro. 38
ARCE: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

ANTIGÜEDAD	PROVINCIA ARCE		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		
Menos de 1 año	1	15	16	24
De 2 a 5 años	1	16	17	25
De 6 a 10 años	-	7	7	11
Más de 11 años	8	19	27	40
Total	10	57	67	100

²² Clasificación fijada por la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo, Unidad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Prefectura del Departamento de Tarija.
Microempresa de 1 a 5 trabajadores.
Pequeña Empresa de 6 a 14 trabajadores.
Mediana Empresa más de 14 trabajadores.



Analizando la antigüedad de los establecimientos gastronómicos según tamaño, una de las características más importantes es que alrededor del 41% de las microempresas poseen una antigüedad mayor a los 11 años, lo cual indica que pese al tiempo transcurrido no han expandido sus negocios.

Gráfico Nro. 79

ARCE: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Poco más de la mitad de las empresas en la provincia no se encuentran legalmente registradas, un 43% son emprendimientos familiares y/o individuales registrados como empresas *Unipersonales* y finalmente sólo un 3% corresponde a emprendimientos registrados como Sociedades de Responsabilidad Limitada “S.R.L”, que cuentan con más de un socio.

Tabla Nro. 39

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN CONSTITUCIÓN JURÍDICA

TIPO DE EMPRESA	PROVINCIA ARCE		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		
Unipersonal	-	29	29	43
S.R.L.	-	2	2	3
Sin Registro	10	26	36	54
Total	10	57	67	100

Realizando el análisis por sección se observa que en la localidad de Padcaya la totalidad de empresas no se encuentran registradas, y para el caso de Bermejo dicha situación se da en casi el 50% de las empresas.

2.2.2.2 Gestión Estratégica

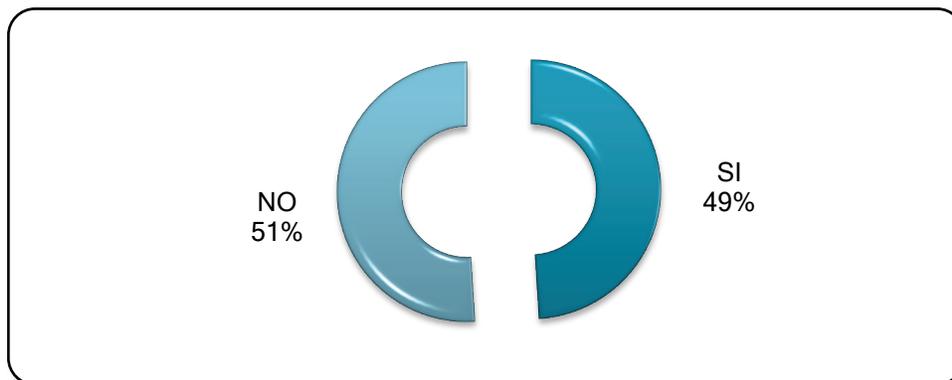
FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

En cuanto al total de empresas que formularon su visión se pudo determinar que el 49% de los empresarios visualizan sus negocios en el mediano y/o largo plazo a diferencia del 51% de las empresas que no tienen definida su visión.



Gráfico Nro. 80

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN



Pero al realizar este análisis por sección se puede evidenciar que en Padcaya sólo el 20% de las empresas logró definir su visión, presentando un mejor resultado el municipio de Bermejo, con un 54% del total de empresas.

Tabla Nro. 40

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN

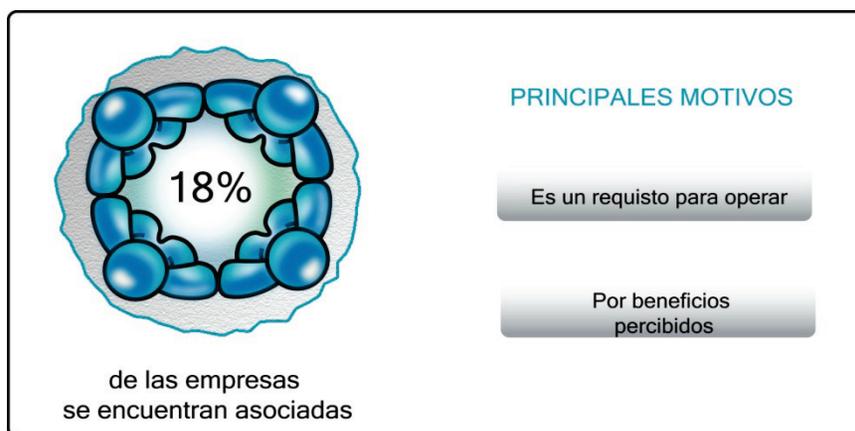
FORMULARON SU VISIÓN	PROVINCIA ARCE				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya		2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		Total	%
	Total	%	Total	%		
Si	2	20	31	54	33	49
No	8	80	26	46	34	51
Total	10	100	57	100	67	100

ASOCIATIVIDAD

El 18% de las empresas de la provincia pertenecen a alguna asociación, principalmente porque es un requisito para poder operar formalmente y por los beneficios que pueden percibir.

Figura Nro. 38

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS ASOCIADOS



A nivel de sección se pudo observar que en Padcaya las empresas carecen de un ente que agrupe al sector, mientras que en Bermejo sólo el 21% de las empresas se encuentran afiliadas.

Tabla Nro. 41

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS ASOCIADOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

EMPRESAS ASOCIADAS	PROVINCIA ARCE				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya		2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		Total	%
	Total	%	Total	%		
Si	0	0	12	21	12	18
No	10	100	45	79	55	82
Total	10	100	57	100	67	100

NUEVAS SUCURSALES

El 99% de las empresas respondieron que no lograron la apertura de nuevas sucursales durante la gestión 2008.

Sólo una empresa de Bermejo logró abrir una sucursal según se muestra en la tabla que se presenta a continuación.

Tabla Nro. 42

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ABRIERON NUEVAS SUCURSALES
SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

ABRIERON NUEVAS SUCURSALES	PROVINCIA ARCE				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya		2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo		Total	%
	Total	%	Total	%		
Si	0	0	1	2	1	1
No	10	100	56	98	66	99
Total	10	100	57	100	67	100

2.2.2.3 Gestión De Recursos Humanos

El sector gastronómico de la provincia Arce generó 227 empleos directos para la gestión 2008, que a su vez implica 908 empleos indirectos²³.

Figura Nro. 39

ARCE: EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008



²³ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Dentro del subsector predomina la mano de obra femenina representando el 68% del total de empleos directos se puede apreciar además estabilidad laboral dado que el 76% de los trabajadores son trabajadores permanentes y que el 83% sólo tiene un conocimiento empírico

Figura Nro. 40

ARCE: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla con datos de las características de los trabajadores según sección.

Tabla Nro. 43

ARCE: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS
SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA ARCE		TOTAL TRABAJADORES
		1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	
GÉNERO	Hombre	7	66	73
	Mujer	24	130	154
TIPO DE CONTRATO	Permanente	24	149	173
	Eventual	7	47	54
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Conocimiento Empírico	27	162	189
	Título Técnico	0	17	17
	Título Universitario	4	17	21
Total trabajadores		31	196	227
%		14	86	100

CAPACITACIÓN

El 83% de los trabajadores de esta provincia posee sólo conocimiento empírico, no obstante sólo el 15% de los establecimientos dicen capacitar a sus trabajadores, preferentemente de forma interna.

En la localidad de Padcaya el 10% de las empresas opta por capacitar a sus trabajadores, en tanto que en Bermejo capacita el 16% de los establecimientos.

Gráfico Nro. 81

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE BRINDARON CAPACITACIÓN A SUS TRABAJADORES

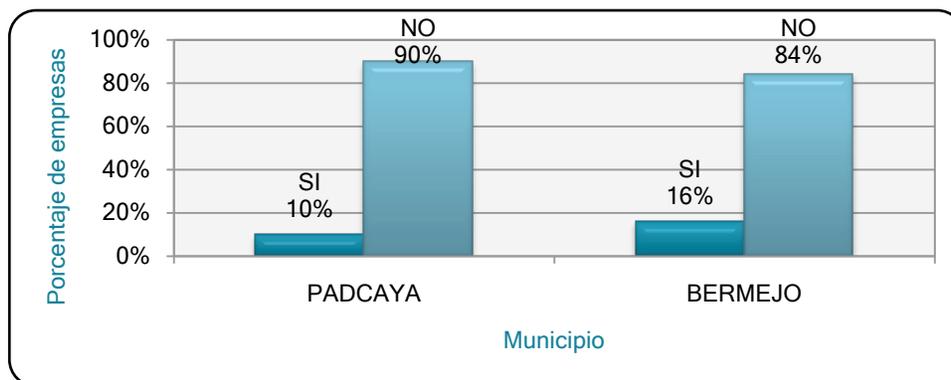
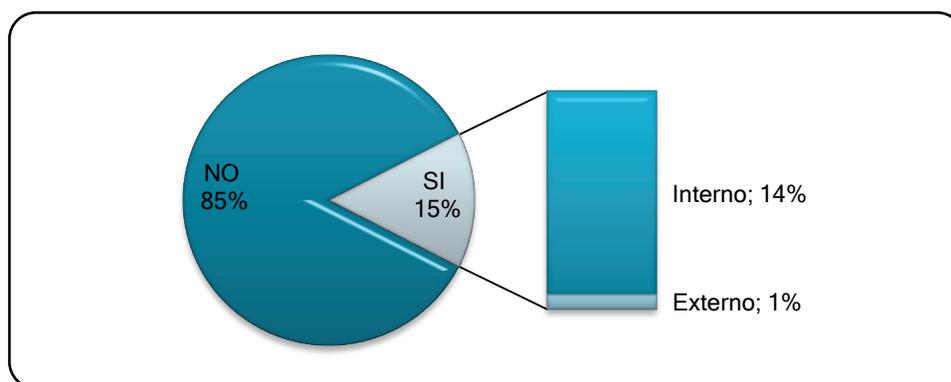


Gráfico Nro. 82

ARCE: TIPO DE CAPACITACIÓN BRINDADA A LOS TRABAJADORES



TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES

Sólo un 19% de los trabajadores de estas empresas cumplen más de una función, es decir desempeñan su labor como cocineros/as, personal de limpieza, atención al cliente y/o administración indistintamente.

Gráfico Nro. 83

ARCE: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

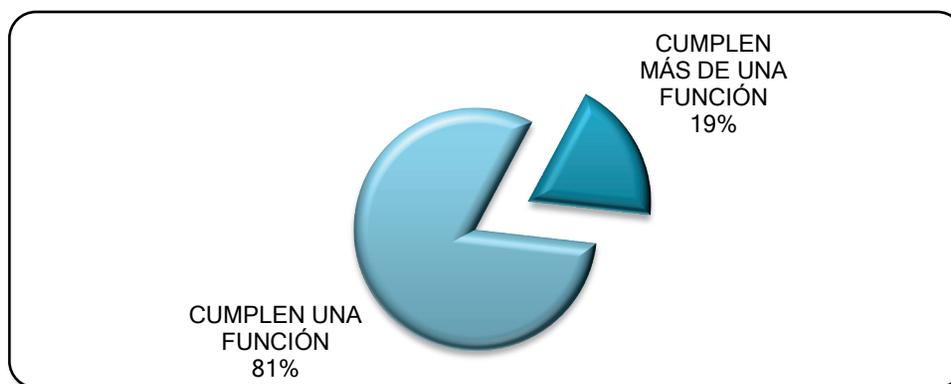
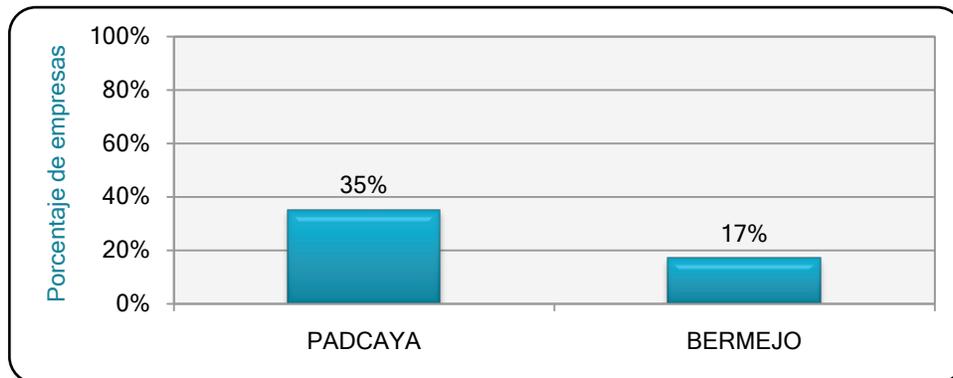


Gráfico Nro. 84

ARCE: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



AUSENTISMO LABORAL

La figura muestra claramente que la tasa de ausentismo laboral mensual es mayor en la localidad de Padcaya con 4 faltas promedio al mes, en tanto que Bermejo registra en promedio 2 faltas/mes.

Figura Nro. 41

ARCE: TASA DE AUSENTISMO LABORAL



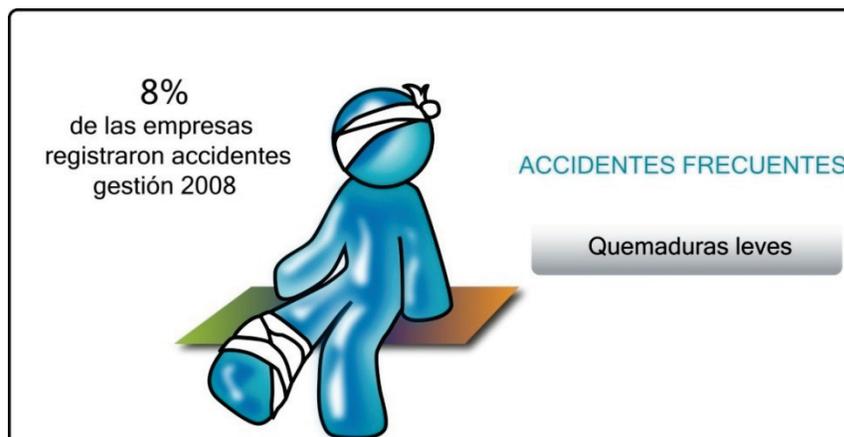
2.2.2.4 Seguridad

ÍNDICE DE ACCIDENTES

El 8% de las empresas registró algún tipo de accidente de sus trabajadores durante la gestión 2008, el más frecuente es de quemaduras leves.

Figura Nro. 42

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REGISTRARON ACCIDENTES - 2008



Realizando el análisis por sección municipal se determinó que el 9% de las empresas del municipio de Bermejo registró algún tipo de accidente, en tanto que en Padcaya ninguna empresa lamentó incidentes en su personal.

Tabla Nro. 44

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REGISTRARON ACCIDENTES SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

	PROVINCIA ARCE	
	1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo
Porcentaje establecimientos gastronómicos que registraron accidentes	0%	9%
Total Empresas	10	57

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

El 46% de las empresas de la provincia Arce poseen infraestructura, equipos y/o elementos de seguridad, es decir, cuentan al menos con salida de emergencia, extintor y/o botiquín.

Tabla Nro. 45

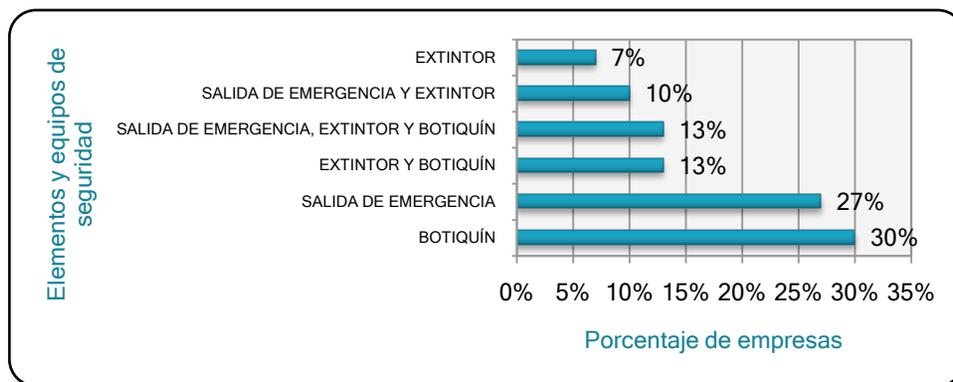
ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y/O ELEMENTOS DE SEGURIDAD

PROVINCIA ARCE	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TENENCIA DE INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD (Expresado en porcentaje)	
			Si	No
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Micro	9	62	38
	Pequeña	1	-	100
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Micro	49	37	63
	Pequeña	8	87	13
Total		67	46	54

Del total de empresas que afirmaron contar con infraestructura, equipos y/o elementos de seguridad sólo el 13% cuenta con salida de emergencia, extintor y botiquín, un 23% tiene al menos dos de los anteriormente nombrados y finalmente un 64% de las empresas cuenta con sólo uno.

Gráfico Nro. 85

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, ELEMENTOS Y EQUIPOS DE SEGURIDAD



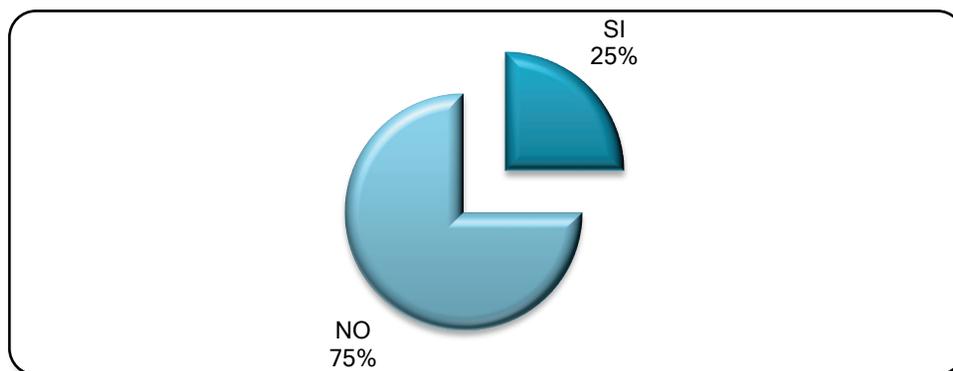
2.2.2.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer su empresa y atraer una mayor cantidad de clientes el 25% de las empresas invierte en publicidad erogando un promedio mensual de \$us 90.

Gráfico Nro. 86

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON INVERSIÓN EN PUBLICIDAD



Al realizar el análisis por sección municipal se observa que sólo 16 (28%) empresas en Bermejo realizan este tipo de inversión en tanto que en la localidad de Padcaya las empresas no publicitan sus servicios.

Tabla Nro. 46

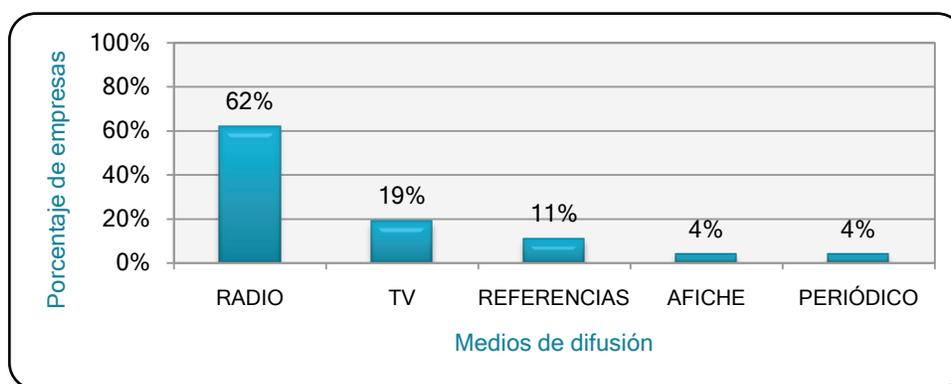
ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON INVERSIÓN EN PUBLICIDAD SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA ARCE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	REALIZAN PUBLICIDAD (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN - Localidad de Padcaya	10	-	100
2ª SECCIÓN - Ciudad de Bermejo	57	28	72

El medio de difusión más utilizado es la radio, a ella le sigue la televisión, siendo estas dos los medios de propaganda más importantes.

Gráfico Nro. 87

ARCE: PRINCIPALES MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



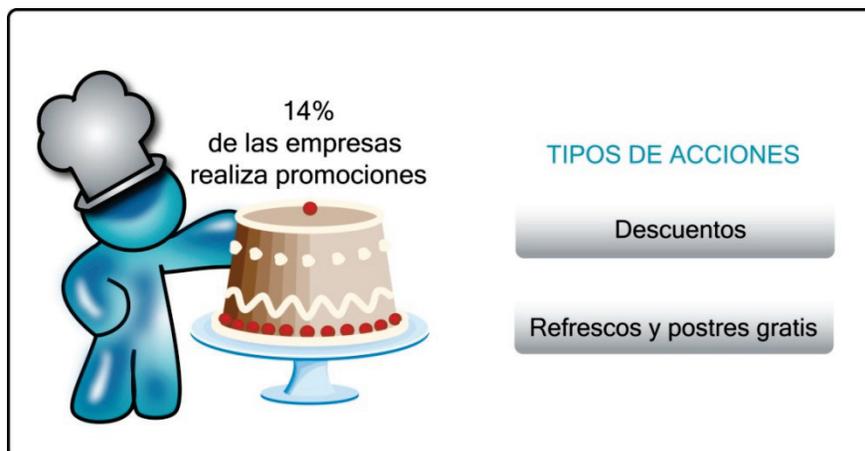
PROMOCIÓN

Las empresas con el fin de atraer una mayor cantidad de clientes especialmente en temporadas bajas y a su vez premiar a sus clientes asiduos, realizan una serie de acciones entre ellas, descuentos por cierta cantidad de consumo o en determinados productos, en otros casos otorgan algunos postres y refrescos gratis.

Estas acciones son desarrolladas por el 14% de las empresas.

Figura Nro. 43

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES



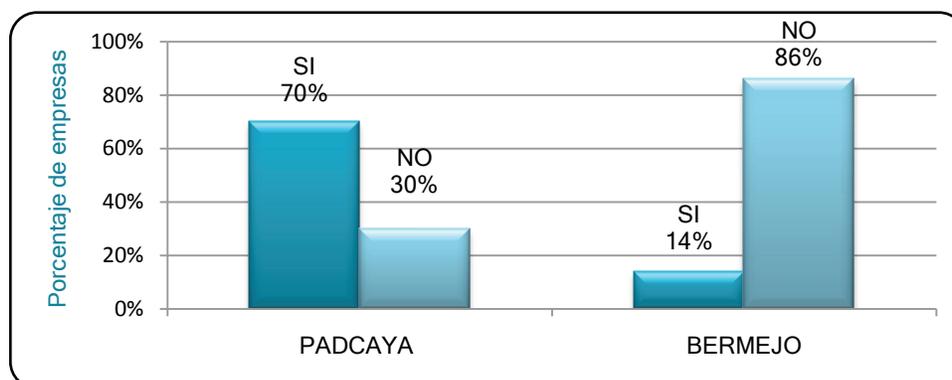
2.2.2.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES

Se observa que la tenencia de carpeta de clientes es más común en las empresas de la localidad de Padcaya respecto a las de Bermejo dado que el 70% cuenta con una carpeta de clientes, mientras que en el caso de Bermejo sólo el 14% lo usa.

Gráfico Nro. 88

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



Entre los principales motivos que impulsan a las empresas a contar con un registro de sus clientes se mencionan los siguientes:

- ✿ Registros contables
- ✿ Registro de pensionados
- ✿ Identificar clientes asiduos para promociones y descuentos.

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Se aprecia en la tabla 47 que los establecimientos gastronómicos de la provincia reciben alrededor de 5.164 clientes/ día, de los cuales el 8% son de procedencia extranjera y un 92% de procedencia nacional para el caso de Padcaya, en tanto que en Bermejo el 48% de los clientes son de procedencia nacional y 52% de procedencia internacional.

Tabla Nro. 47

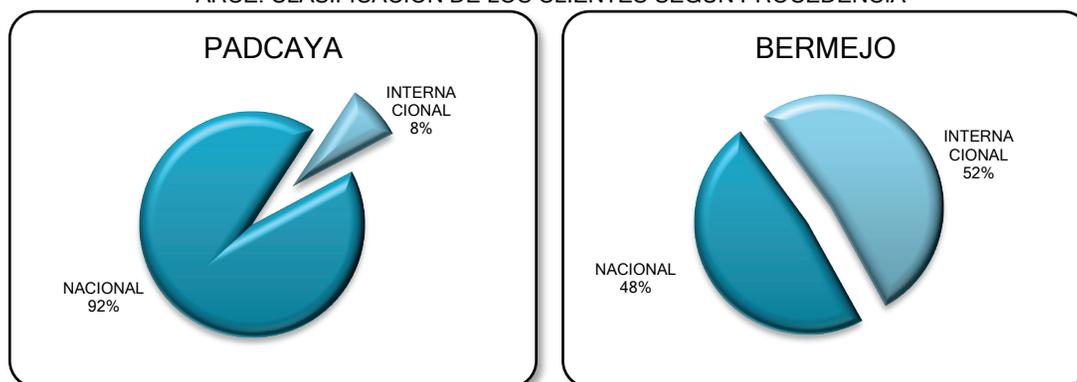
ARCE: COMENSALES ATENDIDOS AL DÍA SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA

PROVINCIA ARCE	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA EL NÚMERO DE COMENSALES			TOTAL CLIENTES AL DÍA
			Promedio	Máximo	Mínimo	
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Micro	9	62*	100	20	557
	Pequeña	1	55	55	25	55
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Micro	49	72	300	20	3.528
	Pequeña	8	128	300	25	1.024
Total		67	79	189	34	5.164

*Valor redondeado

Gráfico Nro. 89

ARCE: CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES SEGÚN PROCEDENCIA



PERSONAL DE ATENCIÓN POR NUMERO DE COMENSALES

Una buena atención es muy importante a la hora de calificar a una empresa que presta servicios de gastronomía, se debe tratar que el personal encargado de atender a los clientes esté siempre atento a sus necesidades, por esto se analiza la siguiente variable en las dos secciones municipales.

Tabla Nro. 48

ARCE: PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR NÚMERO DE COMENSALES DÍA

PROVINCIA ARCE	TAMAÑO DE LA EMPRESA	PERSONAL POR NUMERO DE COMENSALES DÍA
1ª SECCIÓN	Micro	1/40
Localidad de Padcaya	Pequeña	1/18
2ª SECCIÓN	Micro	1/53
Ciudad de Bermejo	Pequeña	1/41

CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

En los diferentes establecimientos gastronómicos se ofrece una variedad de menús, el 94% de las empresas de la provincia Arce ofrece a su clientela menús regionales, un 49% ofrece platos nacionales y finalmente un 7% ofrece platos internacionales.

A nivel de secciones se observa que en Bermejo (ciudad fronteriza con la república de la argentina), sólo el 9% de los establecimientos ofrece un menú internacional, mientras que el 54% ofrece un menú con comida nacional.

Figura Nro. 44

ARCE: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

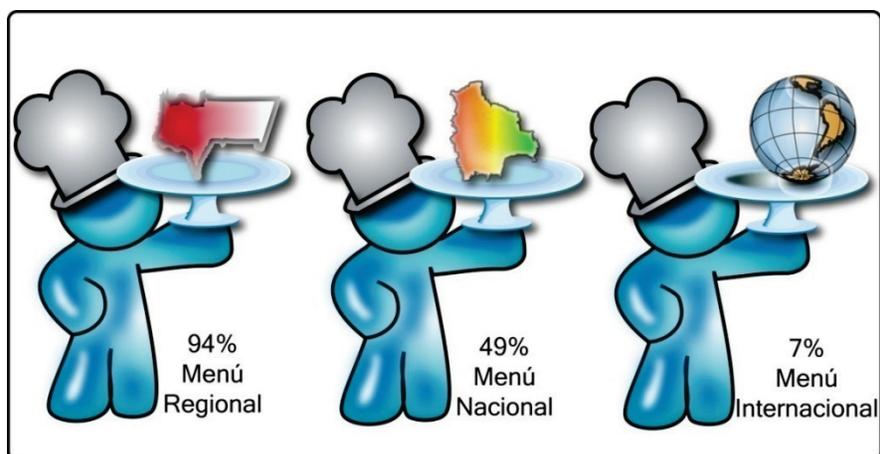


Tabla Nro. 49

ARCE: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

TIPO DE MENÚ	PROVINCIA ARCE (Expresado en porcentaje)	
	1ª SECCIÓN	2ª SECCIÓN
	Localidad de Padcaya	Ciudad de Bermejo
Regional	100	93
Nacional	22	54
Internacional	-	9

Realizando el análisis por tamaño de empresa se observa que la especialidad de las empresas de la provincia Arce es ofrecer a su clientela comida típica de la región, así lo reflejan los datos de la tabla que se presenta a continuación.

Tabla Nro. 50

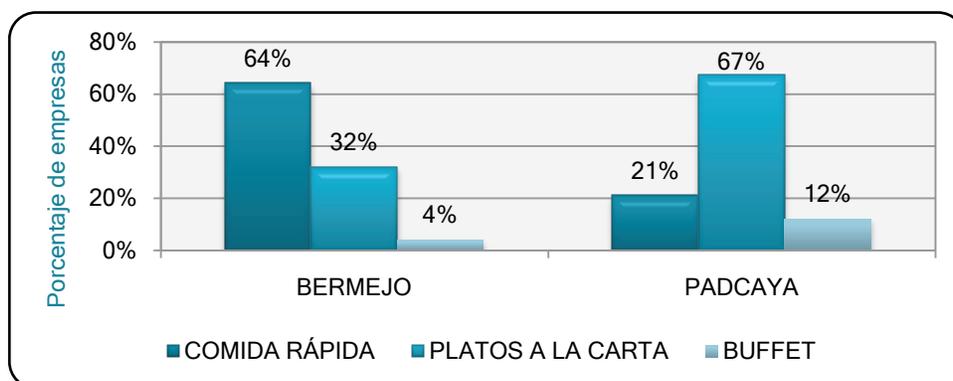
ARCE: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA Y SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA ARCE	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE MENÚ (Expresado en porcentaje)		
			Regional	Nacional	Internacional
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Micro	9	100	25	-
	Pequeña	1	100	-	-
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Micro	49	96	53	4
	Pequeña	8	75	63	38

El principal servicio que ofrecen las empresas en el municipio de Bermejo es la comida rápida a diferencia de Padcaya donde se ofertan mayormente platos a la carta.

Gráfico Nro. 90

ARCE: PRINCIPALES SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



2.2.2.7 Tecnologías De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

Desafortunadamente el uso de la tecnología no ha sido asumida como parte fundamental a la hora de manejar los negocios en el caso del sector gastronómico de la provincia, sólo el 7% de las empresas hace uso de al menos una computadora sea con fines de registrar a sus clientes, llevar la contabilidad de la empresa, expedir facturas, etc.

Gráfico Nro. 91

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS

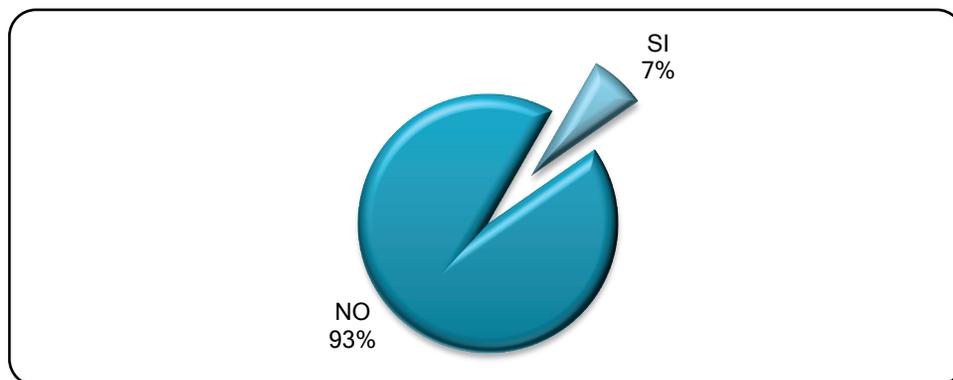


Tabla Nro. 51

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS POR SECCIÓN MUNICIPAL

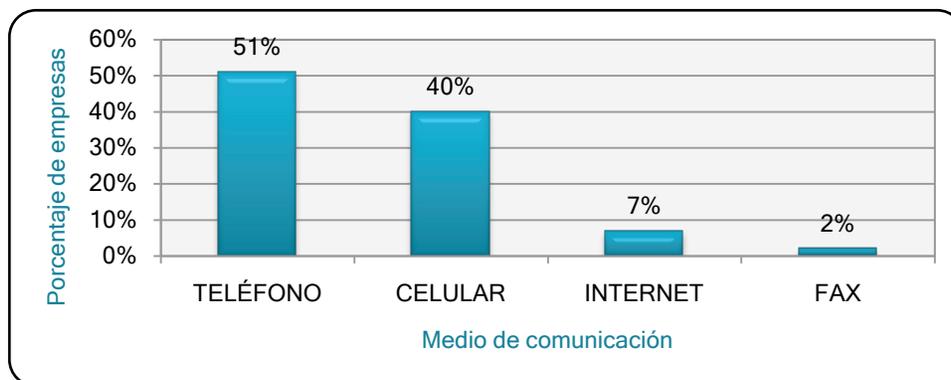
PROVINCIA ARCE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TENENCIA DE COMPUTADORAS (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN- Localidad de Padcaya	10	-	100
2ª SECCIÓN- Ciudad de Bermejo	57	7	93

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Entre los principales medios de comunicación utilizados por las empresas, se tiene que el 51% de las mismas utiliza el teléfono fijo, le sigue el celular usado por el 40% de las empresas, finalmente el tercer medio utilizado es internet con un 7%.

Gráfico Nro. 92

ARCE: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

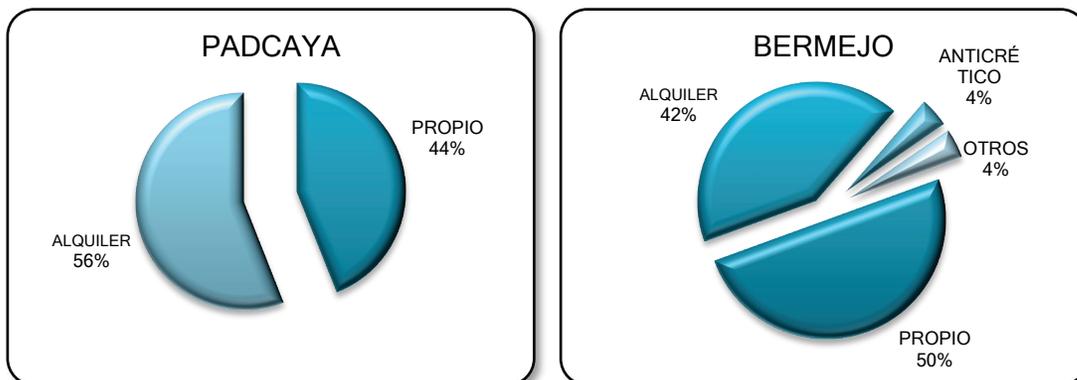


2.2.2.8 Infraestructura

De acuerdo a los datos analizados, alrededor del 50% de las empresas en ambas regiones opera en ambientes que no son propios siendo estos alquilados, en anticrético y otros (a préstamo).

Gráfico Nro. 93

ARCE: TENENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA EN LA QUE OPERAN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

Los 67 establecimientos gastronómicos establecidos en las principales ciudades y/o localidades de la provincia Arce tienen una capacidad para albergar alrededor de 3.525 clientes al día.

Tabla Nro. 52

ARCE: CAPACIDAD PARA ATENDER CLIENTES/DÍA EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

PROVINCIA ARCE	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD EN NÚMERO DE CLIENTES/DÍA			
			Media	Mínimo	Máximo	Total Clientes
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Micro	9	39*	24	80	354
	Pequeña	1	60	60	60	60
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Micro	49	45*	15	200	2.212
	Pequeña	8	112*	40	250	899
Totales		67	53	15	250	3.525

*En valor redondeado

TENENCIA DE BAÑOS DIFERENCIADOS

De acuerdo a los datos obtenidos el 51% de las empresas cuenta con baños diferenciados, quedando alrededor de 33 establecimientos gastronómicos (49%) que no los tienen.

Figura Nro. 45

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS

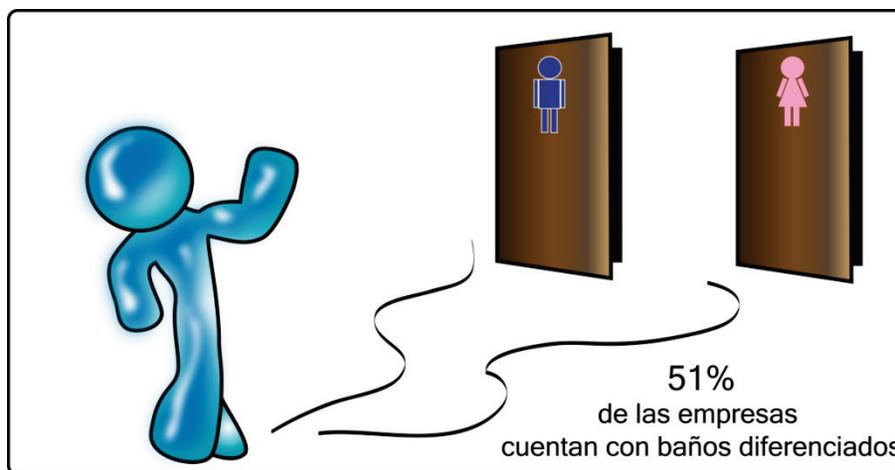


Tabla Nro. 53

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA ARCE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	BAÑOS DIFERENCIADOS	
		Si	No
1ª SECCIÓN-Localidad de Padcaya	10	6	4
2ª SECCIÓN- Ciudad de Bermejo	57	28	29



Los resultados que se muestran en la siguiente tabla nos permiten afirmar que la mayoría de las empresas que reciben más de 100 clientes al día no cuentan con baños diferenciados.

Tabla Nro. 54

ARCE: TENENCIA DE BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN RECEPCIÓN DE CLIENTES DIARIOS

PROVINCIA ARCE	TOTAL CLIENTES AL DÍA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	EMPRESAS CON BAÑOS DIFERENCIADOS	
			Si	No
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Menos de 50	7	5	2
	Entre 51 y 100	3	1	2
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Menos de 50	31	16	15
	Entre 51 y 100	15	6	9
	Entre 101 y 200	7	2	5
	Entre 201 y 300	4	4	-
Total		67	34	33

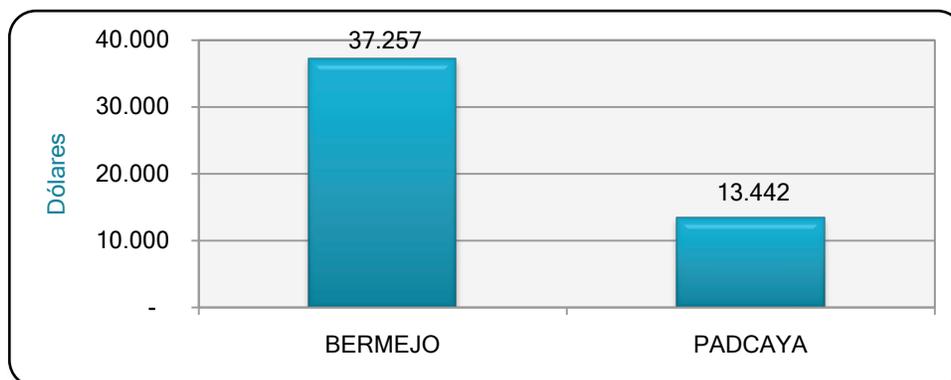
2.2.2.9 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El Sub sector gastronómico de la provincia Arce registró que su actividad le generó \$us 50.699 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008 de los cuales un 74% fue generado por las empresas establecidas en el municipio de Bermejo y el 26% restante por las empresas de la localidad de Padcaya.

Gráfico Nro. 94

ARCE: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008
(Expresado en dólares americanos²⁴)



Respecto a la productividad según tamaño de la empresa, se observa que el ingreso de las pequeñas empresas equivale al doble del ingreso percibido por las microempresas, dicho comportamiento se repite en ambas secciones municipales.

²⁴ T/C 1\$us. = Bs. 7,07

Tabla Nro. 55
ARCE: INGRESO PROMEDIO ANUAL SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA - 2008
(Expresado en dólares americanos)²⁵

PROVINCIA ARCE	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA LOS INGRESOS BRUTOS (En dólares)	
			Ingreso Medio	Total Ingresos
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Micro	9	1.267*	11.405
	Pequeña	1	2.037	2.037
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Micro	49	575*	28.163
	Pequeña	8	1.137*	9.094
Total		67	757*	50.699

*En valor redondeado

EGRESOS

Los gastos en los que incurren las diferentes empresas en ambas secciones municipales son similares: pago al personal, alquiler del local y pagos por servicios básicos.

Tabla Nro. 56
ARCE: PRINCIPALES GASTOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE
EMPRESA

PROVINCIA ARCE	TAMAÑO DE LA EMPRESA	GASTOS (Expresado en porcentaje)						TOTAL
		Personal	Energía Eléctrica	Alquiler	Gas	Agua	Otros Gastos*	
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Micro	52	8	16	16	2	6	100
	Pequeña	55	4	27	13	1	-	100
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Micro	30	20	13	16	5	16	100
	Pequeña	37	18	1	16	5	23	100

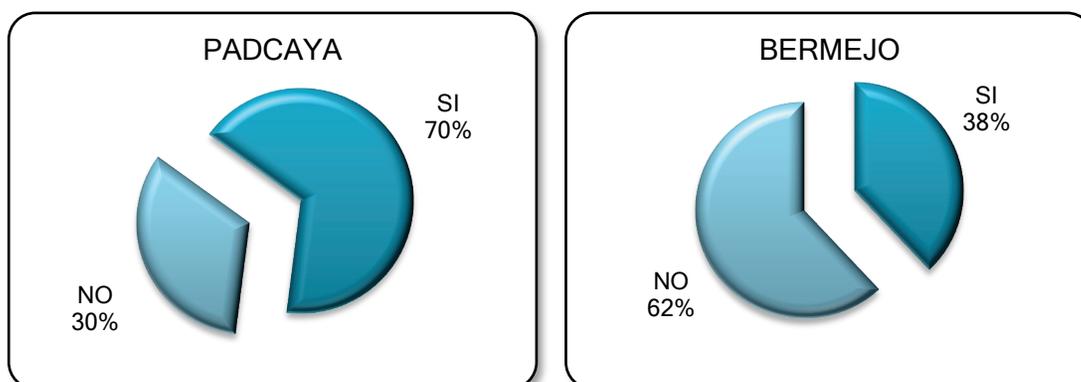
* Otros gastos = utensilios, productos de limpieza.

INVERSIÓN

Poco más del 35% de las empresas en Bermejo realizaron inversiones, en las gestiones 2007 - 2008, en el caso de Padcaya el porcentaje superó al 65% de las empresas.

Gráfico Nro. 95

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON - (2007-2008)



CRÉDITOS BANCARIOS

Tanto en Padcaya como en Bermejo la mayoría de las empresas no recurrieron a créditos de la banca comercial durante las gestiones (2007-2008), tal como se refleja en el cuadro siguiente; con excepción de las empresas pequeñas del municipio de Bermejo, que en un 75% accedieron a los mismos.

Tabla Nro. 57

ARCE: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS (2007-2008)

PROVINCIA ARCE	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL EMPRESAS	CRÉDITOS BANCARIOS (Expresado en porcentaje)	
			Si	No
1ª SECCIÓN Localidad de Padcaya	Micro	9	37	63
	Pequeña	1	-	100
2ª SECCIÓN Ciudad de Bermejo	Micro	49	33	67
	Pequeña	8	75	23
Total		67	38	62

2.3 PROVINCIA GRAN CHACO

GRAN CHACO



La provincia Gran Chaco está conformada por tres secciones municipales, Yacuiba, Caraparí y Villa Montes.

El municipio de Yacuiba, Primera sección de la provincia Gran Chaco se ubica al sureste del departamento de Tarija, es uno de los puntos fronterizos con la república Argentina.

Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas, para el año

2008, el municipio cuenta con un total de 125.848 habitantes. Su capital, la ciudad de Yacuiba se encuentra a una altura promedio de 580 m.s.n.m., distante a 350 kilómetros de la ciudad de Tarija.

Por las características que presenta la misma, sobre todo en el orden comercial, se constituye en un centro de compras, en particular para ciudadanos argentinos, razón por la cual la ciudad afirma su vocación para el desarrollo del turismo de compras. Desde la república Argentina llegan turistas sobre todo los fines de semana, en feriados largos y vacaciones a adquirir artículos diversos de vestir y electrodomésticos en general, otro grupo importante de argentinos pasan por la región para dirigirse a la ciudad de Santa Cruz como destino final.

En general el municipio presenta importantes atractivos sobre todo de orden natural con la presencia del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Serranía del Aguaragüe, los cuales permiten afirmar que entre las vocaciones más importantes del municipio está el turismo de aventura y el ecoturismo. Así mismo Yacuiba posee atractivos culturales como el Festival de la Tradición Chaqueña, Fiestas guaraníes (Carnaval guaraní en Aguayrenda), La fiesta Patronal de San Pedro en Yacuiba, entre otras expresiones culturales, junto a la presencia de los guaraníes y a las costumbres del hombre chaqueño, que permiten también apostar por una vocación para el turismo indígena y rural aprovechando la presencia de haciendas que aún mantienen costumbres de antaño muy atractivos como la marcada de los animales (la hierra), la doma de potros, la elaboración de quesos, etc.

El municipio de Caraparí, segunda sección de la provincia Gran Chaco, se ubica entre los municipios de Villa Montes y Yacuiba en el centro este del departamento, distante a 36 km. de la ciudad de Yacuiba, a 97 km. de la ciudad de Villa Montes y a 232 km. de la ciudad de Tarija, capital del departamento.

Caraparí se encuentra a una altura promedio de 760 m.s.n.m., con una temperatura promedio de 28°C según proyecciones del INE para el 2008, este municipio cuenta con 9.987 habitantes, su superficie es de aproximadamente 3.274.4 kilómetros cuadrados.

Entre sus principales atractivos turísticos naturales está el Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Serranía del Aguaragüe, con varias comunidades involucradas (Agua Blanca, Ñigüasú, Itaú, entre otras) lo cual permite afirmar que una de las vocaciones turísticas más importantes de este municipio es el turismo de aventura y el ecoturismo, aunque en la actualidad son también atractivos, para el turismo de interés general y estudiantil, la presencia de los pozos de explotación hidrocarburífera.

En la práctica del ecoturismo y turismo de aventura pueden integrarse algunas haciendas de la región las cuales mantienen prácticas culturales y de manejo de ganado y de cultivos tradicionales que merecen ser mostradas a los visitantes.

Caraparí cuenta además con algunas expresiones culturales muy particulares y de relevancia a nivel nacional, tales como la Festividad de la Virgen de Guadalupe, con un importante protagonismo del grupo étnico Guaraní, así como la fiesta patronal de San Miguel Arcángel, fiesta del Tata Santiago entre otras, ellas en el escenario natural en el que se desarrollan invitan al visitante a compartir con la cultura y tradición en integración con la naturaleza.

Finalmente, **el Municipio de Villa Montes**, Tercera Sección de la provincia Gran Chaco, se encuentra a una altura aproximada de 440 m.s.n.m. Las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas indican que para el año 2008 Villa Montes cuenta con una población de 27.160 habitantes.

La ciudad de Villa Montes se encuentra distante a 89 kilómetros de la ciudad de Yacuiba, a 97 km. de Caraparí y a 240 km. de la ciudad capital Tarija. La temperatura promedio es de 30 a 35 grados centígrados

Entre los principales atractivos turísticos que posee este municipio está el Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Serranía del Aguaragüe, importante recurso que como se pudo apreciar tiene influencia en las tres secciones de la provincia Gran Chaco y permite el desarrollo del turismo de aventura y ecoturismo.

Hablar de Villa Montes es hablar del río Pilcomayo y de la presencia del grupo étnico Weenhayek, los cuales afirman la vocación turística del municipio por el turismo deportivo basado en la pesca y el turismo indígena, respectivamente. Con los Weenhayek se puede apreciar además de la pesca tradicional actualmente su artesanía, y al igual que Caraparí y Yacuiba en este municipio se encuentran haciendas que destacan las prácticas culturales en relación al manejo del ganado y las actividades agrícolas.

Por otro lado existen a lo largo del año algunos eventos que se realizan en Villa Montes y que motivan la llegada de visitantes del resto del departamento, nacionales e inclusive internacionales, tal es el caso de la FEGACHACO - Feria Ganadera del Chaco, la Fiesta Internacional de la pesca deportiva de Villa Montes, el Festival Nacional del Violín, entre los más importantes.

Pero no se debe olvidar que históricamente Villa Montes tiene huellas del paso de las Misiones Franciscanas (Iglesia de San Francisco de Solano, Misión Franciscana "Puesto Uno", entre otros) y de un hecho importante en la historia de todo el país, la Guerra del Chaco, pues existe la posibilidad de apreciar algunas de las que fueron las trincheras en esta contienda con la

república del Paraguay. Estos últimos recursos culturales permiten que en Villa Montes se hable también de turismo histórico.

Una vez descritos de manera general los atractivos turísticos más destacados de los municipios de Yacuiba, Caraparí y Villa Montes pertenecientes a la provincia Gran Chaco, pasamos a detallar las principales características de los servicios de hospedaje y gastronomía que la provincia ofrece a sus visitantes.

2.3.1 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

2.3.1.1 Características Generales

La provincia Gran Chaco cuenta con un total de 65 establecimientos²⁶ de hospedaje registrados para la gestión 2008, de los cuales 40 operan en el municipio de Yacuiba, 5 en Caraparí y 20 en Villa Montes.

Tabla Nro. 58
GRAN CHACO: CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA GRAN CHACO						TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba		2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí		3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes			
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Hotel*	11	27	-	-	4	20	15	24
Hostal	1	3	1	20	3	15	5	8
Residencial	22	55	1	20	5	25	28	43
Alojamiento	6	15	1	20	8	40	15	23
Casa de Huéspedes	-	-	2	40	-	-	2	3
Total	40	100	5	100	20	100	65	100

* Incluye los datos del apart Hotel

En el caso de Yacuiba existe un mayor número de establecimientos registrados como residenciales, en el municipio de Caraparí el porcentaje de casas de huéspedes equivale al 40% respecto al total de empresas, finalmente en el municipio de Villa Montes se han determinado un mayor número de alojamientos.

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

La oferta hotelera tuvo un importante crecimiento durante los últimos 5 años, dado que el 37% de las empresas en la provincia Gran Chaco inició sus actividades en este periodo; por otro lado, el 38% de las mismas opera con una antigüedad mayor a los 11 años.

Tabla Nro. 59
GRAN CHACO: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

²⁶ En el presente estudio solamente se recabó información de los principales centros poblados de la provincia Gran Chaco, las capitales de cada Municipio

ANTIGÜEDAD	PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes		
Menos de 5 años	11	4	9	24	37
De 6 a 10 años	11	1	4	16	25
Más de 11 años	18	-	7	25	38
Total	40	5	20	65	100

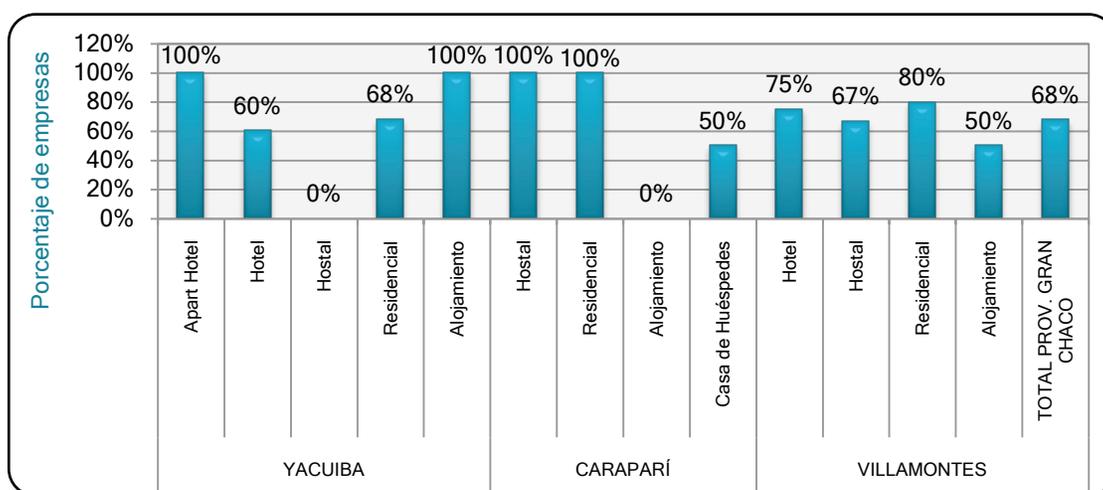
2.3.1.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

Alrededor del 68% de las empresas de la Provincia Gran Chaco han formulado su visión, para el caso de Yacuiba se puede apreciar que el Apart hotel y los alojamientos en su totalidad definieron un horizonte, en el caso de Caraparí, fueron los hostales y residenciales, mientras que en Villa Montes fueron los residenciales y hoteles.

Gráfico Nro. 96

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE FORMULARON SU VISIÓN

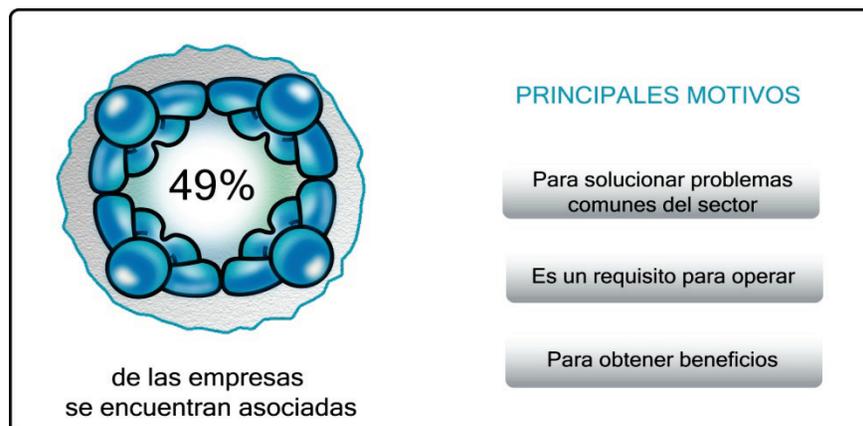


ASOCIATIVIDAD

La asociación más importante de los establecimientos de hospedaje turístico de la Provincia Gran Chaco es la Cámara Hotelera, la que en la actualidad acoge al 49% del total de empresas.

Figura Nro. 46

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS



En la figura se aprecia que uno de los principales motivos que impulsa a las empresas a asociarse es que les permite solucionar problemas comunes del sector, además de ser este un requisito para operar de manera formal y finalmente obtener otros beneficios, como capacitaciones.

A continuación se muestra el total de empresas que se encuentran asociadas según municipio.

Tabla Nro. 60

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS

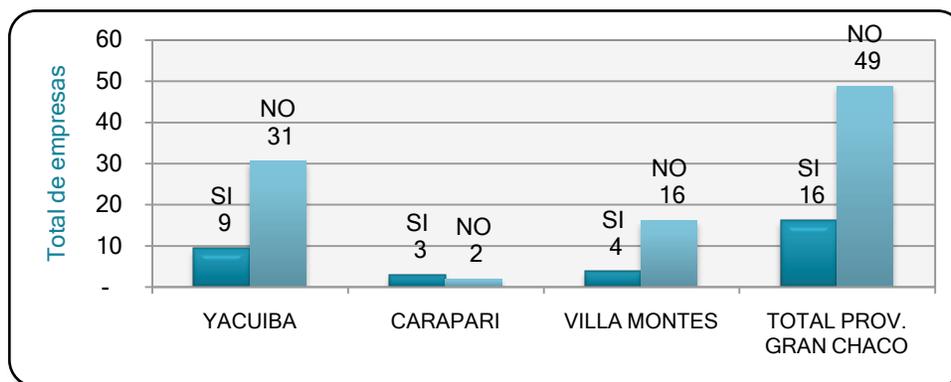
ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS	PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes		
Si	27	-	5	32	49
No	13	5	15	33	51
Total	40	5	20	65	100

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Otro punto a destacar en la gestión estratégica son las alianzas que han logrado establecer las empresas con el fin de fortalecerse y/o mejorar sus servicios, bajo esa concepción el 25% de las empresas (16 empresas de las 65 establecidas) de la provincia Gran Chaco logró acuerdos con otras empresas y/o instituciones principalmente con operadores de turismo y agencias de viaje de la ciudad de Tarija en el caso, de Yacuiba y Villa Montes y en el municipio de Caraparí con instituciones públicas.

Gráfico Nro. 97

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON ALIANZAS ESTRATÉGICAS



2.3.1.3 Gestión de Recursos Humanos

El sub sector generó 256 empleos directos para la gestión 2008, esto a su vez implica 1.024 empleos indirectos²⁷ y un total general de 1280 empleos.

Figura Nro. 47

GRAN CHACO: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



De acuerdo al detalle realizado por tipo de empresas se observa que los residenciales son los generadores del 39% del total de empleos directos, porcentaje similar al de los hoteles, mientras que los hostales, alojamientos y casas de huéspedes generan el 22% de los empleos restantes.

²⁷El Viceministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Tabla Nro. 61

GRAN CHACO: EMPLEOS DIRECTOS CREADOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL EMPLEOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes		
Hotel	72	-	29	101	39
Hostal	3	5	8	16	7
Residencial	78	3	20	101	39
Alojamiento	18	2	16	36	14
Casa de Huéspedes	-	2	-	2	1
Total	171	12	73	256	100
%	67	5	28	100	

Tabla Nro. 62

GRAN CHACO: PROMEDIO DE TRABAJADORES POR EMPRESA, POR TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE HOSPEDAJE	T/E
Hotel	15	12
Hostal	5	3
Residencial	28	4
Alojamiento	15	2
Casa de Huéspedes	2	1

*Total de trabajadores por empresa

CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

Se observa que en el sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 60% del total de empleos directos; de igual forma se puede apreciar cierta estabilidad laboral dado que el 70% de los trabajadores son permanentes, en cuanto al grado de educación el 93% (238 personas) cuentan sólo con conocimiento empírico en tanto que el porcentaje con formación universitaria no supera el 7%.

Figura Nro. 48

GRAN CHACO: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla resumen de las características de los trabajadores según municipio.

Tabla Nro. 63

GRAN CHACO: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

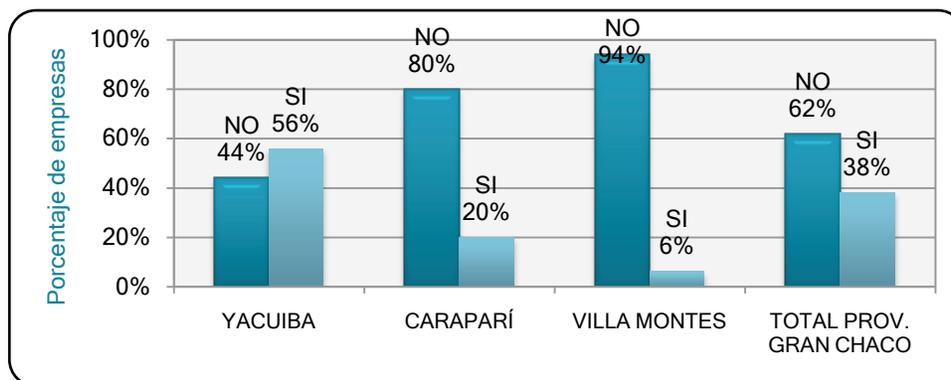
CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL TRABAJADORES
		1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	
GÉNERO	Hombres	82	1	20	103
	Mujeres	89	11	53	153
TIPO DE CONTRATO	Permanentes	100	10	69	179
	Eventuales	71	2	4	77
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Conocimiento Empírico	158	11	69	238
	Título Universitario	13	1	4	18
Total trabajadores		171	12	73	256
%		67	5	28	100

CAPACITACIÓN

Realizada la consulta respecto a las empresas que brindan adiestramiento a sus trabajadores, se pudo constatar en el municipio de Yacuiba que el 56% de las empresas ofrece capacitación a sus trabajadores, en tanto que en los municipios de Caraparí y Villa Montes el porcentaje es menor al 20%.

Gráfico Nro. 98

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CAPACITARON A LOS TRABAJADORES



La capacitación recibida por los trabajadores es interna es decir son los dueños de las empresas y/o el personal más preparado los que instruyen al resto del personal.

La enseñanza se basa fundamentalmente en los siguientes temas:

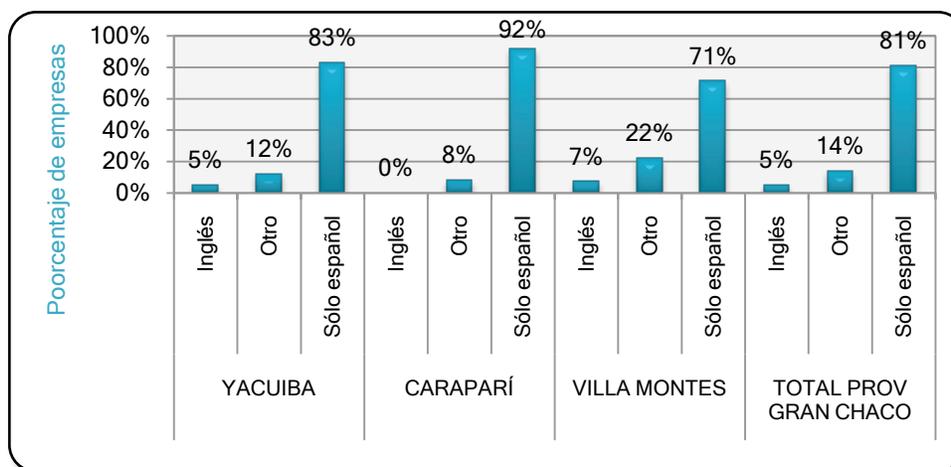
- ✿ Atención al cliente.
- ✿ Técnicas de limpieza.
- ✿ Buenos modales.

PERSONAL QUE HABLA OTROS IDIOMAS

Considerando que el manejo de idiomas extranjeros facilita la actividad que desarrollan los establecimientos de hospedaje, por la relación que se tiene con turistas extranjeros, es que se realizó la consulta al respecto, obteniendo como resultado que solo el 5% de los trabajadores (13 personas) hablan el idioma inglés y un 14% (36 personas) hablan otros idiomas (quechua).

Gráfico Nro. 99

GRAN CHACO: PERSONAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE HABLA OTROS IDIOMAS

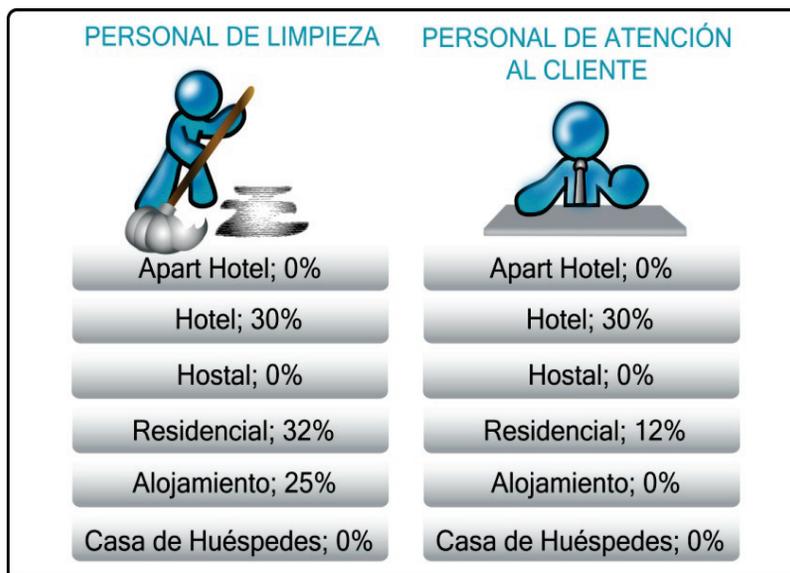


VESTIMENTA DE TRABAJO

Las empresas en su mayoría no dotan de vestimenta y/o uniformes de trabajo a sus trabajadores, pese a que el uso de los mismos puede lograr una mejor apreciación en sus empresas.

Figura Nro. 49

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE DOTAN DE VESTIMENTA DE TRABAJO



En el gráfico presentado a continuación se observa que sólo las empresas de Yacuiba brindan vestimenta de trabajo al personal de limpieza y atención al cliente.

Gráfico Nro. 100

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE BRINDAN VESTIMENTA DE TRABAJO AL PERSONAL DE LIMPIEZA

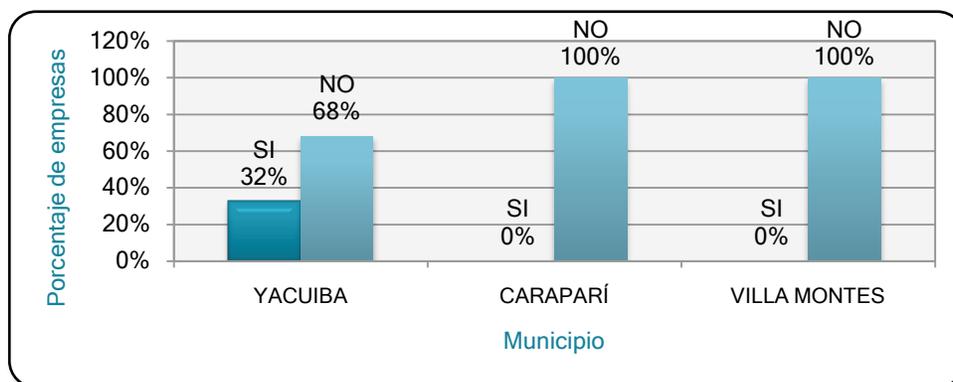
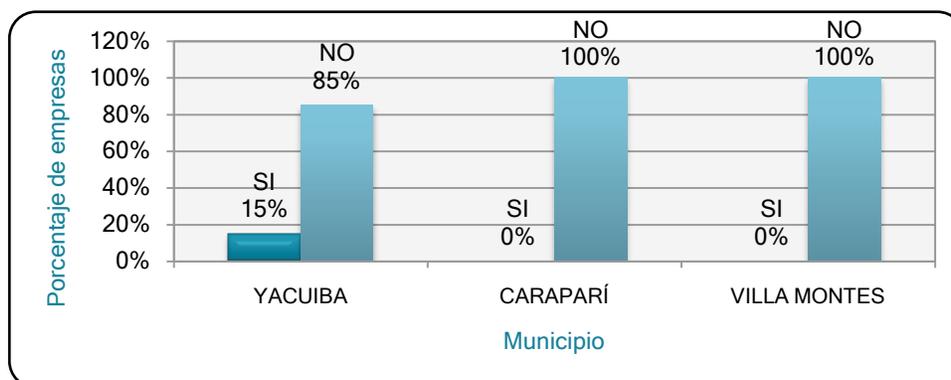


Gráfico Nro. 101

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE BRINDAN VESTIMENTA DE TRABAJO AL PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE



NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR

Se observa que el apart hotel y los hostales en Yacuiba son los que cuentan con mayor personal con relación a la cantidad de camas que tienen, a diferencia de los residenciales y alojamientos. En el resto de los municipios se observa en los diferentes tipos de establecimiento desde 10 como mínimo hasta 18 camas por trabajador.

Figura Nro. 50

GRAN CHACO: NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

	APART HOTEL	HOTEL	HOSTAL	RESIDENCIAL	ALOJAMIENTO	CASA DE HUÉSPEDES
YACUIBA	6 C/T	12 C/T	7 C/T	18 C/T	15 C/T	-
CARAPARÍ	-	-	10 C/T	18 C/T	10 C/T	17 C/T
VILLA MONTES	-	12 C/T	14 C/T	10 C/T	14 C/T	-

2.3.1.4 Seguridad

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

Existe infraestructura, equipos y elementos de seguridad indispensables para el funcionamiento de las empresas prestadoras de servicios turísticos en la provincia, esta investigación determinó que el 74% cuenta con botiquín, el 45% con extintor y un 31% cuenta con salida de emergencia.

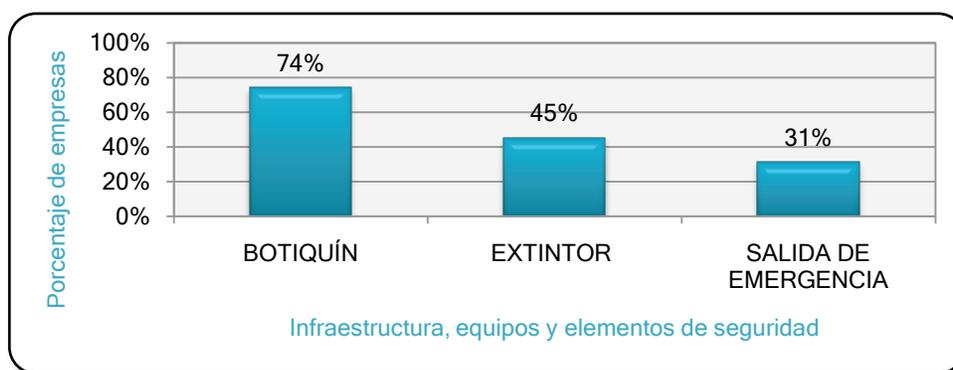
Tabla Nro. 64

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y/O ELEMENTOS DE SEGURIDAD SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD	PROVINCIA GRAN CHACO						TOTAL ESTABLECIMIENTOS		PORCENTAJE	
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba		2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí		3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes					
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Botiquín	31	9	4	1	13	7	48	17	74	26
Extintor	18	22	2	3	9	11	29	36	45	55
Salida de emergencia	9	31	-	5	11	9	20	45	31	69

Gráfico Nro. 102

GRAN CHACO: INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



2.3.1.5 Publicidad Y Promoción

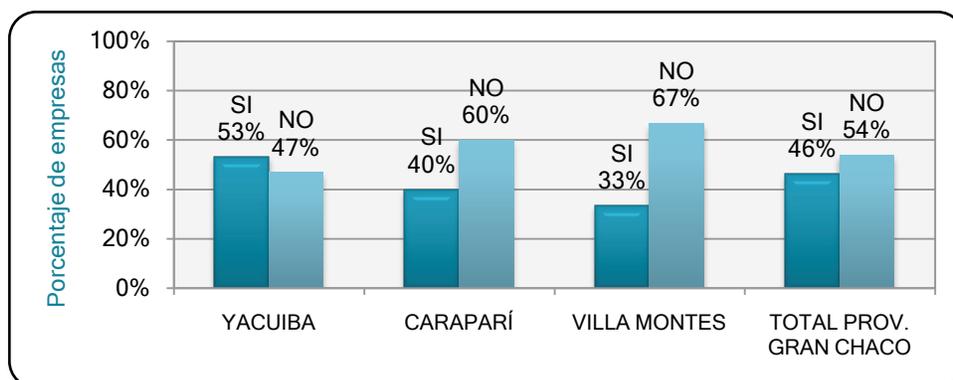
PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer su empresa y atraer una mayor cantidad de clientes el 46% de los establecimientos de hospedaje de la provincia Gran Chaco invierten en publicidad.

Al realizar el análisis por municipio se observa en el gráfico presentado a continuación, que es en Yacuiba donde más del 50% de las empresas invierte en publicidad, mientras que en Villa Montes y Caraparí este porcentaje se reduce.

Gráfico Nro. 103

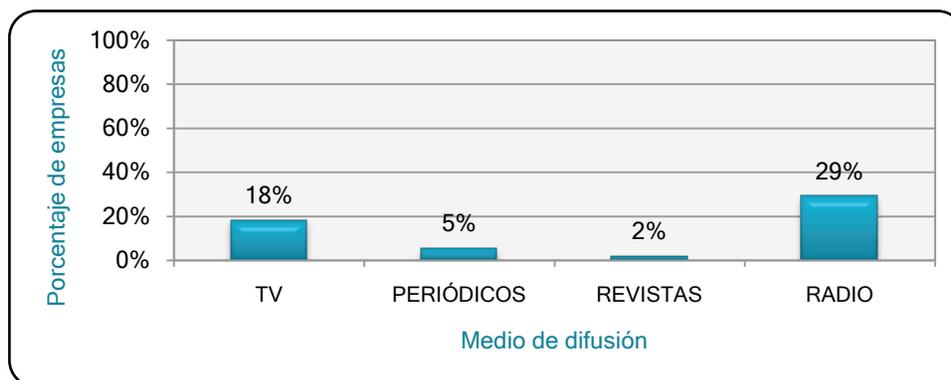
GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE REALIZARON INVERSIÓN EN PUBLICIDAD



El medio de difusión más utilizado para divulgar sus anuncios son las radioemisoras, utilizadas por el 29% del total de empresas, le sigue la televisión con un 18% constituyéndose ambas en los principales medios de propaganda.

Gráfico Nro. 104

GRAN CHACO: MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



2.3.1.6 Gestión De Clientes Y Servicios

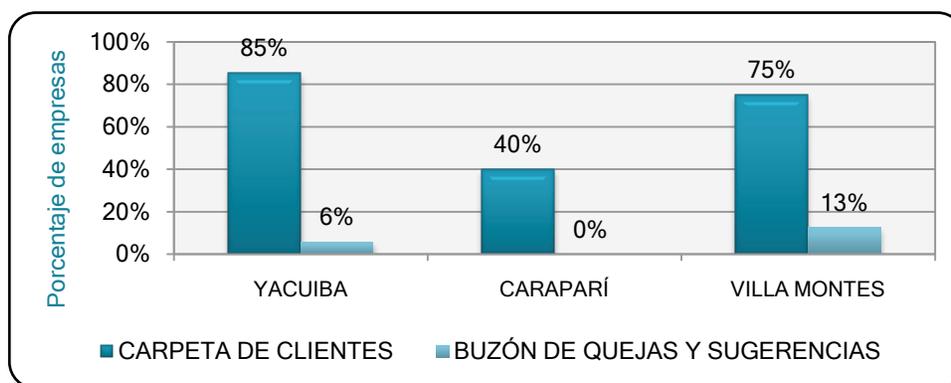
CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN SUGERENCIAS

El 85% de las empresas de Yacuiba cuenta con una carpeta de clientes, el 75% en Villa Montes y en el caso de Caraparí el porcentaje es menor (40%).

En tanto que el uso del buzón de quejas y/o sugerencias no es común en ninguno de los municipios, cuyos porcentajes son reducidos o no existen.

Gráfico Nro. 105

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN DE SUGERENCIAS

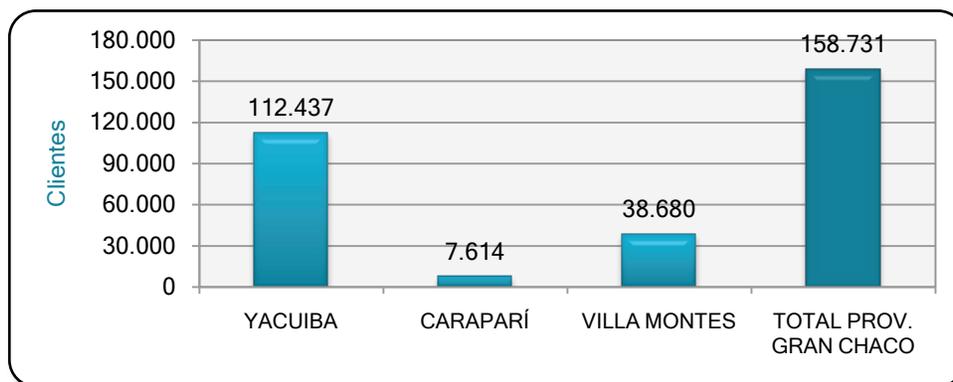


TOTAL DE CLIENTES

Se estima que el flujo de visitantes que atendieron los establecimientos de hospedaje de la provincia Gran Chaco en la gestión 2008 fue de 158.731, de los cuales el 71% visitaron Yacuiba, un 5% visitaron Caraparí y finalmente un 24% de los clientes pernoctaron en los establecimientos de Villa Montes.

Gráfico Nro. 106

GRAN CHACO: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



Realizando el análisis por tipo de empresa en el caso de Yacuiba los hoteles acapararon un mayor número de visitantes, en el caso de Caraparí tanto hostales como residenciales recibieron un mismo número de visitantes, finalmente en el municipio de Villa Montes los hoteles fueron los que lograron mayor captación de visitantes.

Tabla Nro. 65

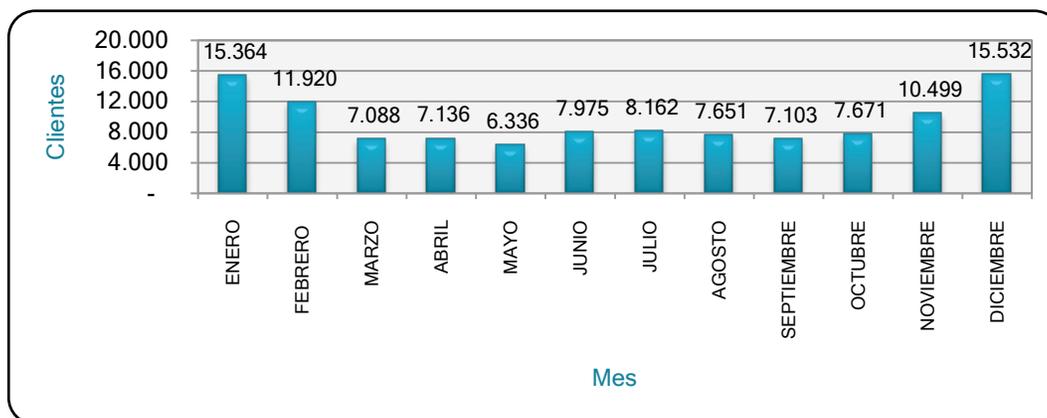
GRAN CHACO: TOTAL CLIENTES REGISTRADOS POR SECCIÓN MUNICIPAL Y TIPO DE HOSPEDAJE - 2008

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL CLIENTES
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	
Hotel	30.337	-	13.107	43.444
Hostal	2.700	3.300	10.815	16.815
Residencial	69.962	3.150	6.028	79.140
Alojamiento	9.438	780	8.730	18.948
Casa de huéspedes	-	384	-	384
Total	112.437	7.614	38.680	158.731

Según se observa en el siguiente gráfico, en Yacuiba en el periodo comprendido entre los meses de noviembre a febrero es cuando los establecimientos de hospedaje turístico reciben mayor flujo de visitantes.

Gráfico Nro. 107

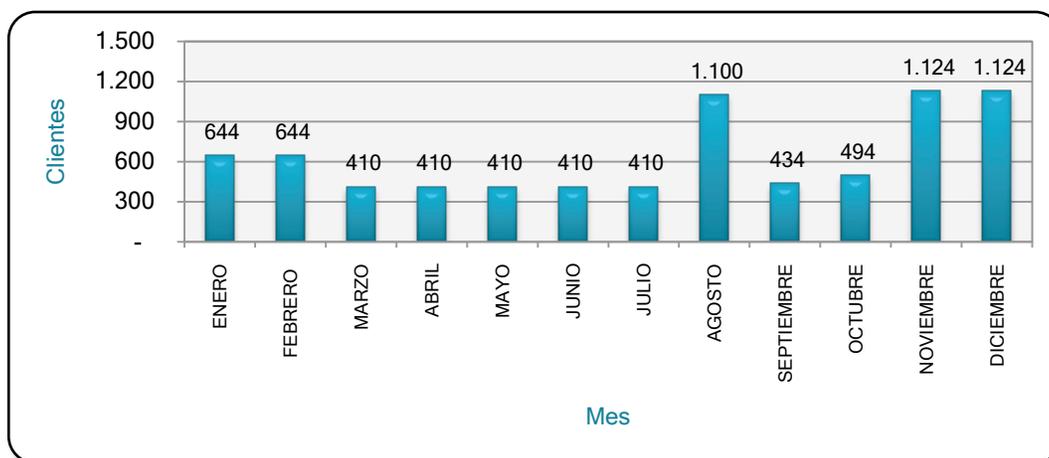
GRAN CHACO: FLUJO DE VISITANTES MENSUALES QUE REGISTRARON LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - YACUIBA



En el caso de Caraparí son los meses de agosto, noviembre y diciembre en los cuales existe mayor afluencia de visitantes, en tanto que los demás meses se observa que las cantidades de visitantes descienden.

Gráfico Nro. 108

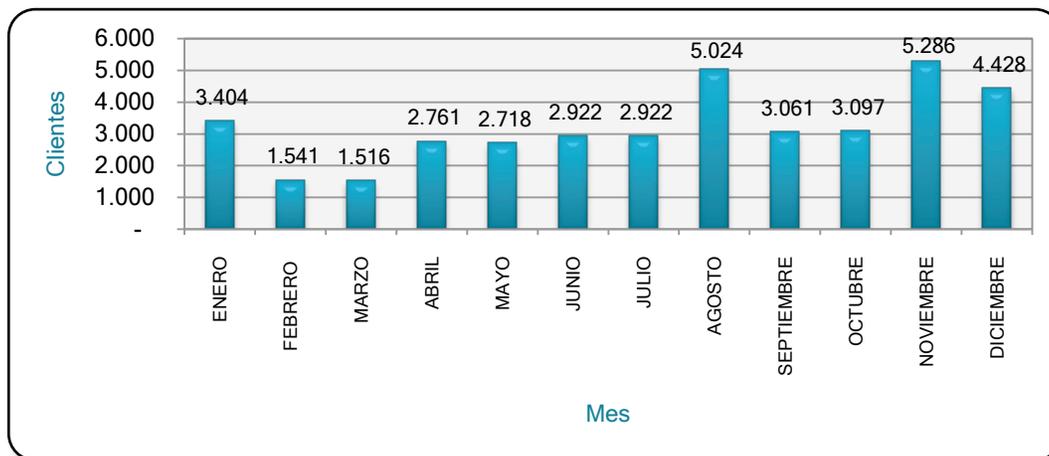
GRAN CHACO: FLUJO DE VISITANTES MENSUALES QUE REGISTRARON LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - CARAPARÍ



Para el caso de Villa Montes en el mes de agosto y los meses de noviembre a enero existe mayor afluencia de visitantes.

Gráfico Nro. 109

GRAN CHACO: FLUJO DE VISITANTES MENSUALES QUE REGISTRARON LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - VILLA MONTES



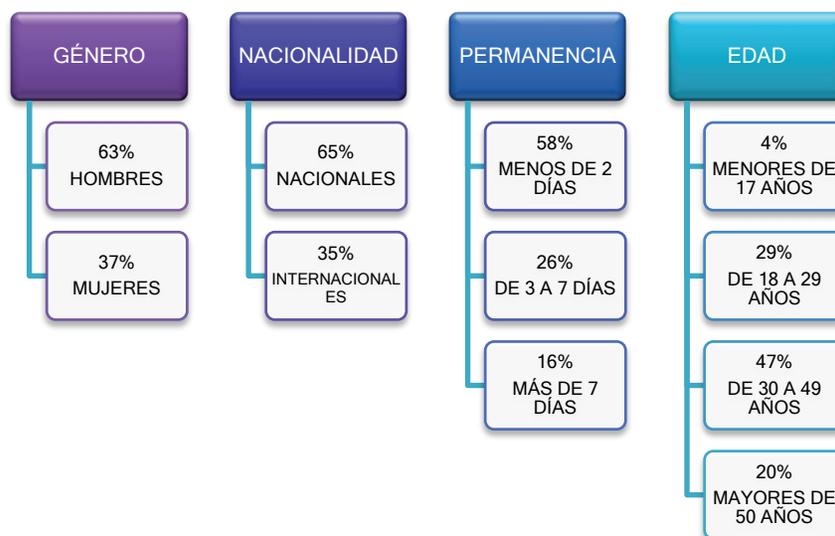
CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Las principales características de los clientes que visitan la provincia Gran Chaco se describen a continuación:

La mayoría, son varones, de origen nacional, que permanecen menos de 2 días y cuya edad oscila en casi el 50% de los casos entre los 30 a menos de 50 años.

Figura Nro. 51

GRAN CHACO: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla de las características de los clientes según sección.

Tabla Nro. 66

GRAN CHACO: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA GRAN CHACO (Expresado en porcentaje)		
		1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes
GÉNERO	Hombres	61	79	66
	Mujeres	39	21	34
NACIONALIDAD	Nacionales	58	90	82
	Internacionales	42	10	18
PERMANENCIA	Menos de 2 días	61	37	51
	De 3 a 7 días	23	46	32
	Más de 7 días	16	17	17
EDAD	Menores de 17 años	3	1	5
	De 18 a 29 años	27	33	32
	De 30 a 49 años	48	41	43
	Mayores de 50 años	22	25	20
Total Clientes		112.437	7.614	38.680

SERVICIOS QUE BRINDAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

Se observa en los resultados que se presenta a continuación, que los establecimientos de hospedaje del municipio de Yacuiba ofrecen una mayor cantidad de servicios (11) respecto a Caraparí y Villa Montes.

Gráfico Nro. 110

GRAN CHACO: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE YACUIBA

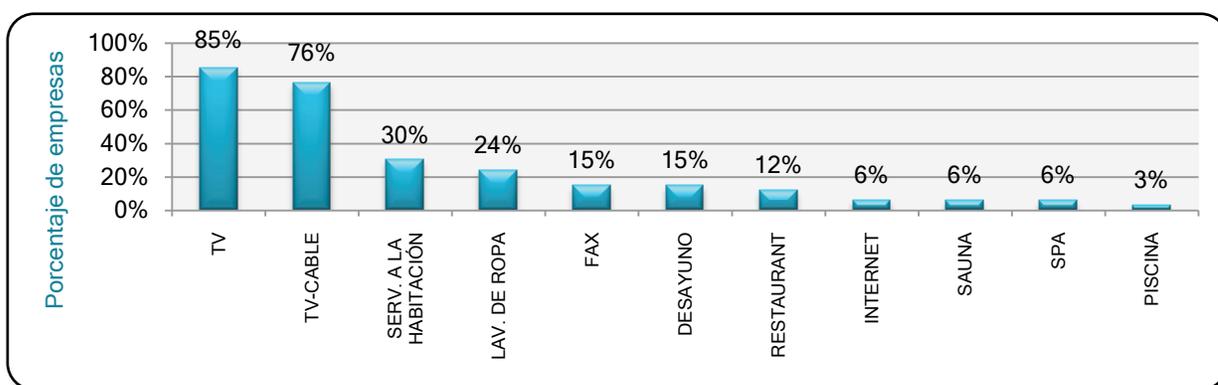


Gráfico Nro. 111

GRAN CHACO: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE CARAPARÍ

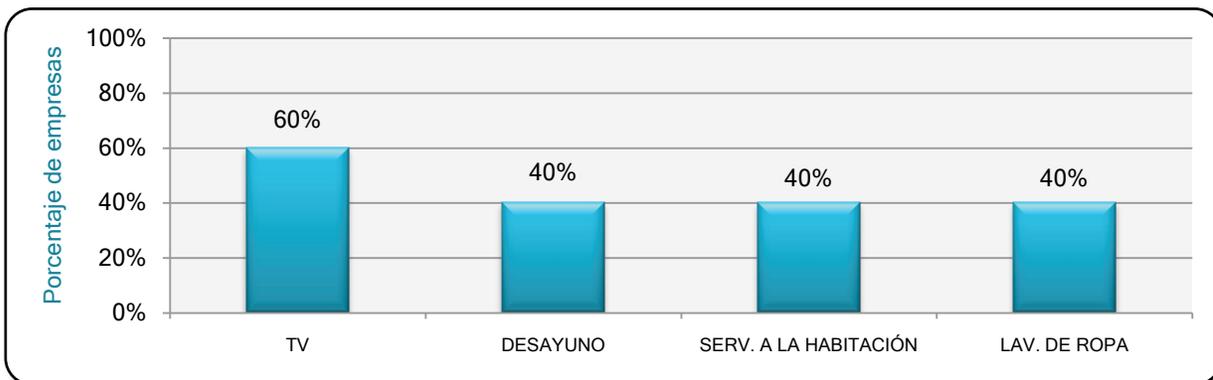
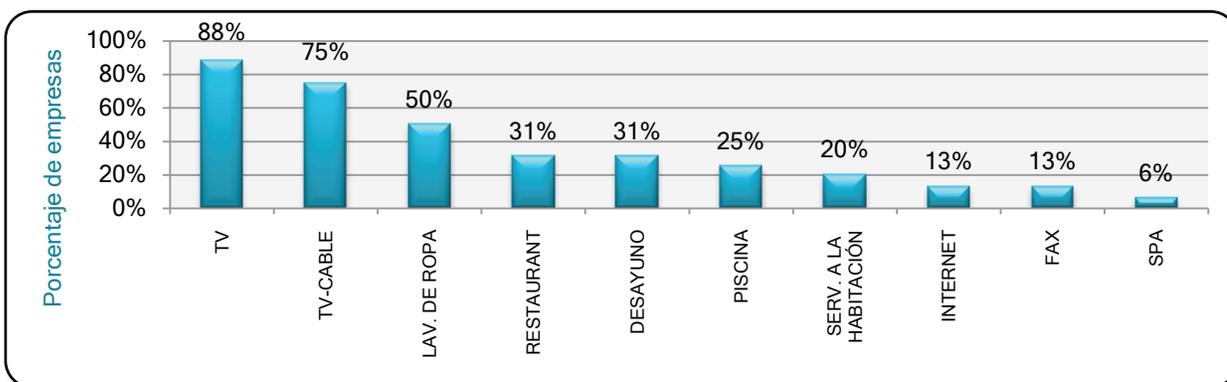


Gráfico Nro. 112

GRAN CHACO: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DE VILLA MONTES



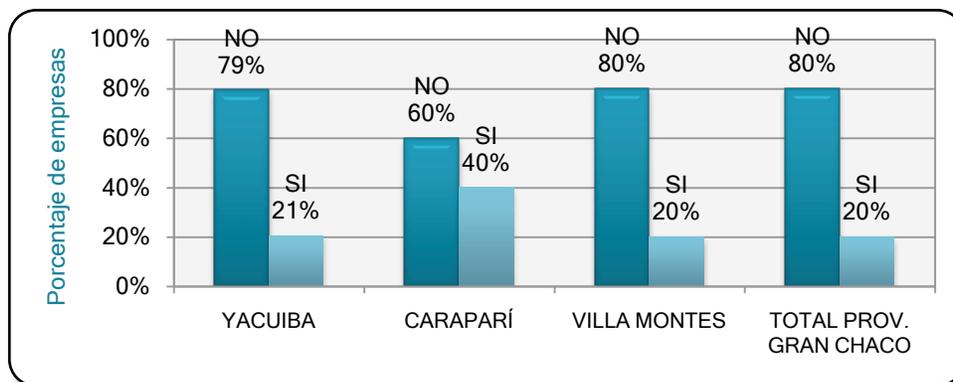
2.3.1.7 Tecnologías De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

El 20% de las empresas de la provincia Gran Chaco, (la mayoría hoteles y residenciales), tienen al menos una computadora.

Gráfico Nro. 113

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS



El uso que les dan a estos equipos es básico, desaprovechando la infinidad de beneficios que podrían obtener especialmente en el caso de registro de sus clientes (base de datos), en temas contables, etc.

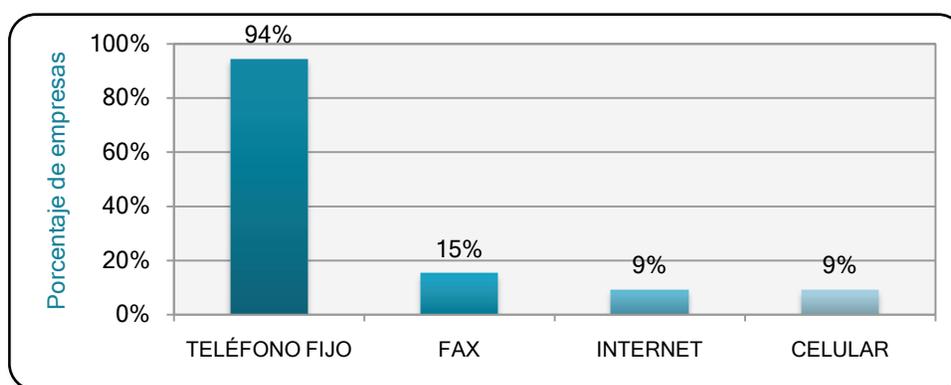
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El teléfono fijo y el celular son los principales medios utilizados por las empresas para su comunicación con clientes y proveedores.

1ª SECCIÓN MUNICIPAL- YACUIBA

Gráfico Nro. 114

GRAN CHACO: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE -YACUIBA

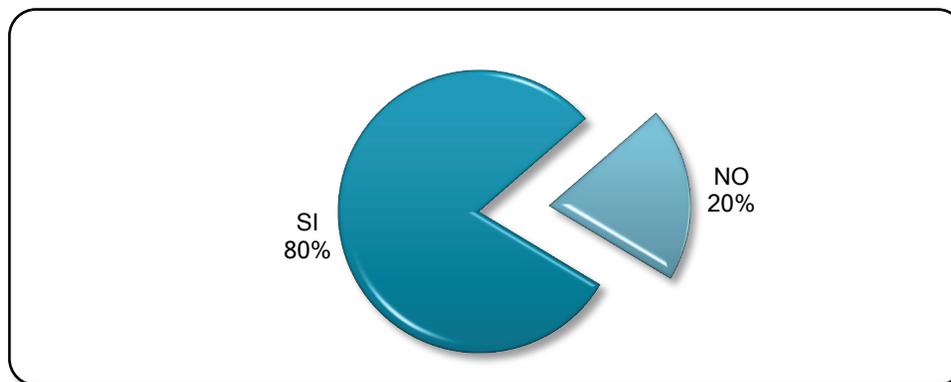


2ª SECCIÓN MUNICIPAL- CARAPARÍ

En el caso de Caraparí las empresas sólo hacen uso de celular.

Gráfico Nro. 115

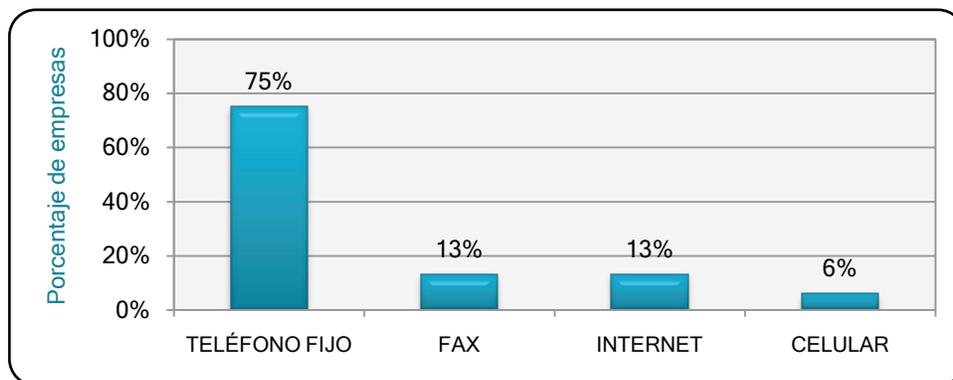
GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON CELULAR - CARAPARÍ



3ª SECCIÓN MUNICIPAL - VILLA MONTES

Gráfico Nro. 116

GRAN CHACO: MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - VILLA MONTES



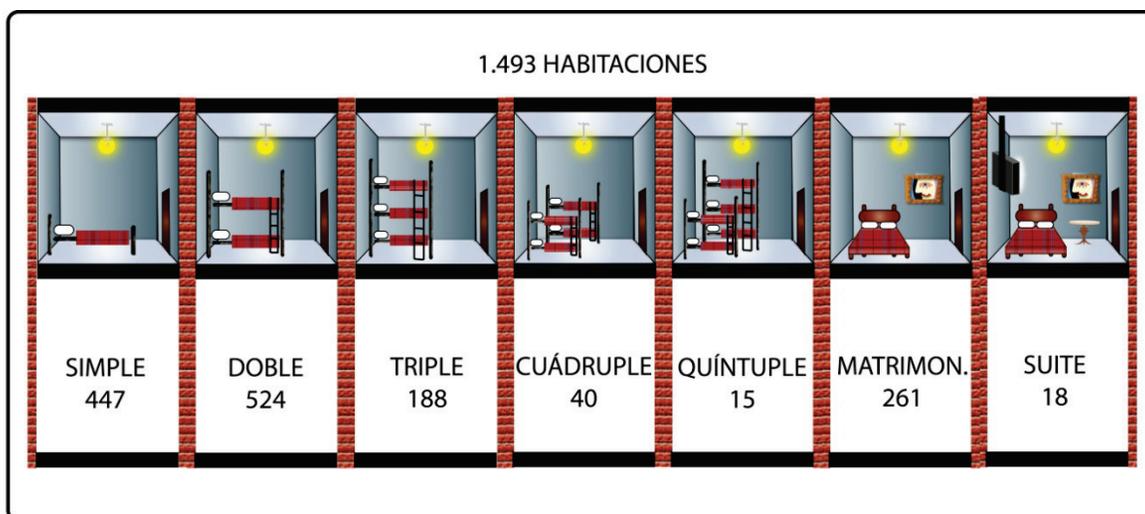
2.3.1.1 Infraestructura

TOTAL DE HABITACIONES

Existe un total de 1.493 habitaciones disponibles en la provincia Gran Chaco, de las cuales la mayoría son simples y dobles.

Figura Nro. 52

GRAN CHACO: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD



Seguidamente se muestra la oferta de habitaciones según tipo de establecimiento.

Tabla Nro. 67

GRAN CHACO: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

PROVINCIA GRAN CHACO	TIPO DE ESTABL.	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE HABITACIÓN							TOTAL HABIT.
			Simple	Doble	Triple	Cuádruple	Quíntuple	Matrimonial	Suite	
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Hotel	11	67	130	56	12	-	80	18	363
	Hostal	1	3	5	1	-	-	5	-	14
	Residencial	22	126	170	70	27	15	121	-	529
	Alojamiento	6	62	32	9	-	-	10	-	113
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Hostal	1	10	10	-	-	-	1	-	21
	Residencial	1	36	4	-	-	-	10	-	50
	Alojamiento	1	8	2	-	-	-	8	-	18
	Casa de Huéspedes	2	1	16	-	-	-	-	-	17
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	Hotel	4	53	72	27	-	-	-	-	152
	Hostal	3	8	25	-	1	-	9	-	43
	Residencial	5	37	38	11	-	-	8	-	94
	Alojamiento	8	36	20	14	-	-	9	-	79
Total		65	447	524	188	40	15	261	18	1.493

TOTAL DE CAMAS

La infraestructura de hospedajes de la provincia pone a disposición de los visitantes 2.573 camas, a continuación se muestra el número de camas según tipo de hospedaje.

Tabla Nro. 68

GRAN CHACO: TOTAL DE CAMAS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL CAMAS
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	
Hotel	641	-	278	919
Hostal	21	31	71	123
Residencial	980	54	154	1.188
Alojamiento	163	20	127	310
Casa de Huéspedes		33	-	33
Total	1.805	138	630	2.573

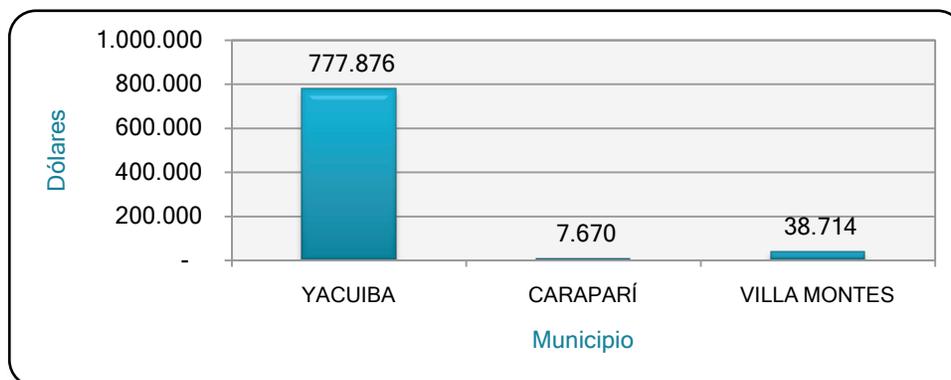
2.3.1.2 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sub sector hospedajes de la provincia Gran Chaco registró \$us 824.260 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008.

Gráfico Nro. 117

GRAN CHACO: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008
(Expresado en dólares americanos)²⁸



Es importante hacer notar que tomando los datos totales de toda la provincia, más del 50% del total de ingresos es generado por los residenciales principalmente de la ciudad de Yacuiba.

Tabla Nro. 69

GRAN CHACO: INGRESOS BRUTOS POR TIPO DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL - 2008
(Expresado en dólares americanos)²⁹

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL INGRESOS
	1ª SECCIÓN Yacuiba	2ª SECCIÓN Caraparí	3ª SECCIÓN Villa Montes	
Hotel	271.893	-	13.127	282.740
Hostal	10.800	3.345	10.820	24.965
Residencial	423.454	3.154	6.032	432.640
Alojamiento	71.729	784	8.735	81.248
Casa de Huéspedes	-	387	-	387

Tabla Nro. 70

GRAN CHACO: INGRESO PROMEDIO ANUAL POR TIPO DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL - 2008
(Expresado en dólares americanos)

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA GRAN CHACO		
	1ª SECCIÓN Yacuiba	2ª SECCIÓN Caraparí	3ª SECCIÓN Villa Montes
Apart Hotel	2.280	-	-
Hotel	26.961	-	3.282
Hostal	10.800	3.345	3.607
Residencial	19.248	3.154	1.206
Alojamiento	11.955	784	1.092
Casa de Huéspedes	-	194	-

²⁸ T/C 1 \$us = Bs. 7,07

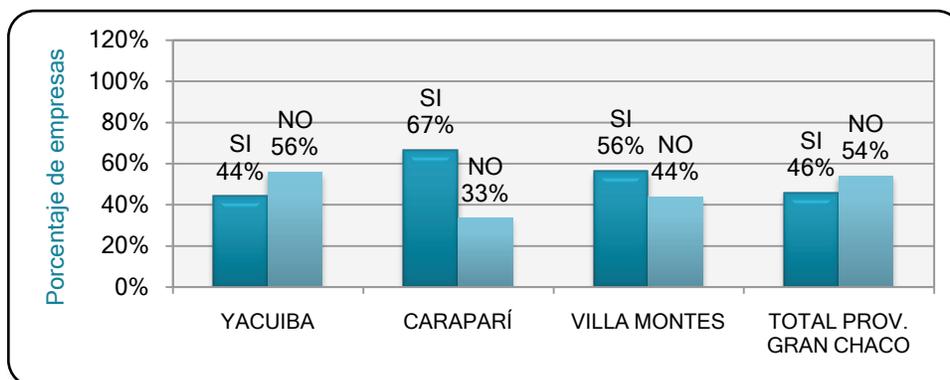
²⁹ T/C 1 \$us = Bs. 7,07

INVERSIÓN

Más del 65% y 55% de las empresas establecidas en los municipios de Caraparí y Villa Montes realizaron algún tipo de inversión durante las gestiones (2007-2008), principalmente para la construcción de nueva infraestructura y/o mantenimiento de la existente, así como en la compra de mobiliario. Pero en el caso de Yacuiba sólo el 44% de las empresas realizó alguna inversión.

Gráfico Nro. 118

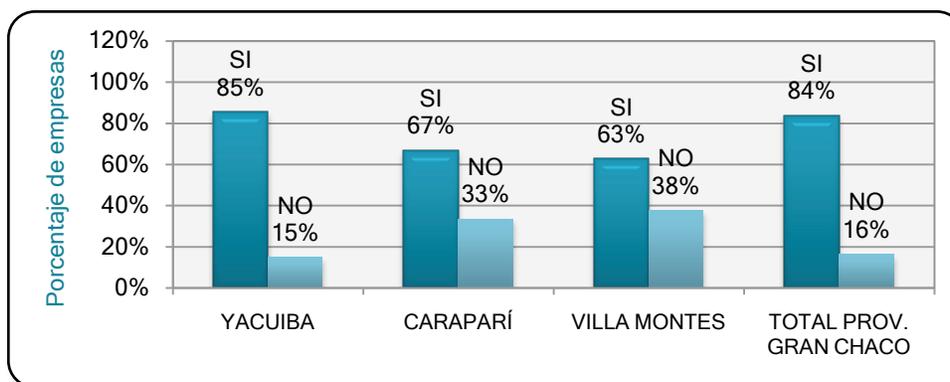
GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON (2007-2008)



CRÉDITOS BANCARIOS

Gráfico Nro. 119

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS - (2007-2008)



El 84% de los establecimientos de hospedaje en la provincia Gran Chaco accedió a créditos durante las gestiones (2007-2008).

2.3.2 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

2.3.2.1 Características Generales

En la provincia Gran Chaco se ha determinado la existencia de 143 establecimientos gastronómicos, ubicados en las capitales de sus principales municipios, distribuidos de la siguiente forma: 110 en Yacuiba, 7 en Caraparí y 26 en Villa Montes.

Tabla Nro. 71

GRAN CHACO: TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS REGISTRADOS EN LA GESTIÓN 2008
SEGÚN TAMAÑO

TAMAÑO DE LA EMPRESA	PROVINCIA GRAN CHACO						TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba		2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí		3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes		Total	%
	Total	%	Total	%	Total	%		
Micro	87	79	5	71	21	81	113	79
Pequeña	21	19	2	29	5	19	28	20
Mediana	2	2	-	-	-	-	2	1
Total	110	100	7	100	26	100	143	100

A partir de estos datos se estableció que existen 113 microempresas, 28 pequeñas empresas y sólo 2 corresponden a medianas empresas, ambas ubicadas en la capital de Yacuiba.

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

Al analizar los años de antigüedad de las empresas en la provincia Gran Chaco podemos señalar que el 17% de las empresas operan con una antigüedad mayor a los 11 años.

Por otro lado, alrededor del 33% de las empresas se establecieron durante la gestión 2008, dicho resultado refleja la tasa de crecimiento del sub sector.

Tabla Nro. 72

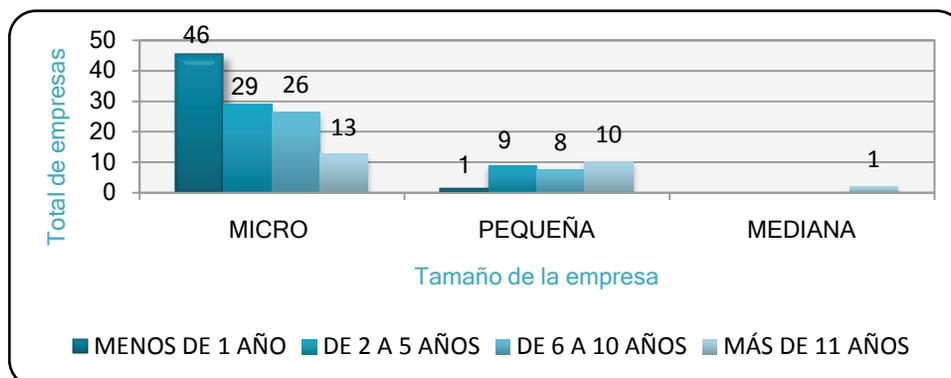
GRAN CHACO: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

ANTIGÜEDAD	PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes		
Menos de 1 año	38	3	6	47	33
De 2 a 5 años	27	2	9	38	26
De 6 a 10 años	24	2	8	34	24
Más de 11 años	21	-	3	24	17
Total	110	7	26	143	100

Analizando la antigüedad de los establecimientos gastronómicos según tamaño, se observa que el 40% de las microempresas tiene menos de 1 año de funcionamiento, en el caso de las pequeñas y medianas predominan aquellas que poseen una antigüedad mayor a los 11 años.

Gráfico Nro. 120

GRAN CHACO: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA



CONSTITUCIÓN JURÍDICA

En su totalidad las empresas de la provincia Gran Chaco son emprendimientos familiares y/o individuales, que se encuentran registradas como empresas *Unipersonales*.

Tabla Nro. 73

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN CONSTITUCIÓN JURÍDICA

TIPO DE EMPRESA	PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes		
Unipersonal	110	7	26	143	100

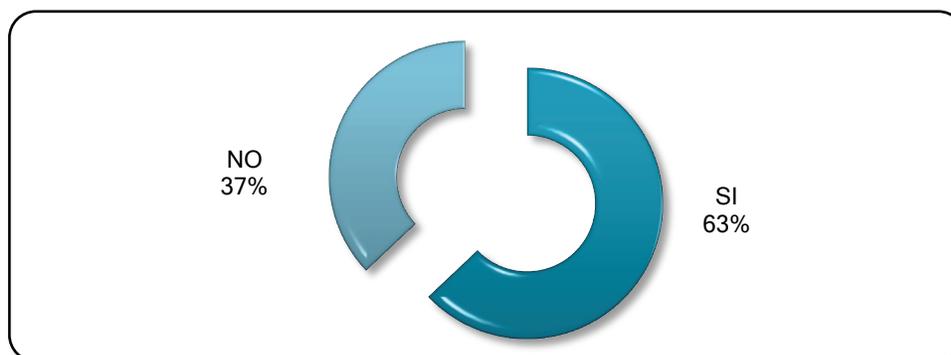
2.3.2.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

De acuerdo al gráfico que se muestra a continuación el 63% de las empresas en la provincia Gran Chaco han logrado definir su visión.

Gráfico Nro. 121

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN



Pero al realizar este análisis por sección se puede evidenciar que en Caraparí ninguna empresa definió su visión, a diferencia de Yacuiba y Villa Montes donde predominan las empresas que visualizan a sus empresas en el mediano y/o largo plazo.

Tabla Nro. 74

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ELABORARON SU VISIÓN

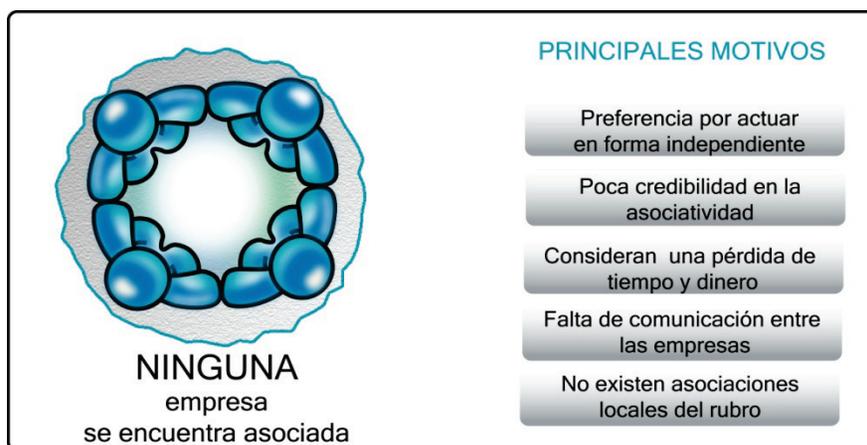
FORMULARON SU VISIÓN	PROVINCIA GRAN CHACO						TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba		2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí		3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes			
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Si	70	64	0	0	20	77	90	63
No	40	36	7	100	6	13	53	37
Total	110	100	7	100	26	100	143	100

ASOCIATIVIDAD

En la provincia no existe ningún ente que asocie o agrupe a las empresas de este sector, se suma a esta desventaja la poca credibilidad de los empresarios en la asociatividad.

Figura Nro. 53

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS ASOCIADOS

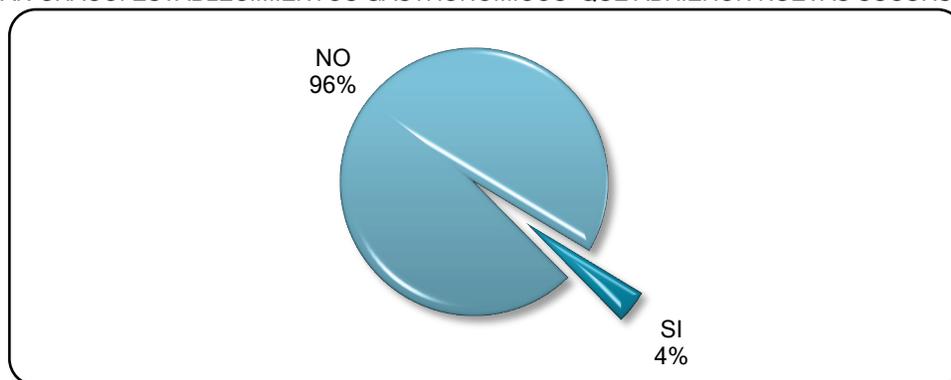


NUEVAS SUCURSALES

Casi en su totalidad (96%) las empresas respondieron que no lograron la apertura de nuevas sucursales durante la gestión 2008.

Gráfico Nro. 122

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ABRIERON NUEVAS SUCURSALES



Menos del 5% de las empresas en Yacuiba y Villa Montes logró la apertura de nuevas sucursales durante la gestión 2008, por otro lado en Caraparí ninguna empresa realizó tal apertura.

Tabla Nro. 75

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ABRIERON NUEVAS SUCURSALES SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

ABRIERON NUEVAS SUCURSALES	PROVINCIA GRAN CHACO						TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba		2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí		3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes		Total	%
	Total	%	Total	%	Total	%		
Si	5	4	0	0	1	4	6	4
No	105	96	7	100	25	96	137	96
Total	110	100	7	100	26	100	143	100

2.3.2.3 Gestión De Recursos Humanos

El sector gastronómico de la provincia Gran Chaco generó 586 empleos directos en la gestión 2008, esto a su vez implica 2.344 empleos indirectos³⁰ y un total de 2930 empleos.

Figura Nro. 54

GRAN CHACO: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008

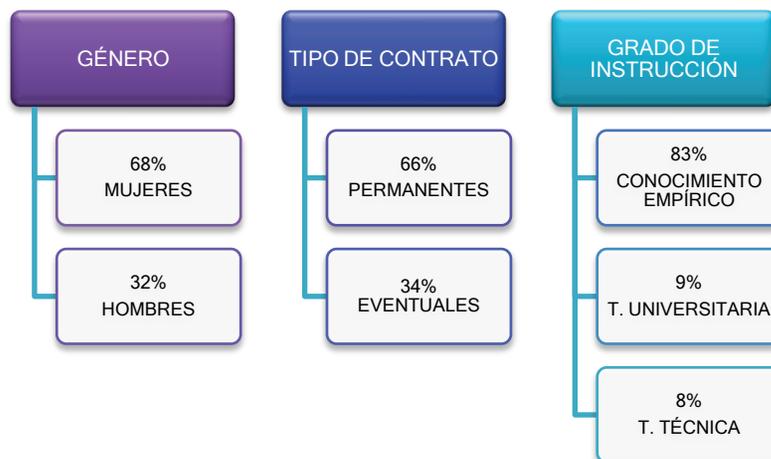


³⁰ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Dentro del sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 68% del total de los empleos directos; también se puede considerar que hay estabilidad laboral dado que el 66% de los trabajadores son permanentes, aunque el 83% de los mismos tiene sólo un conocimiento empírico para desempeñar su labor.

Figura Nro. 55

GRAN CHACO: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla de las características de los trabajadores por sección municipal.

Tabla Nro. 76

GRAN CHACO: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

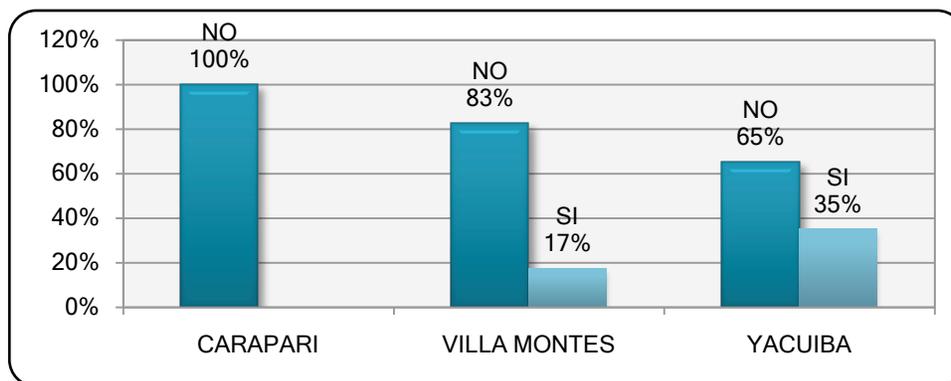
CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA GRAN CHACO			TOTAL TRABAJADORES
		1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad Villa Montes	
GÉNERO	Hombres	183	27	6	216
	Mujeres	275	68	27	370
TIPO DE CONTRATO	Permanentes	263	90	31	384
	Eventuales	195	5	2	202
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Conocimiento Empírico	390	88	32	509
	Título Técnico	31	2	-	33
	Título Universitario	37	5	1	44
Total de trabajadores		458	95	33	586
%		78	16	6	100

CAPACITACIÓN

Considerando que el 83% de los trabajadores posee conocimiento empírico, es importante hacer notar que en el municipio de Yacuiba el 35% de las empresas instruye a sus trabajadores, en el municipio de Villa Montes el porcentaje es menor (17%), mientras que en el caso de Caraparí las empresas en un 100% no capacitan a sus trabajadores.

Gráfico Nro. 123

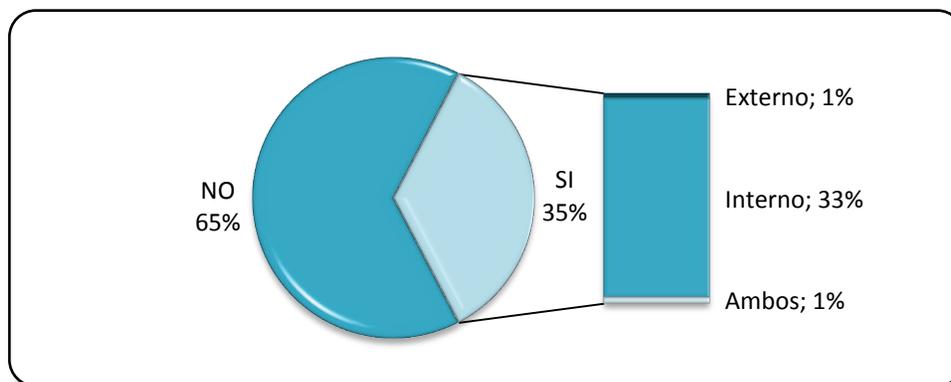
GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE BRINDARON CAPACITACIÓN A SUS TRABAJADORES



A nivel global, el 35% de los establecimientos gastronómicos si adiestra a su personal, y lo hace principalmente mediante capacitación interna.

Gráfico Nro. 124

GRAN CHACO: TIPO DE CAPACITACIÓN BRINDADA A LOS TRABAJADORES



TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES

En las características de los trabajadores resalta el porcentaje de aquellos que cumplen más de una función, los mismos que representan un 23% del total, es decir desempeñan sus labores como cocineros/as, personal de limpieza, atención al cliente y/o en la administración indistintamente.

Por otro lado el 25% de los trabajadores gastronómicos de la ciudad de Yacuiba, cumplen varias funciones al mismo tiempo, en las otras ciudades de la provincia los porcentajes son más reducidos.

Gráfico Nro. 125

GRAN CHACO: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

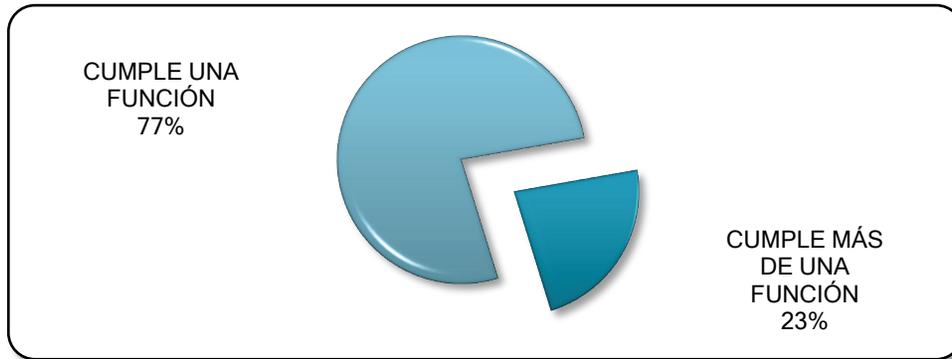
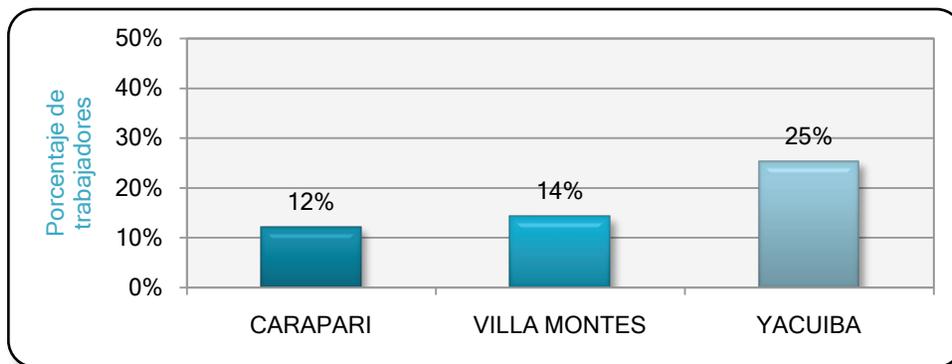


Gráfico Nro. 126

GRAN CHACO: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN MUNICIPIO

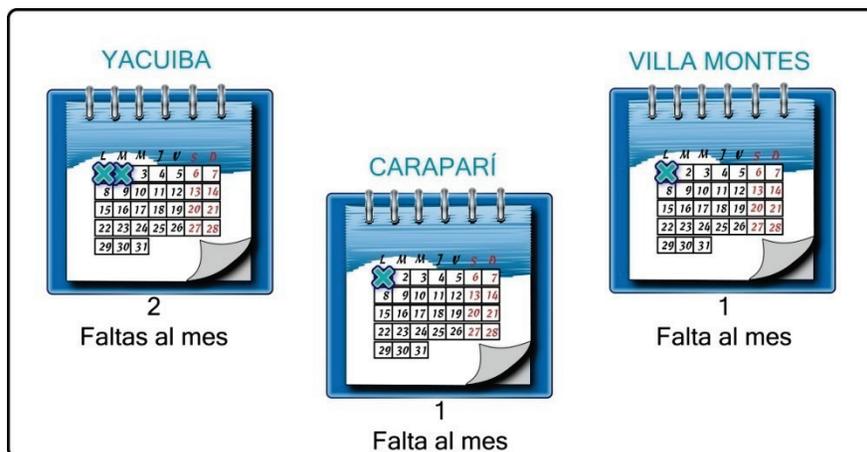


AUSENTISMO LABORAL

La figura muestra que la tasa de ausentismo laboral mensual es mayor en el municipio de Yacuiba con 2 faltas promedio/mes, en tanto que Caraparí y Villa Montes registra en promedio 1 falta promedio/mes.

Figura Nro. 56

GRAN CHACO: TASA DE AUSENTISMO LABORAL



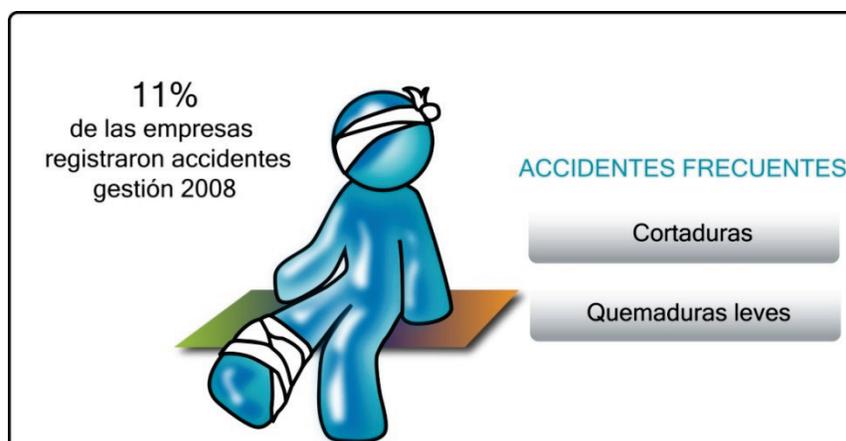
2.3.2.4 Seguridad

ÍNDICE DE ACCIDENTES

El 11% de las empresas registró algún tipo de accidente durante la gestión 2008, los daños más frecuentes son cortaduras y quemaduras leves.

Figura Nro. 57

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REGISTRARON ACCIDENTES - 2008



Realizando el análisis por sección se observa que el 6% de las empresas del municipio de Yacuiba registró algún tipo de accidente, en tanto que en Caraparí ninguna empresa lamentó incidentes entre su personal.

El dato que más llamó la atención fue el demostrado en el municipio de Villa Montes donde el 30% de las empresas registro algún tipo de accidente, siendo este uno de los indicadores más altos a nivel departamental.

Tabla Nro. 77

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REGISTRARON ACCIDENTES SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

DETALLE	PROVINCIA GRAN CHACO		
	1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes
Índice de accidentes	6%	0%	30%
Total de empresas	110	7	26

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

El 71% de las empresas de la provincia Gran Chaco cuenta con infraestructura o algún elemento y/o equipo de seguridad, es decir, tienen al menos una salida de emergencia, extintor y botiquín.

Tabla Nro. 78

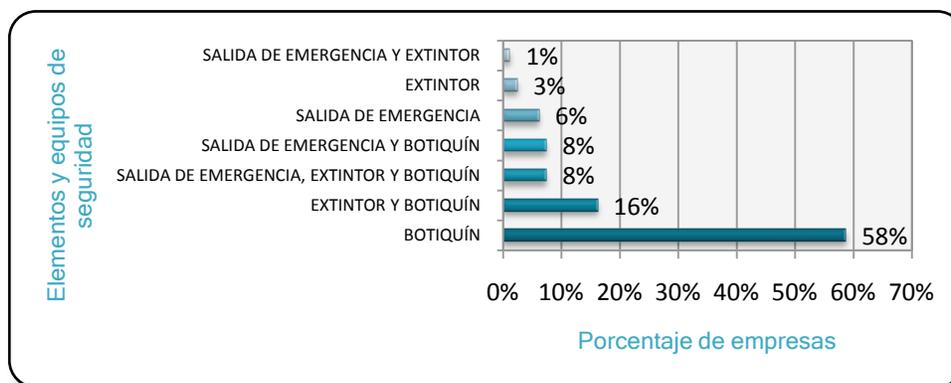
GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y/O ELEMENTOS DE SEGURIDAD

PROVINCIA GRAN CHACO	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TENENCIA DE INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y/O ELEMENTOS DE SEGURIDAD (Expresado en porcentaje)	
			Si	No
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Micro	87	74	26
	Pequeña	21	88	13
	Mediana	2	100	0
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Micro	5	60	40
	Pequeña	2	50	50
3ª SECCIÓN Villa Montes	Micro	21	47	53
	Pequeña	5	75	25
Total		143	71	29

Del total de empresas que afirmaron tener infraestructura, equipos y elementos de seguridad sólo el 8% posee salida de emergencia, extintor y botiquín, un 25% posee al menos dos elementos y finalmente un 67% de las empresas posee sólo uno de ellos.

Gráfico Nro. 127

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD



2.3.2.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer su empresa y atraer una mayor cantidad de clientes el 26% de las empresas de la provincia, invierten en publicidad, erogando un promedio mensual de \$us 71 en el municipio de Yacuiba, \$us 41 en el municipio de Villa Montes, en tanto que en el municipio de Caraparí no se invierte ningún monto.

Gráfico Nro. 128

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD

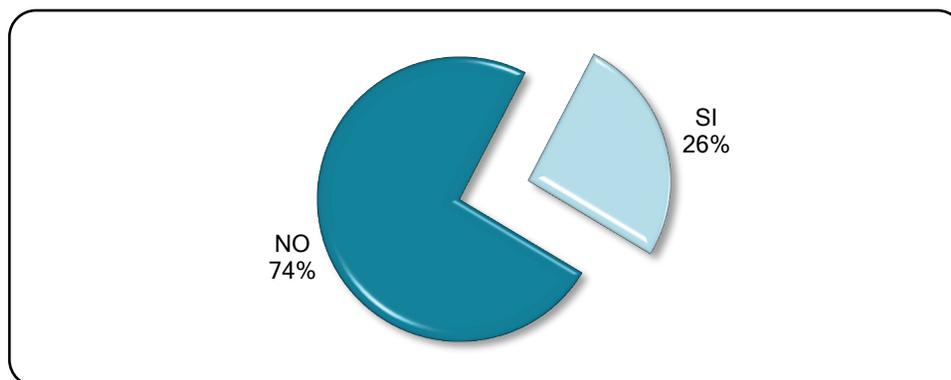


Tabla Nro. 79

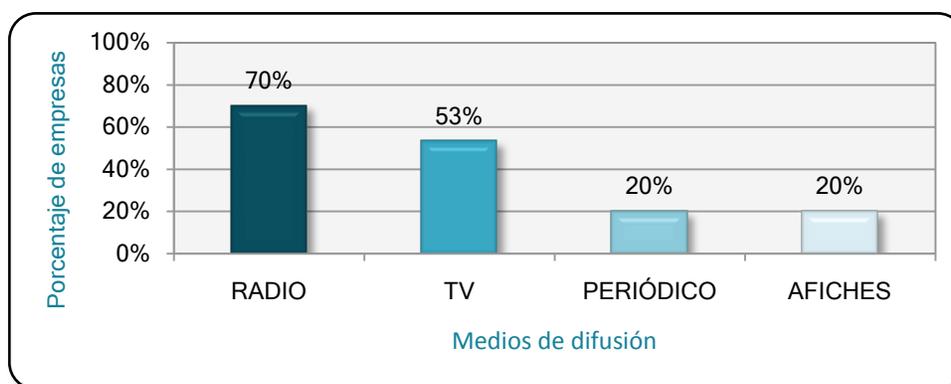
GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA GRAN CHACO	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	REALIZAN PUBLICIDAD (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	110	30	70
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	7	0	100
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	26	18	82

El medio de difusión más utilizado para publicitar es la radioemisora (70%), le sigue la televisión siendo estos dos medios los más importantes.

Gráfico Nro. 129

GRAN CHACO: PRINCIPALES MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



PROMOCIÓN

Las empresas con el fin de atraer una mayor cantidad de clientes especialmente en temporadas bajas y a su vez premiar a sus clientes asiduos realizan una serie de acciones entre ellos descuentos por cierta cantidad de consumo o en determinados productos,

presentes a los clientes en días festivos tales como el día de la madre, día del padre, etc. Estas promociones son empleadas por el 31% de las empresas.

Figura Nro. 58

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES



Al realizar el análisis por sección se observa que son las empresas (36%) ubicadas en el municipio de Yacuiba quienes en un mayor porcentaje realizan este tipo de promociones con el fin de atraer a nuevos clientes y crear mejores vínculos con los ya existentes.

Tabla Nro. 80

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA GRAN CHACO	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	REALIZAN PROMOCIONES (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Ciudad Yacuiba	110	36	64
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	7	14	86
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	26	19	81

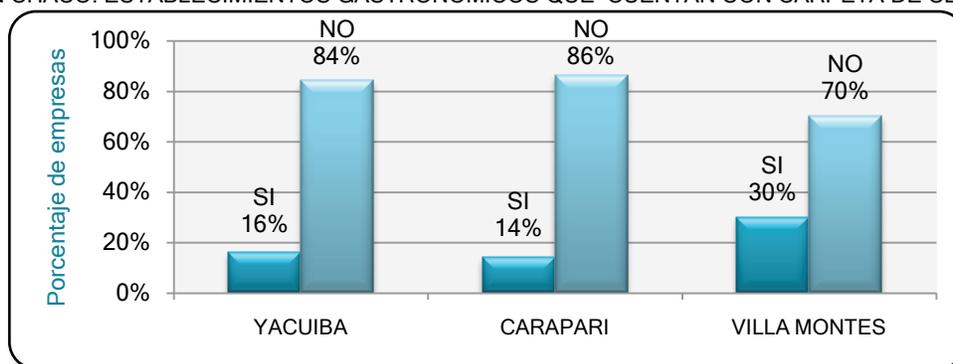
2.3.2.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES

Se observa que el uso de una carpeta de clientes es más común en el municipio de Villa Montes, dado que el 30% de las empresas la utiliza.

Gráfico Nro. 130

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



Entre los principales motivos que impulsan a las empresas a contar con un registro de sus clientes se encuentran:

- Registros contables.
- Llevar un registro de pensionados.
- Para realizar promociones (descuentos)
- Control de Ventas.

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Tal y como se aprecia en la tabla presentada a continuación los establecimientos gastronómicos de la provincia reciben y atienden alrededor de 10.063 clientes al día de los cuales el porcentaje de clientes nacionales y locales supera el 70% en los diferentes municipios.

Tabla Nro. 81

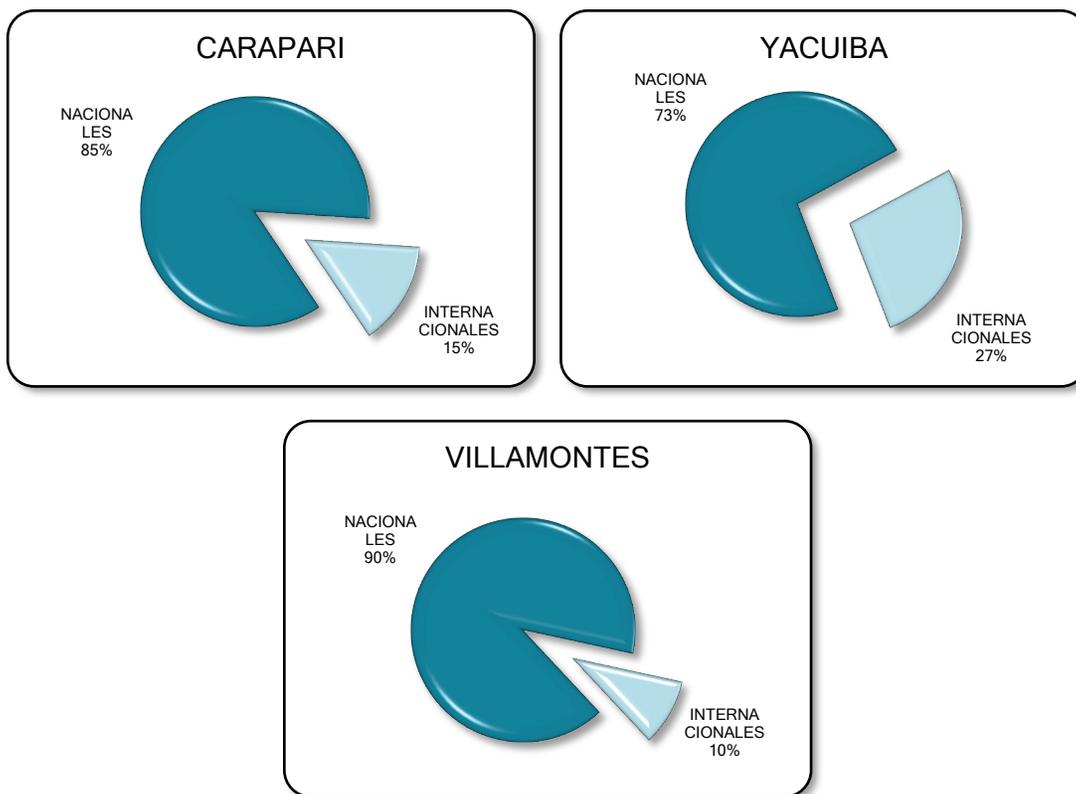
GRAN CHACO: COMENSALES ATENDIDOS AL DÍA SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA

PROVINCIA GRAN CHACO	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA EL NÚMERO DE COMENSALES			TOTAL CLIENTES POR DÍA
			Promedio	Máximo	Mínimo	
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Micro	87	55	150	15	4.783
	Pequeña	21	135	500	20	2.835
	Mediana	2	100	100	100	200
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Micro	5	70	190	25	350
	Pequeña	2	95	150	40	190
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	Micro	21	48	90	15	1.005
	Pequeña	5	140	200	60	700
Total		143	91*	500	15	10.063

* Valor redondeado

Gráfico Nro. 131

GRAN CHACO: CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES SEGÚN PROCEDENCIA



PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR COMENSAL

Una buena atención es importante a la hora de calificar a cualquier empresa, por lo que estas deben lograr que el personal encargado de atender a los clientes esté siempre atento a sus necesidades, para medir este aspecto se consideró analizar la presente variable. En la tabla se puede observar que solamente las medianas empresas de la ciudad de Yacuiba, mantienen una relación menor del número de trabajadores por comensal, es decir un empleado atiende a sólo 14 clientes.

Tabla Nro. 82

GRAN CHACO: PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR COMENSAL/DÍA

PROVINCIA GRAN CHACO	TAMAÑO DE LA EMPRESA	PERSONAL POR NUMERO DE COMENSALES DÍA
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Micro	1/23
	Pequeña	1/34
	Mediana	1/14
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Micro	1/44
	Pequeña	1/27
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	Micro	1/26
	Pequeña	1/54

CARACTERÍSTICAS DE SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS.

En los diferentes establecimientos gastronómicos de la provincia se ofrece una variedad de menús, el 63% de las empresas ofrece a la clientela menús regionales, un 61% platos nacionales y finalmente un 12% platos internacionales.

Figura Nro. 59

GRAN CHACO: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

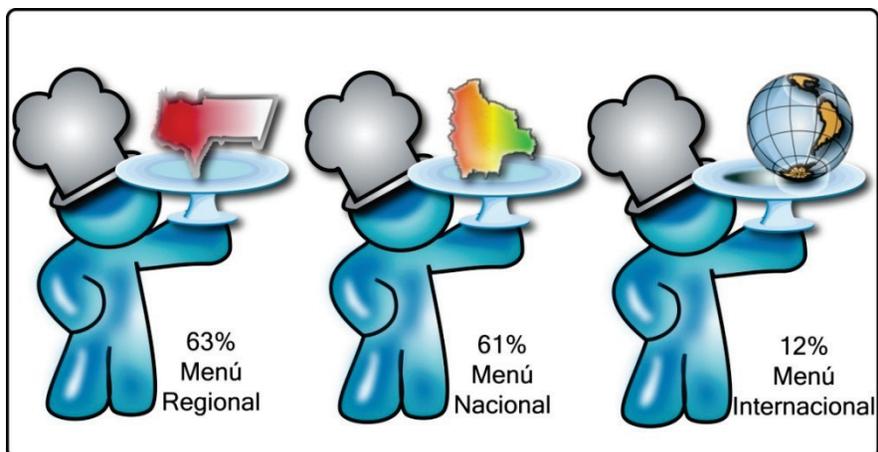


Tabla Nro. 83

GRAN CHACO: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

TIPO DE MENÚ	PROVINCIA GRAN CHACO		
	1ª SECCIÓN Yacuiba	2ª SECCIÓN Caraparí	3ª SECCIÓN Villa Montes
Regional	60%	86%	65%
Nacional	58%	43%	78%
Internacional	17%	-	10%

Tabla Nro. 84

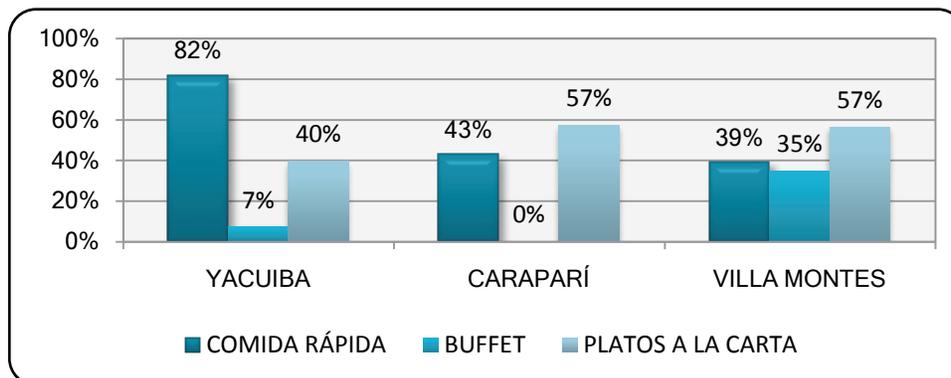
GRAN CHACO: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA Y SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA GRAN CHACO	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE MENÚ (Expresado en porcentaje)		
			Regional	Nacional	Internacional
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Micro	87	61	55	14
	Pequeña	21	56	69	25
	Mediana	2	100	100	100
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Micro	5	80	40	0
	Pequeña	2	100	50	0
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	Micro	21	63	84	0
	Pequeña	5	75	50	15

El principal servicio que ofrecen las empresas en la ciudad de Yacuiba es la comida rápida, a diferencia de las empresas de Caraparí y Villa Montes que ofertan mayormente platos a la carta.

Gráfico Nro. 132

GRAN CHACO: PRINCIPALES SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



2.3.2.7 Tecnologías De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

Desafortunadamente el uso de las TIC's no ha sido asumida como parte fundamental a la hora de manejar los negocios gastronómicos en la provincia, sólo el 6% de las empresas hace uso de al menos una computadora, con fines de registrar a sus clientes, llevar la contabilidad de la empresa, expedir facturas, etc.

Tabla Nro. 85

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS POR SECCIÓN MUNICIPAL

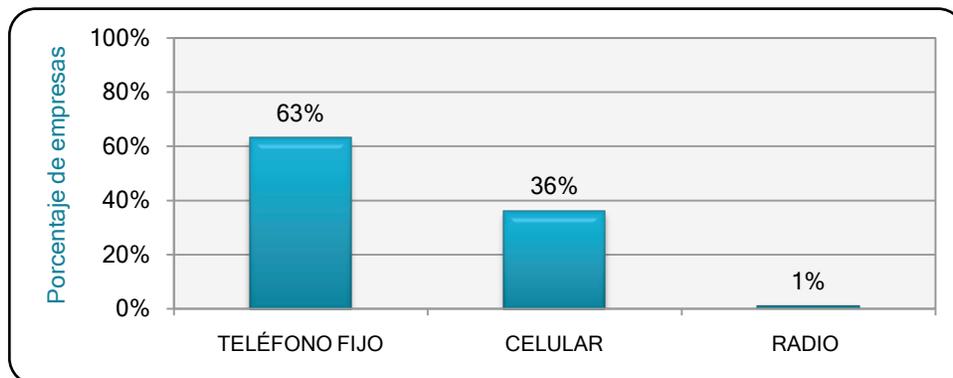
PROVINCIA GRAN CHACO	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TENENCIA DE COMPUTADORAS (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	110	6	94
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	7	0	100
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	26	5	95
Total	143	6	94

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Entre los principales medios de comunicación usados por las empresas, se encuentra el teléfono fijo que es utilizado por el 63% de los establecimientos, le sigue el celular usado por el 36% y finalmente el tercer medio más importante es la radio con un 1%.

Gráfico Nro. 133

GRAN CHACO: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

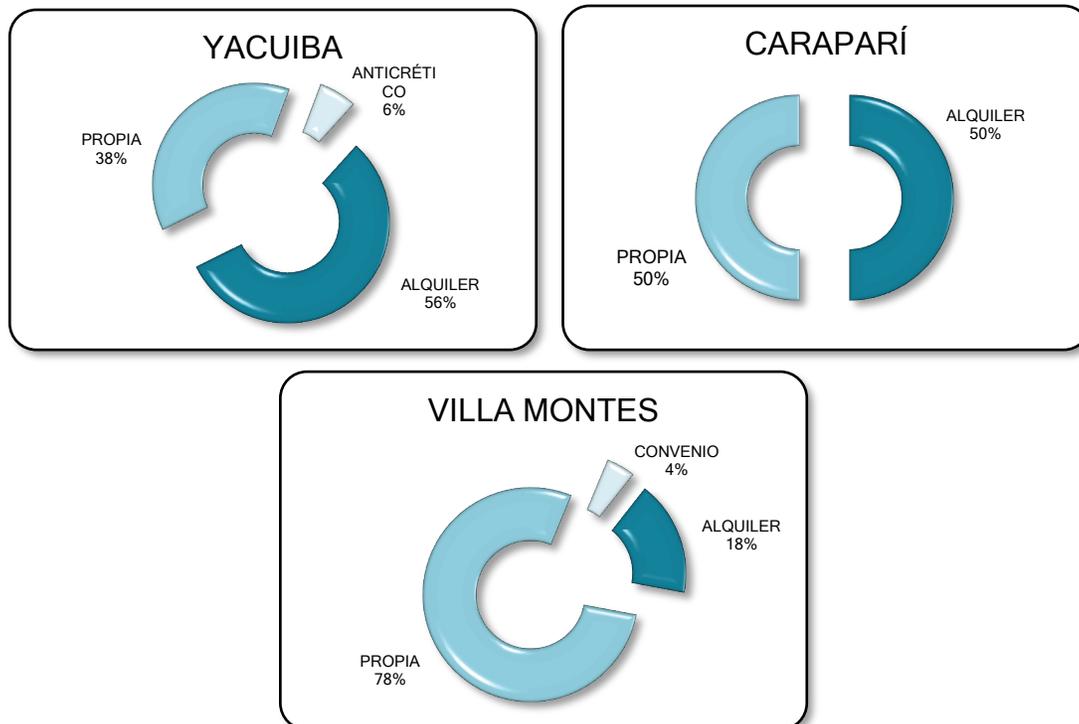


2.3.2.8 Infraestructura

De acuerdo a los datos analizados, alrededor del 38% y 50% de las empresas tanto en Yacuiba como en Caraparí trabajan en ambientes que no son propios, a diferencia del municipio de Villa Montes donde el 78% de las empresas opera en sus propios ambientes.

Gráfico Nro. 134

GRAN CHACO: TENENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA EN AL QUE OPERAN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

Los 143 establecimientos gastronómicos de las principales ciudades y localidades de la Provincia Gran Chaco tienen una capacidad para albergar alrededor de 8.243 clientes al día

Tabla Nro. 86
GRAN CHACO: CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

PROVINCIA GRAN CHACO	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD EN NÚMERO DE CLIENTES			
			Media	Mínimo	Máximo	Total
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Micro	87	46*	15	200	3.914
	Pequeña	21	93*	32	300	1.961
	Mediana	2	140	140	140	280
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Micro	5	76	20	191	382
	Pequeña	2	60	40	80	120
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	Micro	21	44	25	100	923
	Pequeña	5	133	60	300	663
Total		143	58	15	300	8.243

* Valor redondeado

TENENCIA DE BAÑOS DIFERENCIADOS

De acuerdo a los datos obtenidos el 59% de las empresas cuenta con baños diferenciados; alrededor de 58 establecimientos gastronómicos (41%) no poseen baños diferenciados.

Figura Nro. 60

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS

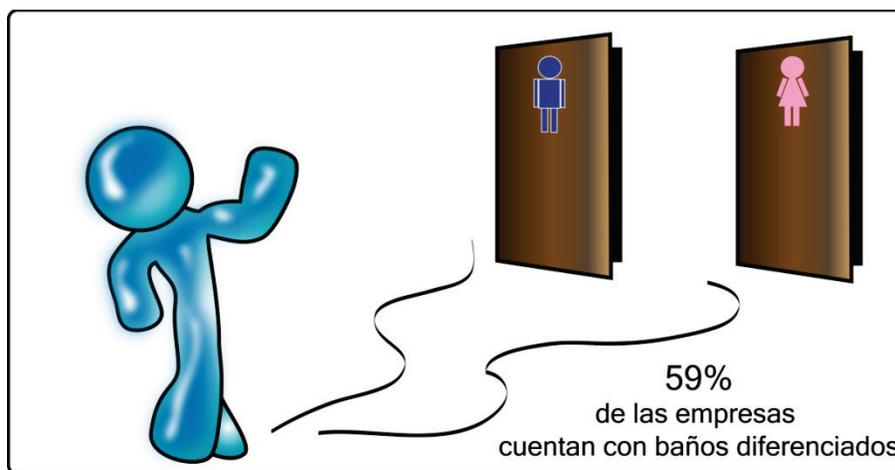


Tabla Nro. 87
GRAN CHACO: TENENCIA DE BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA GRAN CHACO	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	POSEEN BAÑOS DIFERENCIADOS	
		Si	No
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	110	71	39
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	7	7	0
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	26	7	19

Los resultados que se muestran en la siguiente tabla nos permiten afirmar que la mayoría de las empresas que reciben menos de 100 clientes en las diferentes regiones son quienes no cuentan con baños diferenciados.

Tabla Nro. 88

GRAN CHACO: TENENCIA BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN RECEPCIÓN DE CLIENTES DIARIOS

PROVINCIA GRAN CHACO	TOTAL DE CLIENTES AL DÍA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	EMPRESAS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS	
			Si	No
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Menos de 50	66	43	23
	Entre 51 y 100	30	20	10
	Entre 101 y 200	101	5	5
	Entre 201 y 300	2	1	1
	Más de 300	2	2	0
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Menos de 50	5	5	0
	Entre 101 y 200	2	2	0
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	Menos de 50	12	3	9
	Entre 51 y 100	11	2	9
	Entre 101 y 200	3	2	1
Total		143	85	58

2.3.2.9 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sector gastronómico de la provincia Gran Chaco registró \$us 177.807 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008 de los cuales un 77% fueron generados por las empresas establecidas en el municipio de Yacuiba, el 15% por las empresas de Villa Montes y un 8% por las empresas del municipio de Caraparí.

Gráfico Nro. 135

GRAN CHACO: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008
(Expresado en dólares americanos)³¹

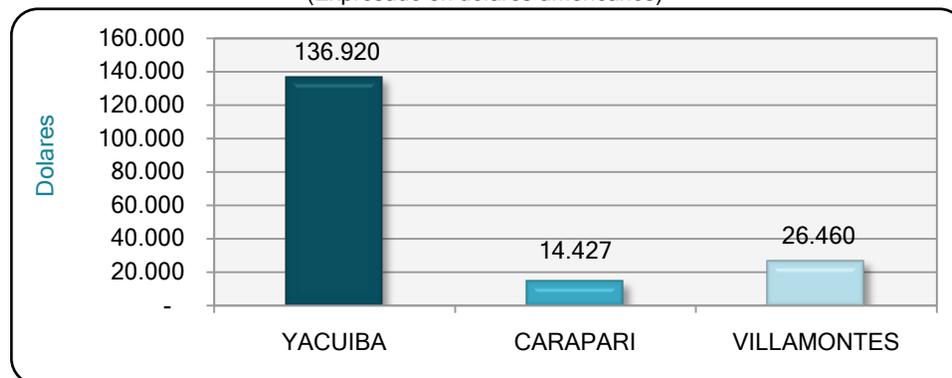


Tabla Nro. 89

GRAN CHACO: INGRESO PROMEDIO ANUAL SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA - 2008
(Expresado en dólares americanos)³²

PROVINCIA GRAN CHACO	TAMAÑO DE LA EMPRESA	ESTADÍSTICOS PARA LOS INGRESOS BRUTOS (En dólares)	
		Media	Total
1ª SECCIÓN Yacuiba	Micro	768	66.073
	Pequeña	2.835	59.531
	Mediana	5.658	11.316
2ª SECCIÓN Caraparí	Micro	1.018	5.092
	Pequeña	4.668	9.335
3ª SECCIÓN Villa Montes	Micro	803	16.860
	Pequeña	1.920	9.600

EGRESOS

Los gastos en los que incurren las diferentes empresas son similares, siendo los ítems de pago al personal, el alquiler del local y los servicios básicos los más elevados.

Tabla Nro. 90

GRAN CHACO: PRINCIPALES GASTOS SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA

PROVINCIA GRAN CHACO	TAMAÑO DE LA EMPRESA	GASTOS (Expresado en porcentajes)								TOTAL
		Personal	Energía Eléctrica	Alquiler	Gas	Agua	Teléfono	Publicidad	Otros*	
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Micro	35	14	29	6	7	3	2	4	100
	Pequeña	68	12	5	3	4	2	2	4	100
	Mediana	60	31	-	6	1	-	2	-	100
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Micro	64	12	20	3	1	-	-	-	100
	Pequeña	16	20	56	6	2	-	-	-	100
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	Micro	53	14	4	7	4	1	2	15	100
	Pequeña	45	16	-	22	4	1	-	12	100

* Otros gastos = utensilios, productos de limpieza.

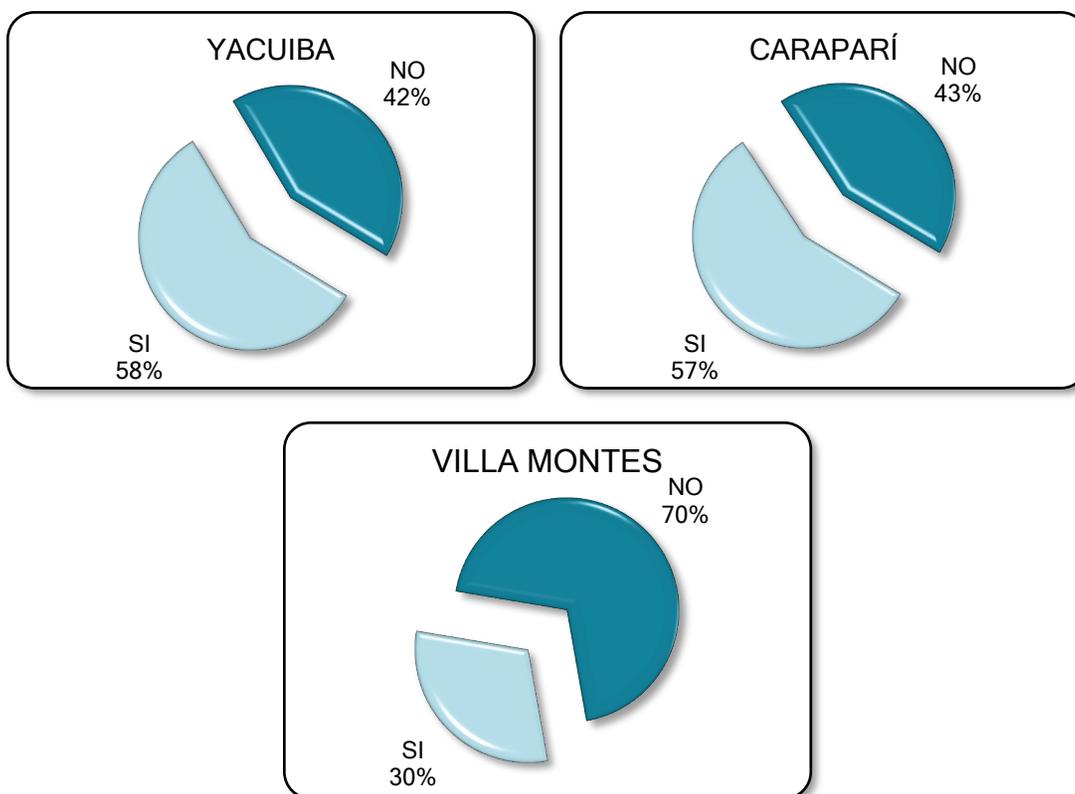
INVERSIÓN

Más de la mitad de las empresas en Yacuiba y Caraparí invirtieron en las gestiones 2007 - 2008, en el caso de Villa Montes el porcentaje no supera el 30% de las empresas.

³² T/C 1 \$us = Bs. 7,07

Gráfico Nro. 136

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON (2007-2008)



CRÉDITOS BANCARIOS

La mayoría de las empresas no contrajeron créditos durante las últimas gestiones (2007-2008), con excepción de las micro y pequeñas empresas establecidas en el municipio de Yacuiba y algunas microempresas del municipio de Villa Montes.

Tabla Nro. 91

GRAN CHACO: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS (2007-2008)

PROVINCIA GRAN CHACO	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CRÉDITOS BANCARIOS (Expresado en porcentajes)	
			Si	No
1ª SECCIÓN Ciudad de Yacuiba	Micro	87	26	74
	Pequeña	21	56	44
	Mediana	2	0	100
2ª SECCIÓN Localidad de Caraparí	Micro	5	0	100
	Pequeña	2	0	100
3ª SECCIÓN Ciudad de Villa Montes	Micro	21	5	95
	Pequeña	5	0	100
Total		143	25	75

2.4 PROVINCIA BURDET O'CONNOR

BURDET O'CONNOR



La provincia Burdet O'Connor tiene una sola sección territorial constituida por el **municipio de Entre Ríos**, el cual se encuentra en la región Sub Andina del departamento, con una extensión de 5.300 kilómetros cuadrados aproximadamente y una altitud sobre el nivel del mar que varía entre los 2.500 y los 500 metros, con una temperatura media en verano de aproximadamente 25.4 grados centígrados y en invierno de 13.7 grados centígrados.

El municipio de Entre Ríos, que vincula el Valle Central del departamento con el Chaco Tarijeño, según proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas cuenta en la gestión 2008 con 21.172 habitantes.

Su capital la localidad de Entre Ríos, se encuentra a una distancia de 108 km. de la ciudad de Tarija. En su conjunto el municipio presenta una variedad de atractivos turísticos tanto culturales como naturales, lo que permite afirmar que pueden desarrollarse distintos tipos de turismo, pero su vocación principal es sin duda el turismo de aventura, ecoturismo y turismo indígena.

Entre los atractivos existentes citaremos por ejemplo a Chiquiacá y Salinas, poblaciones que se encuentran en uno de los ingresos a la Reserva Nacional de Flora y Fauna Tariquía y que además, en el caso de Salinas, presenta una muestra del paso de las misiones jesuitas por el departamento de Tarija (iglesia de Salinas).

Otra población importante desde el punto de vista turístico es Valle del Medio, a este atractivo se suma en el municipio, la presencia del Itika Guasu con un conjunto de comunidades del grupo cultural guaraní que mantienen parte de sus prácticas y costumbres culturales aún vivas y que muestran cómo el ser humano se integra y vive en armonía con su entorno natural.

A nivel departamental la ciudad de Entre Ríos es además, en el mes de octubre, bastante visitada pues se realiza en ella la Festividad de la Virgen de Guadalupe, donde se puede apreciar parte de las expresiones culturales más sobresalientes de nuestro departamento, en ella se advierte y recuerda parte de la historia de los misioneros religiosos y su encuentro con los grupos originarios, en este caso, los guaraníes.

Una vez descritos de manera general los atractivos turísticos más destacados de la provincia Burdet O'Connor, pasamos a detallar las principales características de los servicios de hospedaje y gastronomía ubicados en la ciudad de Entre Ríos, incluyendo los de la localidad del Valle del Medio.

2.4.1 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

2.4.1.1 Características Generales

El municipio de Entre Ríos perteneciente a la provincia O'Connor cuenta con un total de 8 establecimientos de hospedaje en la gestión 2008, de los cuales 6 son hoteles y 2 residenciales.

Tabla Nro. 92
O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Hotel*	6	75
Residencial	2	25
Total	8	100

*Incluye el establecimiento del Valle del Medio

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

La oferta hotelera no ha tenido un crecimiento importante durante las últimas gestiones puesto que en el lapso de estos últimos 5 años sólo una empresa inició actividades, aunque se ha podido observar que algunas empresas están mejorando y ampliando su infraestructura, por otro lado el 76% de las empresas opera con una antigüedad entre 6 y 10 años.

Tabla Nro. 93
O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

ANTIGÜEDAD	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Menos de 5 años	1	12
De 6 a 10 años	6	76
Más de 11 años	1	12
Total	8	100

2.4.1.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

El 100% de los empresarios definió su visión, lo cual indica que están conscientes de que establecer una meta a futuro y trabajar para conseguirla en un determinado periodo es importante para crecer.

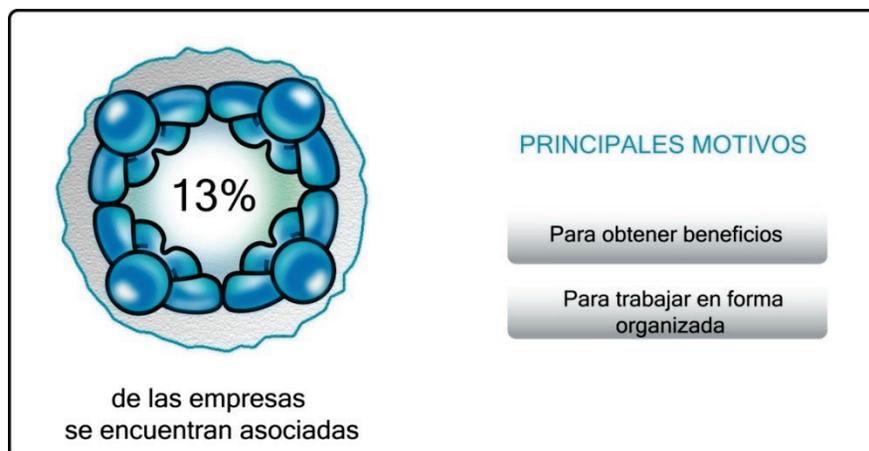
ASOCIATIVIDAD

El 13% de las empresas se encuentra asociada, en la figura siguiente se aprecia que uno de los principales motivos para asociarse son los beneficios que reciben, tal es el caso de la promoción y publicidad de los establecimientos y cursos de capacitación entre otros, de igual

forma han percibido que gracias a la asociatividad algunas empresas están trabajando en una forma más organizada.

Figura Nro. 61

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS



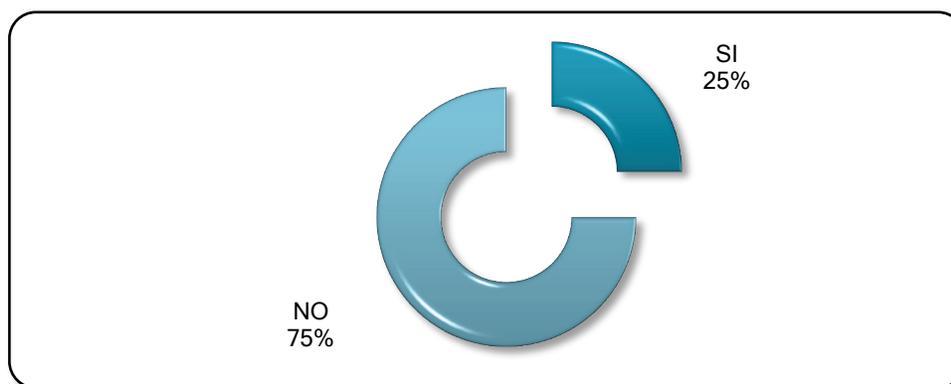
ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Otro punto a destacar en la gestión estratégica son las alianzas que han logrado establecer algunas empresas con el fin de fortalecerse y/o mejorar sus servicios, bajo esa concepción el 25% de las empresas logró acuerdos con otras empresas y/o instituciones; principalmente con operadores de turismo y agencias de viaje de la ciudad de Tarija y del resto del país.

Estos datos corresponden a dos establecimientos de hospedaje, los mismos que se encuentran bajo la categoría de hoteles.

Gráfico Nro. 137

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE TIENEN ALIANZAS ESTRATÉGICAS



2.4.1.3 Gestión De Recursos Humanos

El sub sector generó un total de 48 empleos directos para la gestión 2008, esto a su vez implica 192 empleos indirectos³³ y un total general de 240 empleos.

³³ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Figura Nro. 62

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



De acuerdo al análisis por tipo de empresa salta a la vista que los hoteles son los generadores del 83% del total de empleos directos y los residenciales generan el 17% de los empleos restantes.

Tabla Nro. 94

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: EMPLEOS DIRECTOS GENERADOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL DE TRABAJADORES	PORCENTAJE
Hotel	40	83
Residencial	8	17
Total	48	100

Tabla Nro. 95

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: PROMEDIO DE TRABAJADORES POR EMPRESAS

TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	T/E*
Hotel	6	7
Residencial	2	4

*Total de trabajadores por empresa

CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

Respecto a las características de los trabajadores, se observa que en el sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 65% del total de empleos directos; de igual forma se puede apreciar cierta estabilidad laboral dado que el 79% de los trabajadores son permanentes.

En cuanto al grado de educación el 62% de los trabajadores (30 personas) cuentan con conocimiento empírico en tanto que el porcentaje de trabajadores con capacitación técnica/universitaria representan el 38% del total de empleos.

Figura Nro. 63

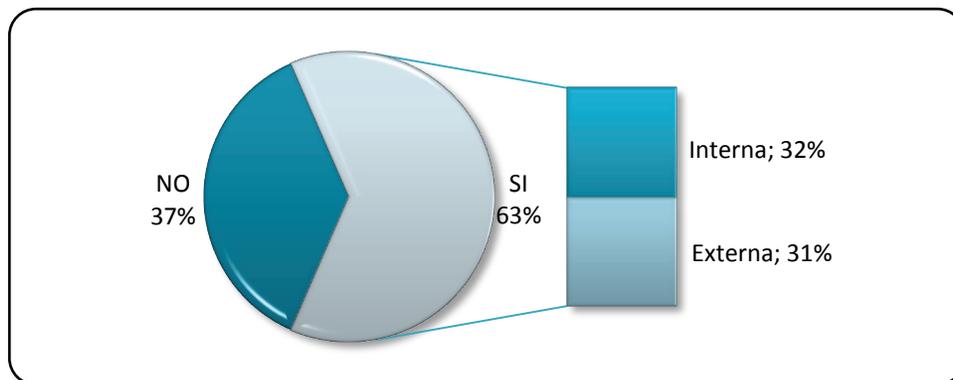
O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Un 63% de las empresas brindó capacitación a su personal, de dicho porcentaje el 32% realizó capacitación interna, por medio del dueño y/o el personal más capacitado de la empresa y el 31% ofreció capacitación externa a través de cursos y talleres impartidos por instituciones especializadas.

Gráfico Nro. 138

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CAPACITARON A SUS TRABAJADORES

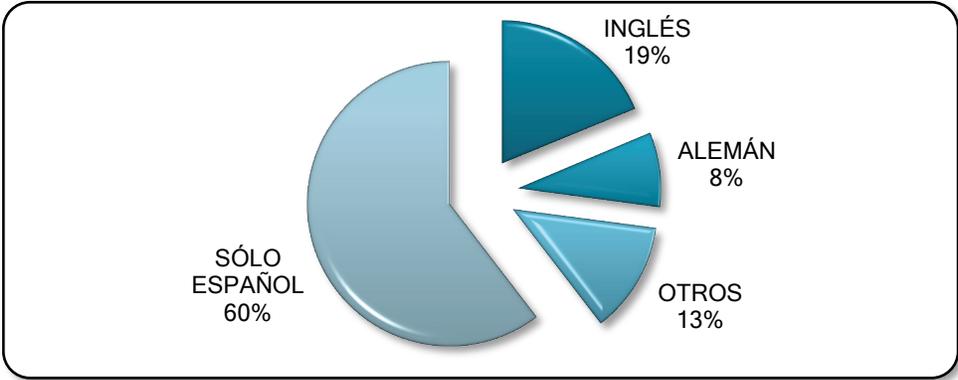


PERSONAL QUE HABLA OTROS IDIOMAS

Considerando que la actividad de los establecimientos de hospedaje implica permanente contacto con turistas extranjeros, el manejo de otros idiomas además del español es importante por parte del personal, por este motivo se realizó dicha consulta obteniendo como resultado que el 19% de los trabajadores habla el idioma inglés, un 8% alemán y un 13% otros idiomas (entre ellos el quechua).

Gráfico Nro. 139

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: PERSONAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE HABLA OTROS IDIOMAS



VESTIMENTA DE TRABAJO

Ya sea con el fin de crear una buena imagen de la empresa y/o asegurarse que el personal desarrolle de una mejor manera sus actividades un número importante de empresas dota de vestimenta de trabajo a los encargados de limpieza y atención al cliente, siendo más común esta práctica en los hoteles, según se puede apreciar en el gráfico presentado a continuación.

Figura Nro. 64

GRAN CHACO - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE DOTAN VESTIMENTA DE TRABAJO



NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR

Figura Nro. 65

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



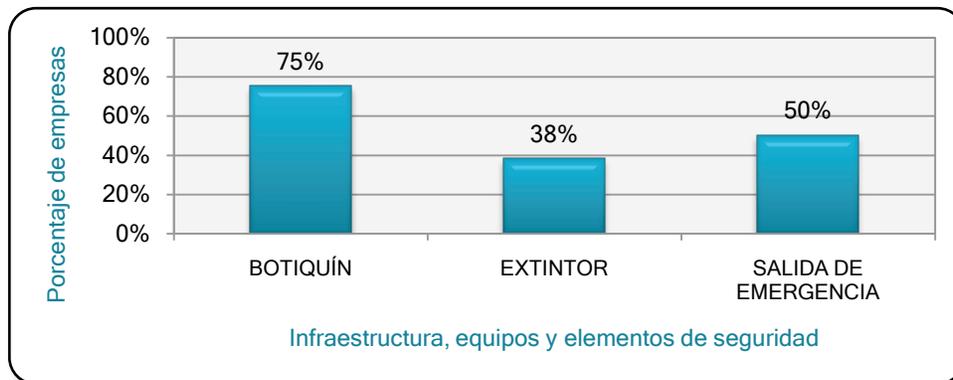
2.4.1.4 Seguridad

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

Existe infraestructura, equipos y elementos de seguridad indispensables para prevenir y/o afrontar cualquier incidente en el trabajo, a raíz de ello se consultó a las empresas si cuentan con estos, de acuerdo a los resultados obtenidos el 75% de las empresas cuenta con botiquín, el 38% con extintor y un 50% con salida de emergencias.

Gráfico Nro. 140

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y/O ELEMENTOS DE SEGURIDAD



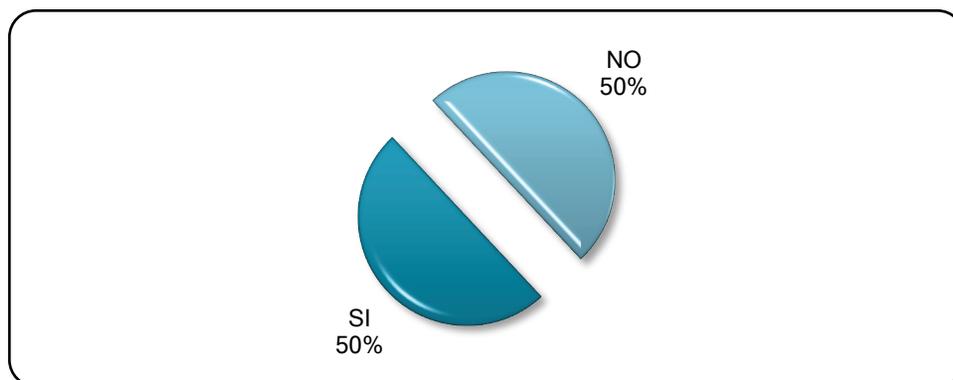
2.4.1.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer sus empresas y atraer una mayor cantidad de clientes el 50% de los establecimientos de hospedaje invierte en publicidad, erogando en promedio \$us 54 por mes.

Gráfico Nro. 141

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD



Los medios de difusión más utilizados por las empresas de hospedaje del municipio, para publicar sus anuncios son las revistas especializadas y afiches.

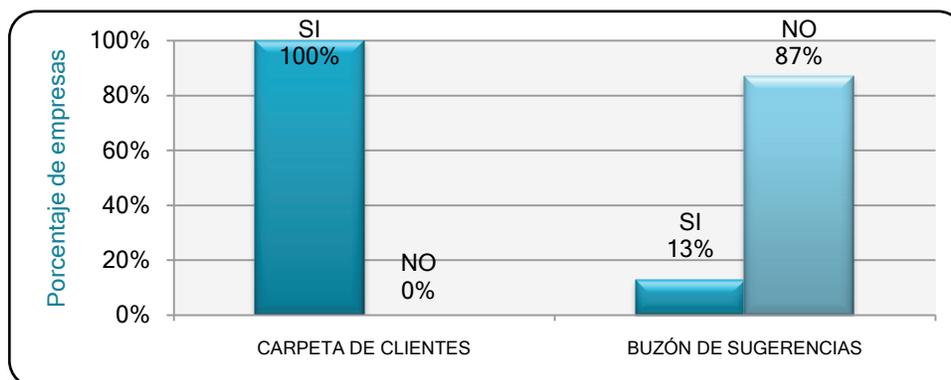
2.4.1.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN DE SUGERENCIAS

El 100% de los establecimientos de hospedaje lleva el control de sus clientes registrando nombre, edad, procedencia y tiempo de estadía y sólo el 13% buzón de sugerencias.

Gráfico Nro. 142

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN DE SUGERENCIAS

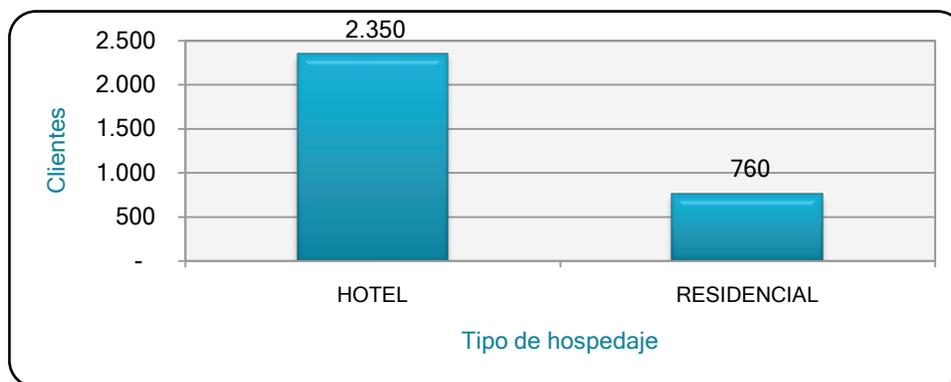


TOTAL DE CLIENTES

Se estima que el flujo de visitantes que atendieron los establecimientos de hospedaje durante la gestión 2008 fue de **3.110** personas de los cuales el 76% se hospedó en hoteles y el 24% restante en residenciales.

Gráfico Nro. 143

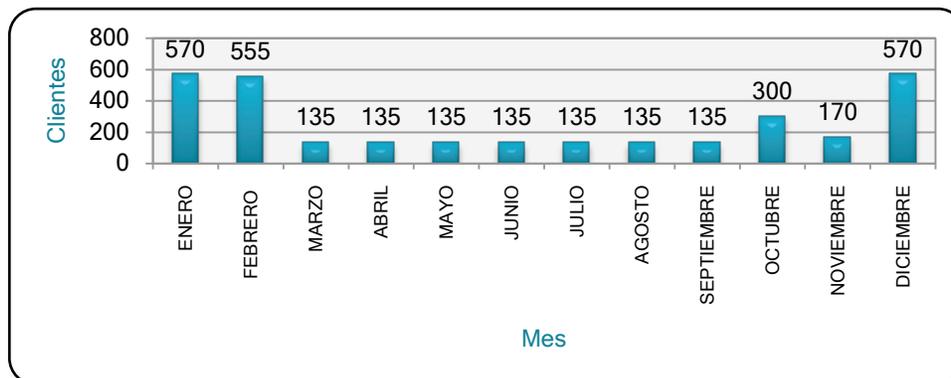
O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



Respecto a los meses que más visitas reciben los establecimientos de hospedaje, según se observa en el gráfico, que son de diciembre a febrero y durante el mes de octubre, en tanto que el periodo de marzo a septiembre se observa que las cantidades de visitas descienden considerablemente.

Gráfico Nro. 144

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: FLUJO DE VISITANTES MENSUALES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Las principales características de los clientes que visitan la provincia O'Connor se presentan en el gráfico siguiente, y nos indica que los visitantes son principalmente varones de origen nacional, que permanecen un promedio de menos de dos días en el lugar y cuya edad en un 41% de los casos oscila entre los 30 y 41 años.

Figura Nro. 66

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

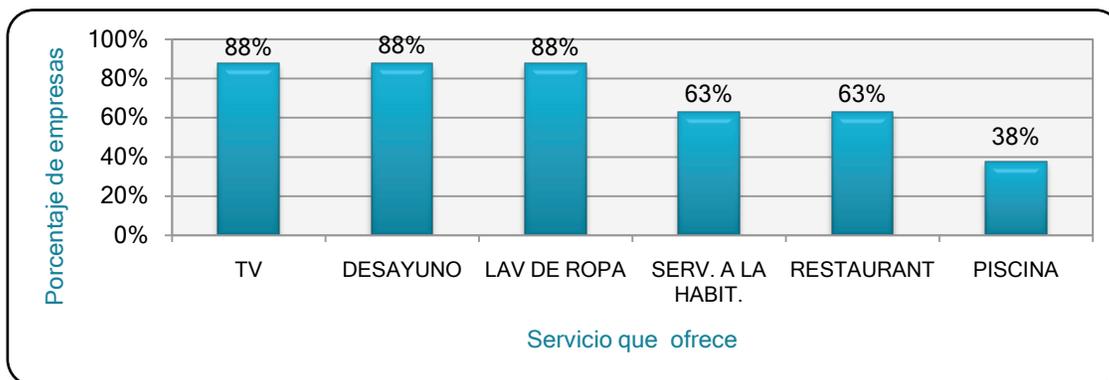


SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

La mayoría de los establecimientos de hospedaje ofrecen a sus clientes la posibilidad de contar con televisión, desayuno y servicio de lavado de ropa.

Gráfico Nro. 145

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



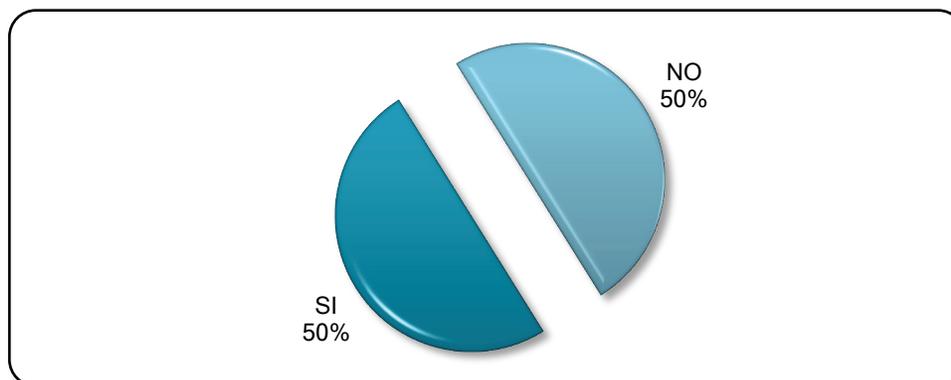
2.4.1.7 Tecnologías De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

De acuerdo a los resultados, el 50% de los establecimientos de hospedaje cuenta con al menos una computadora.

Gráfico Nro. 146

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS



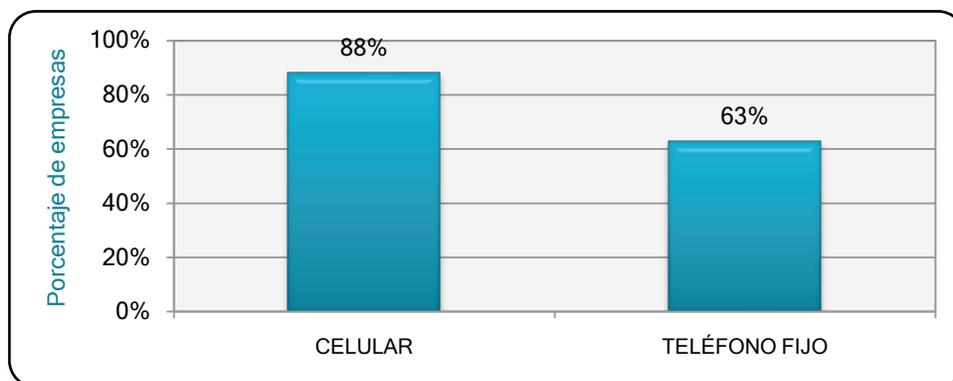
El uso que les dan a estos equipos es básico, desaprovechando las facilidades que podrían obtener con el registro de sus clientes y emisión de facturas computarizadas, (base de datos), en el uso de paquetes contables, etc.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El celular es el principal medio de comunicación utilizado por las empresas para la comunicación con clientes y proveedores, aunque también se observa el uso de teléfono fijo en un importante porcentaje de empresas.

Gráfico Nro. 147

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



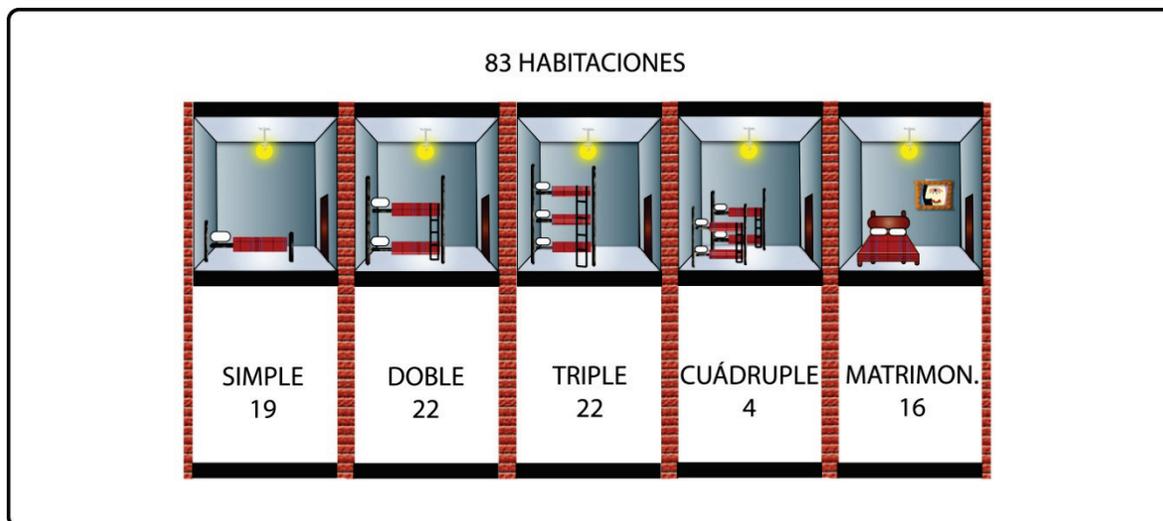
2.4.1.8 Infraestructura

Existe un total de 83 habitaciones disponibles en el municipio de Entre Ríos para recibir visitantes, de las cuales el 23% son simples, un 27% dobles, porcentaje similar al total de habitaciones triples, finalmente un 24% son cuádruples y matrimoniales.

TOTAL DE HABITACIONES

Figura Nro. 67

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD



Seguidamente se muestra la oferta de habitaciones según tipo de establecimiento, lo cual nos permite determinar que son los hoteles los que tienen la mayor cantidad de habitaciones disponibles, según se aprecia en la tabla.

Tabla Nro. 96

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD POR TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE HABITACIÓN					TOTAL HAB.
		Simple	Doble	Triple	Cuádruple	Matrimonial	
Hotel	6	11	16	15	4	15	61
Residencial	2	8	6	7	-	1	22
Total	8	19	22	22	4	16	83

NÚMERO DE CAMAS

La infraestructura hotelera pone a disposición 161 camas en el municipio, en la tabla presentada a continuación se muestra el número de camas según tipo de hospedaje.

Tabla Nro. 97

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TOTAL DE CAMAS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS HOSPEDAJE

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	TOTAL CAMAS
Hotel	119
Residencial	42
Total	161

2.4.1.9 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sub sector hospedajes del municipio de Entre Ríos registró aproximadamente \$us 26.540 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008.

Gráfico Nro. 148

O'CONNOR: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008
(Expresado en dólares americanos)³⁴



³⁴ T/C 1 \$us = Bs. 7,07

Es importante recalcar que aproximadamente el 90% del total de ingresos es generado por los hoteles.

Tabla Nro. 98

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: INGRESOS BRUTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE
(Expresado en dólares americanos)

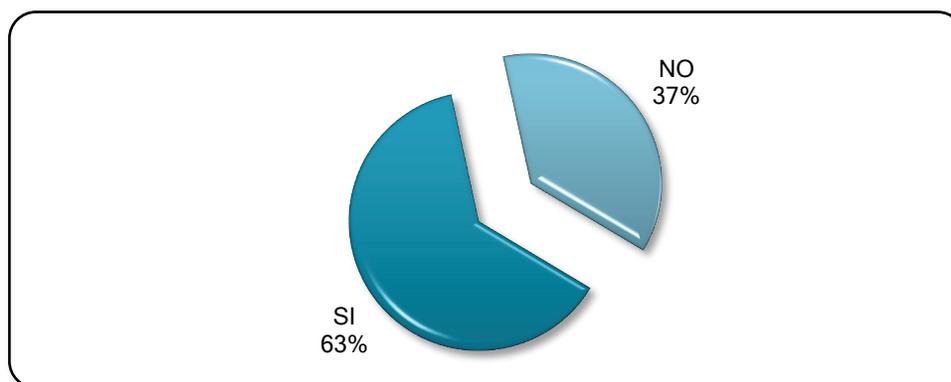
TIPO DE HOSPEDAJE	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	INGRESOS BRUTOS (En dólares)	
		Media	Total
Hotel	6	3.917	23.500
Residencial	2	1.520	3.040

INVERSIÓN

Más del 60% de las empresas invirtieron durante las últimas dos gestiones (2007-2008). El monto promedio de inversión es de \$us 12.829, cuyo destino principal es para la compra de mobiliario y construcción de infraestructura complementaria.

Gráfico Nro. 149

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON - (2007 - 2008)



CRÉDITOS BANCARIOS

Ninguna empresa en el municipio accedió a créditos bancarios durante las gestiones 2007-2008.

2.4.2 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

2.4.2.1 Características Generales

El sub sector gastronómico del municipio de Entre Ríos está constituido básicamente por restaurantes y salteñerías, registrándose un total de 19 empresas en la gestión 2008.

Tabla Nro. 99

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS REGISTRADOS EN LA GESTIÓN 2008 SEGÚN TAMAÑO

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Micro	14	74
Pequeña	5	26
Total	19	100

Siguiendo el criterio del número de trabajadores³⁵, para definir el tamaño de empresa, se determinó que existen un total de 14 microempresas (el 74%) y 5 pequeñas (26%).

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

Al analizar los años de antigüedad de las empresas, podemos advertir que el 21% trabajan con una antigüedad mayor a los 11 años, por otro lado se observa que alrededor del 26% de las empresas se establecieron durante la gestión 2008, este resultado refleja la tasa de crecimiento del sub sector.

Tabla Nro. 100

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

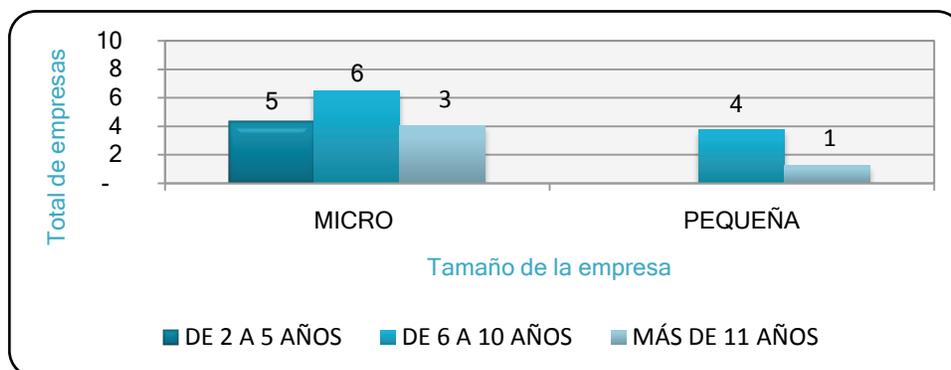
ANTIGÜEDAD	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Menos de 5 años	5	26
De 6 a 10 años	10	53
Más de 11 años	4	21
Total	19	100

Examinando la antigüedad de los establecimientos gastronómicos según tamaño, se observa que 6 microempresas empresas (43% del total de empresas de esta categoría) y 4 pequeñas empresas las mismas que representan un 80% del total de empresas de esta categoría tienen entre 6 y 10 años de antigüedad, entre los datos más relevantes.

³⁵ Clasificación fijada por la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo, Unidad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Prefectura del Departamento de Tarija.
Microempresa de 1 a 5 trabajadores.
Pequeña Empresa de 6 a 14 trabajadores.
Mediana Empresa más de 14 trabajadores.

Gráfico Nro. 150

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA



CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Se determinó que el 53% de las empresas no se encuentran legalmente registradas, mientras que el 47% corresponde a emprendimientos familiares y/o individuales establecidos como empresas *Unipersonales*.

Tabla Nro. 101

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN CONSTITUCIÓN JURÍDICA

TIPO DE EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Unipersonal	9	47
Sin Registro	10	53
Total	19	100

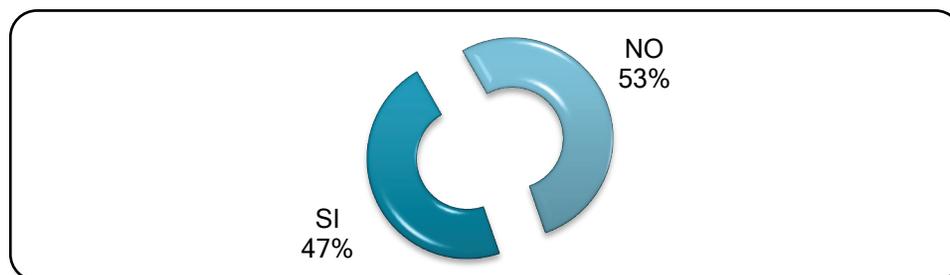
2.4.2.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

En cuanto al total de empresas que formularon su visión se pudo determinar que el 47% de los empresarios visualiza su negocio en el mediano y/o largo plazo a diferencia del 53% que no tiene definida su visión.

Gráfico Nro. 151

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN

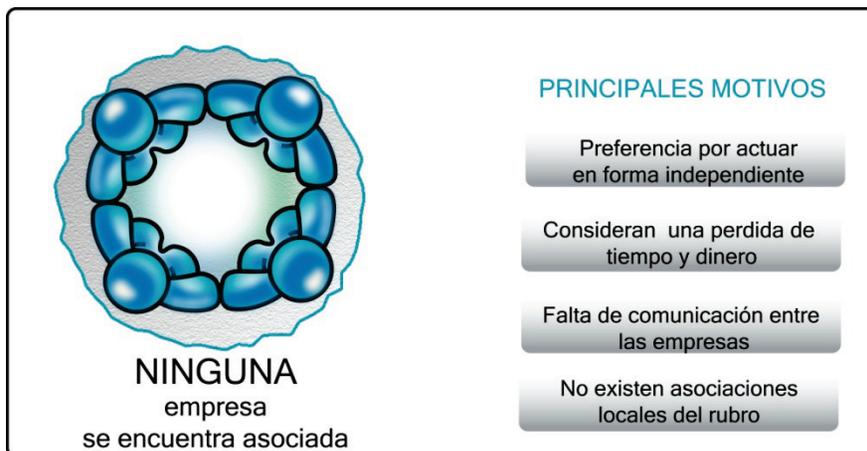


ASOCIATIVIDAD

Una de las debilidades del sub sector gastronómico en la provincia O'Connor es la falta de asociatividad entre actores, el 100% de las empresas no se encuentran afiliadas o forman parte de alguna asociación, los motivos expresados para tal situación son variados.

Figura Nro. 68

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS ASOCIADOS

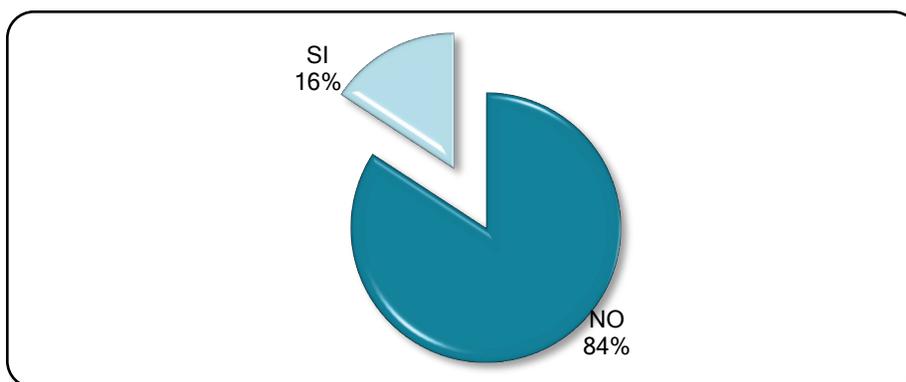


NUEVAS SUCURSALES

El 16% de las empresas logró la apertura de nuevas sucursales durante la gestión 2008, lo cual indica que lograron una buena aceptación en el mercado y principalmente buenos ingresos.

Gráfico Nro. 152

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ABRIERON NUEVAS SUCURSALES



2.4.2.3 Gestión De Recursos Humanos

El sub sector gastronómico generó 89 empleos directos para la gestión 2008, que a su vez implica 356 empleos indirectos³⁶.

³⁶ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Figura Nro. 69

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008



CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES³⁷

Dentro del sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 79% del total de empleos directos; también se puede apreciar cierta estabilidad laboral dado que el 72% de los trabajadores son permanentes.

Figura Nro. 70

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

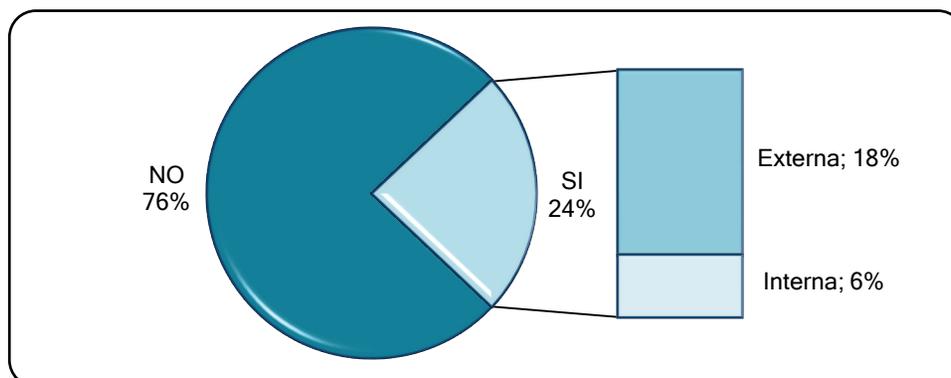


Considerando que el 69% de los trabajadores posee conocimiento empírico (61 personas), es importante mencionar que el 6% de las empresas opta por adiestrar a su personal brindándoles *capacitación interna*, donde es el dueño o el trabajador más capacitado quien instruye al resto de los trabajadores, un 18% brinda *capacitación externa*, a través de cursos o talleres impartidos por instituciones especializadas.

³⁷ Se utiliza el término trabajador en vez de empleado por que se incluye al propietario como parte del personal de la empresa.

Gráfico Nro. 153

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE BRINDAN
CAPACITACIÓN A SUS TRABAJADORES

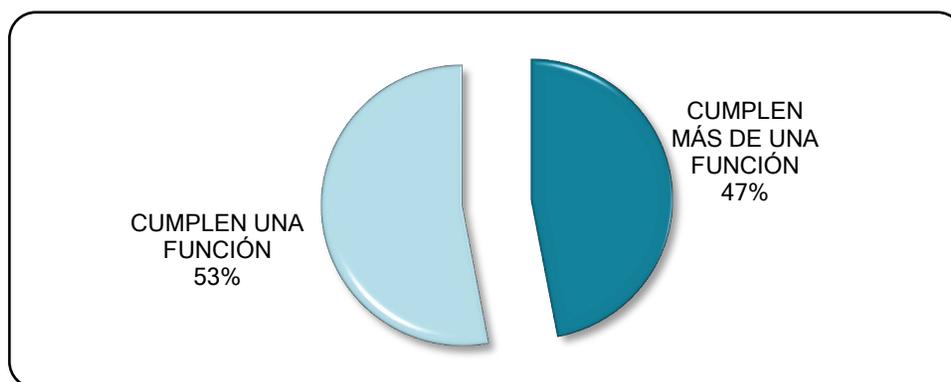


TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES

Entre las características de los trabajadores resalta el porcentaje de aquellos que cumplen más de una función en las empresas, los mismos que representan un 47% del total, es decir desempeñan labores como cocineros/as, personal de limpieza, atención al cliente y/o en la administración indistintamente.

Gráfico Nro. 154

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS
ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



AUSENTISMO LABORAL

La tasa de ausentismo laboral tanto en las micro y pequeñas empresas del municipio de Entre Ríos es de 3 faltas/mes.

Figura Nro. 71

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TASA DE AUSENTISMO LABORAL SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA



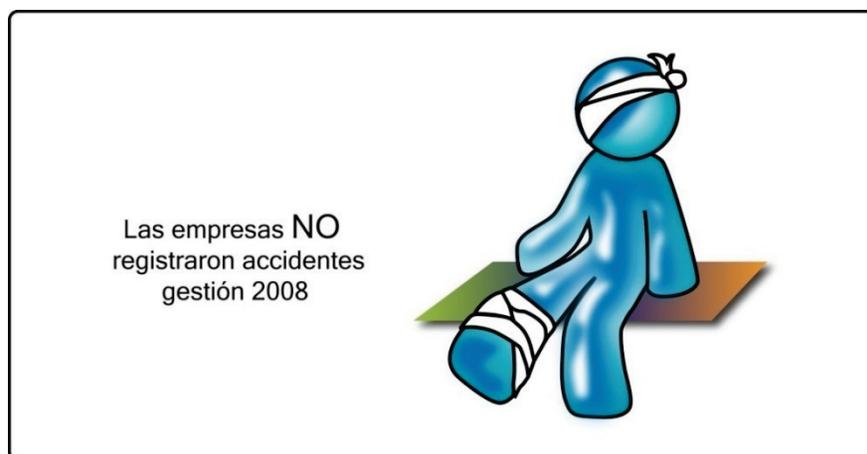
2.4.2.4 Seguridad

ÍNDICE DE ACCIDENTES

Ninguna empresa en el municipio de Entre Ríos registró algún tipo de accidente durante la gestión 2008.

Figura Nro. 72

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REGISTRARON ACCIDENTES - 2008

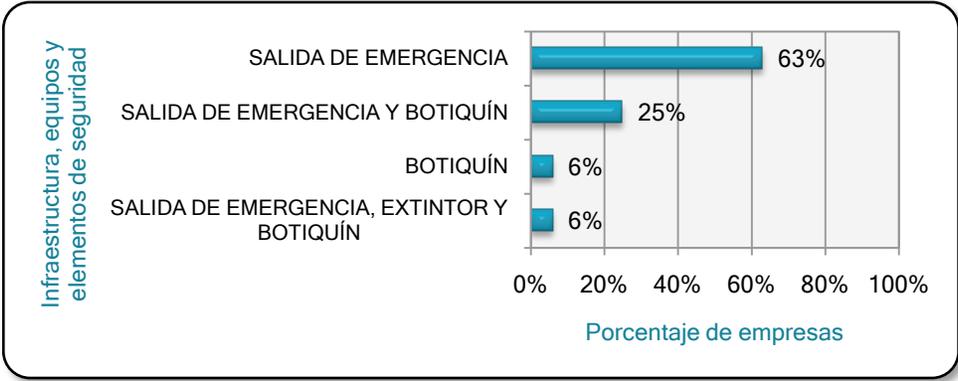


INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

El 96% de 16 empresas cuenta con infraestructura, equipos y/o elementos de seguridad, entre ellos salida de emergencias, extintor y/o botiquín.

Gráfico Nro. 155

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS SEGURIDAD



Del total de empresas el 63% cuenta con salida de emergencia, un 25% tiene al menos dos elementos, un 6% tiene sólo botiquín, finalmente sólo un 6% tiene salida de emergencia, extintor y botiquín.

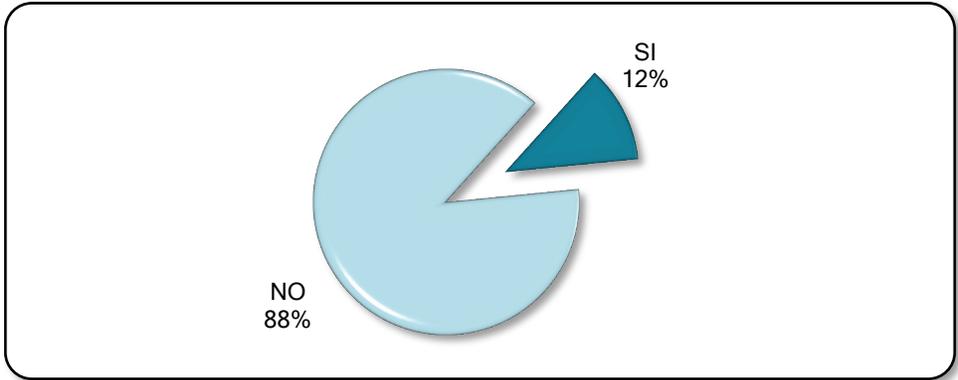
2.4.2.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer su empresa y atraer una mayor cantidad de clientes el 12% de las empresas eroga en publicidad un promedio mensual de \$us 20.

Gráfico Nro. 156

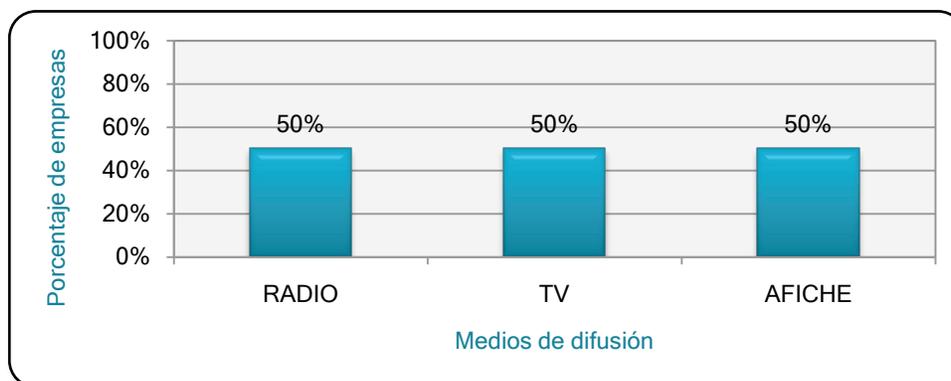
O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD



Los medios más utilizados para publicitar son las radioemisoras, la televisión y los afiches, en porcentajes similares.

Gráfico Nro. 157

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: PRINCIPALES MEDIOS DE DIFUSIÓN QUE UTILIZAN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

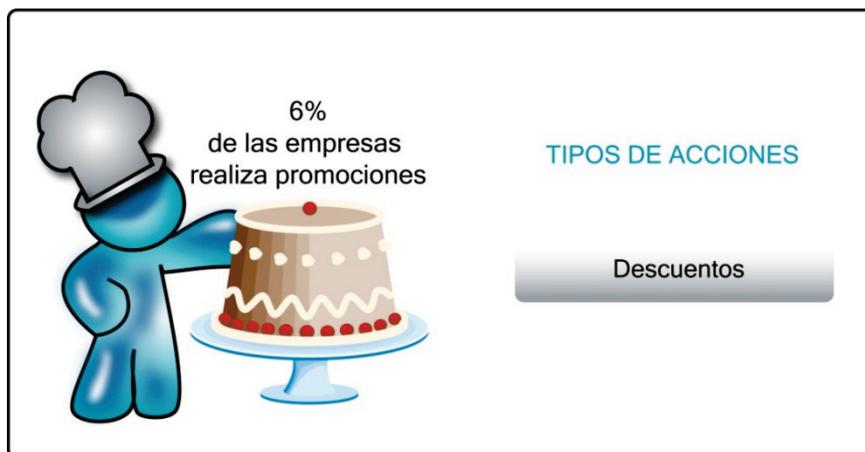


PROMOCIÓN

Sólo un establecimiento gastronómico de Entre Ríos mencionó que como parte de la promoción de sus servicios realiza algún descuento a sus clientes por cierta cantidad de consumo o en determinados productos.

Figura Nro. 73

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES



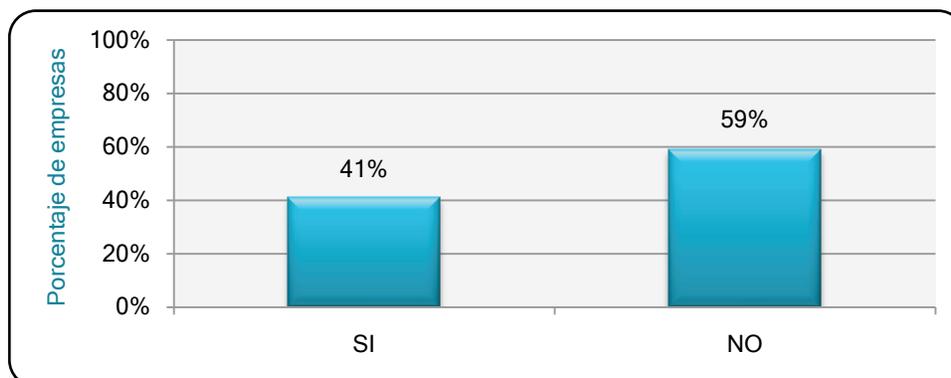
2.4.2.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES

En el municipio de Entre Ríos los establecimientos gastronómicos que hacen seguimiento a sus clientes a través de un registro o carpeta de clientes representan el 41% del total, pero ninguno coloca un libro o buzón de quejas y/o sugerencias, en su local.

Gráfico Nro. 158

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



El principal motivo que impulsa a las empresas a contar con un registro de sus clientes es para llevar el:

- Control de las cuentas por cobrar.

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Tal como se aprecia en la tabla presentada a continuación, los establecimientos gastronómicos del municipio de Entre Ríos atienden alrededor de 949 clientes/día, de los cuales el 21% son de procedencia extranjera y un 79% clientes tanto nacionales como locales.

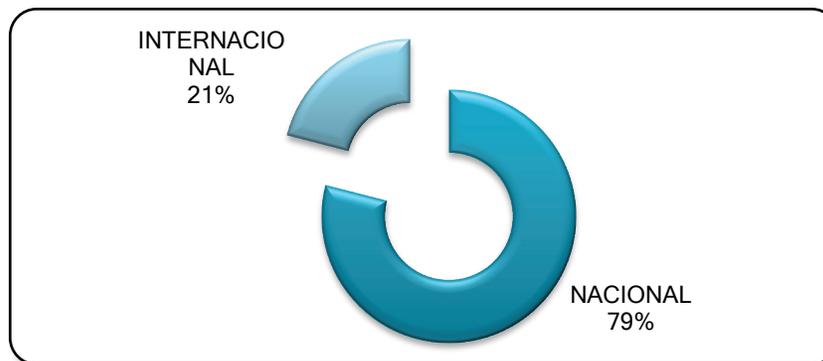
Tabla Nro. 102

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: COMENSALES ATENDIDOS AL DÍA SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA EL NÚMERO DE COMENSALES			TOTAL CLIENTES AL DÍA
		Promedio	Máximo	Mínimo	
Micro	14	50	90	25	705
Pequeña	5	48	90	5	244
Total	19	50	90	5	949

Gráfico Nro. 159

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: CLASIFICACIÓN DE LOS COMENSALES SEGÚN PROCEDENCIA



PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Una buena atención es importante a la hora de calificar a cualquier empresa, que el personal encargado de atender a los clientes este siempre atento a sus necesidades, por esta situación se consideró examinar la siguiente variable.

Tabla Nro. 103

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: PERSONAL DE ATENCIÓN POR NÚMERO DE COMENSALES/DÍA

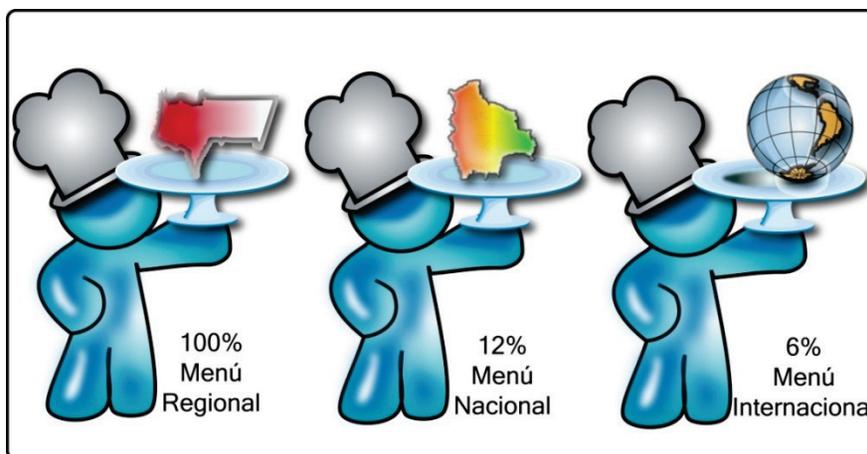
TAMAÑO DE LA EMPRESA	PERSONAL POR NUMERO DE COMENSALES DÍA
Micro	1/20
Pequeña	1/12

CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS.

En los diferentes establecimientos gastronómicos se ofrece una variedad de menús. En el municipio de Entre Ríos el 100% de las empresas ofrecen un menú regional, el 12% platos típicos de otros departamentos de Bolivia y finalmente el 6% menús con comida internacional y comida rápida.

Figura Nro. 74

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



Realizando el análisis por tamaño de empresa se observa que la especialidad de las micro y pequeñas empresas es ofrecer a su clientela comida típica de la región.

Tabla Nro. 104

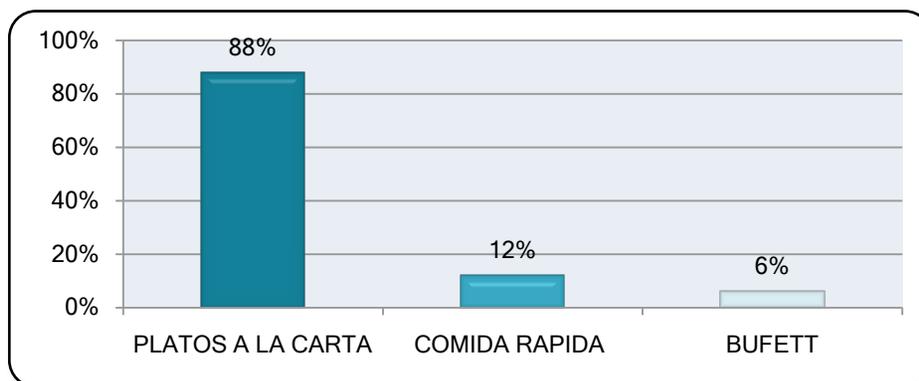
O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE MENÚ (Expresado en porcentaje)		
		Regional	Nacional	Internacional
Micro	14	100	19	-
Pequeña	5	100	30	6

El principal servicio que ofrecen las empresas en el municipio son: Platos a la carta, en el 88% de los casos.

Gráfico Nro. 160

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: PRINCIPALES SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



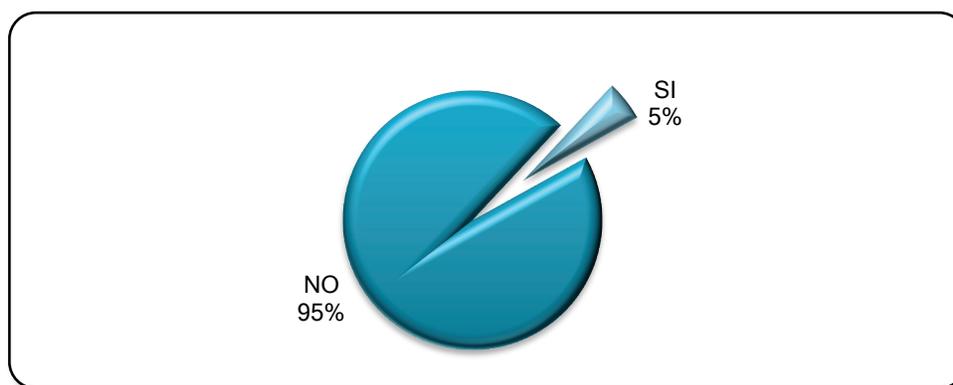
2.4.2.7 Tecnologías de Información y comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

Desafortunadamente el uso de las TICs no ha sido tomado como parte importante a la hora de manejar los negocios en el caso del sub sector gastronómico, en el municipio sólo una empresa (el 5%) hace uso de una computadora.

Gráfico Nro. 161

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS

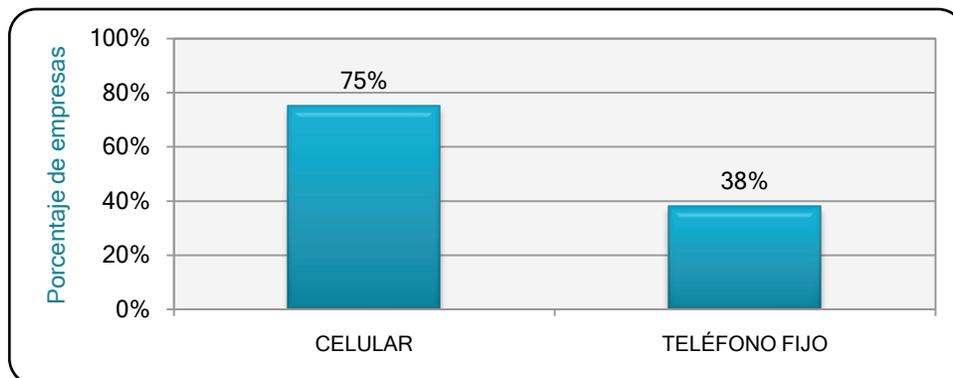


MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Entre los principales medios de comunicación utilizados por las empresas se tiene que el 75% de las empresas usa el celular, en tanto que, el 38% hace uso sólo del teléfono fijo.

Gráfico Nro. 162

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

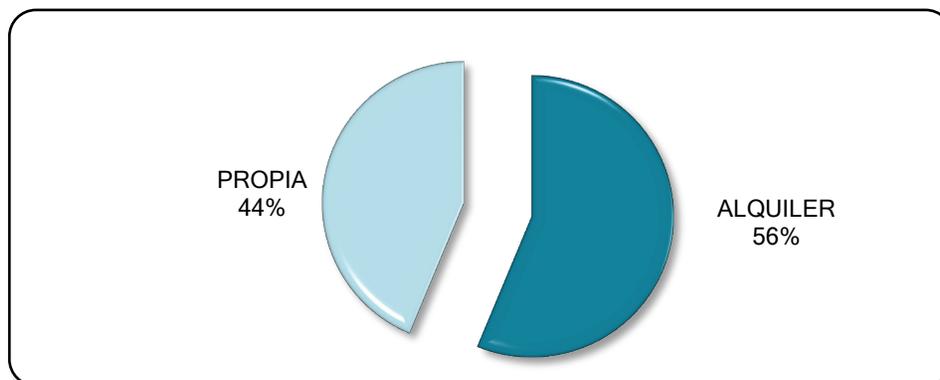


2.4.2.8 Infraestructura

De acuerdo a los datos, el 56% de las empresas opera en ambientes alquilados mientras que el 44% restante cuenta con un espacio de trabajo propio.

Gráfico Nro. 163

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TENENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA EN LA QUE OPERAN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

Los 19 establecimientos gastronómicos establecidos en la ciudad de Entre Ríos tienen una capacidad para albergar alrededor de 1.665 clientes al día.

Tabla Nro. 105

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD EN NÚMERO DE CLIENTES			TOTAL CLIENTES
		Media	Mínimo	Máximo	
Micro	14	73	20	350	1.025
Pequeña	5	128	90	300	640
Total	19	88*	20	350	1.665

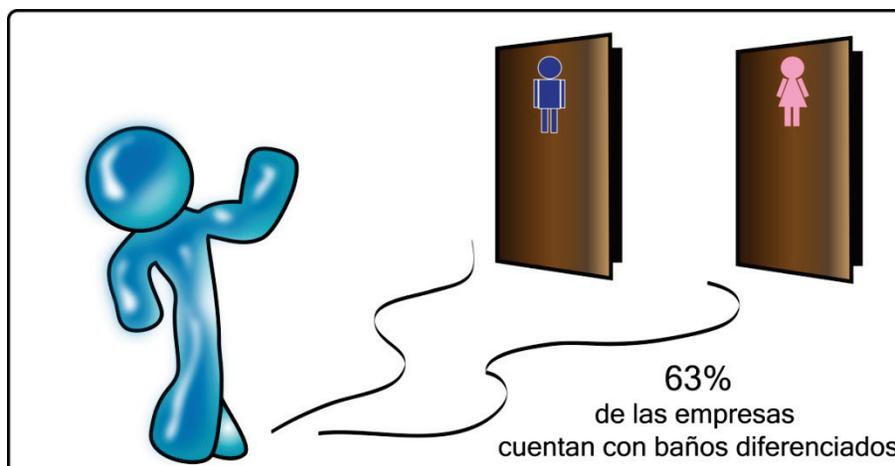
*Valor redondeado

BAÑOS DIFERENCIADOS

De acuerdo a los datos el 63% de las empresas cuentan con baños diferenciados, es decir que alrededor de 7 establecimientos gastronómicos, que representan el 27%, no tienen baños diferenciados.

Figura Nro. 75

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS



Analizando esta información se concluye que un porcentaje importante (47%) de las empresas que reciben una cantidad de menos de 50 clientes al día no cuentan con baños diferenciados.

Tabla Nro. 106

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: TENENCIA DE BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN RECEPCIÓN DE CLIENTES DIARIOS

TOTAL DE CLIENTES AL DÍA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	EMPRESAS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS	
		Si	No
Menos de 50	15	8	7
Entre 51 y 100	4	4	0
Total	19	12	7

2.4.2.9 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sector gastronómico de la provincia O'Connor registró \$us 20.848 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008.

Examinando la productividad según tamaño de empresa se observa que el ingreso promedio de las pequeñas empresas es equivalente a casi once veces el ingreso de las microempresas.

Tabla Nro. 107

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: INGRESO BRUTOS TOTALES Y PROMEDIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA
(Expresado en dólares americanos)³⁸

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	INGRESO PROMEDIO (En dólares)	INGRESO TOTAL (En dólares)
Micro	14	311*	4.366
Pequeña	5	3.296*	16.483
Promedio	19	1.097*	20.848

*Valor redondeado

EGRESOS

Los gastos más importantes de las empresas son relativamente iguales en las empresas, ellos son, pago al personal, energía eléctrica y gas, que son los principales.

Tabla Nro. 108

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: PRINCIPALES GASTOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

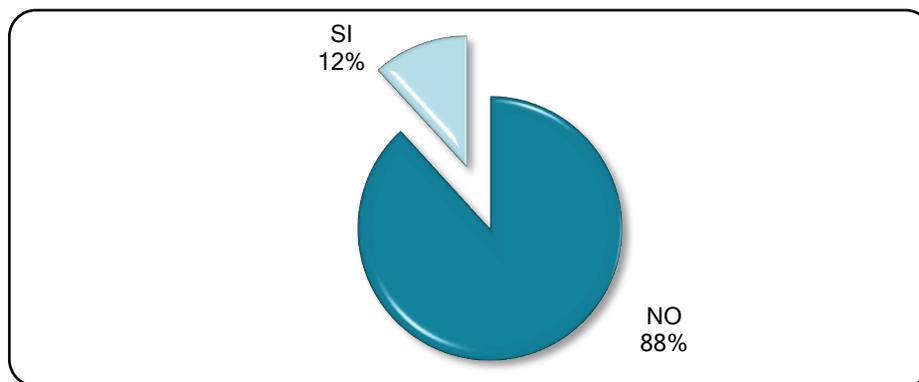
TAMAÑO DE LA EMPRESA	GASTOS (Expresado en porcentaje)							TOTAL
	Pago Personal	Alquiler	Publicidad	Energía Eléctrica	Gas	Teléfono	Agua	
Micro	52	6	1	15	19	6	1	100
Pequeña	42	4	1	30	16	4	3	100

INVERSIÓN

El 12% de las empresas realizaron alguna inversión durante las últimas dos gestiones (2007-2008).

Gráfico Nro. 164

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON - (2007 - 2008)



³⁸ T/C 1 \$us. = Bs 7,07

CRÉDITOS BANCARIOS

A nivel global el 84% de las empresas lograron obtener créditos bancarios, realizando el análisis según tamaño, el 92% de las microempresas accedió a préstamos bancarios, a diferencia de sólo el 75% de las pequeñas empresas.

Tabla Nro. 109

O'CONNOR - CIUDAD DE ENTRE RÍOS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS (2007-2008)

TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	EMPRESAS QUE CONTRAJERON CRÉDITOS (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
Micro	14	92	8
Pequeña	5	75	25
Total	19	84	16

2.5 PROVINCIA JOSÉ MARÍA AVILÉS

JOSÉ MARÍA AVILÉS



La provincia José Ma. Avilés, cuenta con dos secciones municipales, Uriondo y Yunchará.

El municipio de Uriondo, primera sección de la provincia, se encuentra ubicado en el valle central del departamento, presenta dos contexturas, una montañosa (Sama, Las Barrancas y Laderas) y los valles, surcados por dos importantes ríos, el

Camacho y el Guadalquivir. Actualmente la región presenta una interesante vocación agropecuaria con un potencial vitivinícola que día a día tiene mayor vigor.

El municipio cuenta con una superficie aproximada de 807 kilómetros cuadrados en los cuales habitan, según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística, 13.396 personas.

La capital del municipio, el Valle de Concepción se encuentra a 25 minutos de la ciudad de Tarija a una distancia de 25 kilómetros y a una altura promedio de 1800 m.s.n.m.

Desde el punto de vista turístico el municipio actualmente apuesta por desarrollar el Enoturismo, debido a la importancia alcanzada por la producción vitivinícola, relevante a nivel nacional y con interesante proyección internacional.

Pero existen además otras cualidades en relación a los recursos naturales y culturales del municipio, pues el mismo posee importantes repositorios tanto de fósiles como de restos arqueológicos que bien permitirían el desarrollo del turismo de interés específico o especializado (paleontología y arqueología).

En relación a acontecimientos programados en la región, ya son dos años que se realiza el Festival del Arte y el Vino, el cual se pretende sea de importancia nacional e internacional, el mismo tiene lugar principalmente en el Valle de Concepción coincidiendo con la época de la vendimia (cosecha de uva), para este evento se reúne un conjunto de artistas plásticos de renombre local, nacional e internacional, reafirmando con ello el interés de las autoridades locales y población en general por desarrollar el enoturismo.

Esta región del departamento, tiene entre sus ventajas su ubicación, cercana a la ciudad capital del departamento, su temperatura promedio de 19 °C y el crecimiento actual de los servicios turísticos, que permitirán una mejor acogida a los visitantes que llegan tanto de manera organizada como independiente.

Por otro lado, la segunda sección de la provincia Avilés está constituida por **el municipio de Yunchará**, ubicado en la zona alta, al Sudoeste del departamento, distante a 108 km. de la ciudad capital Tarija, su jurisdicción abarca una superficie total de 1843.74 km². Las

poblaciones que pertenecen a este municipio se encuentran aproximadamente entre los 2000 y 4100 m.s.n.m., por lo tanto también sus temperaturas son variables, en el caso de Yunchará, Palqui, Copacabana la temperatura media anual es de 11.3 grados centígrados en verano y de 5 grados centígrados en época de invierno, en cambio en Tojo la media anual es de 18 grados centígrados en verano y 8 grados centígrados en invierno.

El municipio tiene, según proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas en la gestión 2008, 5.462 habitantes.

Desde el punto de vista turístico, la región presenta en general una gran riqueza cultural, específicamente arqueológica, por otro lado forma parte de la Reserva Biológica de la Cordillera de Sama, razón por la cual su vocación turística es principalmente para el ecoturismo y el turismo de interés específico, en este caso arqueológico, por la cantidad de restos de este tipo, existentes en la región, en esta reserva se encuentra el Camino del Inka, y como esta muestra existen otros que aún no han sido estudiados y por lo tanto no son aprovechados por el turismo.

Dentro de sus atractivos turísticos no se puede dejar de mencionar a Tojo, desde dos puntos de vista, el histórico por la presencia del Marquesado de Tojo y su relación con las misiones y la participación en la Guerra de la Independencia de esta región de Sud América. Por otro lado como parte de la Ruta del Vino, que une los departamento de Chuquisaca y Tarija, la región conserva aún técnicas artesanales de elaboración de vinos y de cultivo de vid, además de contar con los viñedos a una mayor altura sobre el nivel del mar que los del resto del país.

Parte del municipio de Yunchará se encuentra sobre uno de los tramos utilizados por parte de los flujos turísticos que se dirigen hacia el Salar de Uyuni desde la república Argentina o viceversa, razón por la cual requiere de especial atención en infraestructura básica, vial y turística además de la conformación de productos turísticos que permitan una estadía en la región y no sólo el paso de los turistas.

Una vez descritos de manera general los atractivos turísticos más destacados de los municipios de Uriondo y Yunchará pertenecientes a la provincia José María Avilés, pasamos a detallar las principales características de los servicios de hospedaje y gastronomía que las localidades del Valle de la Concepción, Yunchará, Pujzara y Tojo ofrecen a sus visitantes.

2.5.1 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

2.5.1.1 Características Generales

La provincia Avilés cuenta con un total de 7 establecimientos de hospedaje registrados para la gestión 2008, de los cuales 2 pertenecen a Uriondo específicamente al Valle de la Concepción y 5 establecimientos de hospedaje pertenecen a las localidades de Yunchará, Tojo y Pujzara.

Tabla Nro. 110
AVILÉS: CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA AVILÉS				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción		2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara		Total	%
	Total	%	Total	%		
Hotel	-	-	1	20	1	14
Alojamiento	-	-	1	20	1	14
Casa de Huéspedes	-	-	3	60	3	44
Otros ³⁹	2	100	-	-	2	28
Total	2	100	5	100	7	100

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

La oferta hotelera tuvo un importante crecimiento durante los últimos 5 años, el 57% de las empresas iniciaron sus actividades en dicho periodo; a diferencia del 43% que opera con una antigüedad mayor a los 11 años.

Tabla Nro. 111
AVILÉS: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

ANTIGÜEDAD	PROVINCIA AVILÉS		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara		
Menos de 5 años	1	3	4	57
Más de 11 años	1	2	3	43
Total	2	5	7	100

2.5.1.2 Gestión Estratégica

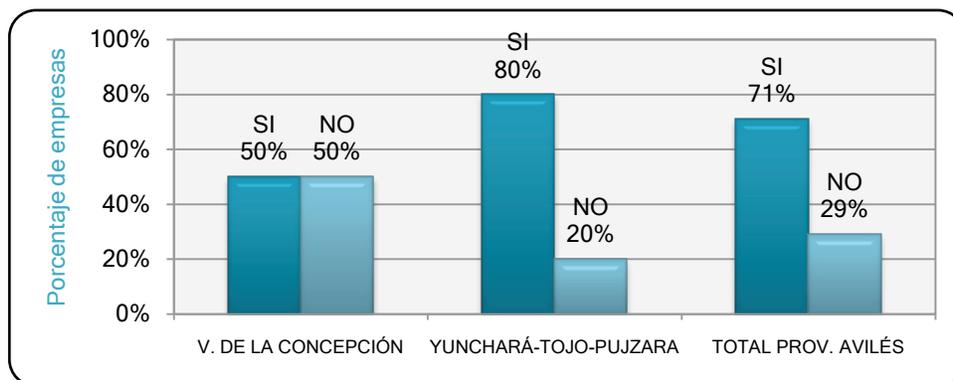
FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

Se puede advertir que gran parte de las empresas han definido su visión poniendo en claro sus aspiraciones para con su empresa en el mediano y largo plazo.

³⁹ La categoría otros comprende una casa de retiro y una Hostería

Gráfico Nro. 165

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJES QUE FORMULARON SU VISIÓN

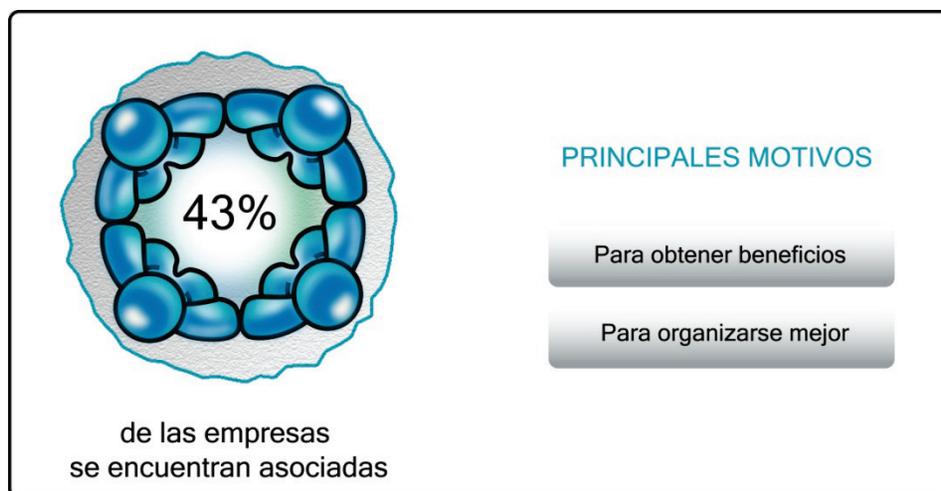


ASOCIATIVIDAD

El 43% de las empresas se encuentran asociadas, todas ellas ubicadas la localidad de Yunchará, en la figura, se puede apreciar que uno de los principales motivos para asociarse son los beneficios que reciben y además que encuentran en afiliarse una mejor forma de organizarse como sub sector.

Figura Nro. 76

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS



A continuación se presenta el total de empresas que se encuentran asociadas según sección.

Tabla Nro. 112

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS

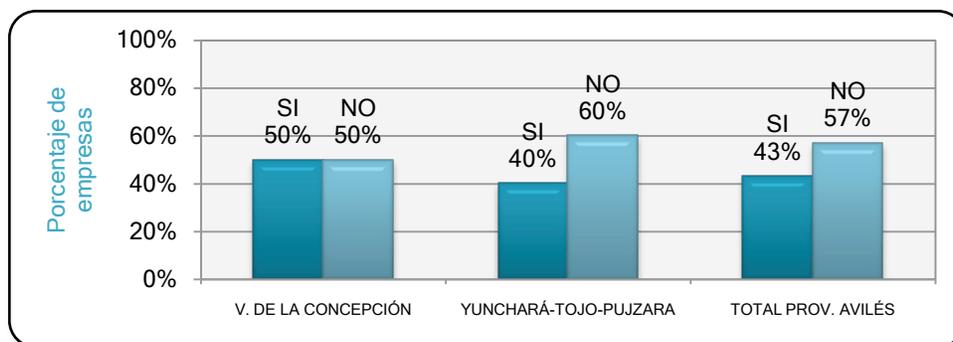
ESTÁN ASOCIADAS	PROVINCIA AVILÉS		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara		
Si	-	3	3	43
No	2	2	4	57

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

El 43% de las empresas de la provincia Avilés logró acuerdos con otras empresas y/o instituciones, principalmente con operadores de turismo de Tarija, de otros departamentos e incluso a nivel internacional. En la zona Alta de la provincia se encuentra la Reserva Biológica de la Cordillera de Sama junto a varios atractivos como el Camino del Inka, las lagunas y otros, cercanos todos a la laguna de Tajzara.

Gráfico Nro. 166

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON ALIANZAS ESTRATÉGICAS



2.5.1.3 Gestión De Recursos Humanos

El sub sector generó 40 empleos directos en la gestión 2008, esto a su vez implica 160 empleos indirectos⁴⁰.

Figura Nro. 77

AVILÉS: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



El análisis por tipo de empresa destaca que las casas de huéspedes son las generadoras del 73% del total de empleos directos, las cuales se encuentran ubicadas en la zona alta (Pujzara).

⁴⁰ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Tabla Nro. 113
AVILÉS: EMPLEOS DIRECTOS GENERADOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA AVILÉS		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara		
Hotel	-	6	6	15
Alojamiento	-	2	2	5
Casa de Huéspedes	-	24	24	60
Otros ⁴¹	8	-	8	20
Total	8	32	40	100

Tabla Nro. 114
AVILÉS: PROMEDIO DE TRABAJADORES POR TIPO DE HOSPEDAJE

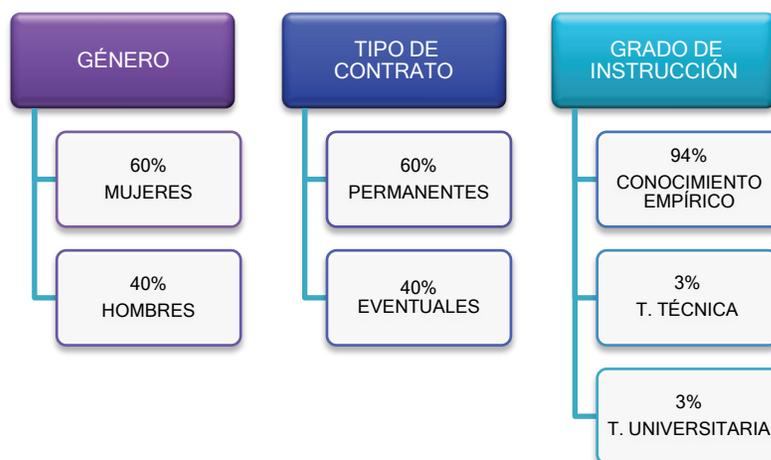
TIPO DE ESTABLECIMIENTOS	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	T/E*
Hotel	1	6
Alojamiento	1	2
Casa de Huéspedes	3	8
Otros ⁴²	2	4

*Trabajadores por empresa

CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

Se observa que en el sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 60% del total de los empleos directos y que existe cierta estabilidad laboral, el 60% de los trabajadores son permanentes.

Figura Nro. 78
AVILÉS: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



⁴¹ Otros = Comprende una casa de retiro y una Hostería
⁴² Idem 41

En cuanto al grado de instrucción el 94% de los trabajadores (38) cuentan sólo con conocimiento empírico en tanto que el porcentaje de trabajadores con capacitación universitaria y técnica no supera el 6%.

Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla de las características de los trabajadores directos según sección municipal.

Tabla Nro. 115

AVILÉS: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

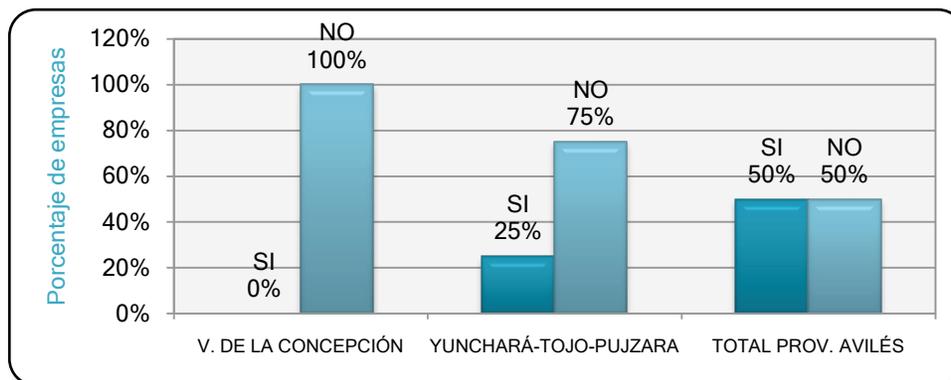
CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA AVILÉS		TOTAL TRABAJADORES
		1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara	
GÉNERO	Hombres	2	14	16
	Mujeres	6	18	24
TIPO DE CONTRATO	Permanentes	2	22	24
	Eventuales	6	10	16
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Conocimiento Empírico	6	32	38
	T. Técnico	1	-	1
	Título Universitario	1	-	1
Total trabajadores		8	32	40
%		20	80	100

CAPACITACIÓN

Respecto a las empresas que ofrecen capacitación a sus trabajadores se pudo constatar que sólo una de ellas ubicada en la zona alta (localidad de Yunchará) adiestró a sus trabajadores.

Gráfico Nro. 167

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CAPACITAN A SUS TRABAJADORES



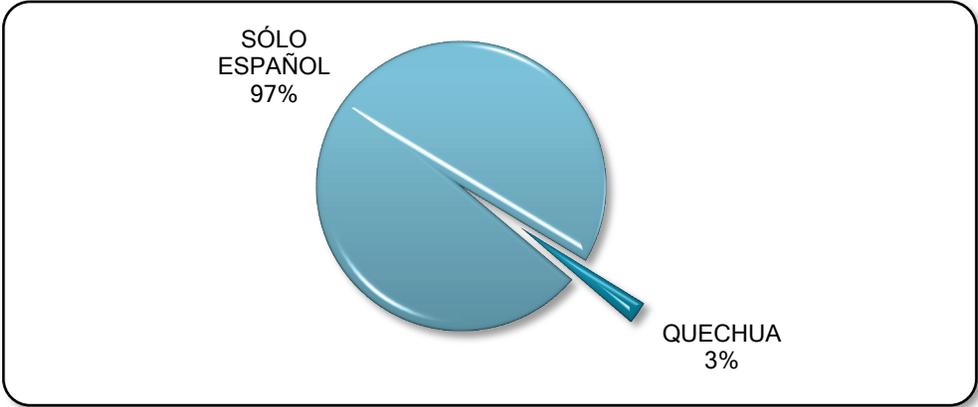
El tipo de formación que dio la empresa en su totalidad fue **interna** es decir el dueño de la empresa y/o el personal más capacitado de la misma fue el que adiestró a los demás trabajadores.

PERSONAL QUE HABLA OTROS IDIOMAS

Considerando que la actividad de los establecimientos de hospedaje implica permanente contacto con turistas extranjeros, el manejo de otros idiomas trae consigo grandes beneficios, no obstante los resultados indican que sólo el 3% de las empresas cuenta con personal que habla otro idioma (quechua), el cual no facilita la comunicación con turistas extranjeros, pero si la comunicación con personas oriundas del norte de nuestro país.

Gráfico Nro. 168

AVILÉS: PERSONAL QUE HABLA OTROS IDIOMAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



VESTIMENTA DE TRABAJO

La mayor parte de las empresas de la provincia no proporciona de vestimenta de trabajo a su personal. Sólo el 50% de los hospedajes de la categoría “otros”⁴³ proveen de uniforme al personal dedicado a la limpieza y atención al cliente.

Figura Nro. 79

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE DOTAN DE VESTIMENTA DE TRABAJO



⁴³ Otros = Comprende una casa de retiro y una hostería

NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR

Figura Nro. 80

AVILÉS: NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR



2.5.1.4 Seguridad

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

Sólo una empresa, declaró contar con un botiquín y salida emergencias.

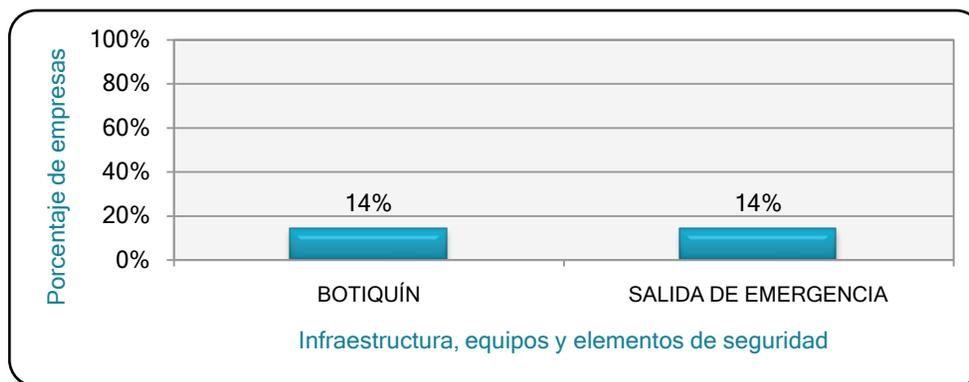
Tabla Nro. 116

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD	PROVINCIA AVILÉS				TOTAL ESTABLECIMIENTOS		PORCENTAJE	
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción		2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara					
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Botiquín	0	2	1	4	1	6	14	86
Salida de emergencia	0	2	1	4	1	6	14	86

Gráfico Nro. 169

AVILÉS: INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD



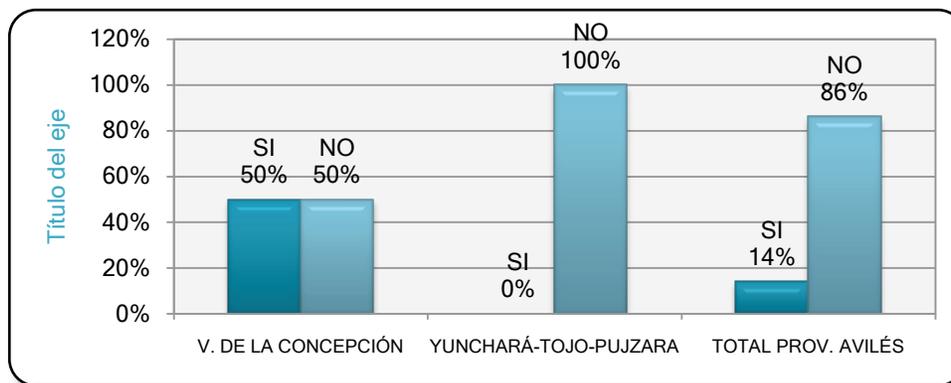
2.5.1.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer su empresa y atraer una mayor cantidad de clientes, sólo una empresa invierte en publicidad en la provincia, el monto mensual que asigna principalmente para **afiches** es de \$us. 120.

Gráfico Nro. 170

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD



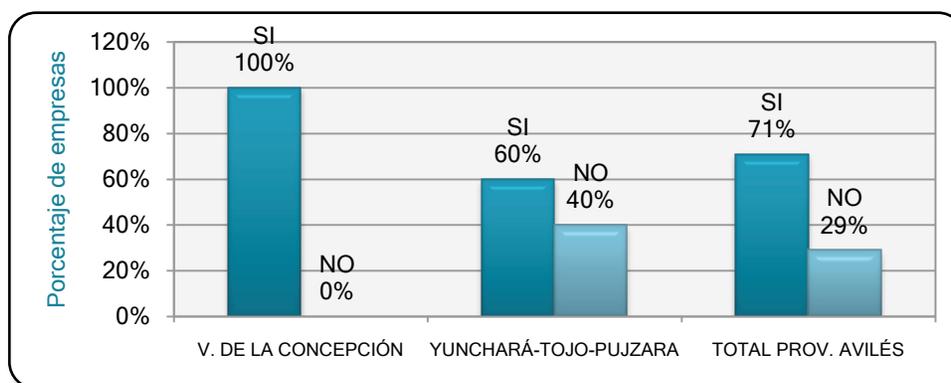
2.5.1.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN DE SUGERENCIAS

El 71% de los establecimientos de hospedaje de la provincia lleva el control de sus clientes registrando nombre, edad y procedencia en carpetas de clientes.

Gráfico Nro. 171

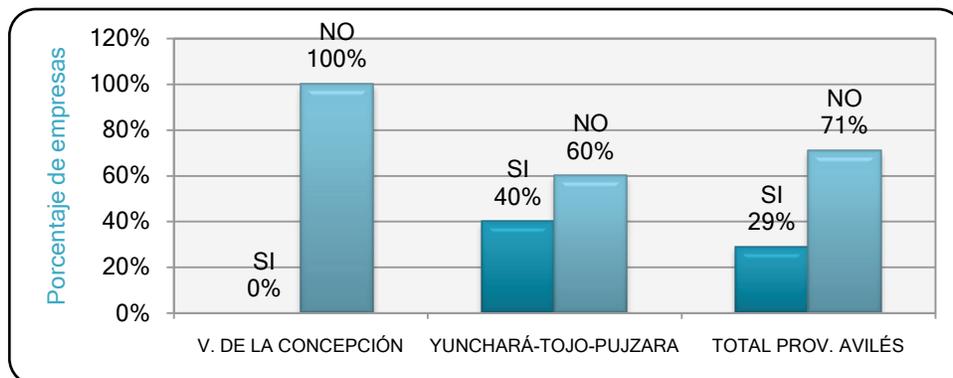
AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



Pero por el contrario el 71% de las empresas de hospedaje no cuenta con un buzón de sugerencias dentro de sus instalaciones.

Gráfico Nro. 172

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON BUZÓN DE SUGERENCIAS



TOTAL DE CLIENTES

De manera general se estima que el flujo de visitantes que atendieron los establecimientos de hospedaje en la gestión 2008 fue de **2.930** personas, de las cuales el 45% pernoctó en el Valle de la Concepción y un 55% en los establecimientos de hospedaje de Yunchará, Tojo y Pujzara.

Gráfico Nro. 173

AVILÉS: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008

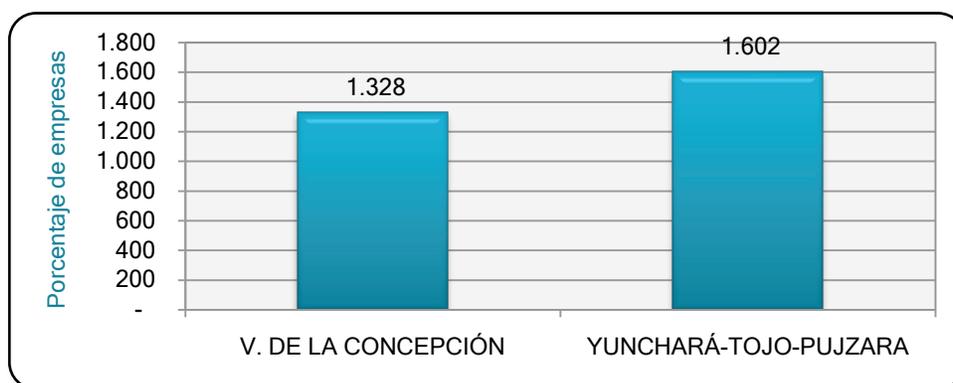


Tabla Nro. 117

AVILÉS: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE - 2008

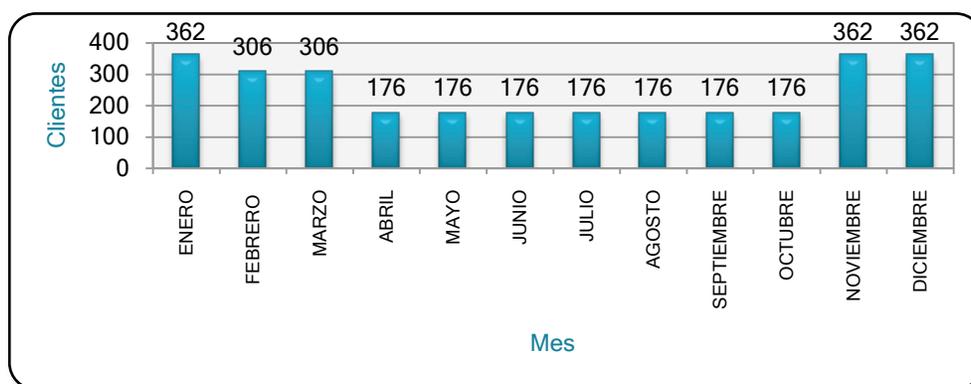
TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA AVILÉS		TOTAL CLIENTES
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara	
Hotel	-	192	192
Alojamiento	-	330	330
Casa de Huéspedes	-	1.080	1.080
Otros ⁴⁴	1.328	-	1.328
Total	1.328	1.602	2.930

⁴⁴ Otros = Comprende una casa de retiro y una hostería

Respecto a los meses que más visitas reciben los establecimientos de hospedaje, según se observa en el gráfico es el periodo de los meses de noviembre a marzo donde existe mayor afluencia de visitantes, en tanto que de abril a octubre se observa que las cantidades de visitas descienden.

Gráfico Nro. 174

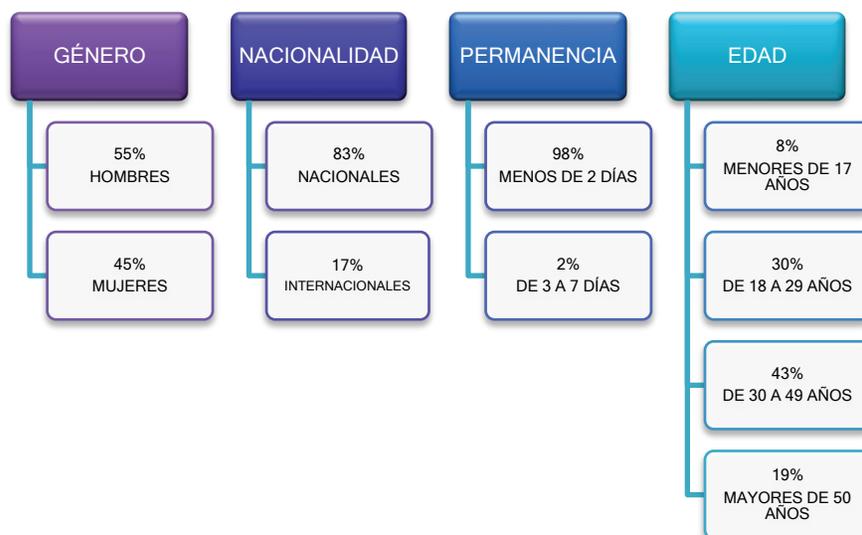
AVILÉS: FLUJO DE VISITANTES MENSUALES QUE REGISTRARON LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Las principales características de los clientes de las empresas de hospedaje que visitan la provincia Avilés se presentan en la figura siguiente, que nos muestra que son principalmente varones, de origen nacional, que pernoctan por menos de 2 días y cuya edad oscila en un 43% de los casos entre los 30 a 49 años.

Figura Nro. 81

AVILÉS: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

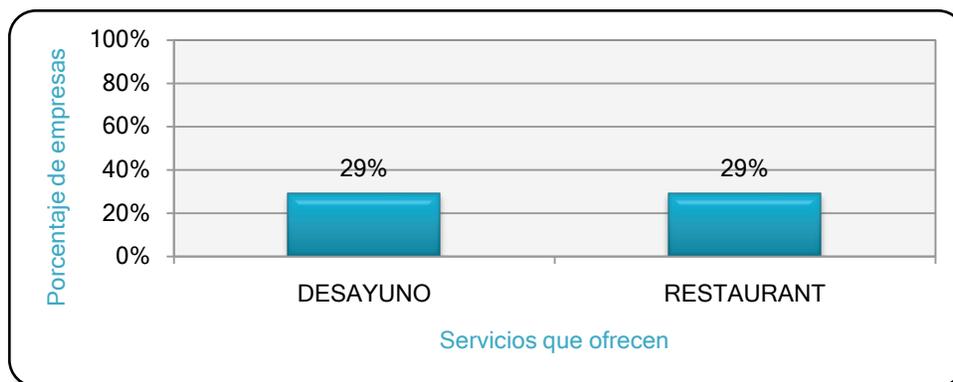


SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

A continuación se detallan los principales servicios que ofrecen los diferentes establecimientos de hospedaje en la provincia Avilés.

Gráfico Nro. 175

AVILÉS: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



El 29% de las empresas ofrecen servicio de desayuno y de restaurant.

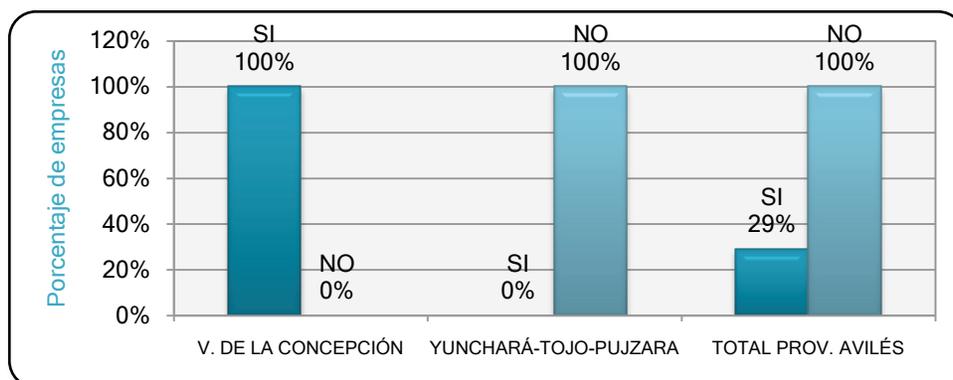
2.5.1.7 Tecnologías De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

Sólo los establecimientos que operan en el Valle de la Concepción tienen al menos una computadora, en las localidades de Yunchará, Tojo y Pujzara no cuentan con computadoras.

Gráfico Nro. 176

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS



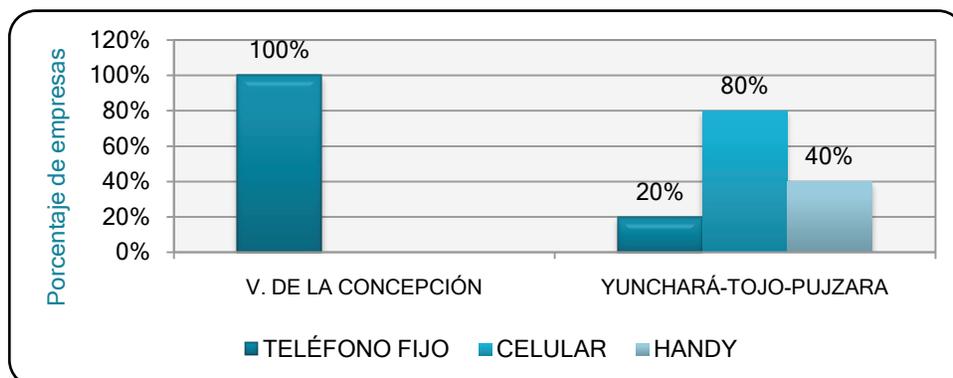
Aunque el uso que le dan a este equipo es básico, desaprovechando las empresas la infinidad de ventajas que podrían obtener del uso de las mismas: para el registro y emisión de facturas computarizadas de los clientes (base de datos), para el uso de paquetes contables, etc.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En general en la provincia son el teléfono fijo y el celular en la zona alta los medios de comunicación más utilizados por las empresas.

Gráfico Nro. 177

AVILÉS: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



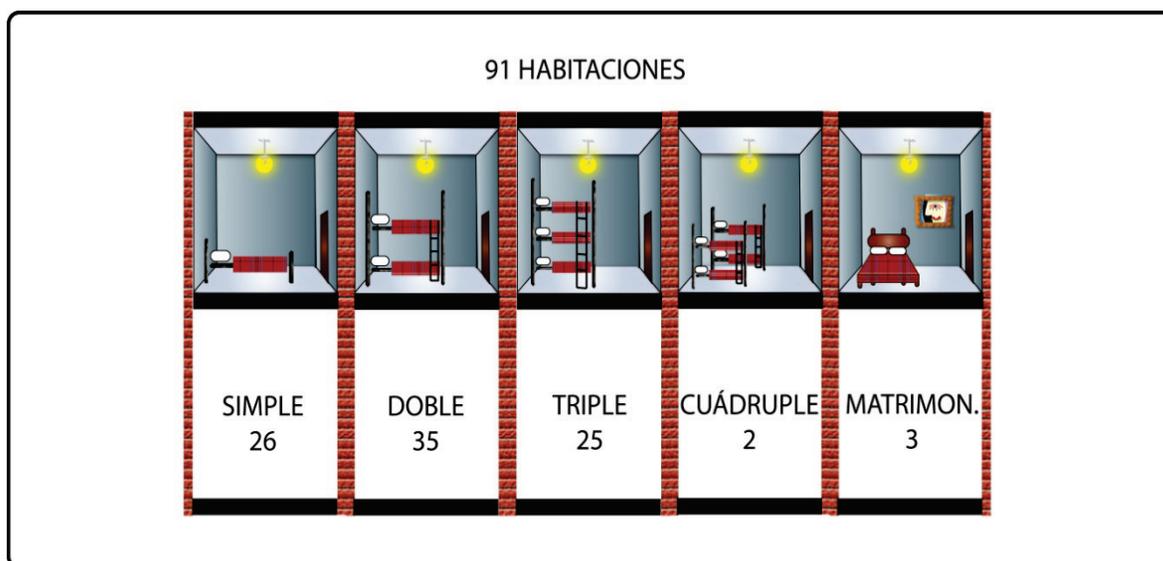
2.5.1.8 Infraestructura

TOTAL DE HABITACIONES

Existe un total de 91 habitaciones disponibles en los establecimientos de hospedaje de la provincia Avilés, de las cuales existe un mayor número de dobles y simples (39% y 29% respectivamente).

Figura Nro. 82

AVILÉS: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD



Seguidamente se presenta la oferta de habitaciones según tipo de establecimiento en ambas secciones, lo cual nos permite determinar que la hostería y la casa de retiro, ubicados en el Valle de la Concepción son los que tienen la mayor cantidad de habitaciones, según se puede apreciar en la tabla.

Tabla Nro. 118
AVILÉS: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

PROVINCIA AVILÉS	TIPO DE ESTABL.	TOTAL ESTABL.	TIPO DE HABITACIÓN					TOTAL HABITACIONES
			Simple	Doble	Triple	Cuádruple	Matrimonial	
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	Otros ⁴⁵	2	26	21	21	-	-	68
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará-Tojo- Pujzara	Hotel	1		1		1		2
	Alojamiento	1				1		1
	Casa de Huéspedes	3		13	4		3	20
Total		7	26	35	25	2	3	91

TOTAL DE CAMAS

Las empresas de hospedaje en la provincia Avilés ponen a disposición de los visitantes 182 camas.

A continuación se presenta el número total de camas por tipo de hospedaje.

Tabla Nro. 119
AVILÉS: TOTAL DE CAMAS SEGÚN MUNICIPIO Y TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA AVILÉS		TOTAL CAMAS
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará- Tojo-Pujzara	
Hotel	-	6	6
Alojamiento	-	4	4
Casa de Huéspedes	-	41	41
Otros	131	-	131
Total	131	51	182

El 72% de las camas es ofertado en el Valle de la Concepción y sólo el 28% por Yunchará.

2.5.1.9 Gestión Financiera

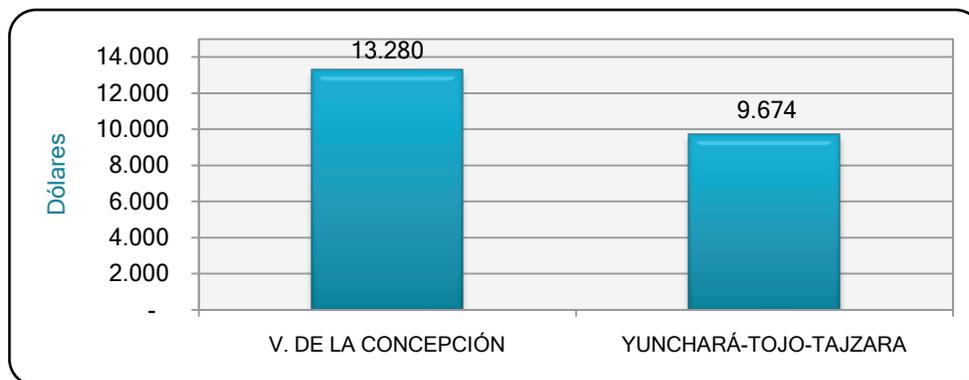
INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sub sector hospedajes de la provincia Avilés registró \$us 22.954 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008.

⁴⁵ Otros = Comprende una casa de retiro y una hostería

Gráfico Nro. 178

AVILÉS: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008
(Expresado en dólares americanos)⁴⁶



Es importante hacer notar que un poco más del 50% del total de ingresos es generado por los establecimientos de hospedaje que operan en el Valle de la Concepción.

Tabla Nro. 120

AVILÉS: INGRESOS BRUTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE - 2008
(Expresado en dólares americanos)⁴⁷

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA AVILÉS		TOTAL INGRESOS
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara	
Hotel	-	3.213	3.213
Alojamiento	-	1.061	1.061
Casa de Huéspedes	-	5.400	5.400
Otros	13.280	-	13.280
Total	13.280	9.674	22.954

Tabla Nro. 121

AVILÉS: INGRESOS PROMEDIOS POR TIPO DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL -2008
(Expresado en dólares americanos)⁴⁸

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA AVILÉS	
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo-Pujzara
Hotel	-	3.213
Alojamiento	-	1.061
Casa de Huéspedes	-	1.800
Otros	6.640	-

⁴⁶ T/C 1 \$us. = Bs. 7,07

⁴⁷ T/C 1 \$us. = Bs. 7,07

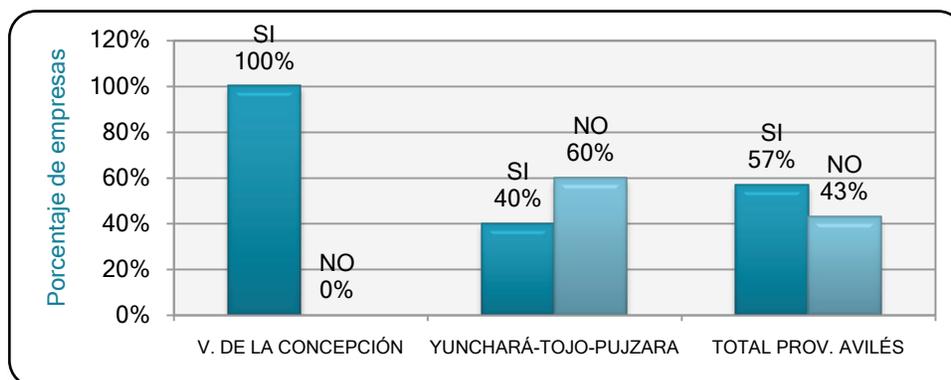
⁴⁸ Idem. 47

INVERSIÓN

El 57% de las empresas de la provincia Avilés invirtieron durante la gestión 2008.

Gráfico Nro. 179

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON - 2008



CRÉDITOS BANCARIOS

- Ninguna empresa en la provincia Avilés contrajo créditos bancarios durante las últimas gestiones.

2.5.2 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

2.5.2.1 Características Generales

En la provincia José María Avilés se ha determinado la existencia de 29 establecimientos gastronómicos distribuidos de la siguiente forma: 27 en el Valle de la Concepción, 1 en Yunchará y 1 en Tojo.

Tabla Nro. 122

AVILÉS: TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS REGISTRADOS EN LA GESTIÓN 2008 SEGÚN TAMAÑO

TAMAÑO DE LA EMPRESA	PROVINCIA AVILÉS				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción		2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo		Total	%
	Total	%	Total	%		
Micro	22	81	1	50	23	79
Pequeña	4	15	1	50	5	17
Mediana	1	4			1	3
Total	27	100	2	100	29	100

Se estableció que existe un total de 23 microempresas el mismo que representa el 79%, 5 pequeñas empresas el 17% y 1 mediana empresa el 3%, según el criterio del número de trabajadores⁴⁹ considerado para la clasificación.

⁴⁹ Clasificación fijada por la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo, Unidad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Prefectura del Departamento de Tarija.

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

En la provincia Avilés las empresas establecidas en las localidades de Tojo y Yunchará operan con una antigüedad mayor a los 11 años.

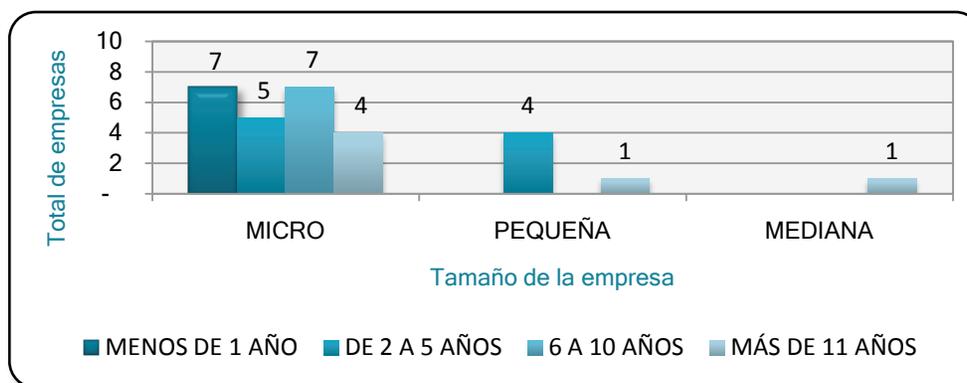
Por otra parte, se determinó que alrededor del 24% de las empresas se establecieron en la gestión 2008, dicho resultado nos refleja la tasa de crecimiento del sub sector.

Tabla Nro. 123
AVILÉS: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

ANTIGÜEDAD	PROVINCIA AVILÉS		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo		
Menos de 1 año	7	0	7	24
De 2 a 5 años	9	0	9	31
De 6 a 10 años	7	0	7	24
Más de 11 años	4	2	6	21
Total	27	2	29	100

Analizando la antigüedad de los establecimientos gastronómicos según tamaño, encontramos que una de las características más importantes es que un buen número de microempresas y pequeñas empresas son emprendimientos nuevos y de que la empresa mediana opera con una antigüedad mayor a los 11 años.

Gráfico Nro. 180
AVILÉS: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA



CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Respecto a la constitución jurídica se observa que tanto en el Valle de la Concepción, como en Yunchará y Tojo en su totalidad las empresas se establecieron como Unipersonales, al tratarse de emprendimientos familiares y/o individuales.

Tabla Nro. 124

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN CONSTITUCIÓN JURÍDICA

TIPO DE EMPRESA	PROVINCIA AVILÉS		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo		
Unipersonal	27	2	29	100

2.5.2.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

En cuanto al total de empresas que formularon su visión se pudo determinar que sólo el 28% de los empresarios visualizan sus negocios en el mediano y/o largo plazo a diferencia del 72% que no tienen definida su visión.

Gráfico Nro. 181

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN

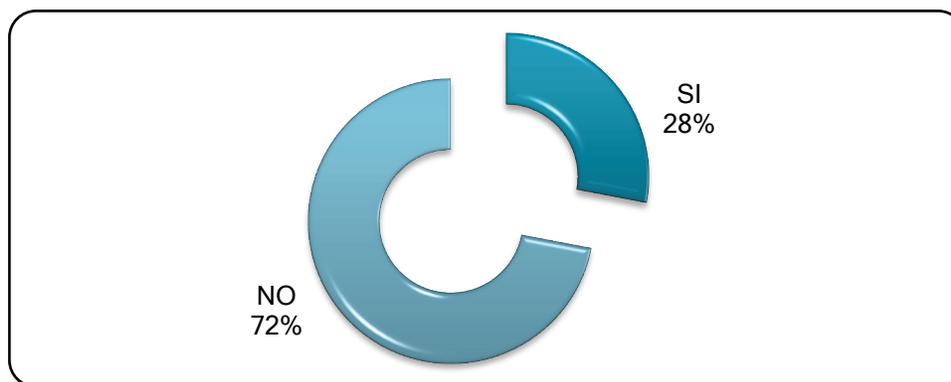


Tabla Nro. 125

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN	PROVINCIA AVILÉS				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción		2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo		Total	%
	Total	%	Total	%		
Si	7	26	1	50	8	28
No	20	74	1	50	21	72
Total	27	100	2	100	29	100

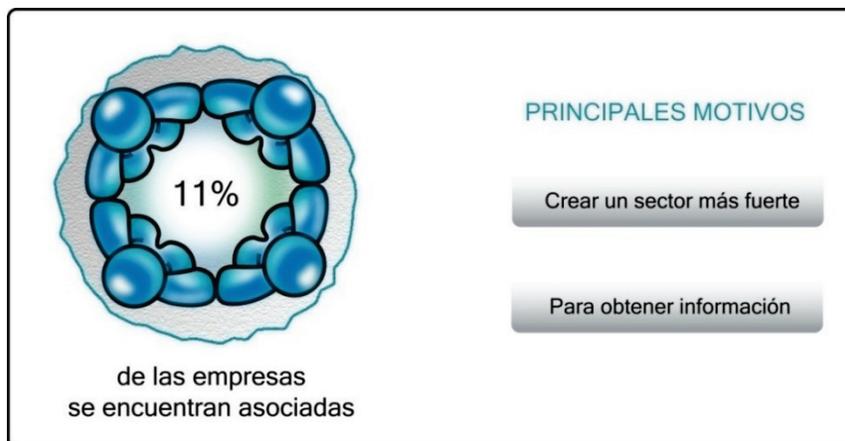
ASOCIATIVIDAD

Sólo el 11% de las empresas de la provincia se encuentran asociadas las mismas que se encuentran en la localidad de el Valle de la Concepción, entre los principales incentivos para

afiliarse indican de que les retorna beneficios tales como obtener información y porque desean que el sub sector se fortalezca.

Figura Nro. 83

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS ASOCIADOS

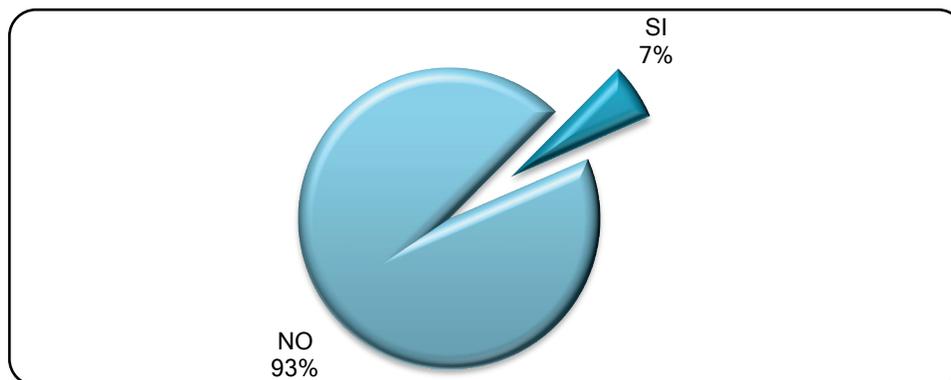


NUEVAS SUCURSALES

El 93% de las empresas respondieron que no lograron la apertura de nuevas sucursales durante la gestión 2008.

Gráfico Nro. 182

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ABRIERON NUEVAS SUCURSALES



Sólo dos empresas del Valle de la Concepción lograron abrir una sucursal, según se muestra en la tabla presentada a continuación.

Tabla Nro. 126

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ABRIERON NUEVAS SUCURSALES

ABRIÓ NUEVAS SUCURSALES	PROVINCIA AVILÉS				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción		2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo			
	Total	%	Total	%	Total	%
Si	2	7	0	0	2	6
No	25	93	2	100	27	94
Total	27	100	2	100	29	100

2.5.2.3 Gestión De Recursos Humanos

El sector gastronómico de la provincia Avilés generó 123 empleos directos en la gestión 2008, esto a su vez implica 492 empleos indirectos⁵⁰.

Figura Nro. 84
AVILÉS: EMPLEOS DIRECTOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008



Dentro del subsector predomina la mano de obra femenina representando el 69% del total de empleos directos; también se puede apreciar cierta estabilidad laboral dado que el 66% de los trabajadores son permanentes.

Figura Nro. 85
AVILÉS: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla con las características de los trabajadores según sección.

⁵⁰ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Tabla Nro. 127

AVILÉS: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

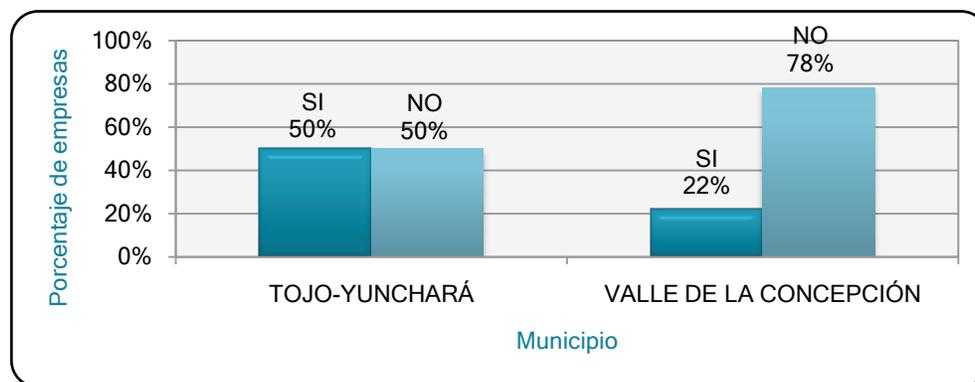
CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA AVILÉS		TOTAL TRABAJADORES
		1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	2ª SECCIÓN Localidades Yunchará-Tojo	
GÉNERO	Hombres	35	3	38
	Mujeres	78	7	85
TIPO DE CONTRATO	Permanentes	71	10	81
	Eventuales	42	0	42
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Conocimiento Empírico	103	10	113
	Título Técnico	2	0	2
	Título Universitario	8	0	8
Total de trabajadores		113	10	123
%		92	8	100

CAPACITACIÓN

Considerando que el 91% de los trabajadores posee conocimiento empírico, es importante hacer notar que en Tojo y Yunchará el 50% de las empresas opta por capacitar a sus trabajadores, en el caso del Valle de la Concepción este porcentaje se reduce a sólo el 22%.

Gráfico Nro. 183

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE BRINDARON CAPACITACIÓN A SUS TRABAJADORES



La capacitación ofrecida es de forma **interna**, es decir que el dueño de la empresa y/o el personal más preparado transmite sus conocimientos al resto de los trabajadores en temas relacionados a la atención del cliente o inherentes a su función en la empresa.

TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES

El 38% del total de trabajadores, cumple más de una función en las empresas, es decir que desempeñan su labor indistintamente como cocineros/as, personal de limpieza, atención al cliente y/o administración.

Gráfico Nro. 184

AVILÉS: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

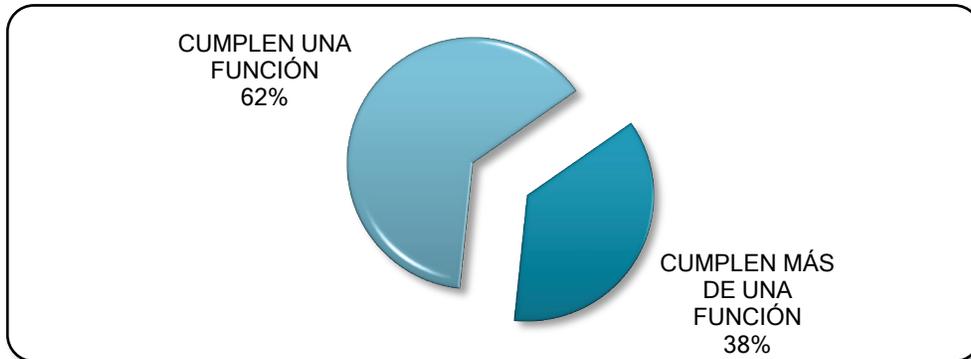
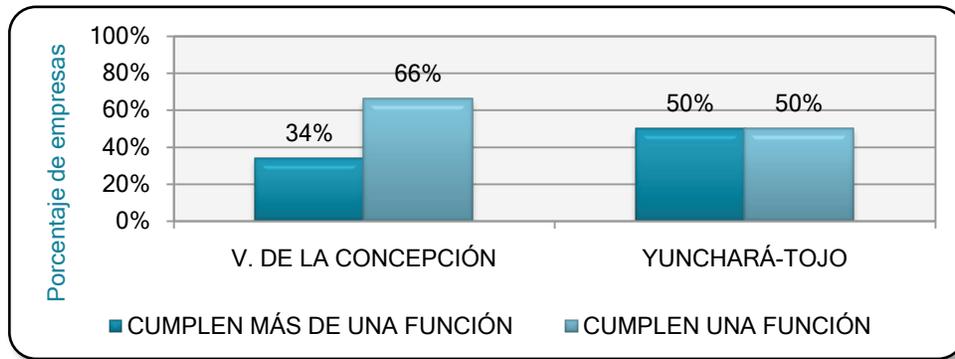


Gráfico Nro. 185

AVILÉS: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES

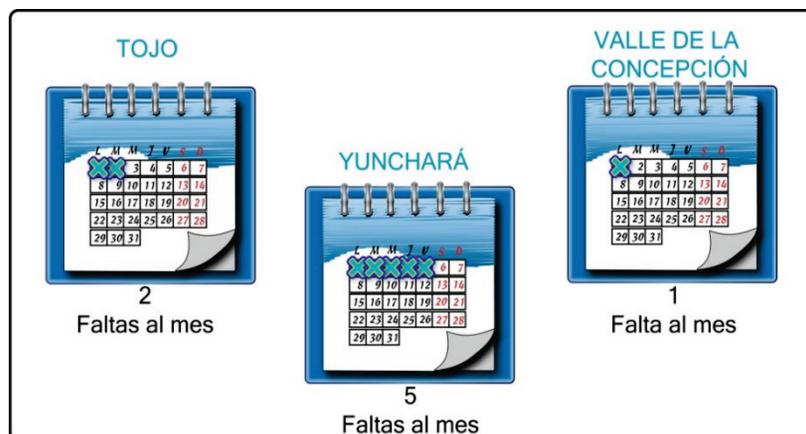


AUSENTISMO LABORAL

La tasa de ausentismo laboral mensual es mayor en Yunchará con 5 faltas promedio/mes, en tanto que Tojo registra 2 faltas promedio/mes, finalmente en el Valle de la Concepción se registra en promedio 1 falta/mes.

Figura Nro. 86

AVILÉS: TASA DE AUSENTISMO LABORAL EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



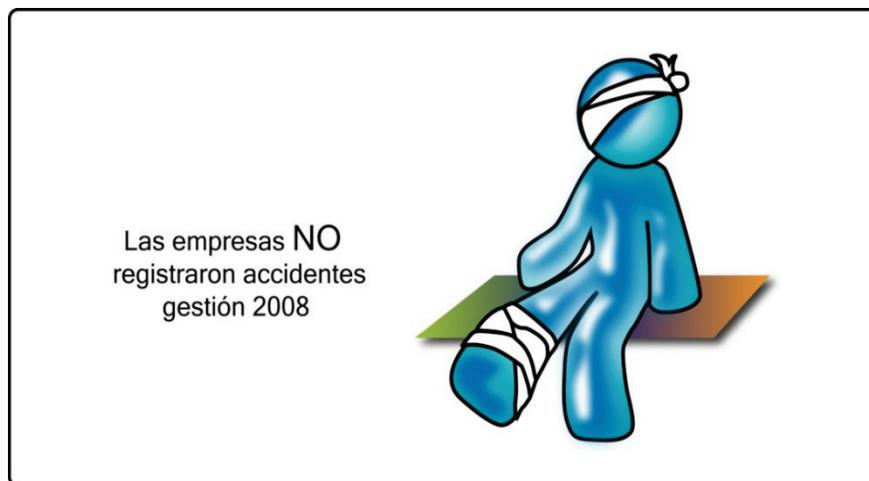
2.5.2.4 Seguridad

ÍNDICE DE ACCIDENTES

Ninguna empresa registró algún tipo de accidente durante la gestión 2008 en la provincia.

Figura Nro. 87

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REGISTRARON ACCIDENTES - 2008



INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

El 22% de 29 empresas de la provincia Avilés asegura contar con infraestructura, o algún elemento y/o equipo de seguridad, considerándose entre los mismos: salida de emergencias, extintor y/o botiquín.

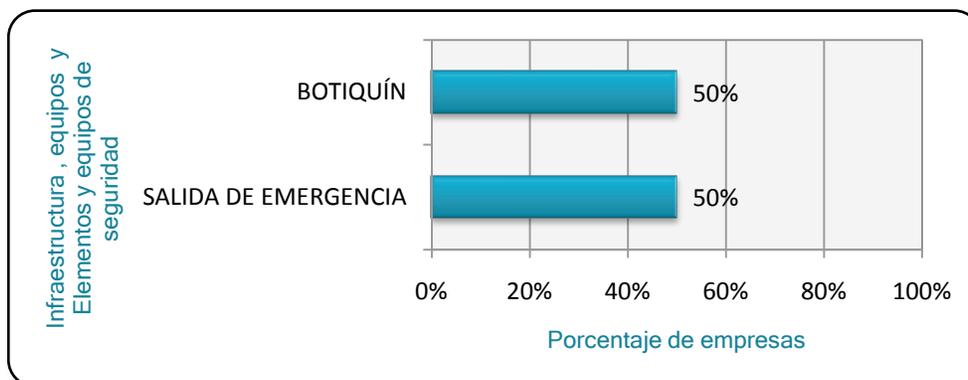
Tabla Nro. 128

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

PROVINCIA AVILÉS	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD (Expresado en porcentaje)	
			Si	No
1ª SECCIÓN	Micro	22	15	85
Localidad Valle de la Concepción	Pequeña	4	50	50
	Mediana	1	100	0
2ª SECCIÓN	Micro	1	0	100
Localidades de Yunchará - Tojo	Pequeña	1	0	100
Total		29	22	88

Gráfico Nro. 186

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y/O ELEMENTOS DE SEGURIDAD



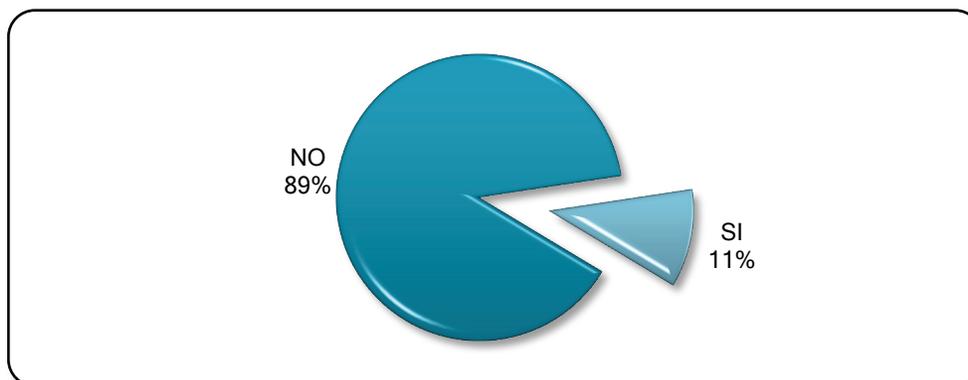
2.5.2.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Con el fin de dar a conocer su empresa y atraer una mayor cantidad de clientes el 11% de las empresas apuestan por la publicidad erogando un promedio mensual de 70 \$us.

Gráfico Nro. 187

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD



Al realizar el análisis por sección se observa que sólo en el Valle de la Concepción realizan este tipo de inversión (el 13%) en tanto que en la localidad de Yunchará las empresas no publicitan sus servicios.

Tabla Nro. 129

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

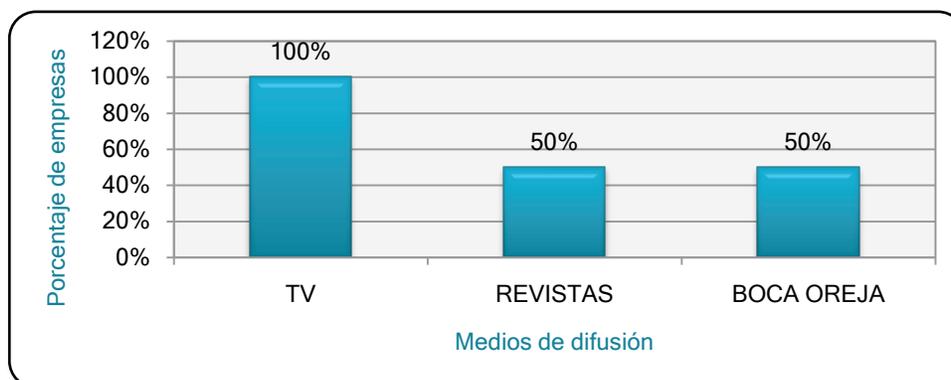
PROVINCIA AVILÉS	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	REALIZAN PUBLICIDAD (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	27	13	87
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	2	-	100

El medio de difusión más utilizado es la televisión, seguido de las revistas, siendo estos dos los más importantes.

De igual forma las empresas tienen como política dar una muy buena atención con el fin de que sus clientes satisfechos den buenas referencias de los mismos, buscando el efecto promocional “boca - oreja”.

Gráfico Nro. 188

AVILÉS: PRINCIPALES MEDIOS DE DIFUSIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



PROMOCIÓN

Figura Nro. 88

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES

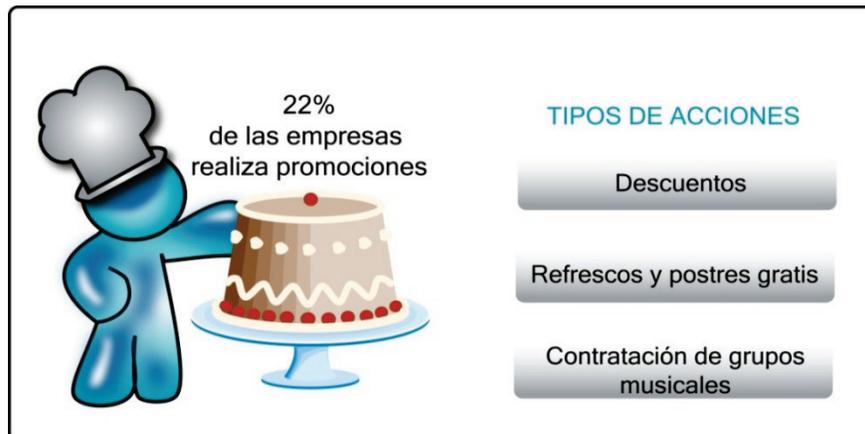


Figura Nro. 89

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA AVILÉS	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	REALIZAN PROMOCIONES (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	27	50	50
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	2	14	86

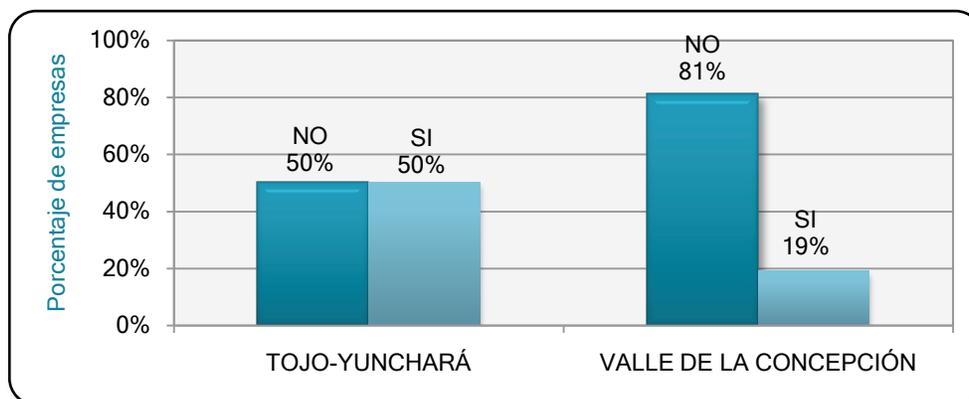
2.5.2.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES

El 50% de las empresas de la localidad de Yunchará y Tojo y sólo el 19% del Valle de la Concepción llevan un registro de las principales características de sus clientes en una carpeta.

Gráfico Nro. 189

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



Entre los principales motivos que impulsan a las empresas a contar con un registro de sus clientes se encuentran:

- ✿ Registro de pedidos
- ✿ Registro de pensionados

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

En la tabla presentada a continuación se aprecia, que los establecimientos gastronómicos de la provincia reciben alrededor de 1.824 clientes al día de los cuales el 9% que reciben los establecimientos del Valle de la concepción y el 18% de Yunchará y Tojo son de procedencia Internacional.

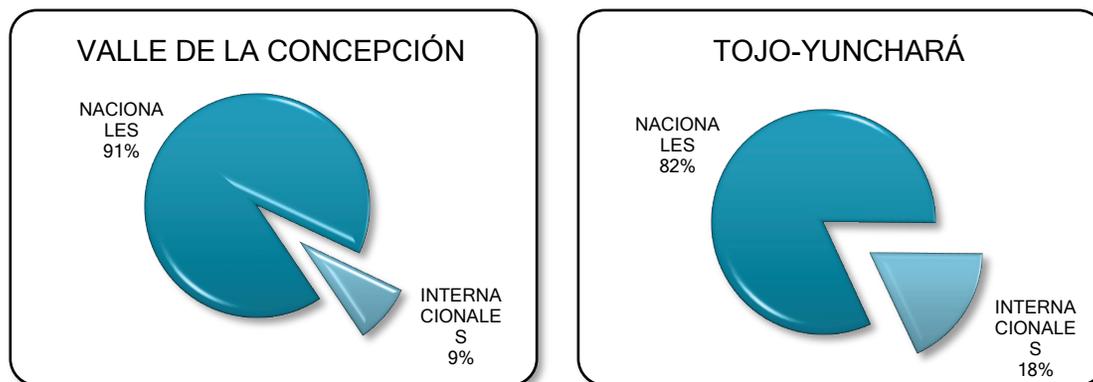
Tabla Nro. 130

AVILÉS: COMENSALES ATENDIDOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

PROVINCIA AVILÉS	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA EL NÚMERO DE COMENSALES			TOTAL CLIENTES AL DÍA
			Promedio	Máximo	Mínimo	
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	Micro	22	50	100	20	1.100
	Pequeña	4	84	163	30	334
	Mediana	1	200			200
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	Micro	1	20	25	15	20
	Pequeña	1	170	175	165	170
Total		29	62	250	15	1.824

Gráfico Nro. 190

AVILÉS: CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES SEGÚN PROCEDENCIA



PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Una buena atención es muy importante a la hora de calificar a cualquier empresa, las que cuidan de que el personal encargado de atender a los clientes estén siempre atentos a sus necesidades, en función a esto se consideró el análisis de la variable: Personal de atención en relación al número de clientes (P/C).

En la tabla se observa relaciones (personal - cliente) no muy apropiadas, como los que presenta la empresa mediana en el Valle de la Concepción de 1/90, es decir que un empleado atiende a 90 comensales y los de la pequeña empresa de Yunchará y Tojo, donde un empleado atiende a 43 comensales.

Tabla Nro. 131

AVILÉS: PERSONAL DE ATENCIÓN POR NÚMERO DE COMENSALES /DÍA

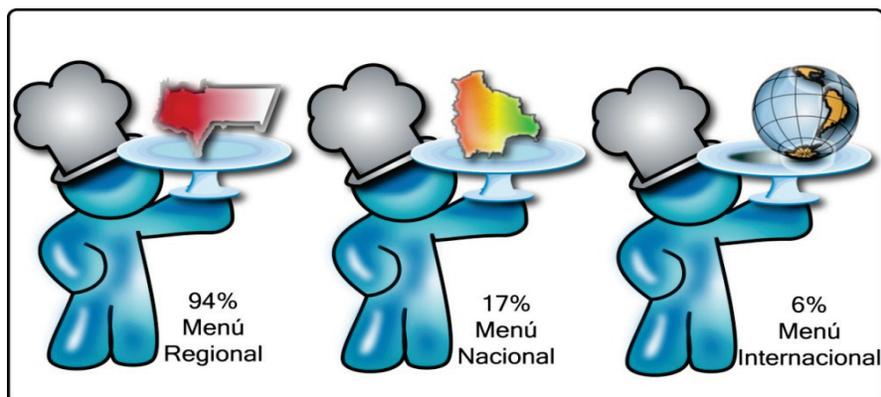
PROVINCIA AVILÉS	TAMAÑO DE LA EMPRESA	PERSONAL POR NUMERO DE COMENSALES DÍA
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	Micro	1/25
	Pequeña	1/21
	Mediana	1/90
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	Micro	1/7
	Pequeña	1/43

CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS.

En los diferentes establecimientos gastronómicos se ofrece una variedad de menús, el 94% de las empresas ofrece a los clientes menús regionales, un 17% platos Nacionales y finalmente un 6% platos Internacionales y/o comida rápida.

Figura Nro. 90

AVILÉS: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



Realizando el análisis por tamaño de empresa se observa que la especialidad de las empresas de la provincia Avilés es ofrecer a sus clientes comida típica de la región, según la tabla que se presenta a continuación.

Tabla Nro. 132

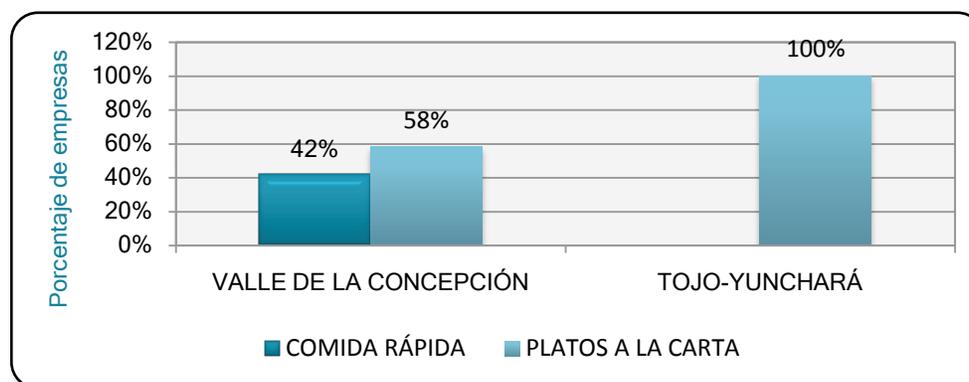
AVILÉS: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA Y SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA AVILÉS	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE MENÚ (Expresado en porcentaje)		
			Regional	Nacional	Internacional
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	Micro	22	100	-	-
	Pequeña	4	50	25	25
	Mediana	1	50	50	-
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	Micro	1	100	-	-
	Pequeña	1	100	-	-

El principal servicio que ofrecen las empresas gastronómicas, es platos a la carta, lo brindan el 100% de las empresas de Tojo y Yunchará y el 58% del Valle de la Concepción.

Gráfico Nro. 191

AVILÉS: PRINCIPALES SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



2.5.2.7 Tecnologías de Información y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

Desafortunadamente el uso de las TIC's no ha sido asumido como parte importante en el subsector gastronómico, donde sólo el 14% de las empresas usa al menos una computadora, con fines de registrar clientes, llevar la contabilidad de la empresa, expedir facturas, etc.

Gráfico Nro. 192

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS

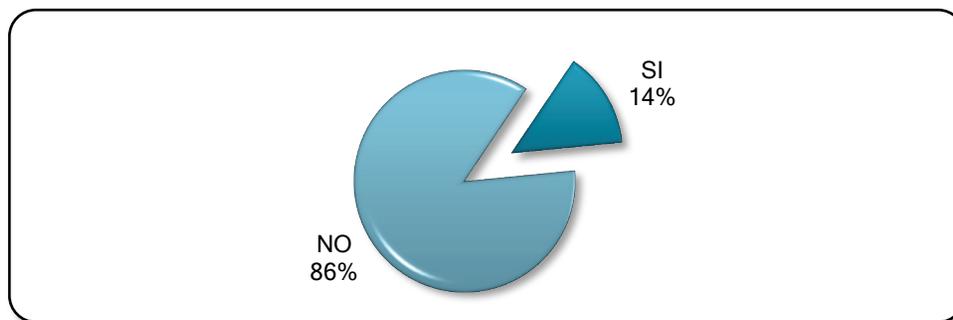


Tabla Nro. 133

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

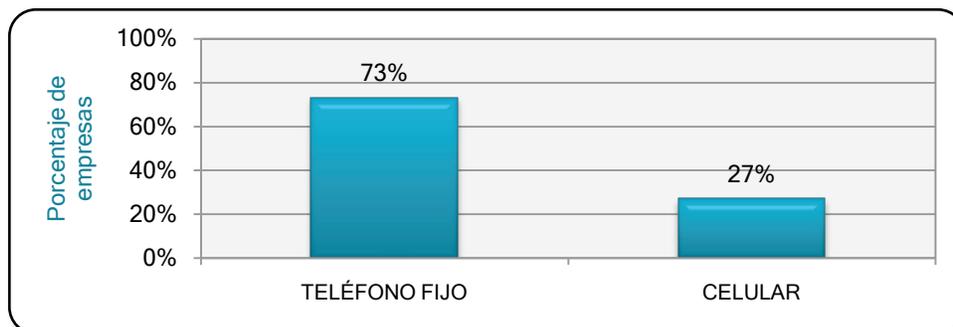
PROVINCIA AVILÉS	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TENENCIA DE COMPUTADORAS (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	27	13	87
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	2	-	100
Total	29	11	89

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Entre los principales medios de comunicación utilizados por las empresas se tiene que el 73% hace uso del teléfono fijo, seguido por el uso del celular en un 27% de las empresas.

Gráfico Nro. 193

AVILÉS: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



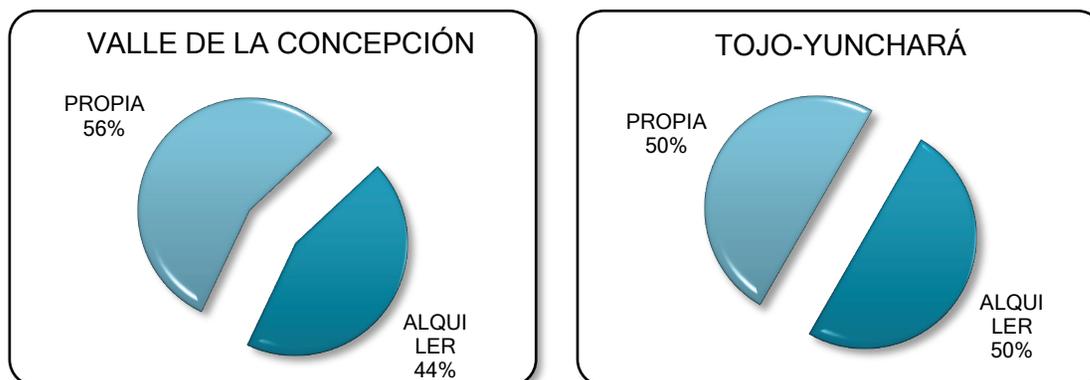
2.5.2.8 Infraestructura

TENENCIA DEL TERRENO

De acuerdo a los datos obtenidos, más del 50% de las empresas en ambas localidades opera en ambientes de su propiedad, pero un número importante de empresas trabaja en ambientes que no son propios en calidad de alquiler, anticrético y otros (a préstamo).

Gráfico Nro. 194

AVILÉS: TENENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA EN LA QUE OPERAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

Los 29 establecimientos gastronómicos de las principales localidades de la provincia Avilés tienen una capacidad para albergar alrededor de 3.050 clientes al día.

Tabla Nro. 134

AVILÉS: CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

PROVINCIA AVILÉS	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD EN NÚMERO DE CLIENTES			
			Media	Mínimo	Máximo	Total Clientes
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	Micro	22	105*	18	350	2.320
	Pequeña	4	100	95	105	400
	Mediana	1	250	250	250	250
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	Micro	1	40	40	40	40
	Pequeña	1	40	40	40	40
Total		29	105*	18	350	3.050

*Valor redondeado

TENENCIA DE BAÑOS DIFERENCIADOS

De acuerdo a los datos obtenidos el 59% de las empresas cuenta con baños diferenciados, es decir alrededor de 12 establecimientos gastronómicos (41%) no tienen baños diferenciados.

Figura Nro. 91

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS

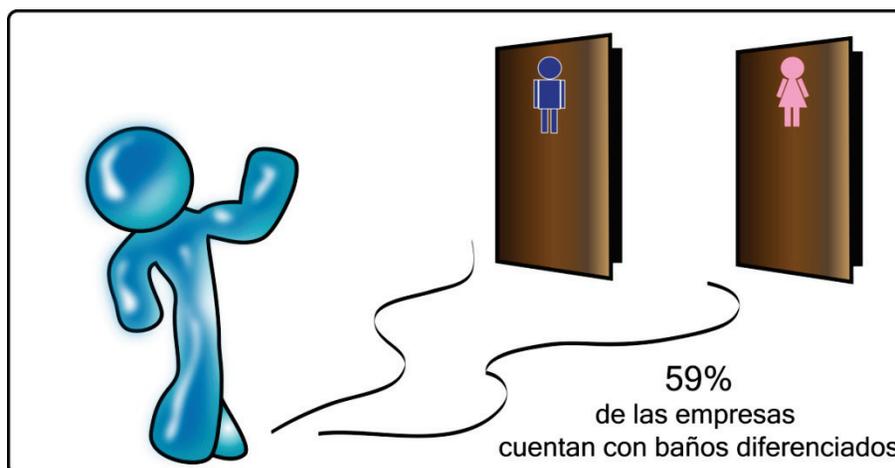


Tabla Nro. 135

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA AVILÉS	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS	
		Si	No
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	27	15	12
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	2	2	-
Total	29	17	12

Los datos que se muestran en la siguiente tabla permiten afirmar que la mayoría de las empresas que recibe más de 100 clientes al día cuentan con baños diferenciados.

Tabla Nro. 136

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN RECEPCIÓN DE CLIENTES DIARIOS

PROVINCIA AVILÉS	TOTAL DE CLIENTES AL DÍA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	EMPRESAS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS	
			Si	No
1ª SECCIÓN - Valle de la Concepción	Menos de 50	16	8	8
	Entre 51 y 100	9	5	4
	Entre 101 y 200	2	2	0
2ª SECCIÓN - Yunchará - Tojo	Menos de 50	1	1	0
	Entre 101 y 200	1	1	0
Total		29	17	12

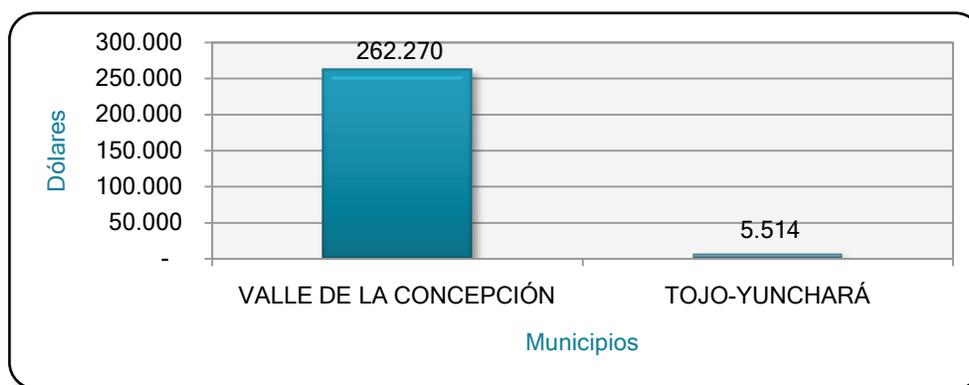
2.5.2.9 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sub sector gastronómico de la provincia Avilés registró \$us. 267.784 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008 de los cuales un 98% fueron generados por las empresas establecidas las localidades del Valle de la Concepción y el 2% restante por las empresas de las localidades de Tojo y Yunchará.

Gráfico Nro. 195

AVILÉS: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008
(Expresado en dólares americanos)⁵¹



Analizando la productividad según tamaño de la empresa, se observa que la diferencia entre empresas, al tomar en cuenta el tamaño, es amplia, según se aprecia en la tabla presentada a continuación.

Tabla Nro. 137

AVILÉS: INGRESO PROMEDIO ANUAL SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA - 2008
(Expresado en dólares americanos)⁵²

PROVINCIA AVILÉS	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA LOS INGRESOS BRUTOS (En dólares)	
			Media	Total
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	Micro	22	1.033	22.720
	Pequeña	4	23.583	94.333
	Mediana	1	145.216	145.216
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	Micro	1	5.092	5.092
	Pequeña	1	9.335	9.335
Total		29	9.541	276.696

EGRESOS

Los gastos en los que incurren las diferentes empresas son similares; considerando que el pago al personal, el alquiler del local y los servicios básicos son los ítems en los que más gastan las empresas.

⁵¹ T/C 1 \$us = Bs. 7,07

⁵² T/C 1 \$us = Bs. 7,07

Tabla Nro. 138

AVILÉS: PRINCIPALES GASTOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA

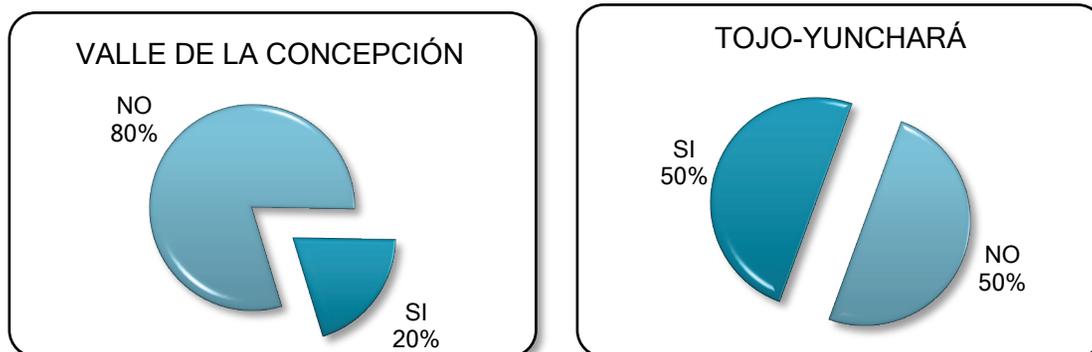
PROVINCIA AVILÉS	TAMAÑO DE LA EMPRESA	GASTOS (Expresado en porcentaje)						TOTAL
		Pago Personal	Energía Eléctrica	Alquiler	Gas	Agua	Otros	
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	Micro	48	9	7	11	7	18	100
	Pequeña	35	18	15	8	8	16	100
	Mediana	23	19	0	19	14	25	100
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	Micro	35	9	0	11	5	40	100
	Pequeña	41	8	15	7	4	25	100

INVERSIÓN

El 20% de las empresas en el Valle de la Concepción invirtieron en las gestiones 2007 - 2008, en tanto que en las localidades de Tojo y Yunchará el porcentaje fue del 50%.

Gráfico Nro. 196

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON (2007-2008)



CRÉDITOS BANCARIOS

En las localidades de Yunchará y Tojo la mayoría de las empresas (83%) no recurrieron a créditos, pero sí lo hicieron las micro y pequeñas empresas del Valle de la Concepción.

Tabla Nro. 139

AVILÉS: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS (2007-2008)

PROVINCIA AVILÉS	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CRÉDITOS BANCARIOS (Expresado en porcentaje)	
			Si	No
1ª SECCIÓN Localidad Valle de la Concepción	Micro	22	19	81
	Pequeña	4	14	86
	Mediana	1	0	100
2ª SECCIÓN Localidades de Yunchará - Tojo	Micro	1	0	100
	Pequeña	1	0	100
Total		29	17	83

2.6 PROVINCIA EUSTAQUIO MÉNDEZ

EUSTAQUIO MÉNDEZ



La provincia Eustaquio Méndez está dividida en dos secciones municipales, El Puente y San Lorenzo.

El municipio de San Lorenzo, primera sección de la provincia, se encuentra ubicado en el Valle Central del departamento a una altura promedio de 1890 m.s.n.m., su capital San Lorenzo se sitúa a 15 kilómetros de la ciudad de

Tarija, según datos del INE cuenta con una población aproximada de 21.375 habitantes (Censo 2001).

El municipio presenta distintos paisajes debido a su topografía también diversa, con zonas altas, valles e inclusive zonas más bajas como aquellas cercanas al río Pilaya y al área limítrofe con el departamento de Chuquisaca.

La capital San Lorenzo se constituye hoy en día en uno de los sitios más visitados por los turistas del Valle Central de Tarija, en esta población se puede apreciar aún la vida del tarijeño o del “chapaco” (denominación que se da a la gente nacida en estos valles) junto a sus costumbres, expresiones culturales aún vivas, su gastronomía realizada por sus platos, bebidas, así como por su repostería, todas ellas típicas de la región.

San Lorenzo ofrece, además de costumbre y tradición, también naturaleza, pues en verano sus ríos abren al visitante la posibilidad de disfrutar de balnearios naturales y paisajes que permiten la convivencia e integración sana de las familias con la naturaleza.

Estas características permiten al municipio apostar por el desarrollo del agroturismo y el turismo gastronómico.

Pero San Lorenzo ofrece además *historia*, relacionada sobre todo a Eustaquio Méndez y su participación en la *Guerra de la Independencia*, la cual se suma a *expresiones religiosas y folklóricas* importantes para la región como la Pascua Florida, la Fiesta de San Lorenzo, el Tradicional Carnaval Chapaco, entre otros, los que se constituyen en un importante recurso para desarrollar el turismo rural y son actualmente un gran atractivo para los turistas nacionales y extranjeros.

El municipio de San Lorenzo posee distinta topografía y características, por lo tanto varias áreas del mismo pueden integrarse en un mediano plazo en la práctica del turismo de aventura y ecoturismo.

Finalmente podemos decir que en el municipio se podría desarrollar también turismo de interés específico o especializado, tomando en cuenta la riqueza arqueológica con que cuenta la región, pero esto, para asegurar un aprovechamiento responsable y sostenible, está a la espera de acciones de investigación y protección.

A una altura mayor se encuentra **el municipio El Puente**, al extremo noroeste del departamento y se constituye en la Segunda Sección de la provincia Méndez. Su capital, la población El Puente, distante a 100 Km de la ciudad de Tarija, se ubica sobre la carretera principal que une al departamento de Tarija con los departamentos de La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí y Chuquisaca.

Este municipio cuenta con una superficie de 2106,25 Kilómetros cuadrados, presenta distintos relieves y poblaciones ubicadas a diferentes alturas, pues cuenta con puna, cabeceras de valle y valles, oscilando la altura de las mismas entre los 2000 a 4000 m.s.n.m., de igual forma su temperatura media varía entre los 11 °C en verano y 5 °C en invierno en la región alta y entre los 18°C en verano y 8 °C en invierno en la región de los valles.

En la gestión 2008, según proyección estadística del INE, el municipio contaba con 10353 habitantes.

Desde el punto de vista turístico, resulta importante al constituirse en una puerta de ingreso al departamento. La presencia de sitios arqueológicos permiten presumir que una de las vocaciones turísticas para el municipio sería el del turismo de interés específico: arqueológico, debido a que existen a lo largo del río San Juan del Oro y en otras comunidades aledañas restos arqueológicos que no han sido aún inventariados ni investigados, pero que a decir de expertos podrían motivar la presencia de flujos turísticos especializados en arqueología, generalmente internacionales.

Por otro lado el municipio El Puente posee aún algunas festividades religiosas con características originales, tal es el caso de la Semana Santa y de la Fiesta de San Francisco en Tomayapo, además de encontrarse en esta región productos que actualmente merecen el apoyo de instituciones departamentales y nacionales como son los quesos de cabra, el café orgánico de palqui, el durazno y sus derivados, entre los más importantes, que hacen presumir que el agroturismo puede ser una interesante opción de desarrollo de la región, sobre todo para el mercado local y regional.

En el tema netamente natural, posee un paisaje interesante con la presencia entre otras áreas, del Parque Natural y área de manejo integrado El Cardonal y parte de la Reserva Biológica de la Cordillera de Sama, los cuales pueden además ser escenario para la práctica del ecoturismo.

Una vez descritos de manera general los atractivos turísticos más destacados de la provincia Eustaquio Méndez, pasamos a detallar las principales características de los servicios de hospedaje y gastronomía de las localidades más importantes para la actividad turística que la provincia ofrece a sus visitantes: San Lorenzo que incluye (Tomatas Grande, Coimata, La Victoria), Iscayachi y El Puente.

2.6.1 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

2.6.1.1 Características Generales

La provincia Méndez cuenta con un total de 8 establecimientos de hospedaje en la gestión 2008, de los cuales 2 pertenecen a San Lorenzo y 6 pertenecen a las localidades de El Puente e Iscayachi.

Tabla Nro. 140
MÉNDEZ: CLASIFICACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA MÉNDEZ				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo		2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi		Total	%
	Total	%	Total	%		
Alojamiento	-	-	2	33	2	25
Otros ⁵³	2	100	-	-	2	25
Establecimientos de Hospedaje complementario ⁵⁴	-	-	4	67	4	50
Total	2	100	6	100	8	100

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

La oferta hotelera tuvo un importante crecimiento durante los últimos 5 años, dado que el 50% de las empresas inicio actividades en dicho periodo.

Tabla Nro. 141
MÉNDEZ: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

ANTIGÜEDAD	PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi		
Menos de 5 años	-	4	4	50
De 6 a 10 años	2	2	4	50
Total	2	6	8	100

2.6.1.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

Las empresas de la provincia Méndez en su mayoría no han definido su visión, sólo el 13% de las mismas ha logrado establecer un objetivo a mediano y largo plazo, lo cual indica cierto conformismo por la situación en la que se encuentran.

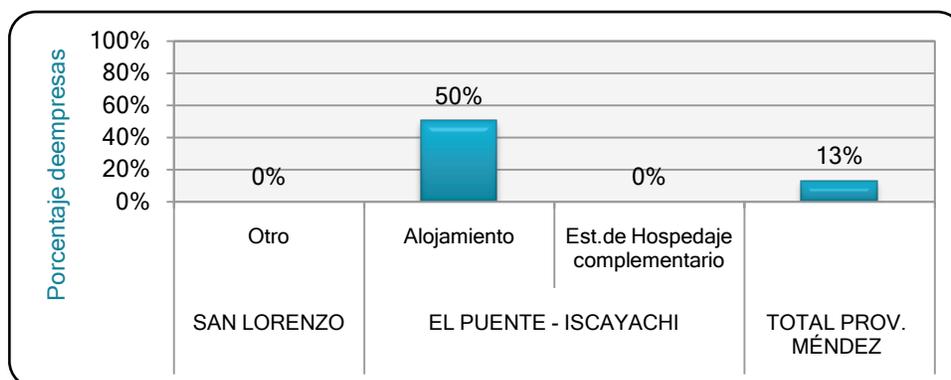
⁵³ La categoría otros comprende establecimientos denominados como Lodge y Caserío

⁵⁴ Establecimientos de hospedaje complementarios; Corresponde a viviendas que funcionan como hospedajes.

Por otro lado el 50% de los alojamientos de El Puente e Iscayachi han definido su visión.

Gráfico Nro. 197

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE FORMULARON SU VISIÓN

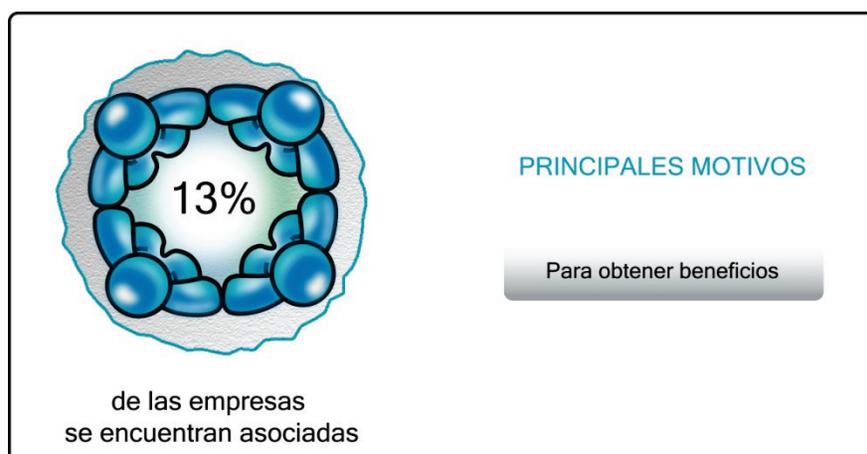


ASOCIATIVIDAD

De acuerdo a los datos el 13% del total de empresas (que equivale a una empresa) se encuentra asociada a la cámara hotelera y el principal motivo para asociarse es el conjunto de beneficios que reciben al encontrarse asociado.

Figura Nro. 92

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS



A continuación se presenta el total de empresas que se encuentran asociadas según sección.

Tabla Nro. 142

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE SE ENCUENTRAN ASOCIADOS

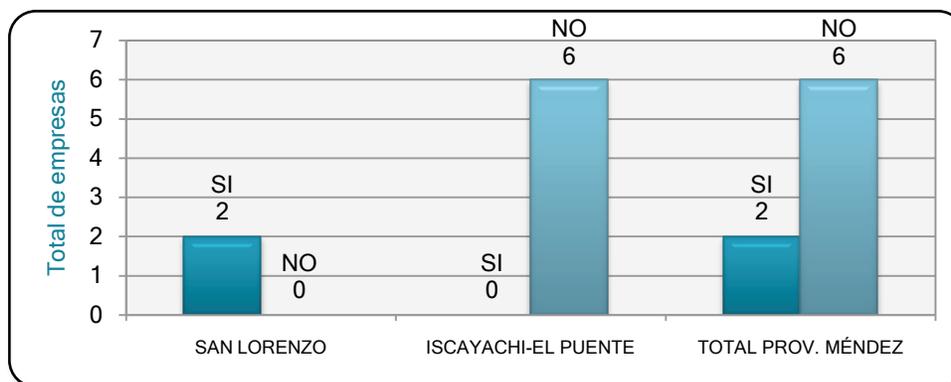
ESTABLECIMIENTOS ASOCIADOS	PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi		
Si	-	1	1	13
No	2	5	7	87

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Otro punto a destacar en la gestión estratégica son las alianzas que han logrado establecer las empresas con el fin de fortalecerse y/o mejorar sus servicios, según los resultados obtenidos el 25% de las empresas (2 establecimientos) en la provincia Méndez logro acuerdos con otras empresas e instituciones, principalmente con operadores de turismo y agencias de viaje a nivel local.

Gráfico Nro. 198

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON ALIANZAS ESTRATÉGICAS



El 100% de las empresas de San Lorenzo han establecido alianzas estratégicas.

2.6.1.3 Gestión de Recursos Humanos

El sub sector generó un total de 30 empleos directos en la gestión 2008, esto a su vez implica la creación de 120 empleos indirectos⁵⁵.

Figura Nro. 93

MÉNDEZ: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



De acuerdo al análisis por tipo de empresa, los establecimientos de hospedaje complementarios son los generadores del 47% del total de empleos directos, seguido de la categoría "otros" y de los alojamientos que generan el 33% y 20% de los empleos restantes.

La categoría de hospedaje "otros", tiene el mayor promedio de trabajadores por empresa, cinco.

⁵⁵ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Tabla Nro. 143
MÉNEZ: EMPLEOS DIRECTOS CREADOS SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA MÉNEZ		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi		
Alojamiento	-	6	6	20
Otros ⁵⁶	10	-	10	33
Establecimiento .de hospedaje complementario	-	14	14	47
Total	10	20	30	100
%	33	67	100	

Tabla Nro. 144
MÉNEZ: PROMEDIO DE TRABAJADORES POR EMPRESAS

TIPO DE ESTABLECIMIENTOS	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	T/E*
Alojamiento	2	3
Otros	2	5
Establecimiento. de Hospedaje complementario	4	4

*Trabajador por empresa

CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

Se observa que en el sub sector predomina la mano de obra femenina representando el 67% del total de empleos directos; de igual forma se puede apreciar cierta estabilidad laboral dado que el 73% de los trabajadores es personal permanente.

Figura Nro. 94
MÉNEZ: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DIRECTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



⁵⁶ La categoría otros comprende establecimientos denominados como Lodge y Caserío Establecimientos de hospedaje complementarios; Corresponde a viviendas que funcionan como hospedajes

En cuanto al grado de conocimiento el 94% de los trabajadores (28 personas) cuentan con conocimiento empírico en tanto que el porcentaje de trabajadores con capacitación técnica o universitaria no supera el 6%.

Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla con las características de los trabajadores por sección.

Tabla Nro. 145
MÉNDEZ: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE
SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL TRABAJADORES
		1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	
GÉNERO	Hombres	2	8	10
	Mujeres	8	12	20
TIPO DE CONTRATO	Permanentes	2	20	22
	Eventuales	8	-	8
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Conocimiento Empírico	8	20	28
	T. Técnico	1	-	1
	Título Universitario	1	-	1
Total trabajadores		10	20	30
%		33	67	100

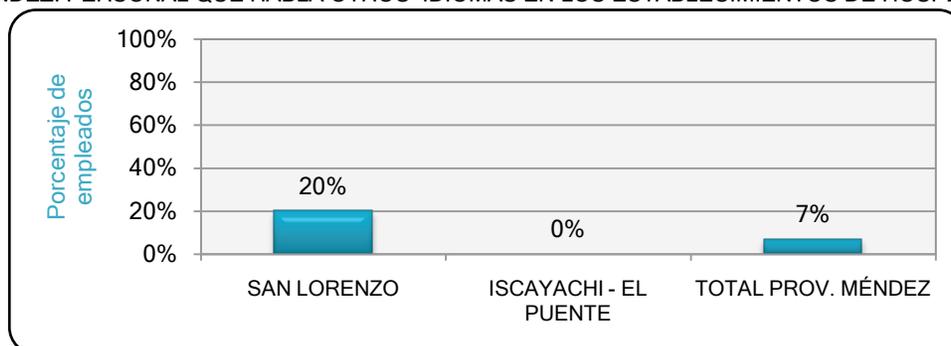
CAPACITACIÓN

Respecto a las empresas que ofrecen capacitación a sus trabajadores se pudo constatar que **ninguna** realiza esta actividad; según mencionan los propietarios, son ellos los que brindan a sus trabajadores nuevos las instrucciones sobre las tareas que deberán desempeñar.

PERSONAL QUE HABLA OTROS IDIOMAS

Considerando que la actividad de los establecimientos de hospedaje implica permanente contacto con turistas extranjeros, el manejo de otros idiomas además del español les trae beneficios, es por esta razón que se hizo la consulta al respecto; obteniendo como resultado que el 7% de los trabajadores de la provincia habla el idioma inglés.

Gráfico Nro. 199
MÉNDEZ: PERSONAL QUE HABLA OTROS IDIOMAS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



VESTIMENTA DE TRABAJO

Las empresas de hospedaje de la provincia Méndez en su totalidad no proporcionan vestimenta y/o uniformes de trabajo a sus trabajadores, pese a que el uso de los mismos puede permitirles lograr una mejor calificación como empresa.

NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR

Figura Nro. 95

MÉNDEZ: NÚMERO DE CAMAS POR TRABAJADOR



2.6.1.4 Seguridad

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

El 25% de las empresas encuestadas cuenta con botiquín, el 25% con extintor y un 13% cuenta con salida de emergencia.

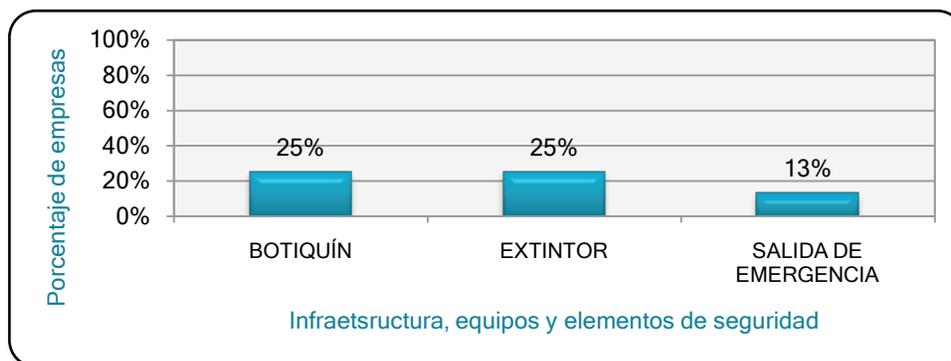
Tabla Nro. 146

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD	PROVINCIA MÉNDEZ				TOTAL ESTABLECIMIENTOS		PORCENTAJE	
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo		2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi		Si	No	Si	No
	Si	No	Si	No				
Botiquín	2	0	0	6	2	6	25	75
Extintor	2	0	0	6	2	6	25	75
Salida de emergencia	1	1	0	6	1	7	13	87

Gráfico Nro. 200

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD



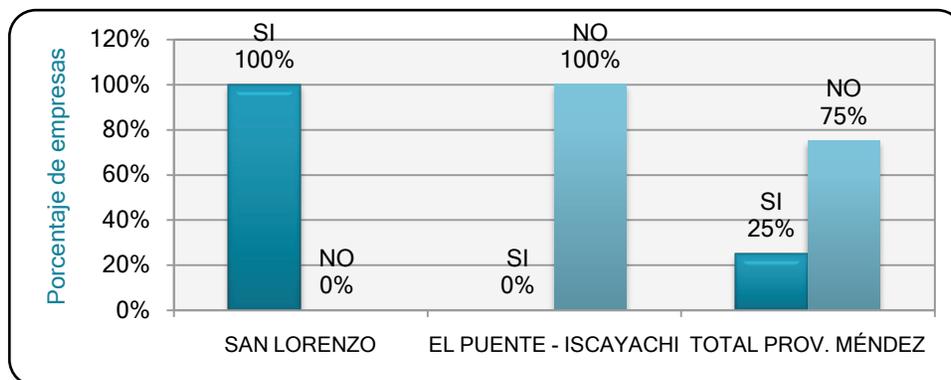
2.6.1.5 Publicidad y Promoción

PUBLICIDAD

Los establecimientos en San Lorenzo en un 100%, invierten en publicidad con un monto promedio mensual de \$us 130.

Gráfico Nro. 201

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD

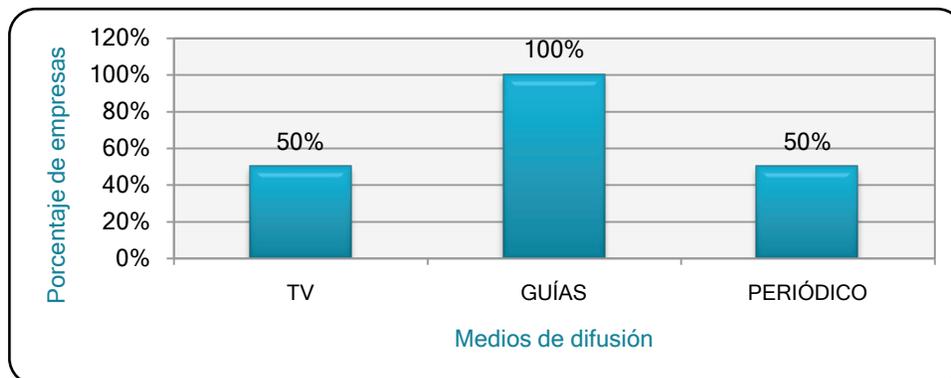


MEDIOS DE DIFUSIÓN

El medio de difusión más utilizado para publicar sus anuncios son las guías especializadas para turistas, utilizadas por el 100% de las empresas que hacen publicidad, le siguen la televisión y el periódico con un 50%, como otros medios importantes de propaganda.

Gráfico Nro. 202

MÉNDEZ: MEDIOS DE DIFUSIÓN QUE UTILIZAN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



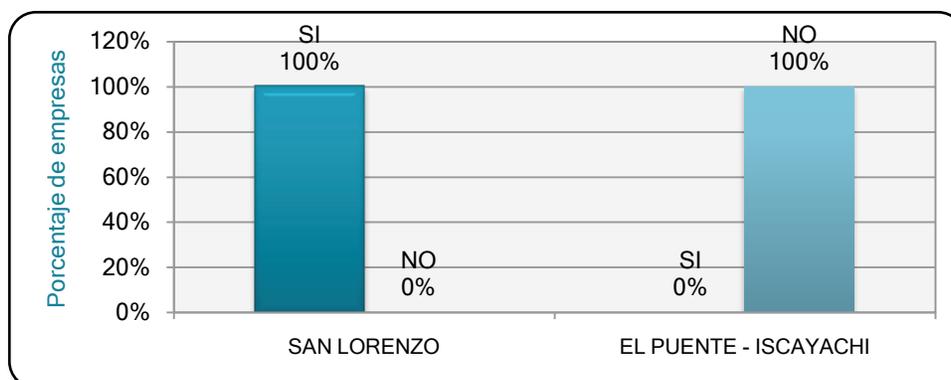
2.6.1.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN DE SUGERENCIAS

El 100% de los establecimientos de hospedaje establecidos en San Lorenzo lleva el control de sus clientes registrando nombre, edad y procedencia en carpetas, a diferencia de las empresas de las localidades de El Puente e Iscayachi que no las utilizan.

Gráfico Nro. 203

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES Y BUZÓN DE SUGERENCIAS



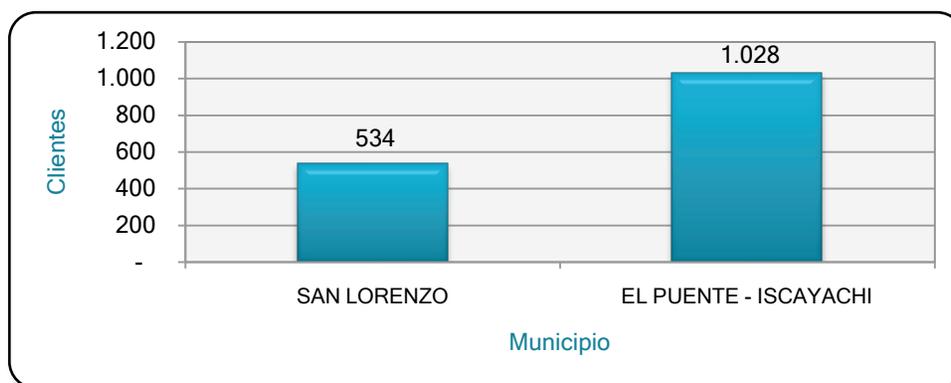
Por otro lado en ninguno de los establecimientos de hospedaje se instaló buzones de quejas y/o sugerencias para captar las opiniones de sus huéspedes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Se estima que el flujo de visitantes que atendieron los establecimientos de hospedaje de la provincia Méndez en la gestión 2008 fue de **1.562**, de los cuales aproximadamente el 34.2% visitaron San Lorenzo y un 65.8% El Puente e Iscayachi.

Gráfico Nro. 204

MÉNDEZ: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - 2008



En San Lorenzo se registraron alrededor de 534 clientes, en El Puente, los establecimientos de hospedaje complementario fueron quienes acapararon una mayor cantidad de visitantes, 75% respecto al total de clientes.

Tabla Nro. 147

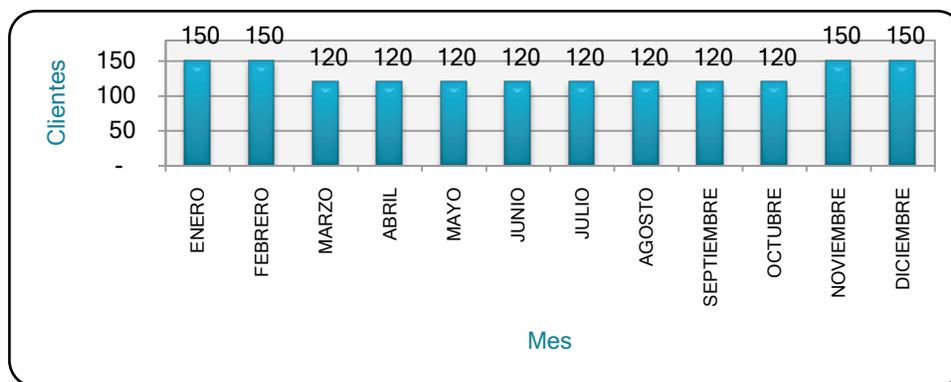
MÉNDEZ: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS POR TIPO DE HOSPEDAJE - 2008

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL CLIENTES
	1ª SECCIÓN	2ª SECCIÓN	
	Localidad de San Lorenzo	Localidades de El Puente - Iscayachi	
Alojamiento	-	260	260
Otros ⁵⁷	534	-	534
Establecimientos de Hospedaje complementario	-	768	768

Respecto a los meses que más visitas reciben los establecimientos de hospedaje, según se observa en el gráfico, es en el periodo comprendido entre los meses de noviembre a febrero, aunque el incremento con respecto a los otros meses no es considerable.

Gráfico Nro. 205

MÉNDEZ: FLUJO DE VISITANTES MENSUALES QUE REGISTRARON LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Las principales características de los clientes de los establecimientos de hospedaje de la provincia Méndez se presentan en la figura siguiente e indican que son principalmente varones de origen nacional, que permanecen menos de 2 días y cuya edad en el 47% de los casos oscila entre los 30 a 49 años.

⁵⁷ La categoría otros comprende establecimientos tipo Lodge y Caserío Establecimientos de hospedaje complementarios; Corresponde a viviendas que funcionan como hospedajes

Figura Nro. 96

MÉNDEZ: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla con las características de los visitantes según sección.

Tabla Nro. 148

MÉNDEZ: CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

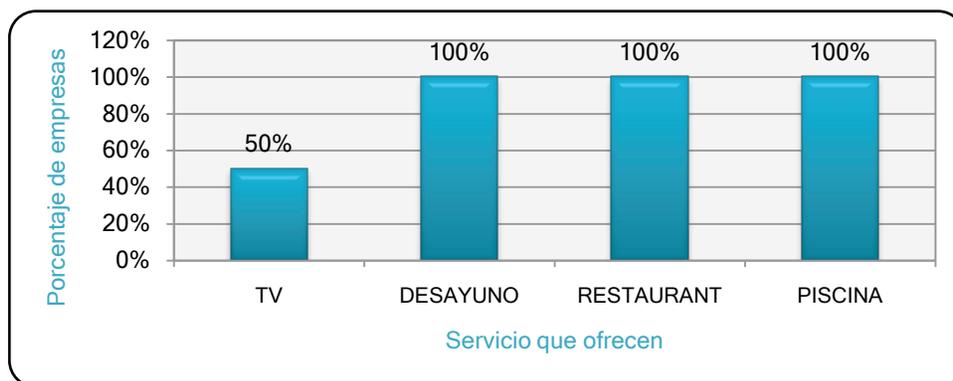
CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA MÉNDEZ (Expresado en porcentaje)	
		1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi
GÉNERO	Hombres	67	66
	Mujeres	33	34
NACIONALIDAD	Nacionales	90	100
	Internacionales	10	-
PERMANENCIA	Menos de 2 días	91	91
	De 3 a 7 días	9	9
EDAD	Menores de 17 años	3	3
	De 18 a 29 años	44	44
	De 3º a 49 años	47	47
	Mayores de 50 años	6	6
Total clientes		534	1.028

SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

A continuación se presentan los principales servicios que ofrecen los diferentes establecimientos de hospedaje de San Lorenzo.

Gráfico Nro. 206

MÉNDEZ: SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE - SAN LORENZO



✿ 2ª SECCIÓN MUNICIPAL - EL PUENTE

En el caso de las localidades de Iscayachi y El Puente sólo una empresa brinda servicio de desayuno y TV.

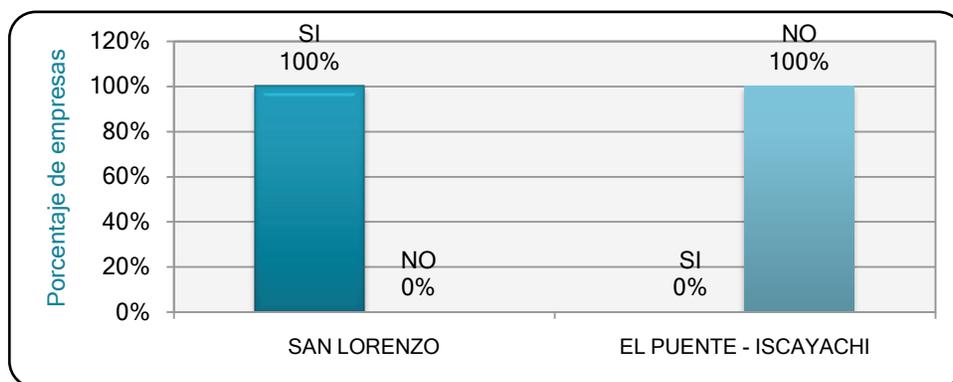
2.6.1.7 Tecnologías De Información Y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

El 100% de las empresas de San Lorenzo cuentan al menos con una computadora, al contrario de las localidades de El Puente e Iscayachi donde ninguna empresa cuenta con este equipo.

Gráfico Nro. 207

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS



El uso que les dan a estos instrumentos es básico, desaprovechando la infinidad de beneficios que podrían obtener especialmente en el caso del registro y emisión computarizada de sus clientes (base de datos), en temas contables, etc.

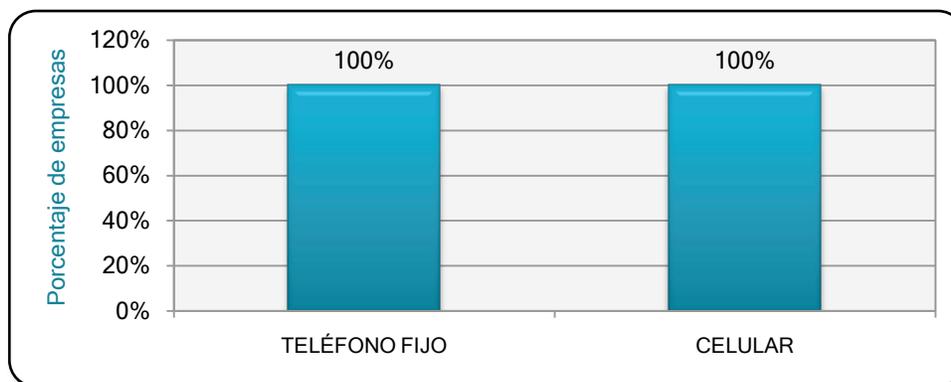
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1ª SECCIÓN MUNICIPAL - SAN LORENZO

Los principales medios de comunicación utilizados por los establecimientos de hospedaje de San Lorenzo son el teléfono fijo y celular.

Gráfico Nro. 208

MÉNDEZ: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE



2ª SECCIÓN MUNICIPAL - EL PUENTE E ISCAYACHI

En tanto que en las localidades de El Puente e Iscayachi se pudo constatar que ningún establecimiento cuenta con algún medio para poder comunicarse.

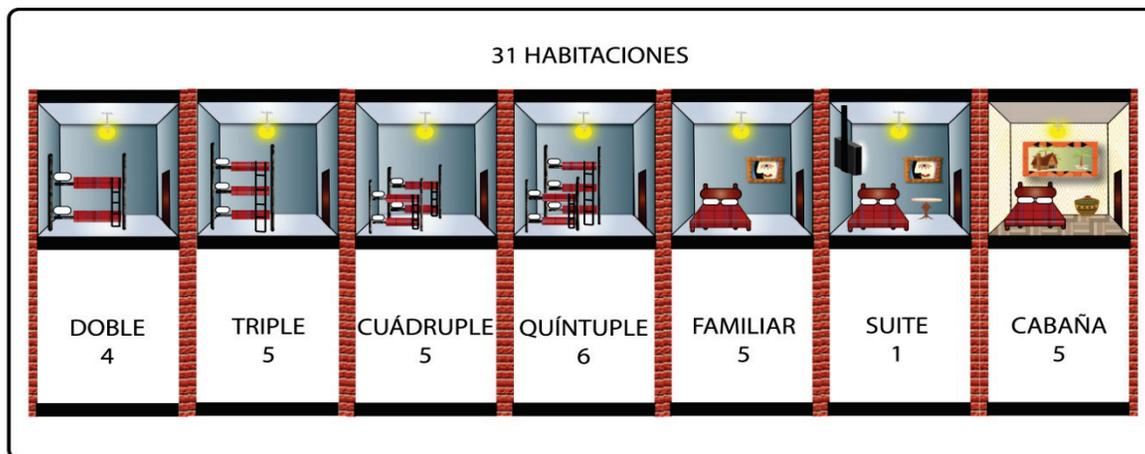
2.6.1.8 Infraestructura

TOTAL DE HABITACIONES

Existe un total de 31 habitaciones disponibles en la provincia Méndez, de las cuales la mayoría son habitaciones con más de tres camas.

Figura Nro. 97

MÉNDEZ: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD



Seguidamente se muestra la oferta de habitaciones según tipo de establecimiento, lo cual nos permite determinar que son los establecimientos categorizados como otros los que tienen la mayor cantidad de habitaciones.

Tabla Nro. 149

MÉNDEZ: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

PROVINCIA MÉNDEZ	TIPO DE ESTABL.	TOTAL DE ESTABL.	TOTAL DE HABITACIONES POR TIPO DE HABITACIÓN							TOTAL HABIT.
			Doble	Triple	Cuádruple	Quíntuple	Matrimonial	Suite	Cabaña ⁵⁸	
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	Otros ⁵⁹	2	-	1	-	6	5	1	5	18
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	Alojamiento	2	2		2	-	-	-	-	4
	Estab.de hospedaje complementario	4	2	4	3	-	-	-	-	9
Total		8	4	5	5	6	5	1	5	31

TOTAL DE CAMAS

La infraestructura de hospedaje en la provincia, pone a disposición 94 camas, a continuación se muestra el total de camas según tipo de hospedaje y sección municipal.

Tabla Nro. 150

MÉNDEZ: TOTAL DE CAMAS DISPONIBLES EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL ESTABLECIMIENTOS
	1ª SECCIÓN San Lorenzo	2ª SECCIÓN El Puente - Iscayachi	
Alojamiento	-	12	12
Otros ⁶⁰	54	-	54
Estab.de hospedaje complementario	-	28	28
Total	54	40	94

2.6.1.9 Gestión Financiera

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sub sector hospedajes de la provincia Méndez, registró \$us 12.996 por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008.

⁵⁸ Las cabañas cuentan con una cama matrimonial y una cucheta

⁵⁹ La categoría otros comprende establecimientos tipo Lodge y Caserío

Establecimientos de hospedaje complementarios; Corresponde a viviendas que funcionan como hospedajes

⁶⁰ Idem pie de página 59

Gráfico Nro. 209

MÉNDEZ: INGRESO BRUTO ANUAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE -2008
(Expresado en dólares americanos)⁶¹

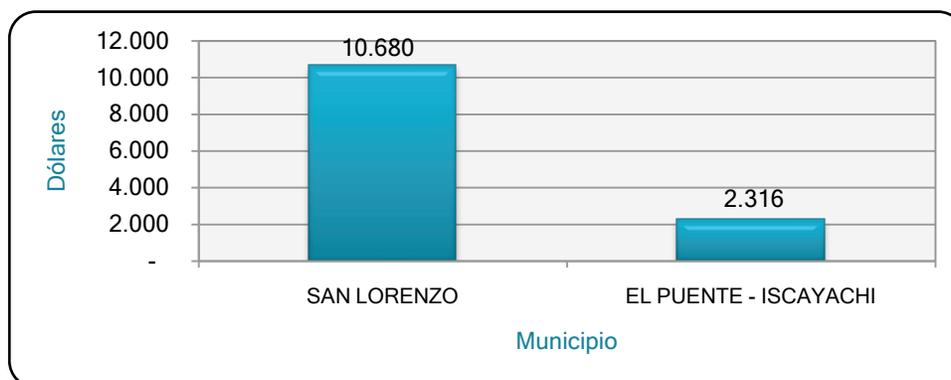


Tabla Nro. 151

MÉNDEZ: INGRESO BRUTO ANUAL POR TIPO DE HOSPEDAJE SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL - 2008
(Expresado en dólares americanos)⁶²

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL INGRESOS
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	
Alojamiento	-	780	780
Otros ⁶³	10.680	-	10.680
Estab.de hospedaje complementario	-	1.536	1.536

Tabla Nro. 152

MÉNDEZ: INGRESOS PROMEDIO ANUAL SEGÚN TIPO DE HOSPEDAJE - 2008
(Expresado en dólares americanos)⁶⁴

TIPO DE HOSPEDAJE	PROVINCIA MÉNDEZ	
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi
Alojamiento	-	390
Otros	5.340	-
Estab. de hospedaje complementario	-	384

INVERSIÓN

Las empresas establecidas en las localidades de El Puente e Iscayachi no invirtieron durante la gestión 2008, al contrario de San Lorenzo donde el 100% de las empresas invirtieron

⁶¹ T/C 1\$us = Bs. 7,07

⁶² Idem pie de página 61

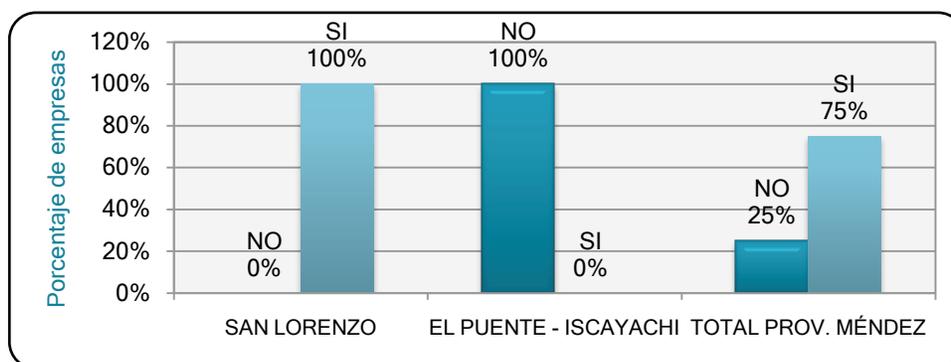
⁶³ Idem pie de página 59

⁶⁴ Idem pie de página 61

principalmente en reparación y mantenimiento de la infraestructura además de la compra de mobiliario.

Gráfico Nro. 210

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON - 2008

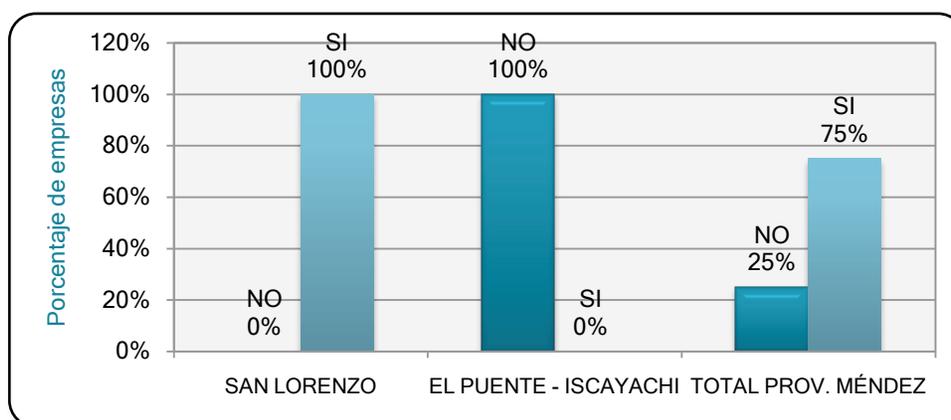


CRÉDITOS BANCARIOS

Las empresas de El Puente y la localidad de Iscayachi no contrajeron créditos bancarios durante la gestión 2008, al contrario de San Lorenzo donde el 100% de las empresas se endeudaron en la banca.

Gráfico Nro. 211

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS - 2008



2.6.2 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

2.6.2.1 Características Generales

En la provincia Méndez se ha determinado la existencia de 61 establecimientos gastronómicos ubicados en sus principales regiones, distribuidos de la siguiente forma: 50 en San Lorenzo que incluye las localidades de Coimata, Tomatas grande, El Rancho y la Victoria y 11 en El Puente e Iscayachi.

Tabla Nro. 153

MÉNDEZ: TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS REGISTRADOS EN LA GESTIÓN 2008 SEGÚN TAMAÑO

TAMAÑO DE LA EMPRESA	PROVINCIA MÉNDEZ				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo		2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi		Total	%
	Total	%	Total	%		
Micro	40	80	9	78	49	80
Pequeña	10	20	2	22	12	20
Total	50	100	11	100	61	100

Se estableció que el 80% de los establecimientos son microempresas y que 20% restante son pequeñas empresas clasificadas de acuerdo al criterio del número de trabajadores⁶⁵.

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

Al analizar los años de antigüedad de las empresas en la provincia Méndez determinamos que el 21% operan con una antigüedad mayor a los 11 años.

Por otro lado, alrededor del 58% de las empresas se establecieron durante los últimos 5 años, este resultado nos refleja la tasa de crecimiento del sub sector.

Tabla Nro. 154

MÉNDEZ: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

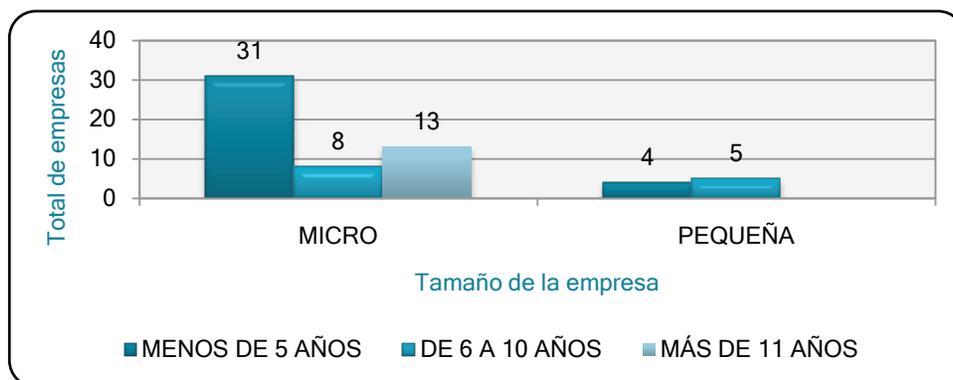
ANTIGÜEDAD	PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi		
Menos de 5 años	26	9	35	58
De 6 a 10 años	11	2	13	21
11 años o más	13	0	13	21
Total	50	11	61	100

Examinando la antigüedad de los establecimientos gastronómicos por tamaño se observa que la mayoría de las microempresas poseen una antigüedad menor a los 5 años, en el caso de las pequeñas empresas el 55% de las mismas opera con una antigüedad entre 6 y 10 años.

⁶⁵ Clasificación fijada por la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo, Unidad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Prefectura del Departamento de Tarija.
Microempresa de 1 a 5 trabajadores.
Pequeña Empresa de 6 a 14 trabajadores.
Mediana Empresa más de 14 trabajadores.

Gráfico Nro. 212

MÉNDEZ: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA



CONSTITUCIÓN JURÍDICA

Aproximadamente el 80% de las empresas son emprendimientos familiares y/o individuales registrados como empresas *Unipersonales*, una sola empresa se encuentra registrada como Sociedad Anónima y finalmente un 15% no se encuentra registrado.

Tabla Nro. 155

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN CONSTITUCIÓN JURÍDICA

TIPO DE EMPRESA	PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi		
Unipersonal	49	2	51	83
S.A.	1	-	1	2
Sin Registro	-	9	9	15

Realizando el análisis más minucioso se observa que tanto en las localidades del Puente e Iscayachi la mayoría de las empresas no se encuentran registradas, al contrario de San Lorenzo donde casi en su totalidad tienen registro y son en su mayoría unipersonales.

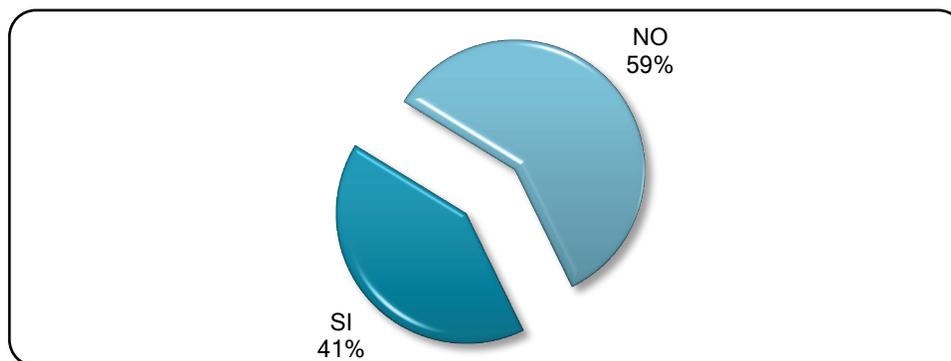
2.6.2.2 Gestión Estratégica

FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

En cuanto al total de empresas que formularon su visión se pudo determinar que el 41% de los empresarios visualizan sus negocios en el mediano y/o largo plazo a diferencia del 59% de las empresas que no tienen definida su visión.

Gráfico Nro. 213

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN



Al realizar el análisis por municipio se puede evidenciar que en El Puente el 100% de las empresas no han logrado formular su visión, a diferencia de San Lorenzo donde el 50% de las empresas sí lo hicieron.

Tabla Nro. 156

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE FORMULARON SU VISIÓN

FORMULARON SU VISIÓN	PROVINCIA MÉNDEZ				TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo		2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi			
	Total	%	Total	%	Total	%
Si	25	50	0	0	25	41
No	25	50	11	100	36	59
Total	50	100	11	100	61	100

ASOCIATIVIDAD

Sólo una empresa en San Lorenzo pertenece a una asociación.

NUEVAS SUCURSALES

El 98% de las empresas gastronómicas no realizaron la apertura de nuevas sucursales durante la gestión 2008, sólo el 2% (equivalente a una empresa) apertura una nueva empresa.

2.6.2.3 Gestión De Recursos Humanos

El sector gastronómico de la provincia Méndez generó 244 empleos directos en la gestión 2008, esto a su vez implica la generación de 976 empleos indirectos⁶⁶.

⁶⁶ El Vice Ministerio de Turismo establece que por cada empleo directo que el sector Turismo genera, se crean 4 empleos indirectos.

Figura Nro. 98

MÉNDEZ: TOTAL EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008



Dentro del subsector predomina la mano de obra femenina representando el 73% del total de empleos directos; también se puede apreciar que existe cierta estabilidad laboral dado que el 81% de los trabajadores son permanentes.

A diferencia de otras provincias se observa una pequeña diferencia en el grado de instrucción, debido a que el 25% de los trabajadores tienen formación universitaria y técnica y sólo el 75% tiene conocimiento empírico.

Figura Nro. 99

MÉNDEZ: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



Para un mejor análisis presentamos a continuación la tabla con las características de los trabajadores según sección.

Tabla Nro. 157

MÉNDEZ: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS
SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

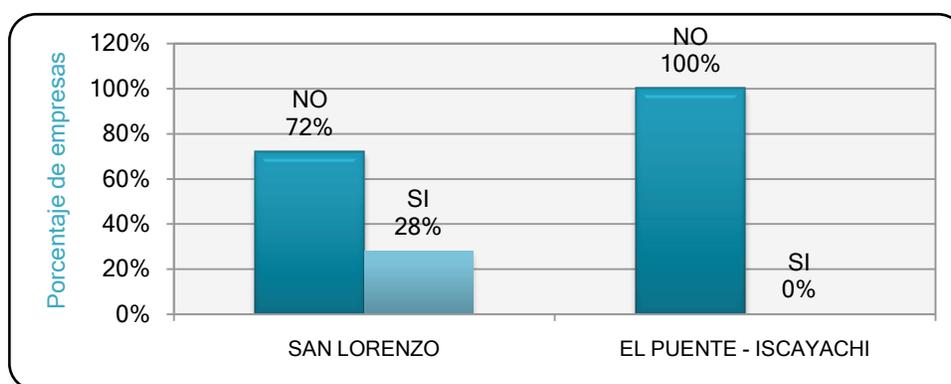
CARACTERÍSTICAS		PROVINCIA MÉNDEZ		TOTAL TRABAJADORES
		1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	
GÉNERO	Hombres	56	9	65
	Mujeres	148	31	179
TIPO DE CONTRATO	Permanentes	163	35	198
	Eventuales	41	5	46
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	Conocimiento Empírico	147	37	184
	Título Técnico	19	-	19
	Título Universitario	38	3	41
Total de trabajadores		204	40	244
%		83	17	100

CAPACITACIÓN

Considerando que el 75% de los trabajadores posee sólo conocimiento empírico, es importante hacer notar, que en El Puente e Iscayachi ninguna empresa capacita a sus trabajadores, en el caso de San Lorenzo y las comunidades cercanas a la misma el 28% de los propietarios capacitaron a sus trabajadores.

Gráfico Nro. 214

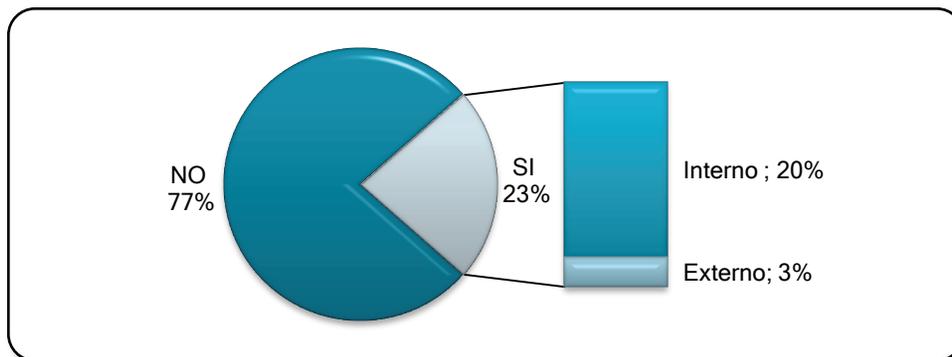
MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE BRINDARON CAPACITACIÓN A SUS
TRABAJADORES



La mayoría de las empresas que capacitaron a sus trabajadores la realizaron de forma interna es decir que fue el dueño y/o el trabajador más experimentado quienes compartieron sus conocimientos con el resto de los trabajadores.

Gráfico Nro. 215

MÉNDEZ: TIPO DE CAPACITACIÓN BRINDADA A LOS TRABAJADORES



TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES

Entre las características de los trabajadores resalta el porcentaje de aquellos que cumplen más de una función en las empresas (39%), es decir que desempeñan labores como cocineros/as, personal de limpieza, atención al cliente y/o administración indistintamente.

A nivel de sección el 54% y 34% de los trabajadores en las localidades de El Puente e Iscayachi, así como en San Lorenzo realizan múltiples funciones en las empresas.

Gráfico Nro. 216

MÉNDEZ: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

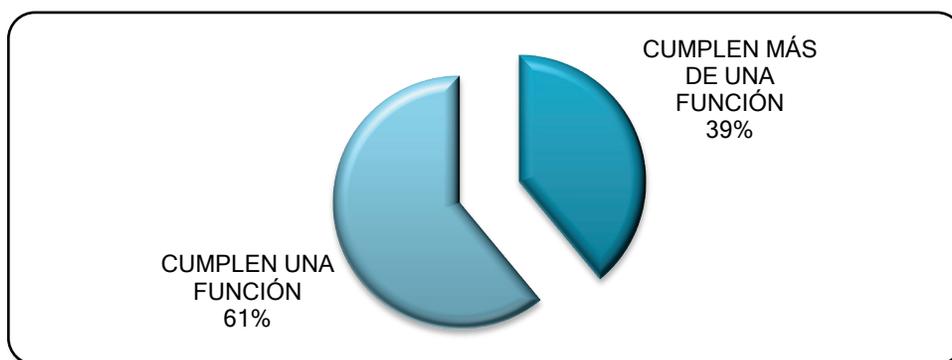
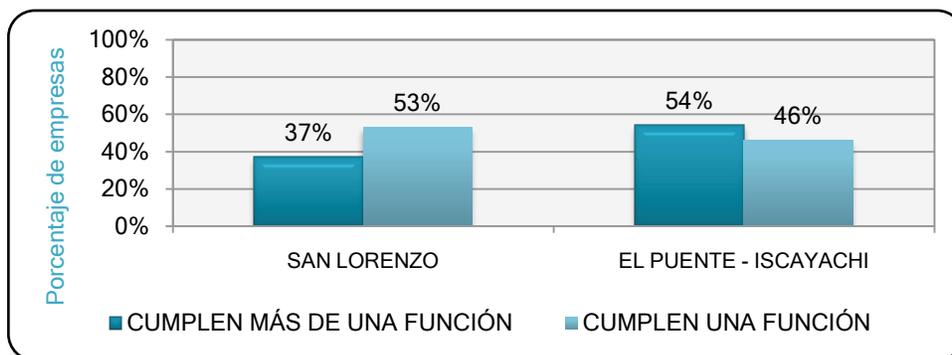


Gráfico Nro. 217

MÉNDEZ: TRABAJADORES QUE CUMPLEN MÚLTIPLES FUNCIONES EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

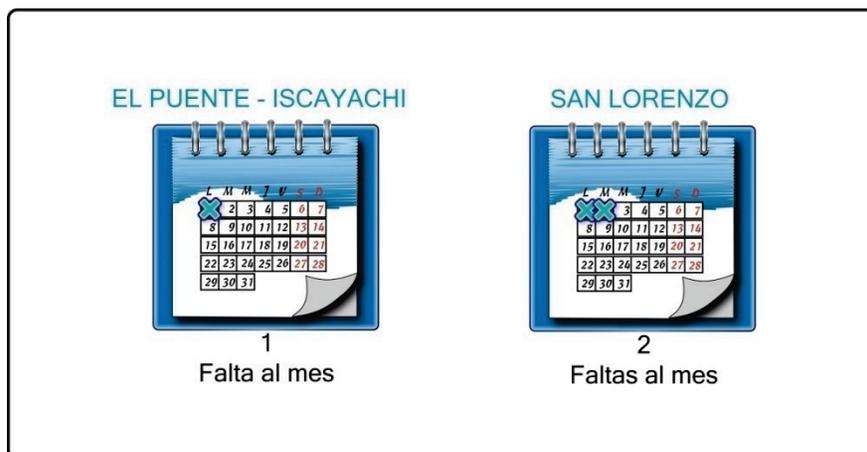


AUSENTISMO LABORAL

La tasa de ausentismo laboral mensual es mayor en San Lorenzo con 2 faltas promedio al mes, en tanto que en El Puente e Iscayachi se registra 1 falta mensual en promedio.

Figura Nro. 100

MÉNDEZ: TASA DE AUSENTISMO LABORAL SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL



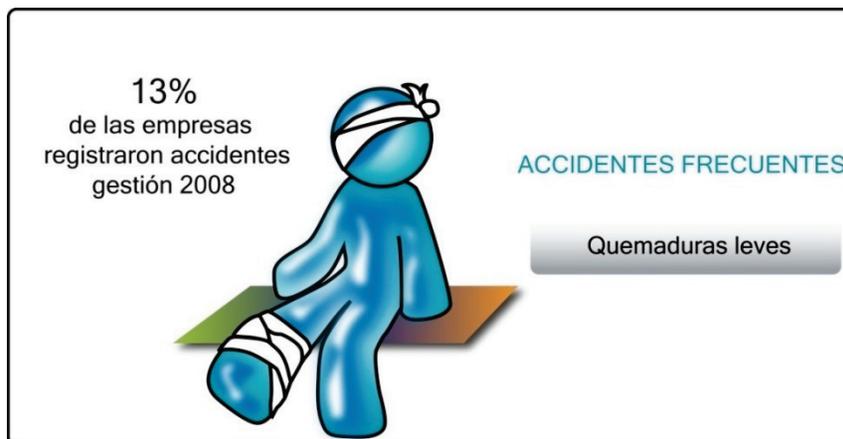
2.6.2.4 Seguridad

ÍNDICE DE ACCIDENTES

El 13% de las empresas registraron algún tipo de accidente durante la gestión 2008, el daño más frecuente fueron las quemaduras leves.

Figura Nro. 101

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REGISTRARON ACCIDENTES - 2008



INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

Las empresas gastronómicas de San Lorenzo no cuentan con elementos y equipos de seguridad, en cambio en las localidades de El Puente e Iscayachi algunas de sus empresas sí los tienen (salida de emergencia y/o botiquín), tal como expresa la siguiente tabla.

Tabla Nro. 158

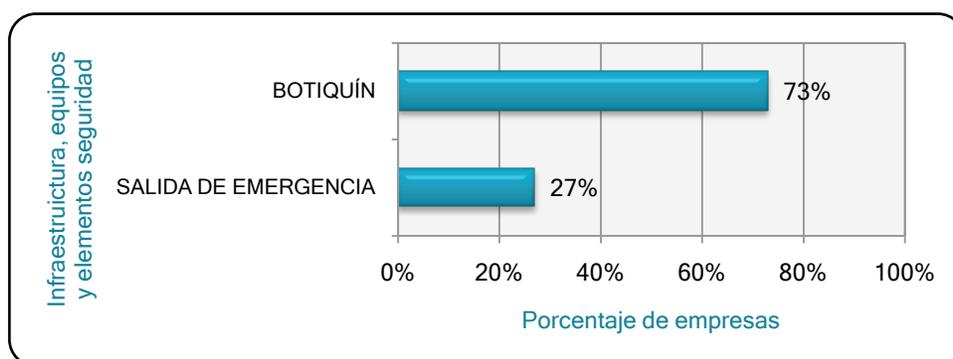
MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD

PROVINCIA MÉNDEZ	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TENENCIA DE INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD (Expresado en porcentaje)	
			Si	No
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	Micro	40	-	100
	Pequeña	10	-	100
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	Micro	9	24	76
	Pequeña	2	38	62
Total		61	23	77

Del total de empresas que afirmaron contar con infraestructura, equipos y/o elementos de seguridad se pudo constatar que los mismos disponían de botiquín en el 73% de los casos y salida de emergencia en el 27% restante.

Gráfico Nro. 218

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON INFRAESTRUCTURA, EQUIPOS Y ELEMENTOS DE SEGURIDAD



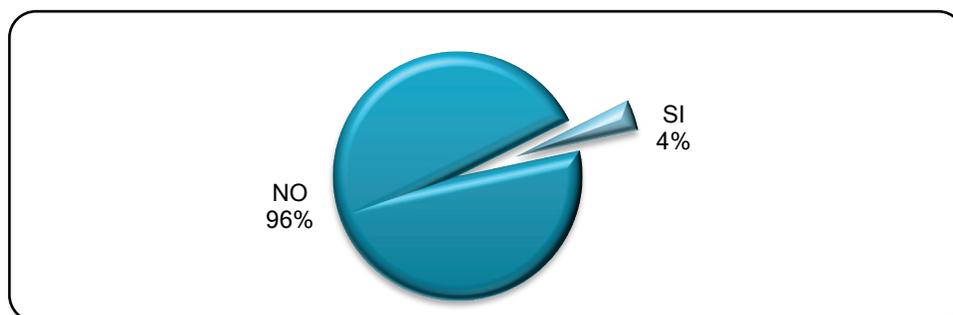
2.6.2.5 Publicidad Y Promoción

PUBLICIDAD

Sólo el 4% de las empresas invierte un promedio mensual de \$us 60 en publicidad.

Gráfico Nro. 219

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD



Al realizar el análisis por sección se observa que sólo en San Lorenzo realizan este tipo de inversiones, en tanto que en El Puento e Iscayachi las empresas no publicitan sus servicios.

Tabla Nro. 159

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON EN PUBLICIDAD SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA MÉNDEZ	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	REALIZAN PUBLICIDAD (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	50	6	94
2ª SECCIÓN Localidades de El Puento - Iscayachi	11	-	100

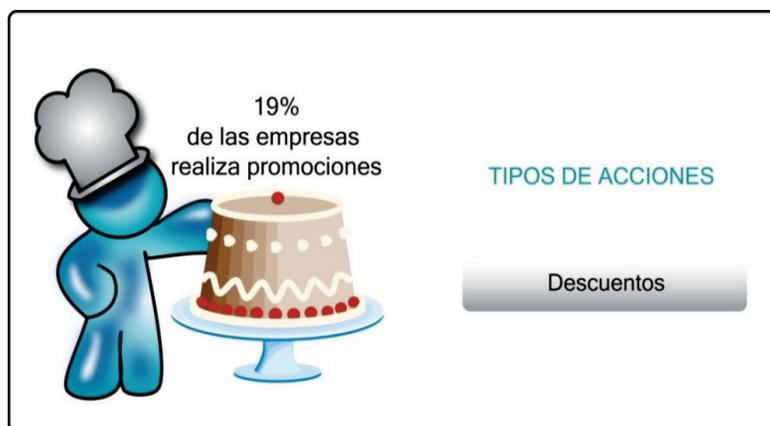
El principal medio de difusión que utilizan las empresas son los **afiches**

PROMOCIÓN

Las empresas con el fin de atraer una mayor cantidad de clientes especialmente en temporadas bajas y a su vez premiar a sus clientes asiduos realizan una serie de acciones las mismas que son empleadas por el 19% de las empresas.

Figura Nro. 102

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES



En la tabla siguiente se observa que son sólo los establecimientos de las localidades del Puento e Iscayachi, los que realizan dichas acciones (descuentos por consumo).

Tabla Nro. 160

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE REALIZARON PROMOCIONES SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA MÉNDEZ	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	REALIZAN PROMOCIONES (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	50	0%	100%
2ª SECCIÓN Localidades de El Puento - Iscayachi	11	78%	22%

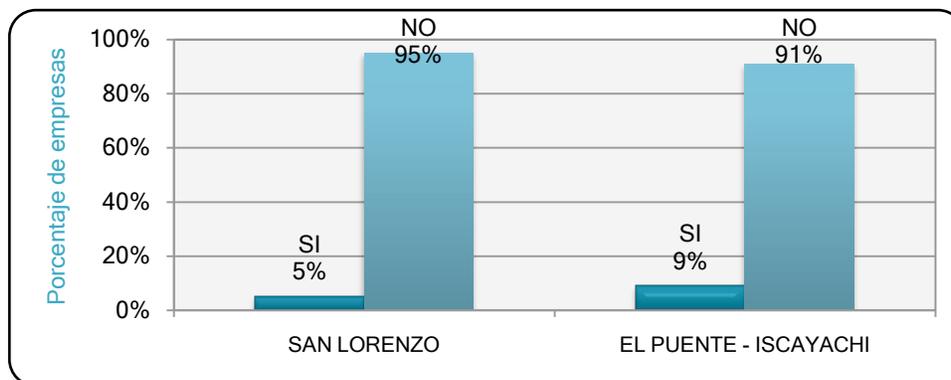
2.6.2.6 Gestión De Clientes Y Servicios

CARPETA DE CLIENTES

El uso de la carpeta de clientes no es común en ambas secciones, dado que se determinó que menos del 10% de las empresas las utiliza.

Gráfico Nro. 220

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON CARPETA DE CLIENTES



Entre los principales motivos que impulsan a las empresas a contar un registro de sus clientes se encuentra el:

- Registro de pensionados

CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Los establecimientos gastronómicos de la provincia reciben alrededor de 4.317 clientes/ día de los cuales menos del 11% son de procedencia extranjera y alrededor del 89% son clientes tanto nacionales como locales.

Tabla Nro. 161

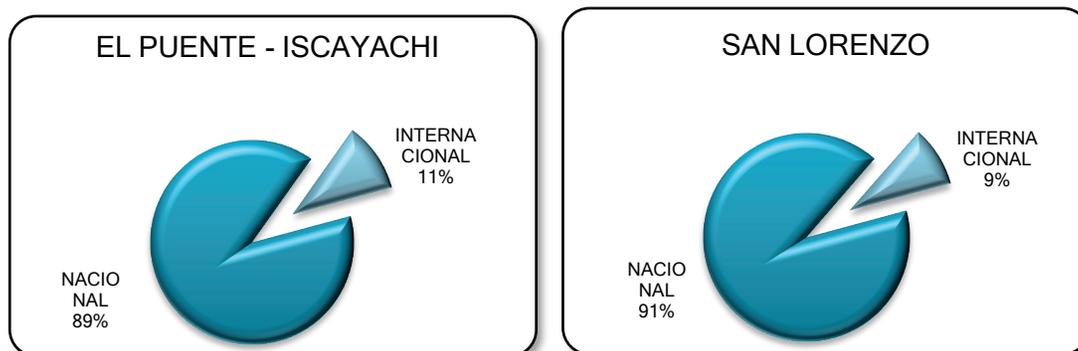
MÉNDEZ: COMENSALES ATENDIDOS AL DÍA SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

PROVINCIA MÉNDEZ	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA EL NÚMERO DE COMENSALES			TOTAL CLIENTES AL DÍA
			Promedio	Máximo	Mínimo	
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	Micro	40	65	230	10	2.600
	Pequeña	10	111*	300	30	1.113
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	Micro	9	46	60	25	414
	Pequeña	2	95	100	90	190
Total		61	71	300	25	4.317

*Valor redondeado

Gráfico Nro. 221

MÉNDEZ: CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES SEGÚN PROCEDENCIA



PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Una buena atención es muy importante a la hora de calificar a cualquier empresa, las que cuidan de que el personal encargado de atender a los clientes estén siempre atentos a sus necesidades; en función a esto se consideró el análisis de la variable: Personal de atención en relación al número de clientes (P/C).

Tabla Nro. 162

MÉNDEZ: PERSONAL DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR NÚMERO DE COMENSALES /DÍA

PROVINCIA MÉNDEZ	TAMAÑO DE LA EMPRESA	PERSONAL POR NÚMERO DE COMENSALES DÍA
1ª SECCIÓN	Micro	1/34
Localidad de San Lorenzo	Pequeña	1/28
2ª SECCIÓN	Micro	1/25
Localidades de El Puente - Iscayachi	Pequeña	1/38

CARACTERÍSTICAS DE SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS.

En los diferentes establecimientos gastronómicos se ofrece una variedad de menús en las principales secciones de la provincia Méndez, el 79% ofrece a la clientela menús regionales, un 29% platos a Nacionales y finalmente un 2% platos Internacionales.

Figura Nro. 103

MÉNDEZ: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



Sólo en San Lorenzo el 8% de las empresas ofrecen menú internacional.

Tabla Nro. 163

MÉNDEZ: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN EN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

TIPO DE MENÚ	PROVINCIA MÉNDEZ (Expresado en porcentaje)	
	1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi
	Regional	71
Nacional	29	67
Internacional	8	-

Realizando el análisis por tamaño de empresa se observa que la especialidad de las empresas de la provincia Méndez es ofrecer a su clientela comida típica de la región.

Tabla Nro. 164

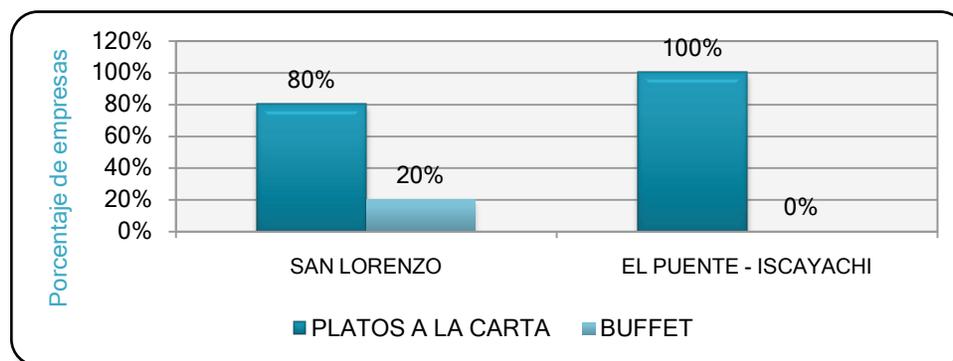
MÉNDEZ: TIPOS DE MENÚ QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA

PROVINCIA MÉNDEZ	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIPO DE MENÚ (Expresado en porcentaje)		
			Regional	Nacional	Internacional
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	Micro	40	100	-	-
	Pequeña	10	50	25	25
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	Micro	9	100	-	-
	Pequeña	2	100	-	-

El principal servicio que ofrecen las empresas en ambas secciones son los platos a la carta.

Gráfico Nro. 222

MÉNDEZ: PRINCIPALES SERVICIOS QUE OFRECEN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



2.6.2.7 Tecnologías de Información y Comunicación

TENENCIA DE COMPUTADORAS

Desafortunadamente el uso de la tecnología no ha sido asumida como parte importante a la hora de hacer negocios, en el caso del sector gastronómico de la provincia Méndez sólo el 9%

de las empresas hace uso de al menos una computadora con fines de registrar a sus clientes, llevar la contabilidad de la empresa, expedir facturas, etc.

Gráfico Nro. 223

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS

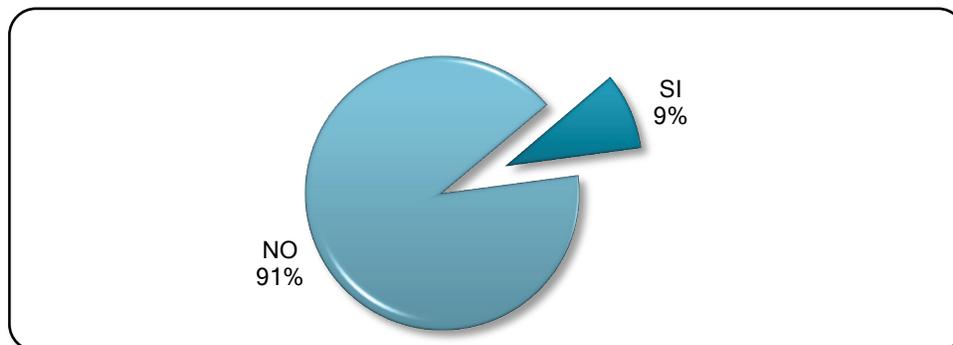


Tabla Nro. 165

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON COMPUTADORAS POR SECCIÓN MUNICIPAL

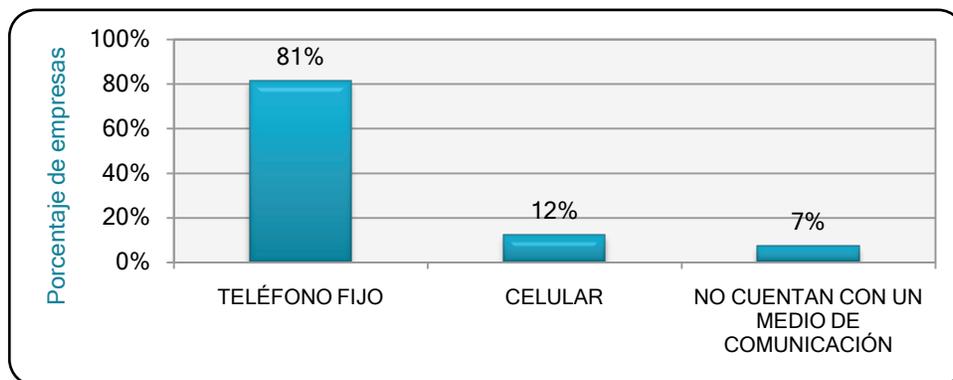
PROVINCIA MÉNDEZ	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TENENCIA DE COMPUTADORAS (Expresado en porcentaje)	
		Si	No
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	50	10	90
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	11	-	100
Total	61	9	91

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Entre los principales medios de comunicación utilizados por las empresas se tiene que el 81% utiliza el teléfono fijo, le sigue el celular usado por el 12% de las empresas y finalmente un 7% no cuenta con ningún medio de difusión.

Gráfico Nro. 224

MÉNDEZ: PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



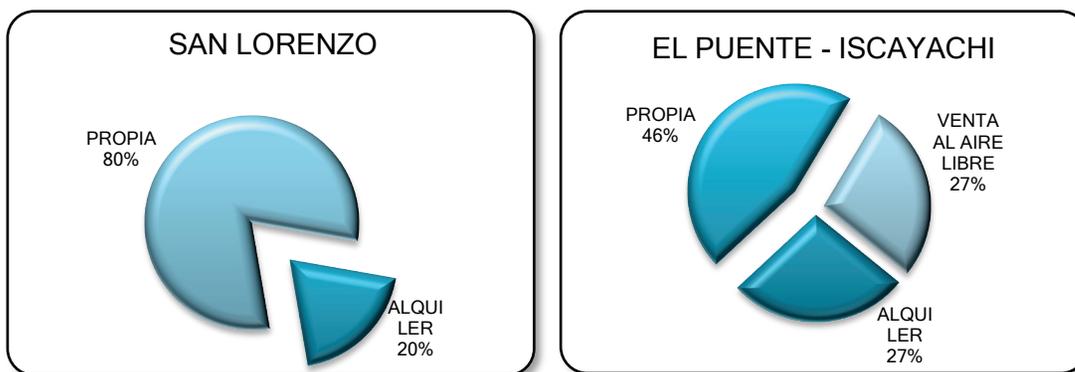
2.6.2.8 Infraestructura

TENENCIA DE TERRENO

En San Lorenzo el 80% de las empresas gastronómicas funcionan en ambientes propios, sólo el 20% alquila, en el caso de las localidades del Puente e Iscayachi un 27% de las empresas expende sus alimentos al aire libre, un 46% trabaja en ambiente propio y un 27% alquila un ambiente.

Gráfico Nro. 225

MÉNDEZ: TENENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA EN LA QUE OPERAN LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS



CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

Los 61 establecimientos gastronómicos de las principales localidades de la provincia Méndez tienen una capacidad para albergar alrededor de 6.331 clientes al día.

Tabla Nro. 166

MÉNDEZ: CAPACIDAD PARA ATENDER COMENSALES

PROVINCIA MÉNDEZ	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD EN NÚMERO DE CLIENTES			
			Media	Mínimo	Máximo	Total Clientes
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	Micro	40	101	12	500	4.022
	Pequeña	10	188	100	250	1.880
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	Micro	9	40	28	190	363
	Pequeña	2	33	26	40	66
Total		61	104	12	500	6.331

TENENCIA DE BAÑOS DIFERENCIADOS

De acuerdo a los datos obtenidos sólo el 52% de las empresas cuenta con baños diferenciados, es decir que alrededor de 29 establecimientos gastronómicos (48%) no tienen baños diferenciados.

Figura Nro. 104

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS

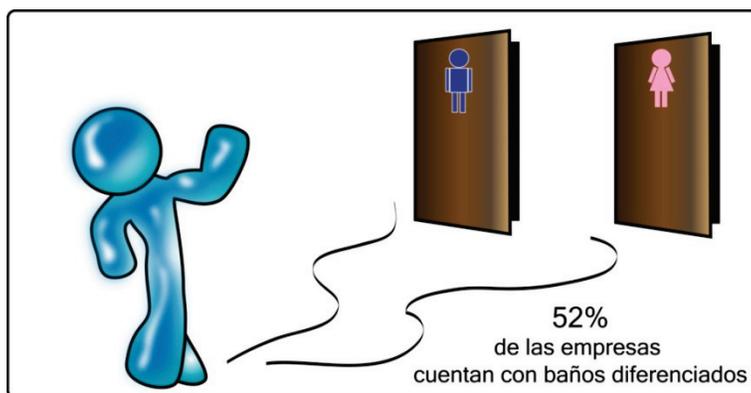


Tabla Nro. 167

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN SECCIÓN MUNICIPAL

PROVINCIA MÉNDEZ	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	TIENEN BAÑOS DIFERENCIADOS		
		Si	No	No tienen Baños
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	50	27	23	-
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	11	5	3	3
Total	61	32	26	3

Tabla Nro. 168

MÉNDEZ: BAÑOS DIFERENCIADOS SEGÚN RECEPCIÓN DE CLIENTES DIARIOS

PROVINCIA MÉNDEZ	TOTAL DE CLIENTES AL DÍA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	EMPRESAS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS	
			Si	No
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	Menos de 50	26	13	13
	Entre 51 y 100	20	12	8
	Entre 101 y 200	2	1	1
	Entre 201 y 300	2	1	1
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	Menos de 50	7	2	5
	Entre 101 y 200	4	3	1
Total		61	32	29

2.6.2.9 Gestión Financiera

238

INGRESOS BRUTOS (ANUAL)

El sector gastronómico de la Provincia Méndez registró **\$us 469.357** por concepto de ingresos brutos en la gestión 2008, de los cuales un 97% fueron generados por las empresas

establecidas en San Lorenzo (Coimata, Tomatas, El Rancho y la Victoria) y el 3% restante por las empresas de la localidad de El Puente (Iscayachi).

Gráfico Nro. 226

MÉNDEZ: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008
(Expresado en \$us americanos)

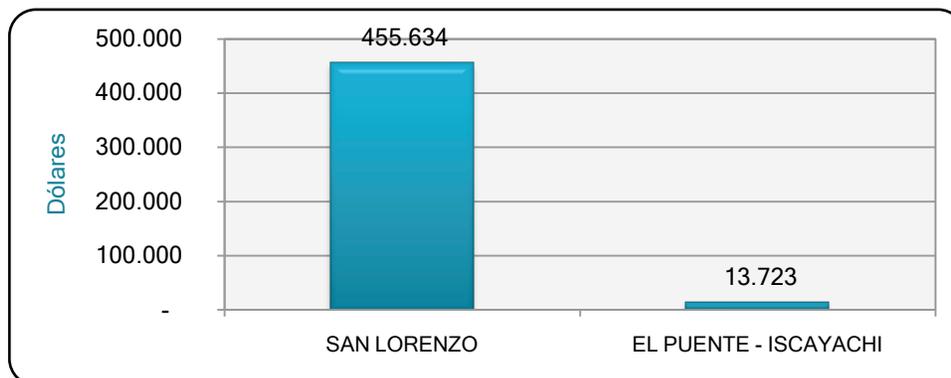


Tabla Nro. 169

MÉNDEZ: INGRESO PROMEDIO Y TOTAL ANUAL SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA - 2008

PROVINCIA MÉNDEZ	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	ESTADÍSTICOS PARA LOS INGRESO BRUTOS (En dólares)	
			Media	Total
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	Micro	40	6.924*	276.944
	Pequeña	10	17.869	178.690
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	Micro	9	896	8.065
	Pequeña	2	2.829	5.658
Total		61	7.694	469.357

*Valor redondeado

EGRESOS

Los gastos en las diferentes empresas son similares, considerando que el pago al personal y los servicios básicos son los ítems en los que más gastan las empresas de la provincia.

Tabla Nro. 170

MÉNDEZ: PRINCIPALES GASTOS SEGÚN TAMAÑO DE EMPRESA

PROVINCIA MÉNDEZ	TAMAÑO DE LA EMPRESA	GASTOS (Expresado en porcentaje)						TOTAL
		Personal	Energía Eléctrica	Alquiler	Gas	Agua	Otros	
1ª SECCIÓN Localidad de San Lorenzo	Micro	42	17	1	14	6	20	100
	Pequeña	56	5	-	2	1	36	100
2ª SECCIÓN Localidades de El Puente - Iscayachi	Micro	53	8	14	22	2	1	100
	Pequeña	67	3	-	24	6	-	100

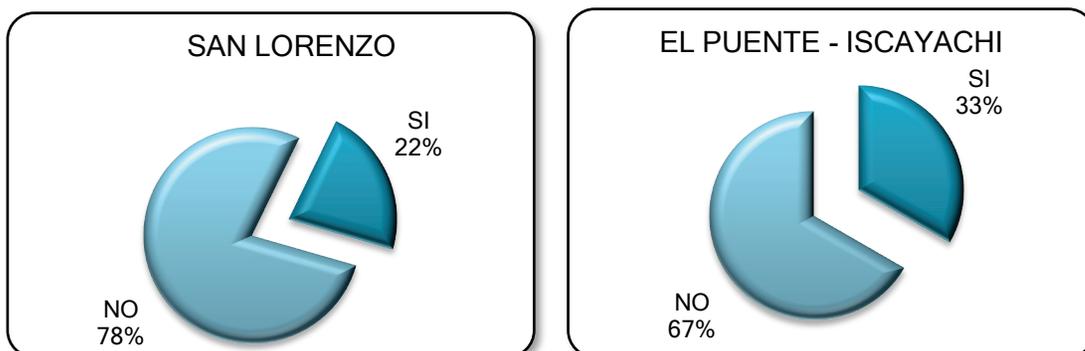
* Otros gastos = utensilios, productos de limpieza.

INVERSIÓN

Poco más del 30% de las empresas en El Puente e Iscayachi invirtieron en las gestiones 2007 - 2008, para el caso de San Lorenzo el porcentaje es del 22%.

Gráfico Nro. 227

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON - (2007-2008)



CRÉDITOS BANCARIOS

Sólo las empresas del Puente e Iscayachi accedieron a créditos bancarios durante la gestión 2007-2008.

Tabla Nro. 171

MÉNDEZ: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE ACCEDIERON A CRÉDITOS BANCARIOS (2007-2008)

PROVINCIA MÉNDEZ	TAMAÑO DE LA EMPRESA	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	CRÉDITOS BANCARIOS (Expresado en porcentaje)	
			Si	No
1ª SECCIÓN	Micro	40	-	100
Localidad de San Lorenzo	Pequeña	10	-	100
2ª SECCIÓN	Micro	9	56	44
Localidades de El Puente - Iscayachi	Pequeña	2	50	50
Total		61	10	90

3. ANÁLISIS DEPARTAMENTAL

3.1 ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

3.1.1 PRINCIPALES INDICADORES DEL SUB SECTOR ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJES DEL DEPARTAMENTO

TOTAL DE EMPRESAS

Tabla Nro. 172

TARIJA: TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR TIPO DE EMPRESA SEGÚN PROVINCIA Y MUNICIPIO - 2008

TIPO DE EMPRESA	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Puente-Iscayachi	Total	%
Apart Hotel	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	2	1,2
Hotel	21	-	5	10	-	4	6	-	1	-	-	47	28,6
Hostal	17	-	3	1	1	3	-	-	-	-	-	25	15,2
Residencial	7	-	3	22	1	5	-	-	-	-	-	38	23,0
Alojamiento	11	3	6	6	1	8	2	-	1	-	2	40	24,2
Casa de Huéspedes	-	-	-	-	2	-	-	-	3	-	-	5	3,0
Establecimientos de hospedaje complementario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	4	2,4
Otros*	-	-	-	-	-	-	-	2	-	2	-	4	2,4
Total	57	3	17	40	5	20	8	2	5	2	6	165	100
%	34,6	1,8	10,3	24,2	3,0	12,1	4,9	1,2	3,0	1,2	3,7	100	

*La categoría otros comprende una casa de retiro y una Hostería

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

Tabla Nro. 173

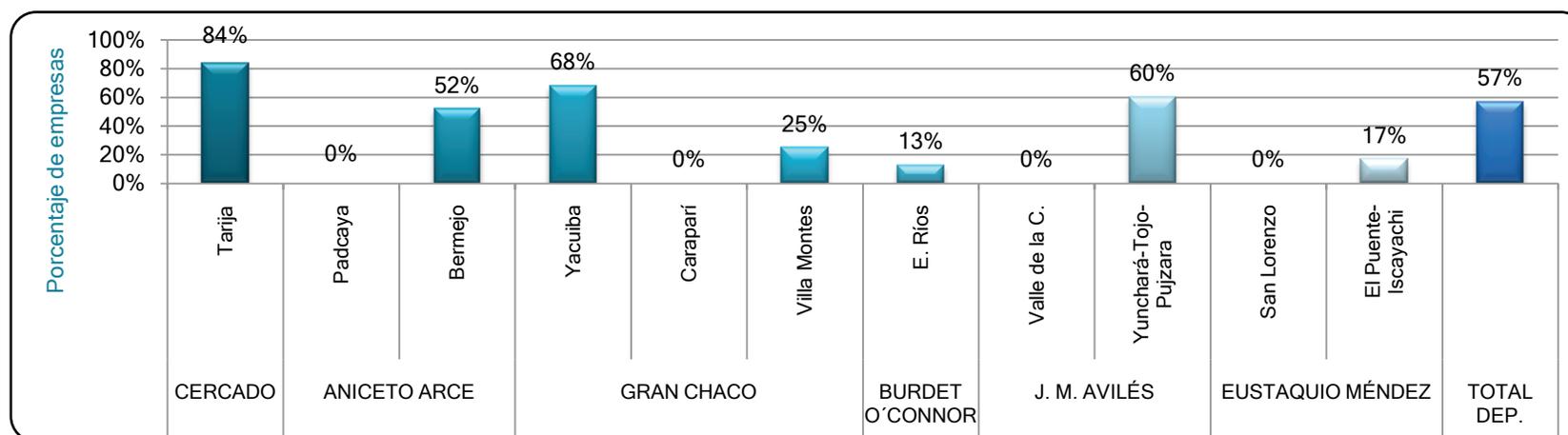
TARIJA: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR PROVINCIA Y MUNICIPIO

ANTIGÜEDAD	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo - Tajzara	San Lorenzo	El Puente-Iscaiyachi	Total	%
5 años o menos	11	1	8	11	4	9	1	1	3	-	4	53	32,0
De 6 a 10 años	22	-	6	11	1	4	6	-	-	2	2	54	33,0
11 años o más	24	2	3	18	-	7	1	1	2	-	-	58	35,0
Total	57	3	17	40	5	20	8	2	5	2	6	165	100

ASOCIATIVIDAD

Gráfico Nro. 228

TARIJA: PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE ASOCIADOS POR PROVINCIA Y MUNICIPIO



EMPLEOS

Figura Nro. 105

TARIJA: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA - 2008



Tabla Nro. 174

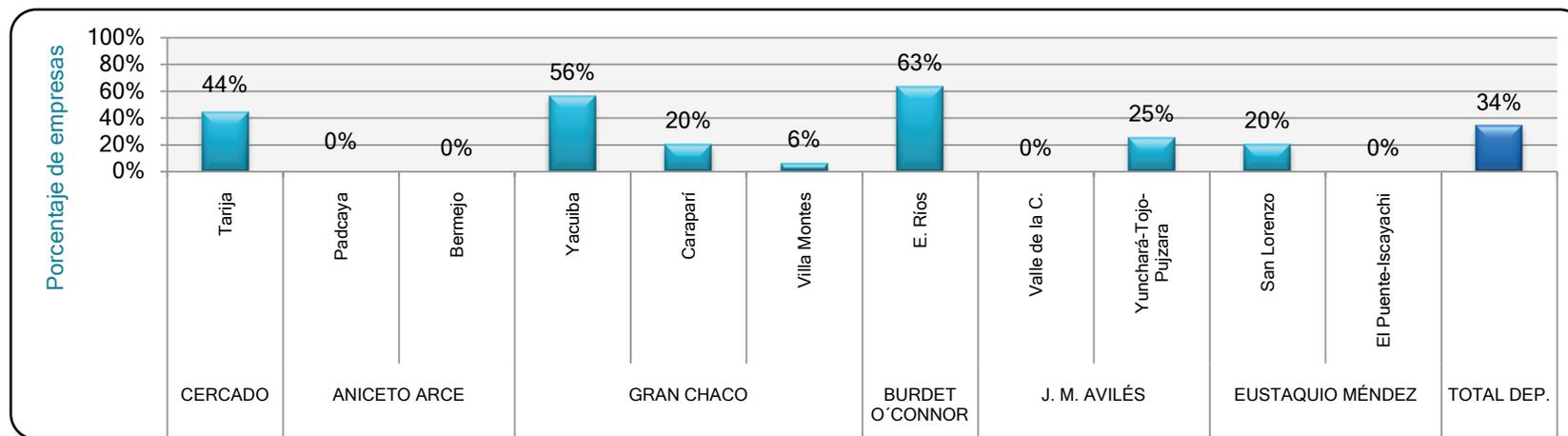
TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES POR PROVINCIA Y MUNICIPIO

CARACTERÍSTICAS	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL TRABAJADORES	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Puente-Iscaiyachi	Total	%
Hombre	188	4	27	82	1	20	17	2	14	2	8	365	39,0
Mujer	306	3	35	89	11	53	31	6	18	8	12	572	61,0
Permanente	385	4	25	100	10	69	38	2	22	2	20	677	72,3
Eventual	109	3	37	71	2	4	10	6	10	8	-	260	27,7
Conocimiento empírico	371	5	55	158	11	69	30	6	32	8	20	765	81,6
T. Técnico	84	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	86	9,2
T. Universitario	39	2	7	13	1	4	18	1	-	1	-	86	9,2
Total	494	7	62	171	12	73	48	8	32	10	20	937	100,0
%	52,7	0,8	6,6	18,2	1,3	7,8	5,1	0,9	3,4	1,1	2,1	100,0	

CAPACITACIÓN A LOS TRABAJADORES

Gráfico Nro. 229

TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CAPACITARON A SUS TRABAJADORES POR PROVINCIA Y MUNICIPIO



CLIENTES

Tabla Nro. 175

TARIJA: TOTAL DE CLIENTES REGISTRADOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE SEGÚN PROVINCIA - 2008

TIPO DE EMPRESA	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Puente-Iscayachi	Total	%
Hotel	32.712		7.302	30.337		13.107	2.350		192			86.000	31,2
Hostal	18.606		2.345	2.700	3.300	10.815						37.766	13,7
Residencial	10.432		7.110	69.962	3.150	8.730						99.384	36,1
Alojamiento	17.534	895	12.089	9.438	780	6.028	760		330		260	48.114	17,5
Casa de Huéspedes					384				1.080			1.464	0,5
Establecimientos de hospedaje complementario											768	768	0,3
Otros*								1.328		534		1.862	0,7
Total	79.284	895	28.846	112.437	7.614	38.680	3.110	1.328	1.602	534	1.028	275.358	100,0
%	28,8	0,3	10,5	40,8	2,8	14,0	1,1	0,5	0,6	0,2	0,4	100,0	

*La categoría otros comprende una casa de retiro y una Hostería

INFRAESTRUCTURA

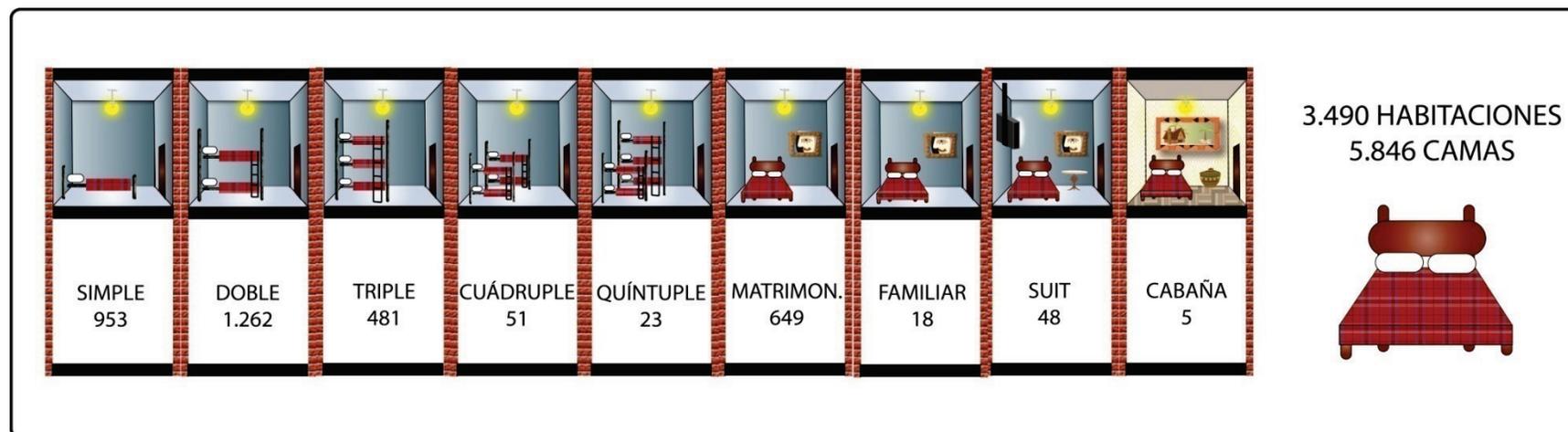
Tabla No. 176

TARIJA: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

TIPO DE HABITACIÓN	CERCADO	ANICETO ARCE	GRAN CHACO	BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS	EUSTAQUIO MÉNDEZ	TOTAL ESTABLECIMIENTOS	PORCENTAJE
Simple	407	54	447	19	26		953	27,3
Doble	548	129	524	22	35	4	1.262	36,2
Triple	184	57	188	22	25	5	481	13,8
Cuádruple			40	4	2	5	51	1,5
Quíntuple		2	15			6	23	0,7
Matrimonial	262	107	261	16	3		649	18,6
Familiar		13				5	18	0,5
Suite	25	4	18			1	48	1,3
Cabaña						5	5	0,1
Total	1.426	366	1.493	83	91	31	3.490	100,0
%	40,8	10,5	42,8	2,4	2,6	0,9	100,0	

Figura No. 106

TARIJA: TOTAL DE HABITACIONES SEGÚN CAPACIDAD A NIVEL DEPARTAMENTAL



INGRESOS

Tabla Nro. 177

TARIJA: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR PROVINCIA Y MUNICIPIO - 2008

(Expresado en \$us americanos)⁶⁷

TIPO DE EMPRESA	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ		Total	%
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo - Tajzara	San Lorenzo	El Puente-Iscaiyachi		
Hotel	3.833.751		56.591	271.893		13.126	23.500		3.213			4.202.074	74,59
Hostal	529.184		9.380	10.800	3.345	10.820						563.529	10,00
Residencial	128.512		26.070	423.454	3.154	6.033	3.040					590.263	10,48
Alojamiento	109.789	2.915	50.774	71.729	784	8.735			1.061		780	246.567	4,38
Casa de Huéspedes					387				5.400			5.787	0,10
Establecimientos de hospedaje complementario											1.536	1.536	0,03
Otros*								13.280		10.680		23.960	0,42
Total	4.601.236	2.915	142.815	777.876	7.670	38.714	26.540	13.280	9.674	10.680	2.316	5.633.716	100,0
%	81,67	0,05	2,54	13,81	0,14	0,69	0,47	0,24	0,17	0,18	0,04	100,0	

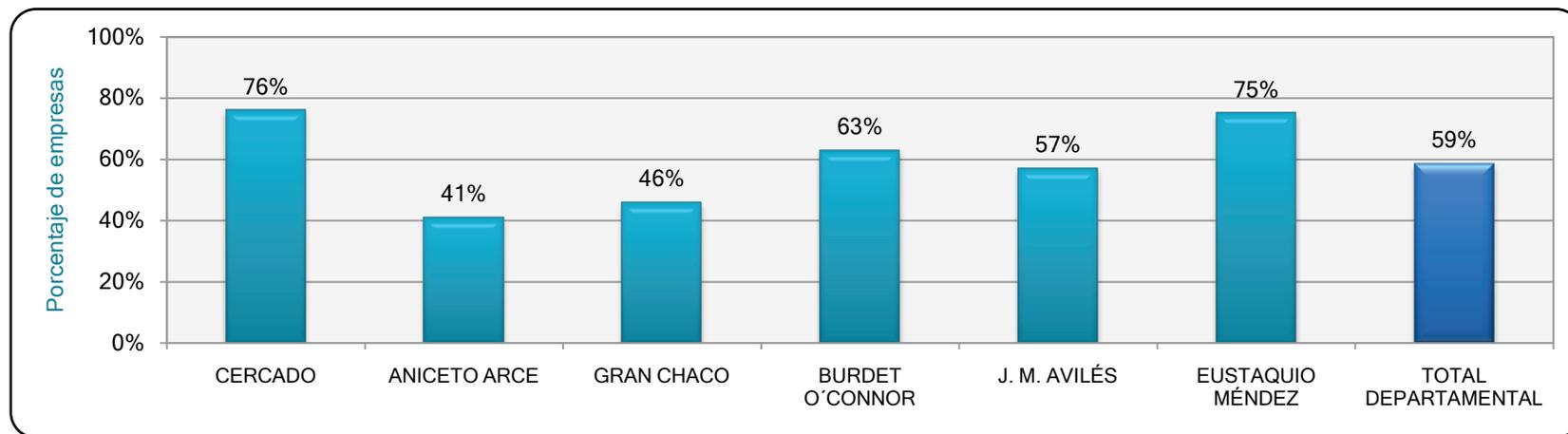
*La categoría otros comprende una casa de retiro y una Hostería

⁶⁷ T/C Bs. 7,07

INVERSIÓN

Gráfico Nro. 230

TARIJA: PORCENTAJE DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE INVIRTIERON EN LA GESTIÓN 2007-2008 POR PROVINCIA



3.2 ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS

3.2.1 PRINCIPALES INDICADORES DEL SUB SECTOR ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA

El departamento de Tarija cuenta con un total de 375 establecimientos gastronómicos de los cuales siguiendo el criterio del número de trabajadores⁶⁸ se determinó un total de 278 microempresas, 82 pequeñas empresas y 15 medianas empresas.

TOTAL DE EMPRESAS

Tabla Nro. 178

TARIJA: TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA POR PROVINCIA Y MUNICIPIO - 2008

TAMAÑO DE LA EMPRESA	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Pucallpa	Total	%
Micro	21	9	49	87	5	21	14	22	1	40	9	278	74,1
Pequeña	23	1	8	21	2	5	5	4	1	10	2	82	21,9
Mediana	12	-	-	2	-	-	-	1	-	-	-	15	4,0
Total	56*	10	57	110	7	26	19	27	2	50	11	375	100,0
%	14,9	2,7	15,2	29,3	1,9	6,9	5,1	7,2	0,5	13,4	2,9	100,0	

*Para el caso específico de la ciudad de Tarija se tomó en cuenta sólo las empresas con enfoque de atención al turista.

⁶⁸ Clasificación fijada por la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo, Unidad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Prefectura del Departamento de Tarija.
Microempresa de 1 a 5 trabajadores.
Pequeña Empresa de 6 a 14 trabajadores.
Mediana Empresa más de 14 trabajadores.

ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

Tabla No. 179

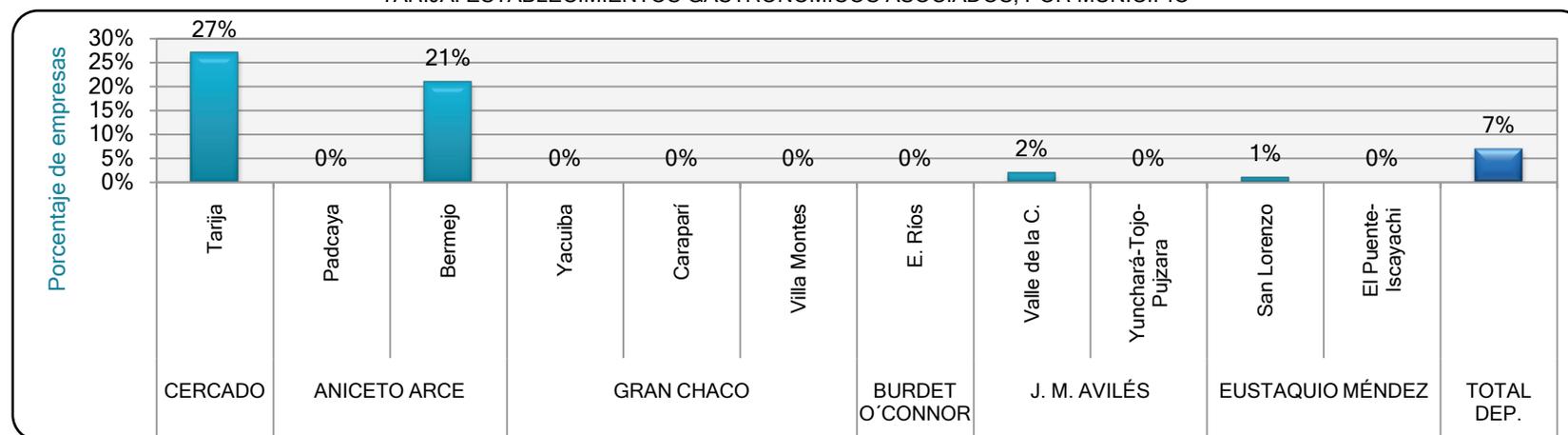
TARIJA: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS POR PROVINCIA Y MUNICIPIO

ANTIGÜEDAD	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Puente-Iscaiyachi	Total	%
Menos de 1 año	8	1	15	38	3	6	-	7	-	13	6	97	25,9
De 2 a 5 años	17	1	16	27	2	9	5	9	-	13	3	102	27,2
De 6 a 10 años	8	-	7	24	2	8	10	7	-	11	2	79	21,0
Más de 11 años	23	8	19	21	-	3	4	4	2	13	-	97	25,9
Total	56	10	57	110	7	26	19	27	2	50	11	375	100,0

ASOCIATIVIDAD

Gráfico No. 231

TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS ASOCIADOS, POR MUNICIPIO



EMPLEOS

Figura Nro. 107

TARIJA: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS - 2008



Tabla Nro. 180

TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES

CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL TRABAJADORES	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Puente-Iscayachi	Total	%
Hombre	189	7	66	183	27	6	19	35	3	56	9	600	32,3
Mujer	401	24	130	275	68	27	70	78	7	148	31	1.259	67,7
Permanente	407	24	149	263	90	31	62	71	10	163	35	1.307	70,3
Eventual	183	7	47	195	5	2	17	42	-	41	5	552	29,7
Conocimiento empírico	496	27	162	390	88	32	61	103	10	147	37	1.553	83,5
T. Técnico	35	-	17	31	2	-	16	2	-	19	-	118	6,4
T. Universitario	59	4	17	37	5	1	12	8	-	38	3	188	10,1
Total	590	31	196	458	95	33	89	113	10	204	40	1.859	100,0
%	31,7	1,7	10,5	24,6	5,1	1,8	4,8	6,1	0,5	11,0	2,2	100,0	

CAPACITACIÓN A LOS TRABAJADORES

Tabla Nro. 181

TARIJA: ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE QUE CAPACITARON A SUS TRABAJADORES POR PROVINCIA Y MUNICIPIO

	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Puente-Iscaiyachi	Total	%
No	23	9	48	71	7	22	14	21	1	36	11	262	69,9
Si	33	1	9	39	-	4	5	6	1	14	-	113	30,1
Total	56	10	57	110	7	26	19	27	2	50	11	375	100,0

CLIENTES

Tabla Nro. 182

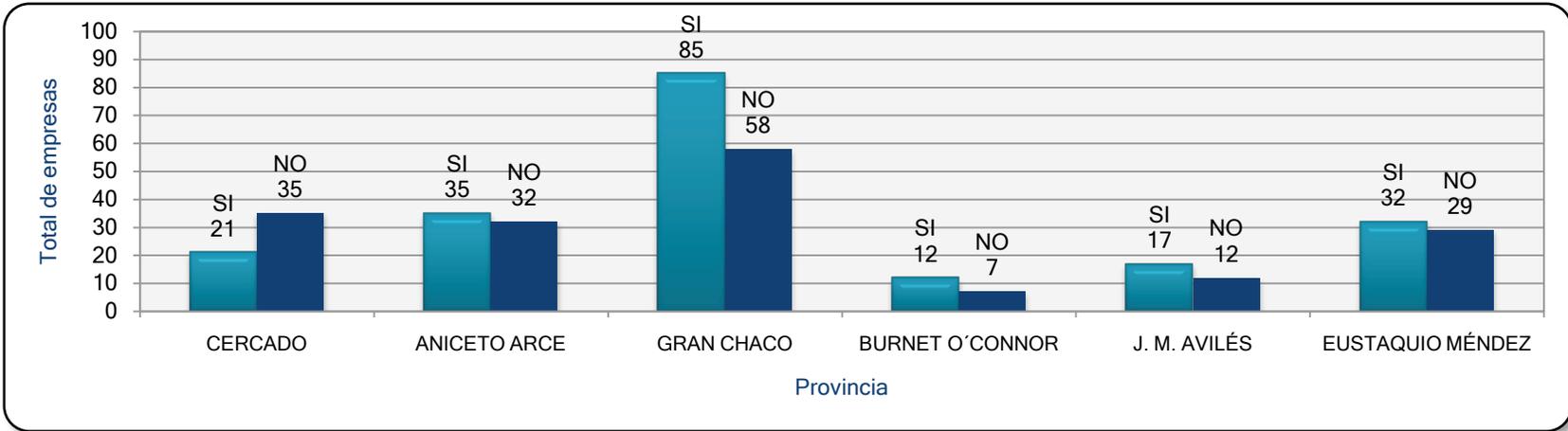
TARIJA: COMENSALES ATENDIDOS/DÍA SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA, POR PROVINCIA Y MUNICIPIO

TAMAÑO DE LA EMPRESA	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL DE EMPRESAS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Puente-Iscaiyachi	Total	%
Micro	1.888	557	3.740	4.708	350	1.005	705	1.043	20	2.203	348	16.567	55,4
Pequeña	3.542	55	895	2.835	190	700	244	334	170	900	190	10.055	33,5
Mediana	2.781	-	-	200	-	-	-	400	-	-	-	3.381	11,1
Total	8.211	612	4.635	7.743	540	1.705	949	1.777	190	3.103	538	30.003	100,0
%	27,4	2,1	15,4	25,8	1,8	5,7	3,2	5,9	0,6	10,3	1,8	100,0	

INFRAESTRUCTURA

Gráfico Nro. 232

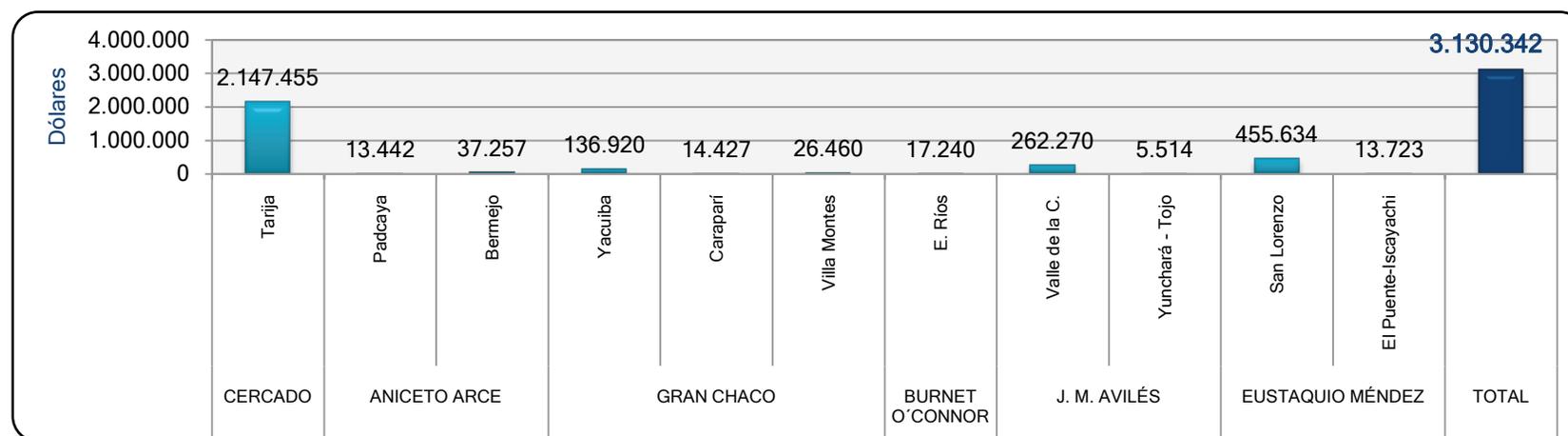
TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE CUENTAN CON BAÑOS DIFERENCIADOS POR PROVINCIA



INGRESOS

Gráfico Nro. 233

TARIJA: INGRESOS BRUTOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS POR PROVINCIA Y MUNICIPIO - 2008
(Expresado en \$us americanos)⁶⁹



INVERSIÓN

Tabla Nro. 183

TARIJA: ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS QUE INVIRTIERON POR PROVINCIA Y MUNICIPIO (2007-2008)

EMPRESAS QUE INVIRTIERON	DEPARTAMENTO DE TARIJA											TOTAL ESTABLECIMIENTOS	
	CERCADO	ANICETO ARCE		GRAN CHACO			BURDET O'CONNOR	J. M. AVILÉS		EUSTAQUIO MÉNDEZ			
	Tarija	Padcaya	Bermejo	Yacuiba	Caraparí	Villa Montes	E. Ríos	Valle de la C.	Yunchará - Tojo	San Lorenzo	El Puente-Iscayachi	Total	%
Si	27	7	22	64	4	8	2	22	1	11	4	172	45,9
No	29	3	35	36	7	18	17	5	1	39	7	203	53,1
Total	56	10	57	110	7	26	19	27	2	50	11	375	100,0

3.3 AGENCIAS DE VIAJE Y OPERADORES DE TURISMO

En el departamento de Tarija sólo en la provincia Cercado específicamente en la ciudad de Tarija se han establecido empresas que cumplen sus funciones como Agencias de Viaje y Operadores de Turismo, a continuación se presenta un resumen de los principales indicadores.

TOTAL DE EMPRESAS

Se han establecido en la ciudad de Tarija un total de **18 agencias de viaje** y **10 operadores de turismo**, aunque es necesario destacar que existen empresas que desempeñan labores como agencias y operadores simultáneamente, la figura presentada a continuación nos muestra al total de empresas según actividad.

Figura Nro. 108

TARIJA: TOTAL DE EMPRESAS OPERADORAS DE TURISMO Y AGENCIAS DE VIAJE EN EL DEPARTAMENTO DE TARIJA



ANTIGÜEDAD DE LAS EMPRESAS

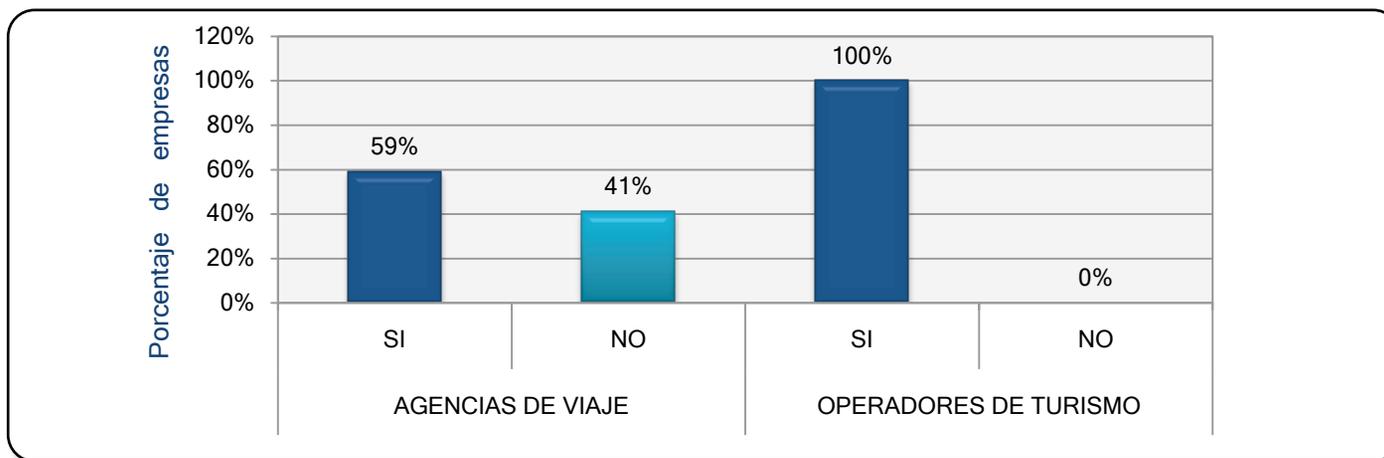
Tabla Nro. 184

TARIJA: AÑOS DE ANTIGÜEDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORES DE TURISMO DEPARTAMENTO DE TARIJA

ANTIGÜEDAD	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORES DE TURISMO	AMBOS SUB SECTORES
Menos de 5 años	9	7	16
De 6 a 10 años	3	1	4
Más de 11 años	6	2	8
Total	18	10	28

ASOCIATIVIDAD

Gráfico Nro. 234
TARIJA: EMPRESAS ASOCIADAS



EMPLEOS

Figura Nro. 109
TARIJA: TOTAL DE EMPLEOS GENERADOS POR AGENCIAS DE VIAJE Y OPERADORES DE TURISMO - 2008



Tabla Nro. 185

TARIJA: CARACTERÍSTICAS DE LOS TRABAJADORES (DIRECTOS)

ANTIGÜEDAD	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORES DE TURISMO	TOTAL DE TRABAJADORES AMBOS SUB SECTORES	PORCENTAJE AMBOS SUB SECTORES
Mujer	50	40	90	58,1
Hombre	18	47	65	41,9
Permanente	64	33	97	62,6
Eventual	4	54	58	37,4
Conocimiento Empírico	18	21	39	25,2
T. Universitario	38	39	77	49,7
T. Técnico	12	27	39	25,1
Total	68	87	155	100,0

CLIENTES

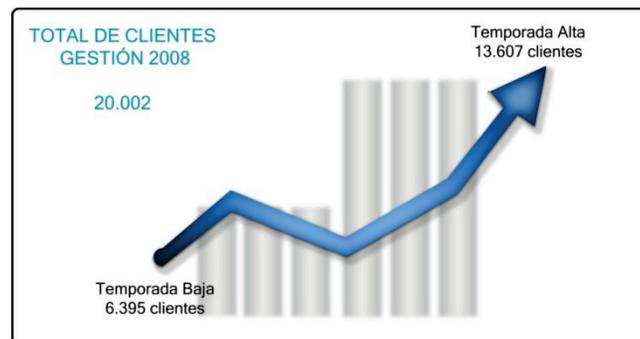
Figura Nro. 110
TARIJA: TOTAL DE CLIENTES - 2008



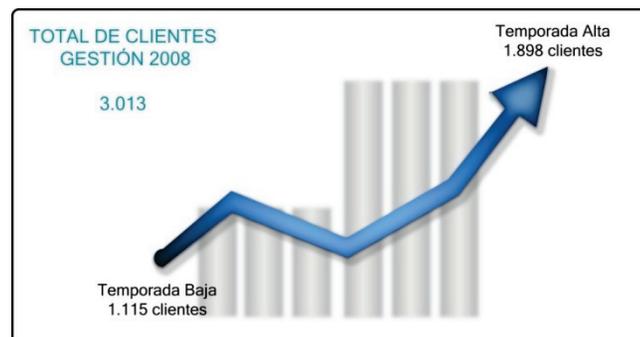
Se estima que el total de clientes atendidos por los Operadores de Turismo y Agencias de Viaje durante la gestión 2008 fue de:

23.015

Agencias De Viaje

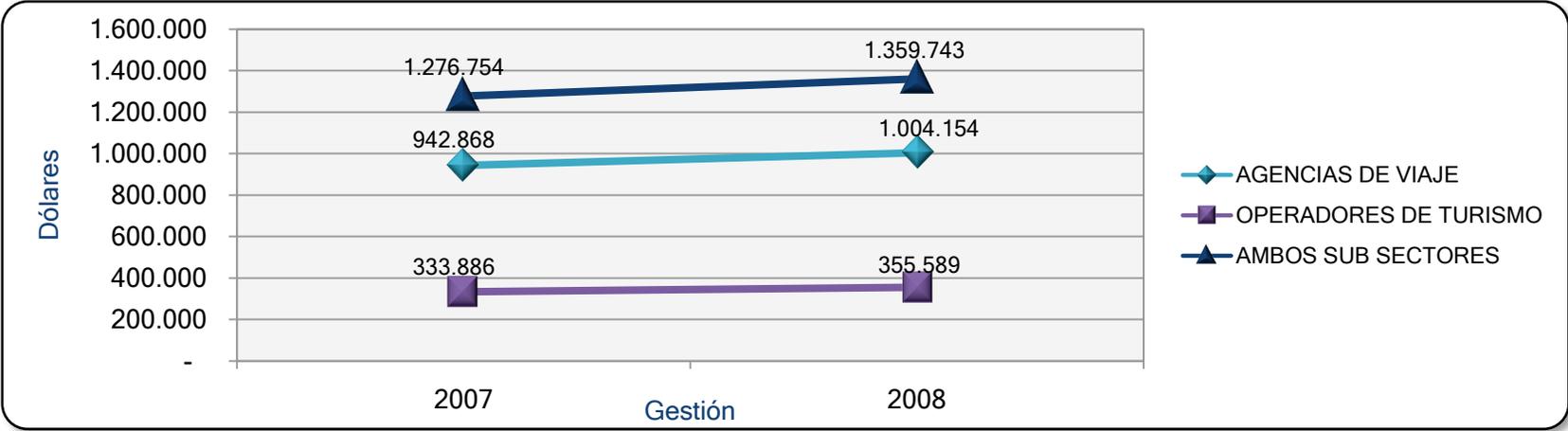


Operadores de Turismo



INGRESOS

Gráfico Nro. 235
TARIJA: INGRESOS BRUTOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJE Y OPERADORES DE TURISMO - 2008
(Expresado en dólares americanos)⁷⁰



⁷⁰ T/C Bs. 7,07