

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	7
PROBLEMÁTICA	8
ANTECEDENTES	8
OBJETIVOS	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos	10
METODOLOGÍA	10
Tipo de Investigación	10
Delimitación Espacio - Temporal	10
Tipo de Muestreo y Muestra	12
Unidad de Análisis	12
Instrumento Para la Recolección de Datos	12
Operacionalización de Variables	13
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO	14
1.1 Organizaciones	14
1.1.1 La Organización a través del tiempo.	15
1.1.1.1 Era de la Industrialización Clásica.	15
1.1.1.2 Era de la Industrialización Neoclásica	15
1.1.1.3 Era del Conocimiento	15
1.1.2 Organizaciones Turísticas	16
1.2 Servicios turísticos	16
1.3 Los Recursos Humanos	17
1.3.1 Recursos Humanos a través del Tiempo	18
1.3.1.1 Recursos Humanos en la Era Industrial Clásica	18
1.3.1.2 Recursos Humanos en la era Industrial Neoclásica	18
1.3.1.3 Recursos Humanos en la Era del Conocimiento o Actualidad	18
1.3.2 Capital Humano	18
1.3.2.1 Talento en el Capital Humano	19
1.3.3 Recursos humanos en turismo	19

1.4 Marketing	20
1.4.1 Estrategia de Marketing	20
1.4.2 Estrategia de Marketing Relacional	21
1.4.3 Fidelidad	21
1.4.4 Valor	22
1.4.5 Comportamiento del Consumidor	22
1.4.5.1 Etapa previa a la entrega de servicio	22
1.4.5.2 Etapa de Entrega	23
1.4.5.3 Etapa Posterior a la entrega	23
1.4.6 Creación de Valor	24
CAPÍTULO 2. MARCO CONTEXTUAL	26
2.1. Turismo Como Actividad Económica en la Argentina pre Pandemia de Covid-19	26
2.2 Agencias de Viajes en Argentina	27
2.3 Consecuencias de la Pandemia en las Agencias de Viaje y Turismo en la Argentina	28
2.3.1 Actividad Turística y Política Pública en Turismo Durante la Pandemia Covid-19	29
2.4 Perfil del Consumidor Turístico Argentino Durante la Pandemia Covid-19	31
2.5 Conclusiones Parciales	32
CAPÍTULO 3: RESULTADOS	33
3.1 Perfil Sociodemográfico	33
3.2 Descripción del Proceso de Compra	35
3.2.1 Etapa Previa al Servicio	35
3.2.2 Entrega del Servicio	38
3.2.3 Etapa Post Servicios	38
3.2.4 Análisis Comparativo del Proceso Decisión de Compra	39
3.3 Generación de Valor de los RRHH de las Agencias Estudiadas.	40
3.4 Análisis Comparativo del Nivel de Fidelización de los Clientes de Agencias de Viajes de AMBA.	44
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES	51
BIBLIOGRAFÍA	52
Bibliografía Académica	52

Notas Periodísticas	54
ANEXO	56
FIGURAS	
Figura N° 1: Área metropolitana de Buenos Aires (AMBA).	11
Figura N° 2: Cadena de Valor de Porter	24
Figura N° 3: Proceso de prestación de servicio	25
Figura N° 4: Esquema del Marco Teórico	25
Figura n° 5: Sistema turístico nacional	28
Figura N° 6: Impacto de la pandemia sobre los Ingresos	31
Figura N° 7: Situaciones provocadas por la Pandemia que influyen en la decisión de Viajar	32
Figura N° 8: Composición por género de la muestra	33
Figura N° 9: Composición por rango de edades de la muestra	34
Figura N° 10: Localidad de residencia de los encuestados	34
Figura N° 11: Tipo de agencia seleccionada	35
Figura N° 12: Fuentes de información seleccionadas	35
Figura N° 13: Importancia a la hora de elegir un paquete de viaje	36
Figura N° 14: Experiencia de Compra	37
Figura N° 15: Frecuencia de Compra	37
Figura N° 16: Nivel de cumplimiento de los servicios contratados	38
Figura N° 17: Nivel de satisfacción general	39
Figura N° 18: Expectativas	39
Figura N° 19: Importancia de los agentes de viaje en la búsqueda de información	41
Figura N° 20: Importancia del acompañamiento del agente durante el viaje	42
Figura N° 21: Importancia de la atención post viaje	42
Figura N° 22: Compra de paquetes turísticos por buen trato del agente de viaje	43
Figura N° 23: Frecuencia de compra	44
Figura N° 24 Recomendación a amigos y familiares	45

Figura N° 25: Realiza comentarios positivos acerca de esta agencia	45
Figura N° 26: Cambio de agencia por un precio menor	46
Figura N° 27: Disposición a pagar más	46
Figura N° 28: Cuanto más del precio original estaría dispuesto a pagar	47
Figura N° 29: Disposición a cambiar de agencia on-line por menor precio	47

TABLAS

Tabla N° 1: Variables de estudio	13
Tabla N° 2: Evolución del PIB turístico y el PIB Nacional	26
Tabla N° 3: Evolución del Empleo en Turismo y el Empleo Total Nacional	26
Tabla N°4: Evolución del gasto turístico receptor y total de exportaciones nacionales	27
Tabla N° 5: Pernoctaciones en hoteles en Argentina Noviembre 2021	28
Tabla N° 6: Viajeros Hospedados en Argentina Noviembre 2021	29
Tabla N°7: Medidas políticas ante la crisis económica por la pandemia covid-19	30
Tabla N° 8: Comparación del proceso de decisión de compra entre CAO y CAT	40