



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO**

TESINA DE LICENCIATURA EN TURISMO

**“Alojamiento turístico en la
ciudad de Bahía Blanca: análisis
y perspectivas”**

Tesista: Lehr Iván Leandro

Director/a: Dra. Patricia Ercolani

Co-Director/a: Mg. Silvina Elías

BAHÍA BLANCA, 2018

Agradecimientos

En primer lugar, a mi querido país por brindarme la posibilidad de estudiar en una universidad pública y gratuita de calidad.

A mi mamá y mis hermanos, que los amo, por su apoyo incondicional de siempre.

A mi profesora Patricia Ercolani, por sus consejos, la paciencia, las charlas y la ayuda que me brindó en todo momento.

Agradecer a mis amigos y compañeros de cursada, por las risas y los buenos momentos compartidos.

Por último, a todas y cada una de las personas que me han acompañado en este camino para llegar hasta acá.

Índice

Introducción	5
1 Capítulo I: Abordaje metodológico	7
1.1 Objetivos:.....	7
1.1.1 Objetivo general	7
1.1.2 Objetivos específicos	7
1.2 Hipótesis	7
1.3 Fundamentación.....	8
1.4 Metodología y técnicas	9
2 Capítulo II: Marco de referencia	11
2.1 Aspectos legales del alojamiento turístico.....	11
2.1.1 Alojamiento turístico	12
2.1.2 Tipos de alojamiento turístico	13
2.2 Antecedentes del alojamiento en la República Argentina	16
3 Capítulo III: Alojamiento en la ciudad de Bahía Blanca	18
3.1 Caracterización del área de estudio.....	18
3.2 Perfil de la oferta de alojamiento en Bahía Blanca.....	24
3.2.1 Sector hotelero.....	26
3.2.2 Sector extrahotelero.....	32
3.3 Perfil de la demanda en Bahía Blanca	41
4 Capítulo IV: Diagnóstico del alojamiento en Bahía Blanca	52
5 Conclusión y reflexiones	54
6 Bibliografía	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Localización del partido de Bahía Blanca	19
Figura 2	Medios de acceso a la ciudad de Bahía Blanca	22
Figura 3	Localización de los establecimientos educativos superiores y sanitarios	24
Figura 4	Localización de los alojamientos hoteleros	28
Figura 5	Habitaciones disponibles y ocupadas por año en alojamientos hoteleros	29
Figura 6	Plazas disponibles y ocupadas por año en alojamientos hoteleros	30
Figura 7	Plazas ocupadas en establecimientos hoteleros (por año y por mes)	31
Figura 8	Estadía media (en días) en establecimientos hoteleros	32
Figura 9	Localización de los alojamientos extrahoteleros	37
Figura 10	Habitaciones disponibles y ocupadas por año en alojamientos parahoteleros	38
Figura 11	Plazas disponibles y ocupadas por año en alojamientos parahoteleros	39
Figura 12	Plazas ocupadas en establecimientos parahoteleros (por año y por meses)	40
Figura 13	Estadía media (en días) en alojamientos parahoteleros	41
Figura 14	Pernoctaciones totales por año	48
Figura 15	Pernoctaciones por años por meses	49
Figura 16	Total viajeros por año	50
Figura 17	Total viajeros por año por meses	50
Figura 18	Duración estadía media (en días)	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I	Establecimientos hoteleros y extrahoteleros en Bahía Blanca	26
Tabla II	Establecimientos hoteleros en Bahía Blanca	27
Tabla III	Capacidad de ocupación del camping municipal Maldonado	34
Tabla IV	Alquileres temporarios disponibles en AirBnB y Zukbox	36
Tabla V	Perfil del turista en Bahía Blanca	43

Introducción

Si se desean explicar las actividades directas que genera el Turismo, resulta necesario remitirse a su definición, de la cual se desprenden los principios para comprender a esta actividad tan dinámica, en constante crecimiento a nivel mundial y con gran impacto en nuestro país.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el Turismo es entendido como aquella actividad que realizan las personas en lugares distintos a su entorno habitual, es decir, implica desplazamiento con periodo no menor a una pernoctación y cuyo motivo sea ocio, negocio u otros. De este concepto se desprende un principio fundamental: una persona para realizar la actividad no pernocta en su lugar de residencia habitual, por lo que debe adquirir el servicio de alojamiento en el destino seleccionado.

Dentro de la oferta de alojamiento, el turista hoy en día cuenta con una amplia gama de opciones, agrupadas en dos tipologías bien diferenciadas por sus características, modos de operación y servicios brindados: alojamiento turístico hotelero y alojamiento turístico extrahotelero o parahotelero.

En Argentina, la Ley Nacional de Turismo N° 25997 promulgada en el año 2005, declara de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país y enuncia su prioridad dentro de las políticas del Estado. De esta manera, la actividad es enrolada como una de las principales actividades económicas.

En los últimos años la cantidad de plazas hoteleras y para hoteleras ha aumentado en nuestro país, las cuales tienen una mayor concentración en la región de Buenos Aires.

En este marco, el conocimiento de la información estadística es una herramienta fundamental para evaluar la actividad y sus impactos, para la toma de decisiones y creación de políticas de desarrollo turístico. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación (Ministerio hasta septiembre 2018), trabajan en conjunto para la realización de distintas encuestas, entre ellas la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH).

La oferta de alojamiento turístico en la ciudad de Bahía Blanca es analizada por esta encuesta de carácter nacional. A su vez, el municipio realiza encuestas a los turistas para determinar el perfil de la demanda.

A pesar de las estadísticas, hay modalidades de alojamiento que no están contempladas en las mismas, entre ellas los alojamientos temporarios que se encuentran en pleno crecimiento gracias a la utilización y aplicación de plataformas virtuales de carácter colaborativas.

De esta manera, este trabajo tiene como objetivo analizar el alojamiento turístico en la ciudad de Bahía Blanca y establecer la potencialidad del mismo.

1 Capítulo I: Abordaje metodológico

1.1 Objetivos:

1.1.1 Objetivo general

- Analizar el alojamiento turístico en la ciudad de Bahía Blanca.

1.1.2 Objetivos específicos

- Investigar la evolución de la hotelería en Argentina y en Bahía Blanca.
- Conocer la potencialidad del alojamiento turístico hotelero y extrahotelero.
- Determinar el perfil de la oferta de alojamiento en la ciudad de Bahía Blanca.
- Determinar el perfil de la demanda en Bahía Blanca.
- Identificar la cantidad de alojamientos turísticos en la ciudad de Bahía Blanca

1.2 Hipótesis

En primer lugar, dada la complejidad y dinamismo que tiene el mercado de alojamiento en la ciudad de Bahía Blanca y la acotada información estadística con la que se cuenta, surge una primera hipótesis:

“La demanda del mercado extrahotelero en la ciudad de Bahía Blanca es mayor que la demanda del mercado hotelero”.

Por otra parte, y en concordancia de los cambios en el perfil de consumo de los potenciales turistas, el auge de las economías colaborativas, los cambios tecnológicos y las nuevas modalidades de alojamiento, surge una segunda hipótesis:

“El mercado extrahotelero tiene mayores condiciones favorables para su desarrollo y expansión que el mercado hotelero”.

1.3 Fundamentación

La ciudad de Bahía Blanca, principal centro urbano del sudoeste bonaerense, ofrece a diario, a sus habitantes y a la población de la región (que incluye residentes de la provincia de La Pampa y Río Negro): servicios de salud, educación, comercio, eventos artísticos y deportivos, y las actividades económicas relacionadas al puerto y polo petroquímico, entre otras.

Desde la visión del turismo, la ciudad de Bahía Blanca se comporta como un centro de escala para los turistas, ya que es paso obligado hacia el sur, hacia Capital Federal o al norte de nuestro país, a través de las rutas nacionales N°3, N°22, N°51, y N°33, respectivamente.

Al contar con una amplia oferta de servicios educativos y sanitarios, como también con el desarrollo de actividades económicas y comerciales, se precisa de ciertos servicios como hotelería y gastronomía que funcionen como soporte. Posee más de 2200 plazas hoteleras, y servicios gastronómicos con una gran variedad y calidad; más de 4500 cubiertos.

En cuanto al alojamiento turístico de la ciudad de Bahía Blanca, existe oferta de alojamiento turístico hotelero y extrahotelero. Ambos, claramente diferenciados, no solo por sus características, sino también por el perfil de la demanda que reciben.

Más allá que el alojamiento en la ciudad de Bahía Blanca sea acotado, presenta cierta complejidad en su funcionamiento y en los actores involucrados en la actividad, y motiva a la realización del presente trabajo de investigación.

1.4 Metodología y técnicas

Para el presente trabajo de investigación se realizó un estudio de tipo exploratorio/descriptivo. El diseño de la investigación consistió en tres fases principales. En la primera fase se efectuó la recopilación de datos secundarios. Los datos secundarios remiten a la información que ya ha sido recolectada por algún estudio anterior. La obtención de datos secundarios se basó en el material proporcionado por organismos y entidades directa o indirectamente relacionados con la actividad turística, tales como INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), FEHGRA (Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina), Ministerio de Turismo de la Nación, Municipalidad de Bahía Blanca, CREEBA (centro regional de estudios económicos de Bahía Blanca Argentina), AHG Bahía Blanca (Asociación de hoteles, restaurantes, bares, confiterías y afines de Bahía Blanca), entre otros organismos, los cuales facilitaron publicaciones, revistas, diarios y reportes estadísticos. Además se emplearon estudios, tesis, publicaciones de universidades, reportajes y textos de estudio.

La segunda fase de investigación consistió en la recopilación de datos primarios mediante entrevistas, cuestionarios y relevamiento de la oferta de alojamiento.

Para la realización del análisis, se recolectaron los datos arrojados por la EOH (encuesta de ocupación hotelera) que realizó el INDEC en el periodo 2010 - 2016 y se procedió a tabularlos según las siguientes variables:

- Cantidad de establecimientos
- Establecimientos por tipo
- Establecimientos por categoría
- Habitaciones disponibles
- Habitaciones ocupadas
- Porcentaje de ocupación
- Plazas disponibles
- Plazas ocupadas
- Pernoctaciones según residencia habitual
- Viajeros según residencia habitual
- Estadía promedio según residencia habitual

Posteriormente, se analizaron y confeccionaron cuadros estadísticos respecto al alojamiento turístico en la ciudad de Bahía Blanca.

Debido a que los resultados de la EOH se presentan de forma mensual, se procedió a calcular promedios anuales a fin de equilibrar la afluencia de viajeros en el estudio de la evolución de cada variable.

Por último, en la tercera fase, se confeccionó la matriz FODA correspondiente al alojamiento turístico de Bahía Blanca, con el fin de detallar el diagnóstico de la oferta de alojamiento en la ciudad.

2 Capítulo II: Marco de referencia

En la Argentina, el alojamiento es el principal servicio turístico y se encuentra en permanente aumento y expansión. Según el Ministerio de Turismo, en el Anuario Estadístico 2015 se destaca que durante el período 2005-2015, la oferta de alojamiento turístico de los establecimientos hoteleros y parahoteleros creció ininterrumpidamente, con un total de 9.466 establecimientos y 480.382 plazas, en el año 2005, hasta alcanzar los 15.757 establecimientos y 690.455 plazas, en 2015. Esto implicó un crecimiento punta a punta de 66,5% en establecimientos y 43,7% en plazas. Es importante mencionar que el crecimiento de los establecimientos es muy superior al de plazas, lo cual sugiere una tendencia a la apertura de nuevos establecimientos de menor tamaño promedio.

En este aumento de la oferta de alojamiento en el país, sobresale el crecimiento de la cantidad total de establecimientos de la oferta de alojamiento parahotelero (92,8%).

En Argentina, el alojamiento se encuentra reglamentado y cada establecimiento (hotelero y parahotelero) debe registrarse y adecuarse a un marco legal regulatorio que comprende a todos de forma igualitaria. A partir de este marco legal, se establecen las distintas modalidades de alojamiento permitidas en nuestro país.

2.1 Aspectos legales del alojamiento turístico

En la República Argentina la actividad de alojamiento se encuentra reglamentada por la Ley de Hotelería 18.828, promulgada en el año 1970. El decreto reglamentario 2253/70 de la ley antes mencionada, establecía la categorización del alojamiento en soles, la cual fue modificada por estrellas por el Decreto 1818/76. Entre los aspectos más destacados del Decreto se establecen: los requisitos mínimos para la homologación como alojamiento turístico según las diferentes clases y categorías, la obligación de inscribirse en el Registro Hotelero Nacional y la clasificación según las clases y categorías en: hosterías (de 1 a 3 estrellas), moteles (de 1 a 3 estrellas) y hoteles (de 1 a 5 estrellas).

A continuación se detallará la reglamentación vigente correspondiente al alojamiento turístico en la provincia de Buenos Aires.

2.1.1 Alojamiento turístico

En la provincia de Buenos Aires, el Decreto 3030/77 brinda las definiciones respecto al alojamiento de uso turístico:

- Alojamiento turístico: el establecimiento en el cual se presta al turista el servicio de alojamiento mediante contrato por un periodo no inferior a un pernocte, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios.
- Alojamiento turístico hotelero: el establecimiento en el cual se presta al turista el servicio de alojamiento en unidades habitacionales independientes entre sí, pero de explotación y administración común o centralizada y con una capacidad mínima de ocho plazas.

Se clasifica al alojamiento turístico hotelero en las siguientes modalidades:

- Hotel: alojamiento hotelero que presta al turista, mediante contrato de hospedaje, el servicio de alojamiento, desayuno, bar, recepción, portería y personal de servicio, sin perjuicio de los demás, que para cada categoría expresamente se indiquen y con una capacidad mínima de veinte (20) plazas en diez (10) habitaciones.
- Hostería: alojamiento hotelero que permite al turista, mediante contrato de hospedaje, el servicio de alojamiento, desayuno, recepción y personal de servicio (mucamas) sin perjuicio de los demás, que para cada categoría expresamente se indiquen. Su capacidad mínima es de ocho (8) plazas en cuatro (4) habitaciones y la máxima es de treinta y seis (36) plazas.
- Motel: alojamiento hotelero próximo a una ruta que presta al turista, mediante contrato de hospedaje, el servicio de alojamiento, desayuno, bar, recepción, portería y personal de servicio, en las unidades habitacionales, con su cochera correspondiente, contigua o próxima a la habitación y cuya capacidad mínima es de veinte (20) plazas.
- Hospedaje: alojamientos turísticos con un mínimo de cuatro (4) habitaciones, un local de uso común y que, por sus condiciones ambientales, instalaciones y servicios, no se encuadren dentro de las denominaciones de: hotel, hostería o motel.

El Decreto anteriormente presentado ha sido derogado en el año 2007 por el Decreto N°659/07, y este último derogado y actualizado en el 2014 por el Decreto N°13/14 y su resolución N°23/14 presentando una normativa más actualizada, contemplando nuevas formas de alojamiento, a modo de re-categorización y reclasificación de alojamientos turísticos en la Provincia de Buenos Aires.

En el nuevo marco normativo, se define al alojamiento turístico como “... aquel ofrecido por personas físicas o jurídicas, que presten servicio de hospedaje mediante contrato al público, por períodos no menores al de una pernoctación, con o sin prestación de servicios complementarios” (Artículo n°1).

El concepto de alojamiento turístico hotelero es actualizado y se define como “...al brindado en establecimientos con explotación y administración central o descentralizada, y que ofrezca servicios complementarios al de alojamiento” (Artículo n°5).

A causa del surgimiento de nuevas modalidades de alojamiento turístico, el Registro de Hotelería y Afines, se encuentra formado por las siguientes tipologías:

- Alojamiento turístico hotelero: Comprende los brindados en modalidades tales como: Hotel, Apart Hotel, Cabañas o Bungalows, Hostería u Hostal y Residencial u Hospedaje, hostel, hotel boutique, cama y desayuno (bed and breakfast), casa de alojamiento turístico o rural y departamentos con servicios.
- Alojamiento turístico extrahotelero: Incluye las siguientes tipologías: Albergue de la Juventud (Hostel), Cama y Desayuno (Bed & Breakfast), Alojamiento Turístico Rural, Casas o Departamentos, Casa de Familia, entre otros.

2.1.2 Tipos de alojamiento turístico

- Alojamiento turístico hotelero

En esta categoría de alojamiento, el Decreto 3030/77 y el 13/14, hacen alusión al hotel, hostería u hostal, y hospedaje; no obstante, el último Decreto, añade más modalidades:

- Apart hotel: Son aquellos establecimientos que prestan al turista o usuario, el servicio de alojamiento en edificios de departamentos que integran una unidad con administración común, ofreciendo además los servicios propios del Hotel.
- Hotel boutique: son aquellos establecimientos que se caracterizan y distinguen por su atención personalizada, peculiaridad en sus instalaciones o en sus prestaciones de servicios, originalidad y estilo, destacándose por el valor artístico del inmueble, diseño, ambientación o decoración, pudiendo ser algunos temáticos.
- Residencial: aquel que presta al turista servicios semejantes al hotel, y que por sus características no posee las instalaciones y servicios necesarios para ser considerado como hotel en su categoría mínima.
- Hostel: son aquellos en el que se brinda alojamiento en habitaciones compartidas pudiendo contar con habitaciones privadas, con baños compartidos y/o privados, con

espacios comunes de estar, comedor y cocina equipada para que los huéspedes preparen sus alimentos facilitando así la integración sociocultural entre ellos, sin perjuicio de contar con otros servicios complementarios.

- Albergue juvenil: aquellos establecimientos en los que se preste el servicio de alojamiento colectivo pudiendo estar conformado por pabellones comunes separados por sexo, con baños generales diferenciados por sexo.
- Cama y desayuno (bed and breakfast): es aquel alojamiento que ocupa la totalidad o parte independizada de un inmueble con una unidad de explotación, en el que sus propietarios brindan un servicio personalizado de tipo artesanal de cama y desayuno.
- Cabaña o bungalow: Son aquellos establecimientos compuestos por unidades independientes, que aisladamente o formando conjunto con otras se integran a una unidad de administración común. Se encuentran situadas generalmente fuera del radio céntrico-urbano, emplazadas en lugares de reconocida atracción turística, en las que se presta al usuario el servicio de alojamiento, sin perjuicio de los demás servicios complementarios que para cada categoría se exige.
- Casas o departamentos con servicios: aquellos establecimientos que están compuestos por unidades habitacionales amobladas que ubicadas en forma individual, en edificios o conjuntos de viviendas, brinden servicios complementarios al de alojamiento de manera habitual y se arrienden por un periodo que no supere las ciento ochenta (180) pernoctaciones.
- Alojamiento turístico rural: aquel que se encuentra ubicado en el ámbito rural que ofrecen programas de actividades recreativas relacionadas con el conocimiento y disfrute del medio rural.

Los alojamientos turísticos hoteleros se categorizan en: hoteles y apart hoteles de 1 a 5 estrellas, hotel boutique, hosterías y cabañas o bungalows de 1 a 3 estrellas, residencial “A” y “B”, hostel, albergue juvenil, cama y desayuno (bed and breakfast), casas o departamentos con servicios, alojamiento turístico rural.

- Alojamiento turístico extrahotelero

Este tipo de clasificación comprende a aquellos alojamientos turísticos que ofrecen un servicio menos sofisticado,

El decreto 13/14, incluye en su marco legal esta nueva categoría de alojamiento que comprende las siguientes modalidades:

- Casas o departamentos: inmuebles con instalaciones propias de casa-habitación, donde existan habitaciones con camas que sean ofrecidas en locación para alojar a turistas o viajeros ocasionales, por un periodo que no supere los ciento ochenta (180) días.
- Casa de familia: vivienda familiar que dispone de comodidades para hospedar turistas o viajeros en forma ocasional, sin que los habitantes habituales abandonen el inmueble.

En la bibliografía contemporánea propia del sector de alojamiento, Iglesias Tovar (2000) sostiene que en la categoría de establecimientos extra – hoteleros se encuentran los departamentos turísticos y los campings, detallando a los primeros como:

“...bloque o conjuntos de apartamentos, y los conjuntos de villas, chalets, bungalows y similares que sean ofrecidos empresarialmente en alquiler, de modo habitual, dotados de mobiliario, instalaciones, servicios y equipo para su inmediata ocupación, por motivos vacacionales o turísticos” (Iglesias Tovar 2000:88).

Por otro lado, se encuentran los campamentos de turismo (camping), los cuales en los últimos años, de acuerdo con las tendencias de vida sana y apreciación del entorno natural, han crecido en forma considerable.

En el año 2006 en la Provincia de Buenos Aires (Argentina), se sancionó la Ley 13.531 que regula los campings. En el año 2011, considerando que los campamentos turísticos integran la oferta de alojamiento, consolidándose como un sector dirigido a satisfacer gustos y expectativas en el contacto con la naturaleza, la vida al aire libre y las actividades físicas, y que su continuo crecimiento requiere de mayor atención, se sancionó el Decreto 325 el cual modifica y complementa la Ley ya mencionada.

El Decreto 325/11, define a los campings como:

“...aquellos establecimientos situados sobre áreas o terrenos aptos, debidamente delimitados, integrados en una administración y explotación común, en los que se pernocta en unidades de alojamiento móviles y/o fijas y destinados a facilitar la vida al aire libre y la realización de actividades recreacionales, deportivas y/o turísticas, disponiendo de instalaciones y equipamiento de apoyo adecuados”. (Artículo N°1).

También, existen otros alojamientos que han ido surgiendo como consecuencia de una demanda específica por parte de grupos que requerían, para el desarrollo de sus actividades, de una oferta concreta, centrada en la realización de actividades deportivas, agrarias, etc. Han crecido los alojamientos situados en zonas rurales. Esta modalidad debe su crecimiento a la valoración de los medios rurales y de montaña, que se han consolidado, por turistas urbanos que desean mantener un contacto directo con la naturaleza (Iglesias Tovar, 2000).

Existe también la modalidad de multipropiedad o tiempo compartido, en la cual se comercializa cualquier bien inmueble destinado a alojar turistas en sus períodos vacacionales. Consiste en comprar durante un período de tiempo determinado el uso de una propiedad. La forma más habitual es la compra por semanas, y supone que durante el resto del año otras personas podrán hacer uso también de las instalaciones, de manera que todos los usuarios comparten los gastos generales de mantenimiento y realizan la ocupación anual de la propiedad. El alojamiento con modalidad de Sistemas Turísticos de Tiempo Compartido se encuentra normalizado por la Ley Nacional 26.356, promulgada en el año 2008.

2.2 Antecedentes del alojamiento en la República Argentina

En la República Argentina, resulta difícil datar el comienzo de la hotelería. Sin embargo en la época colonial, las postas cumplían la labor de brindar hospedaje al viajero. Localizadas a unas 5 o 6 leguas entre sí, tenían mobiliario rústico y básico (Pérez, 1985). En no todos los caminos había postas para poder alojar a los viajeros, por ello las pulperías ofrecían una habitación para pasar la noche.

Dentro de los caminos más importantes de la época colonial, se destacaba la Posta de Yatasto, ubicada entre Rosario de la Frontera y Metán, en la vía del Alto Perú; y la de Villavicencio (Mendoza) para el cruce de la Cordillera de los Andes.

Hacia fines del Siglo XIX Buenos Aires contaba con diversos hoteles que ofrecían cierto grado de confort. A principios del Siglo XX los flujos migratorios europeos comenzaron a llegar al puerto de Buenos Aires y a los principales puertos del país, en busca de prosperidad y un mejor bienestar. La ciudad de Buenos Aires no contaba hasta entonces con hoteles de jerarquía internacional para alojar a las personalidades más destacadas. En consecuencia, comienza la construcción de grandes y lujosos hoteles. Basados en estilo europeo, contando con grandes espacios y siendo sinónimo de buen gusto, estos hoteles comenzaron a ser espacios visitados frecuentemente por personalidades de la aristocracia argentina. La combinación entre el ocio y la arquitectura en los hoteles era perfecta.

“Se consolida la hotelería basada en una arquitectura de estilo europeo y con espacios pensados para la práctica de actividades recreativas, tanto para hombres como para mujeres de la alta sociedad argentina...”. (Benseny 2012: 6).

Estos hoteles conformaron la época de gran esplendor de la hotelería nacional, muy pocos persisten en el presente, entre ellos: Plaza Hotel, Tigre Hotel, Alvear Palace, Bristol Hotel en Mar del Plata, Sierras Hotel en Alta Gracia, Llao Hotel en Bariloche, entre otros (Benseny, 2012). En el interior del país, teniendo como ejemplo a los centros termales europeos, se crearon los hoteles termales en Puente del Inca (Mendoza), y Río Hondo (Santiago Del Estero).

A partir de los años cuarenta, durante los gobiernos Peronistas, debido a las conquistas sociales de los trabajadores, se crearon hoteles para el turismo social en Chapadmalal y Embalse Río Tercero, que actualmente pertenecen al Ministerio de Turismo de la Nación. Paralelamente, los sindicatos y gremios comenzaron a ofrecer a sus afiliados descuentos y programas de turismo social en los principales destinos turísticos del país. Estas organizaciones establecían colonias de vacaciones y servicios sociales que tendían a elevar la cultura, preservar la salud y mejorar el nivel moral del gremio.

Al comenzar la década de 1960, la Argentina se diferenciaba del resto de los países de América Latina por la elevada participación de sus habitantes en los desplazamientos turísticos internos. Desde sus comienzos el Automóvil Club Argentino comenzó a difundir la práctica de campamentismo, y a partir de 1961 comenzó a editar sus guías de viajes con material cartográfico y de información turística de Argentina. La presencia del Automóvil Club Argentino (A.C.A) en aquellos lugares apartados, favoreció la instalación de estaciones de servicio con un camping, motel o pequeño hotel aledaño a la misma.

En los años 70, el uso de las casas rodantes como medio de transporte y alojamiento era una moda. Se debió a la mejora de infraestructura vial y a la falta de disponibilidad de plazas hoteleras en los destinos turísticos nacionales. A fines de los años 70, surgen grandes hoteles como el Bariloche Center, Buenos Aires Sheraton e Internacional Iguazú, con la ayuda del Banco Nacional de Desarrollo (BANADE). En estos años surge la categorización en estrellas; los hoteles más lujosos se encontraban en Capital Federal, hoteles como Hotel Plaza, Alvear Palace y el Sheraton Retiro, eran los únicos con cinco estrellas. Gracias al Mundial de Fútbol 1978, se crearon una gran cantidad de hoteles de tres y cuatro estrellas en Capital Federal, y en ciudades del interior del país que eran sedes de la copa del mundo.

En los años noventa, se da un giro de 180° respecto a la hotelería en Argentina. Durante el periodo 1991 – 1994 fueron inaugurados 206 hoteles; entre los hoteles cinco estrellas que comenzaron a operar en la Argentina se encuentran: el Four Seasons, Caesar Park, Intercontinental y Sheraton Park Tower. Con el Plan de Convertibilidad, desde mediados de

década, ingresaron al país las grandes cadenas hoteleras, como Marriot, Hyatt, Inter – Continental, Howard Johnson, Accor, NH, Sol Meliá, Hilton y Holiday Inn. En la actualidad, la presencia de las cadenas hoteleras se concentra en hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados éstos en los puntos con la mayor atracción turística del país. La cadena Ibis, perteneciente al grupo francés Accor, es concebida a nivel mundial como categoría dos estrellas, pero en nuestro país debido a la desactualización de la ley de categorización de hoteles, es considerada como tres estrellas. A fines del Siglo XX, la oferta hotelera argentina era de 423.538 plazas.

Desde comienzo de siglo, los hoteles y las cadenas hoteleras han ido modernizándose, ajustándose a las exigencias y preferencias del turista. Es una tendencia en aumento que ofrece exclusividad y atiende de forma personalizada las necesidades del turista, han nacido así los hostels, hoteles boutique, hoteles temáticos, entre otros.

3 Capítulo III: Alojamiento en la ciudad de Bahía Blanca

Luego de exponer los aspectos más destacados en cuanto a la reglamentación del alojamiento turístico y a los antecedentes históricos de la hotelería en nuestro país, la siguiente sección tiene por finalidad el análisis de las características más sobresalientes de la ciudad de Bahía Blanca en lo que respecta al turismo, teniendo como base el modelo conceptual propuesto a fin de responder a los objetivos planteados.

Los aspectos que definen el perfil de la oferta y de la demanda turística de la ciudad, se efectuaron a partir del análisis del informe anual del área de Turismo de la Municipalidad de Bahía Blanca y de la Encuesta de Ocupación Hotelera perfilada por el INDEC. Otros datos fueron recogidos de forma personal en consultas reiteradas a los establecimientos hoteleros y extrahoteleros de la ciudad.

3.1 Caracterización del área de estudio

Localización geográfica

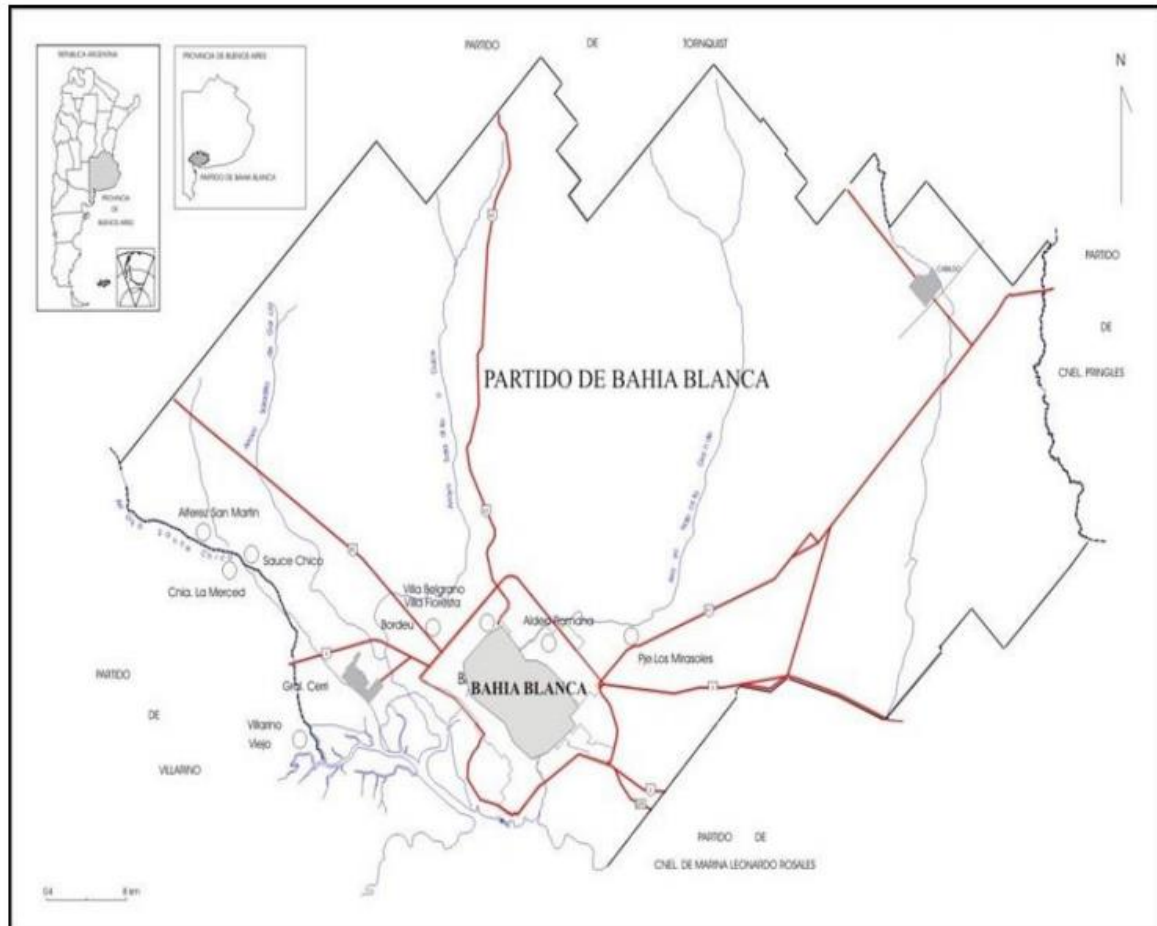
La ciudad de Bahía Blanca, con una superficie total de 2.247 km², cabecera del partido homónimo, se encuentra ubicada a los 38°44' latitud sur y 62°16' longitud oeste, en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires.

El partido de Bahía Blanca está conformado por las localidades de Ingeniero White, General Daniel Cerri y Cabildo. Los partidos con los cuales limita son Villarino, Tornquist, Coronel Pringles y Coronel Rosales.

Los cauces hidrográficos que recorren la ciudad son el arroyo Napostá Grande, arroyo Maldonado y arroyo Napostá Chico, los cuales desembocan en el estuario de la bahía Blanca.

Figura 1

Localización del partido de Bahía Blanca



Fuente: Rosake, P. y Ercolani, P., 2014.

Características demográficas

La población actual, según el Censo Nacional 2010, es 301.572 habitantes. Registrándose un aumento del 5.89% en comparación con el Censo Nacional realizado en el año 2001. En cuanto a la densidad de habitantes por kilómetro cuadrado, al año 2010, era de 134,2 habitantes.

Características climatológicas

El clima en la ciudad de Bahía Blanca es templado de transición, con temperaturas moderadas y alta variabilidad, con medias entre 23°C en verano y 8°C en invierno. En el área de influencia, se va tornando seco, al pasar del NE al SO.

El régimen pluviométrico es de lluvias abundantes durante el otoño y primavera. Las precipitaciones oscilan entre 500 y 600 mm. anuales, con un alto índice de variabilidad mensual. Los vientos son moderados y predominantes del Norte - Noroeste.

Medios de acceso

La red vial por la que se puede acceder a Bahía Blanca se presenta con un alto nivel de desarrollo, en lo que respecta al estado de la carretera en sí misma, pero también a la señalética. La ciudad tiene una gran relación con el centro y sur de la región pampeana, y con el norte de la región patagónica. De las rutas por las que se ingresa a la ciudad se destacan:

- Ruta Nacional 3: está ruta atraviesa la ciudad de Bahía Blanca en sentido NE – SE. Es una de las principales arterias de la república Argentina; nace en la Capital Federal y finaliza en Ushuaia, provincia de Tierra del Fuego.
- Ruta Nacional 33: por el Norte de la ciudad, esta ruta tiene como kilómetro 0 a la ciudad de Bahía Blanca y finaliza en Rosario, provincia de Santa Fe.
- Ruta Nacional 35: esta ruta ingresa por el Oeste de la ciudad, nace al igual que la RN N°33 en Bahía Blanca y finaliza en la localidad de Santa Catalina provincia de Córdoba.
- Ruta provincial 51: ingresa a la ciudad por el NE. Tiene como punto de partida la ciudad de Ramallo y finaliza en Bahía Blanca, recorriendo de esta manera la provincia de Buenos Aires en sentido Norte – Sur.

Todas las rutas anteriormente presentadas se topan en el ingreso a la ciudad de Bahía Blanca con la avenida Circunvalación, la misma es un anillo que rodea a la ciudad y fue pensada estratégicamente para que el ingreso a la ciudad no sea forzoso. Así, se puede ingresar y egresar de la ciudad, sin tener necesidad de atravesarla, lo que conllevaría una pérdida de tiempo para los conductores.

En cuanto al acceso por vía aérea a la ciudad, cabe destacar que la misma cuenta con un aeropuerto. La aerostación civil Comandante Espora, se encuentra a 12km del centro de Bahía Blanca, en sentido Este de la localidad. Con el objetivo de lograr una mejor conectividad del país, el Ministerio de Transporte de la Nación se encuentra trabajando en la renovación de aeropuertos y apertura de nuevas rutas aéreas que conecten las ciudades del interior. De esta forma, el aeropuerto de Bahía Blanca recibe diariamente 5 vuelos procedentes de la Capital Federal, pertenecientes a la aerolínea de la bandera Aerolíneas Argentinas. Así, la ciudad de Bahía Blanca recibe semanalmente, por un lado, a través de

Aerolíneas Argentinas 32 vuelos desde Capital Federal y parten desde Bahía Blanca con mismo destino, 32 vuelos.

La misma aerolínea realiza un vuelo con cuatro frecuencias semanales conectando a Bahía Blanca con la ciudad de Neuquén, el mismo se encuentra operativo desde marzo hasta octubre; durante el periodo noviembre – febrero, se suspende el vuelo hacia Neuquén reemplazándose por el tramo Bahía Blanca – San Carlos de Bariloche.

La ciudad también se conecta con la ciudad de Mar del Plata, Trelew, Rio Grande y Ushuaia, con el vuelo de Aerolíneas Argentinas del “corredor del atlántico” que une Buenos Aires – Ushuaia en tres frecuencias semanales.

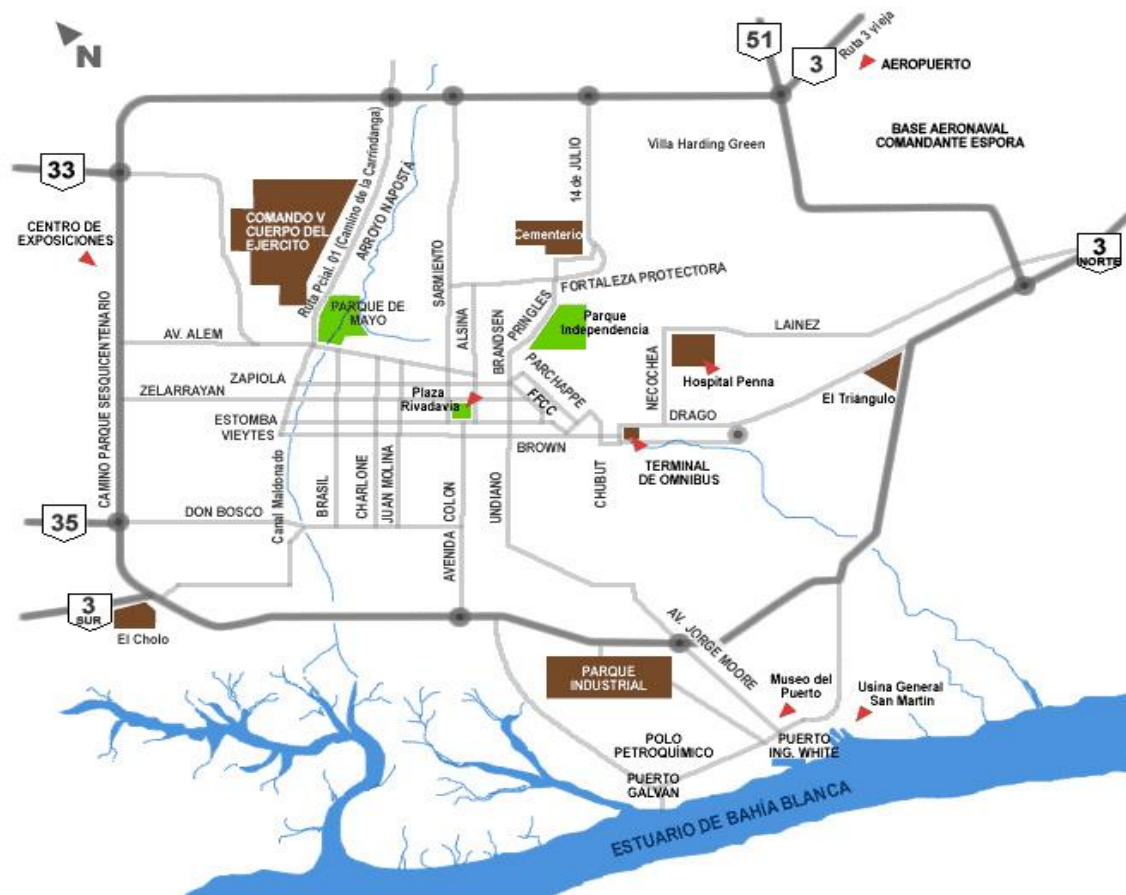
A partir de mayo 2018, comenzó a operar el vuelo directo Bahía Blanca – Córdoba con cinco frecuencias semanales.

Por otro lado, la aerolínea LAN Argentina ha suspendido su ruta Bahía Blanca – Buenos Aires en junio del 2018. En tanto la aerolínea de bajo costo FlyBondi ha comenzado a operar el vuelo desde el aeropuerto de El Palomar hacia Bahía Blanca con tres frecuencias semanales.

Se puede arribar a la ciudad de Bahía Blanca por ferrocarril. En la actualidad existen dos servicios: uno prestado por la empresa FerroBaires S.A y el otro prestado por Ferrocarriles Argentinos. Diariamente arriba a la ciudad el servicio que une Plaza Constitución (Capital Federal) – Bahía Blanca, por la tarde parte hacia Buenos Aires el mismo servicio. En el año 2015, a través del fomento de políticas públicas y con la estatización de Ferrocarriles Argentinos, comenzó a funcionar un servicio semanal desde Plaza Constitución hacia Bahía Blanca, y regresa el mismo servicio los días domingos.

Figura 2

Medios de acceso a la ciudad de Bahía Blanca



Fuente: Arena, L., 2010.

Ciudad de Bahía Blanca: centro de servicios en el sudoeste bonaerense

En lo que respecta a la educación, la ciudad de Bahía Blanca ofrece diferentes ciclos y modalidades: preescolar o inicial, escuela primaria, escuelas secundarias, nivel terciario y nivel universitario, también cuenta con nivel profesional y artístico. La oferta es pública o privada en todos los niveles educativos.

A destacar, el nivel universitario se encuentra comprendido por dos universidades públicas nacionales, como lo son la Universidad Nacional del Sur y la Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Bahía Blanca. Ambas dictan carreras de pregrado, grado, posgrado para magister y doctorados. La propuesta de estudios es amplia y variada.

En tanto, la Universidad Salesiana (UniSal) es de carácter privada y comenzó a funcionar en marzo de 2015. Ofrece cuatro carreras de grado. También se encuentran las sedes de la Universidad Católica de La Plata y la Universidad Siglo XXI.

Así mismo existen en la ciudad cinco instituciones de investigación de la Universidad Nacional del Sur dependientes del CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas), ellos son: CERZOS, IADO, INIBIB, PLAPIQUI, INMABB.

Concerniente al ámbito de salud o sanitario, la infraestructura se compone de establecimientos públicos y privados. La capacidad de los hospitales públicos es de 518 camas, la de nosocomios y clínicas privadas de especialización general es de 569 y la de psiquiatría 234.

El hospital de mayor importancia y que posee mayor infraestructura es el Hospital Interzonal General de Agudos Dr. José Penna. Los servicios municipales son comprendidos por el Hospital Municipal de Agudos Dr. Leónidas Lucero, el hospital Menor de Ingeniero White, el Centro de Salud L. Piñeiro y 45 unidades sanitarias que dependen de la secretaría de salud y acción social del municipio bahiense. Respecto a los hospitales de gestión privada deben nombrarse: Regional Español, Privado del Sur, Hospital de la Asociación Médica (HAM), Centro de Salud Privado perteneciente al sindicato de Empleados de Comercio, Italiano Regional del Sur, Clínica Modelo, Clínica Privada Bahiense y el hospital Militar.

Respecto a las actividades económicas sobresale la actividad comercial del Puerto de Bahía Blanca, uno de los principales puertos de aguas profundas y de mayor importancia junto al Puerto de Buenos Aires y el Puerto de Rosario. El Puerto de Bahía Blanca, concentra sus actividades en torno a la exportación de granos. Lo complementa el puerto Galván para la exportación e importación de petróleo y químicos. Lindante al puerto de Ingeniero White, se encuentra el polo petroquímico más importante del país que aglutina el 87% de la producción provincial y el 64% de la producción nacional, en el que diversas empresas nacionales y multinacionales se especializan en industria química y petroquímica.

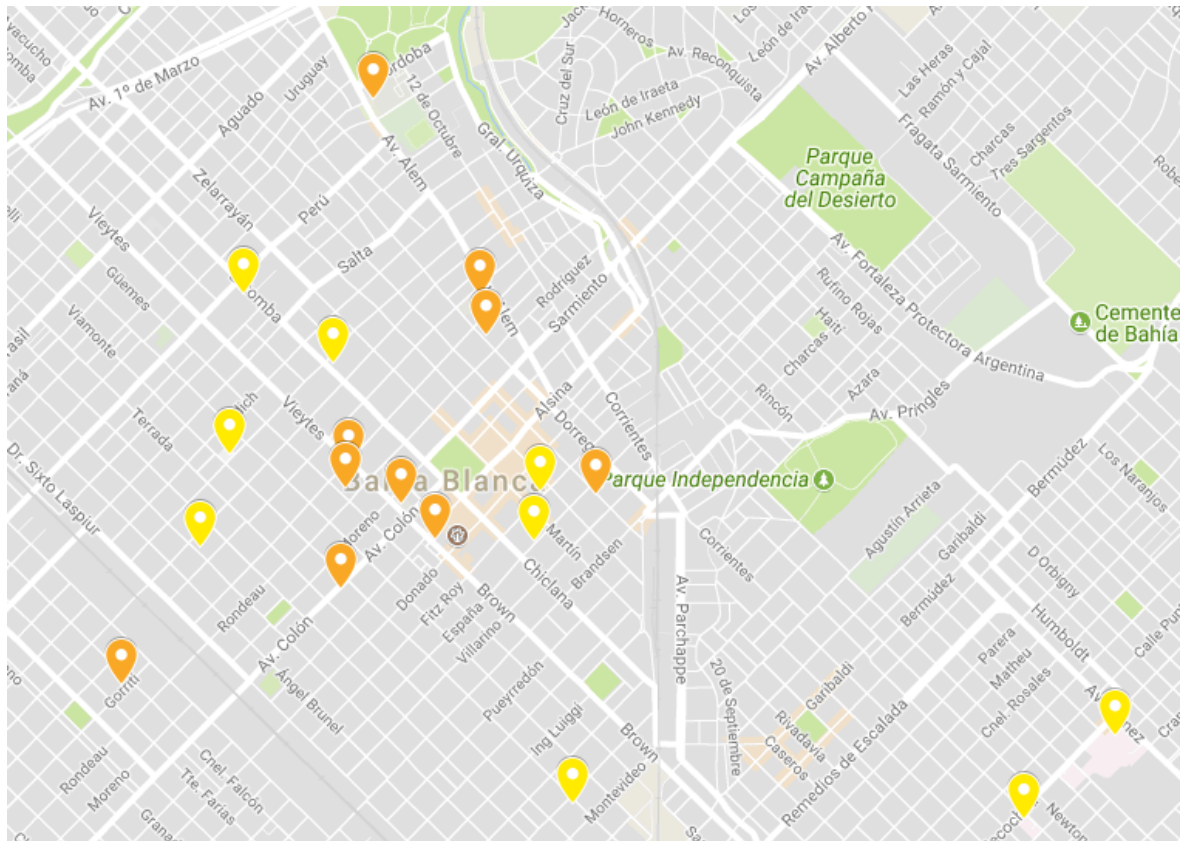
Otra actividad económica, y no con menor importancia, es lo que refiere a la actividad comercial en la ciudad de Bahía Blanca. En un análisis sintético, se podría decir que la localidad está estructurada por sectores en lo que respecta a las actividades comerciales. En el centro de la localidad se encuentran los locales comerciales de indumentaria, electrodomésticos y la oferta gastronómica.

En la avenida Cabrera y Sarmiento se encuentran locales de venta de muebles, el centro de compras más importante de la ciudad como lo es el Bahía Blanca Plaza Shopping y en dirección noreste se hallan las concesionarias de automotores y el centro comercial Wal – Mart y Paseo del Sol.

En la Ruta Nacional N°3 en dirección al sur se encuentra el parque industrial de la ciudad de Bahía Blanca, que ofrece la compra y venta de automotores pesados, maquinarias agrícolas y algunos supermercados mayoristas.

Figura 3

Localización de los establecimientos educativos superiores y sanitarios



Fuente: Lehr, I., sobre la base de Google Maps, 2017.

En la figura 3 se puede observar con color naranja la localización de los establecimientos educativos de nivel terciario y superior y con color amarillo la localización de los establecimientos sanitarios, hospitales públicos y privados, en la ciudad de Bahía Blanca.

3.2 Perfil de la oferta de alojamiento en Bahía Blanca

Bahía Blanca se caracteriza por contar con una plaza hotelera que funciona como centro de escala más que como centro turístico de estadía.

Según la Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación, las actividades de alojamiento en Bahía Blanca se distribuyen en 40 establecimientos hoteleros y extrahoteleros. Cabe destacar que, según el Decreto 13/14 todos los alojamientos en Bahía Blanca forman parte del

alojamiento turístico hotelero. Las plazas disponibles se estiman, aproximadamente, en 2000. Pueden identificarse cinco grandes divisiones dentro de las actividades de alojamiento de Bahía Blanca: hoteles, aparts hotel, hospedajes, hostels y moteles.

Los departamentos y casas de alquiler, no se encuentran contemplados en los datos estadísticos, tampoco se cuantifican para el análisis de la oferta de alojamiento en Bahía Blanca, por parte del área de turismo de la Municipalidad ni por la Secretaría de Gobierno de Turismo para la Encuesta de Ocupación Hotelera. Sin embargo, la oferta de departamentos y casas de alquiler (por día, semana o mes) es mucho más amplia en cuanto a la cantidad de oferentes y es más dispersa en el territorio, es decir, no se limita a localizarse en el centro de la ciudad.

La localización de los distintos locales vinculados a la actividad de alojamiento temporal se da en el microcentro y macrocentro de la ciudad. El 80% de los alojamientos hoteleros se encuentra a menos de 10 cuadras de la Plaza Rivadavia. También se encuentran establecimientos hoteleros y extrahoteleros en calles o avenidas principales de acceso a la ciudad, en las zonas más alejadas del centro se ubican moteles, apart hoteles y hospedajes.

Según el Decreto 13/14, todos los alojamientos turísticos mencionados anteriormente, se categorizan en hoteleros. Resulta necesario aclarar que para su análisis y estudio, el sector extrahotelero de la ciudad de Bahía Blanca se tomará como categoría especial. Con el fin de diferenciar los sectores y mostrar su dinamismo.

En la tabla siguiente se muestra la composición, tamaño y capacidad del sector de alojamiento en Bahía Blanca clasificado, según la tipología del establecimiento, en hotelero y extrahotelero.

Tabla I
Establecimientos hoteleros y extrahoteleros en Bahía Blanca

Hotelero	Establecimientos		Habitaciones		Plazas	
	Cantidad	(%)	Cantidad	(%)	Cantidad	(%)
Hoteles	10	50,00	574	76,43	1373	73,07
Apart hoteles	4	20,00	76	10,12	263	14,00
Hospedajes	5	25,00	75	9,99	165	8,78
Motel	1	5,00	26	3,46	78	4,15
Total	20	100,00	751	100	1879	100,00
Extrahotelero	Establecimientos		Habitaciones		Plazas	
	Cantidad	(%)	Cantidad	(%)	Cantidad	(%)
Hostel	1	2,50	18	24,66	65	33,16
Bed & Breakfast	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Alojamiento turístico rural	1	2,50		0,00		0,00
Casas o Departamentos	36	90,00	54	73,97	127	64,80
Casa de familia	1	2,50	1	1,37	4	2,04
Camping	1	2,50	Hectareas		Capacidad	
			25		1000	
Total	40	100,00	73	100	196	100

Fuente: Lehr, I., 2016.

3.2.1 Sector hotelero

El organismo privado que nuclea a toda la oferta hotelera es la Asociación de hoteles, restaurantes, bares, confiterías y afines de Bahía Blanca y región de Sudoeste. La asociación se encuentra adherida a la Federación Empresaria Hotelera – Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA).

Los hoteles constituyen la principal modalidad de alojamiento (representan el 50% del total de establecimientos) y poseen el 73,07% del total de plazas disponibles. En su mayoría son hoteles con gestión empresarial, otros en tanto son gestionados a nivel familiar y no hay presencia de hoteles gremiales.

Tabla II
Establecimientos hoteleros en Bahía Blanca

Alojamiento Hotelero					
Tipo	Categoría	Número de empresas	Porcentaje del total	Plazas	Porcentaje del total
Hotel	4 estrellas	4	20,00	946	50,35
	3 estrellas	2	10,00	175	9,31
	2 estrellas	2	10,00	130	6,92
	1 estrella	2	10,00	122	6,49
Apart Hotel		4	20,00	263	14,00
Motel		1	5,00	78	4,15
Hospedaje	A	5	25,00	165	8,78
Total		20	100,00	1879	100

Fuente: Lehr, I., 2016.

Una característica importante de la oferta hotelera en Bahía Blanca es que su funcionamiento es constante y se mantiene operable durante todo el año, a diferencia de los destinos turísticos cercanos como Monte Hermoso, en el cual su oferta de alojamiento permanece operativa sólo en temporada estival, con algunas excepciones. Sin embargo, esto no significa que en la ciudad de Bahía Blanca no haya estacionalidad, cuestión que se desarrollará con mayores detalles en el perfil de la demanda.

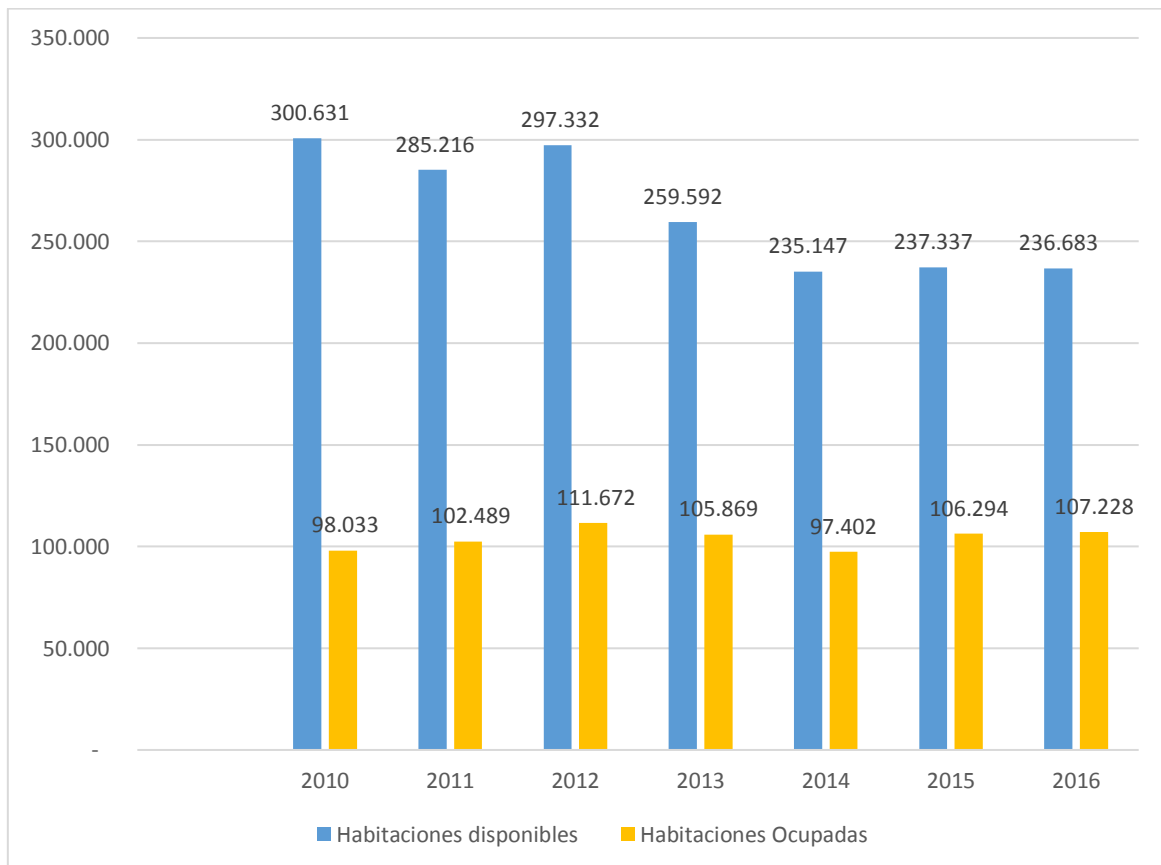
Cabe destacar que el municipio releva mensualmente la oferta hotelera, en consecuencia confecciona y difunde una guía de alojamiento de la ciudad con los datos de cada establecimiento y sus tarifas. El informe es publicado en la página web de turismo Bahía Blanca.

Los fines de semana largos y feriados puentes fomentados por el Poder Ejecutivo Nacional a través del Ministerio de Turismo para el crecimiento del turismo interno, han ayudado para que la ciudad de Bahía Blanca experimente un aumento en la demanda de su oferta de servicios turísticos. Es por ello que, en un informe elaborado por la AHG, a través de consulta telefónica y en el marco de implementación de la Plataforma de Estadística de Ocupación Hotelera desarrollada por FEHGRA, se pudo analizar que el porcentaje de ocupación hotelera en el fin de semana largo del 27 al 29 de Noviembre del año 2015 ha sido del 67%.

En cuanto al porcentaje de ocupación de habitaciones, se mantiene un porcentaje de ocupación anual de entre 32% y 44%. El 2016 fue el periodo con mayor porcentaje de ocupación de habitaciones, llegando al 45,3%; seguido por el año 2015 con el 44% de ocupación. En tanto los años 2011 y 2012 han tenido porcentaje de ocupación más estable, con 36% y 37,5% respectivamente.

Figura 5

Habitaciones disponibles y ocupadas por año en alojamientos hoteleros



Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

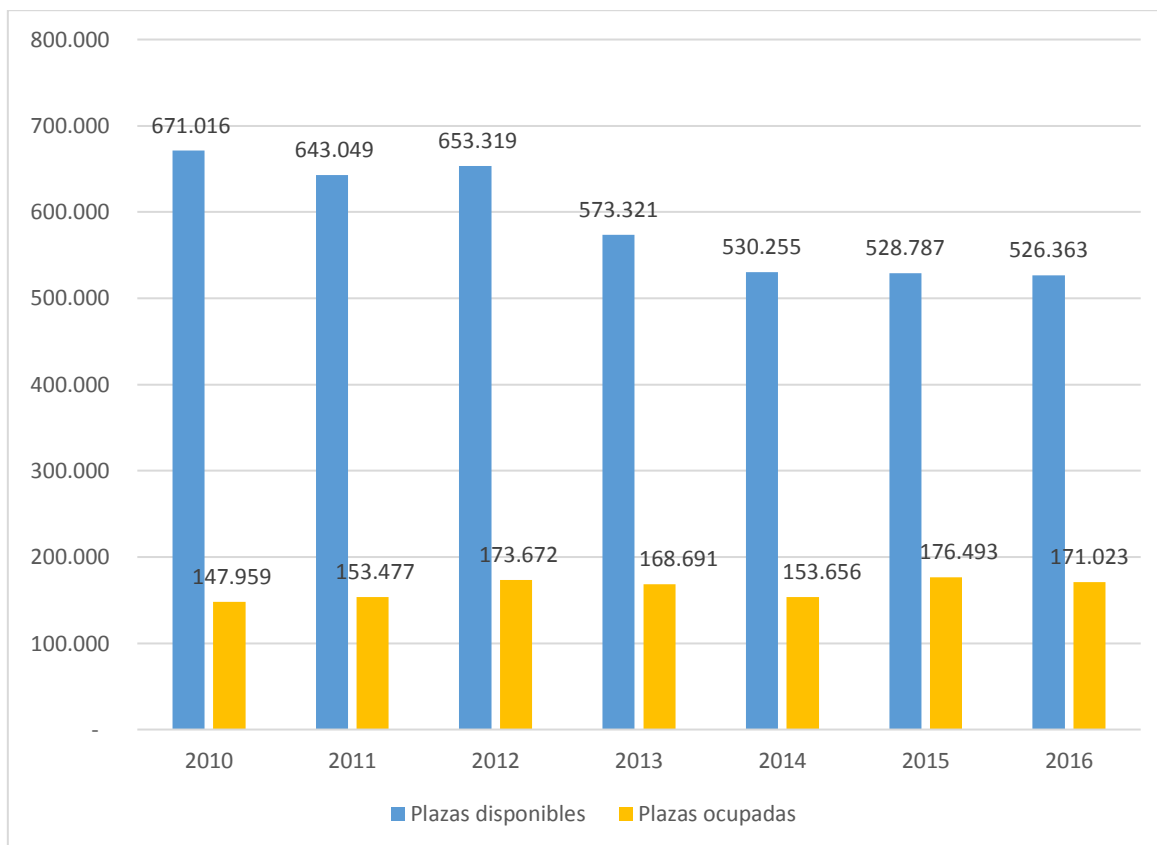
En el contexto de las plazas, ocurre que el año con mayores plazas disponibles ha sido el 2010, a partir de entonces la cantidad ha disminuido. La relación entre el año 2010 – 2016 es de 21,5% en disminución de plazas disponibles.

Por otra parte, las plazas ocupadas se mantuvieron en alza en el periodo 2010 – 2012, sin embargo durante los años 2013 y 2014 ha disminuido considerablemente, logrando recuperarse en el año 2015.

El porcentaje de ocupación de plazas se ha mantenido en constante alza en el período analizado. El 2015 fue el año que mayor porcentaje de ocupación de plazas ha tenido con el 33,3%.

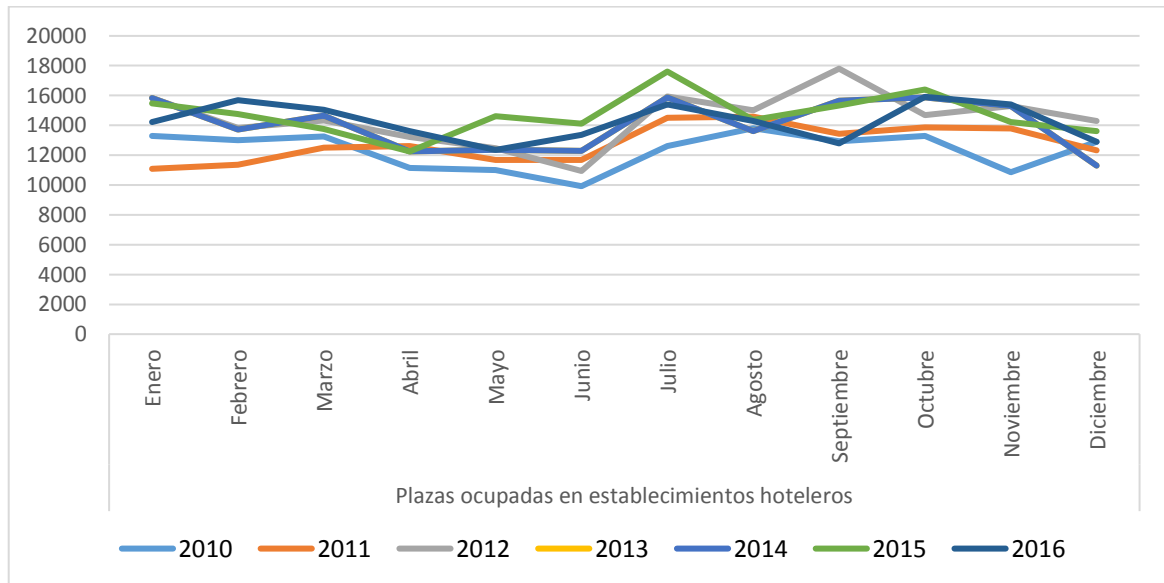
Figura 6

Plazas disponibles y ocupadas por año en alojamientos hoteleros



Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

Figura 7

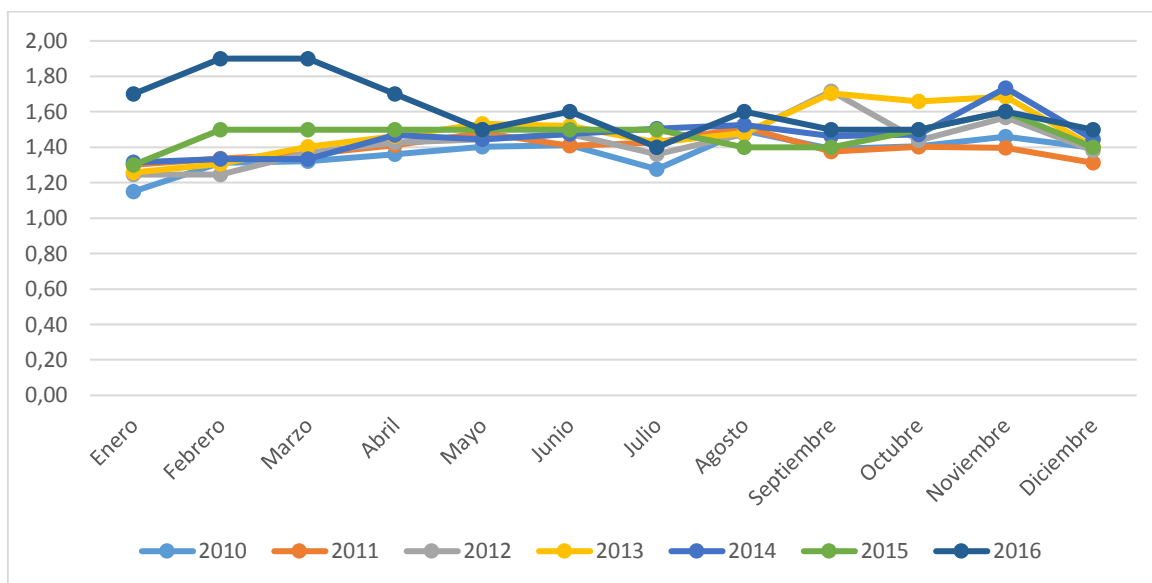
Plazas ocupadas en establecimientos hoteleros (por año y por mes)

Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

El mercado hotelero experimenta una estacionalidad discontinua a lo largo del año. Por una parte tiene una buena ocupación durante los meses de enero y febrero, pero de allí en adelante sufre una caída en la ocupación hasta el mes de julio, mes en el cual logra recuperarse. Durante el mes de agosto, tiende a disminuir la cantidad de ocupación respecto al mes de julio. Por otra parte, en el último cuatrimestre del año, tiene un aumento durante los meses de septiembre y octubre, logrando tal tendencia hasta el mes de noviembre. Sin embargo, durante el mes de diciembre cae nuevamente la ocupación.

En síntesis, en la estacionalidad del mercado hotelero puede identificarse que los meses con mayor ocupación son enero, febrero, julio, septiembre, octubre y noviembre. Entre los meses de mayor ocupación se encuentran los de vacaciones de verano e invierno, esto es esperable dado que Bahía Blanca es una ciudad de paso hacia destinos turísticos del sur del país. En tanto los meses que sufren caída en la ocupación son marzo, abril, mayo, junio, agosto y diciembre.

Figura 8
Estadía media (en días) en establecimientos hoteleros



Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

La estadía media en los alojamientos hoteleros ha sido constante durante el periodo 2010 – 2016. Durante el primer semestre de cada año, la estadía se mantiene en 1,2 y 1,5 días; en cambio, en los segundos semestres, oscila entre 1,3 y 1,8 días.

El primer cuatrimestre del año 2016 ha tenido una estadía media por encima de los 1,7 días, con picos de 1,9 días.

3.2.2 Sector extrahotelero

La EOH elaborada por el INDEC no tiene en cuenta la normativa del Decreto 13/14 de la provincia de Buenos Aires. Sin embargo, con el objetivo analizar y respetar el marco legal, se tomará al sector extrahotelero de la ciudad como categoría especial.

El sector extrahotelero en la ciudad de Bahía Blanca está comprendido por hostel, camping, y casas y departamentos de alquiler por día, semana o mes, denominados comúnmente como alquileres temporarios.

A diferencia del sector hotelero el alojamiento extrahotelero no se encuentra representado o nucleado por ninguna asociación.

Los alquileres temporarios, constituyen la principal modalidad de alojamiento en el sector extrahotelero con 64,80% plazas disponibles.

La tendencia del mercado de alojamiento extrahotelero, es funcionar en el marco de economía colaborativa. La economía colaborativa consiste en un modelo socioeconómico basado en el acceso a recursos, servicios, productos, capacidades y conocimientos, mediante la conexión en cualquier momento y lugar, entre personas conocidas o desconocidas (Masulli, 2014). Se trata de un sistema construido en base al intercambio, la colaboración, la apertura y la abundancia a través de plataformas, que pueden ser digitales o no digitales (Muela, 2015). Es decir que dichos intercambios pueden darse a nivel local (en contacto con el entorno próximo como la oficina, barrio, club, etc.), o bien a través de internet, creando así múltiples relaciones entre particulares hasta integrar comunidades interconectadas y descentralizadas para cubrir sus necesidades, en contraposición con las instituciones de tipo centralizadas y de estructura piramidal. Las economías colaborativas se pueden desarrollar en cualquier servicio, y es quizás en el turismo donde logran su mejor expresión, tanto en transporte, alojamiento, restauración, entre otras. En las distintas modalidades de alojamiento extrahotelero, existen distintas plataformas digitales en las que se desarrollan actividades en el marco de la economía colaborativa.

A continuación, se detallarán las características principales de cada modalidad de alojamiento extrahotelero, ya que se diferencian las unas de las otras y a su vez el impacto en el mercado de cada una es muy distinto.

Camping

El camping municipal Maldonado tiene su acceso en intersección de la Ruta Nacional 3 (km 695) y la calle Charlone. Es un espacio verde que cuenta con 25 hectáreas que comprende el área del balneario y el camping. De gestión municipal, el balneario Maldonado abre sus puertas en la temporada estival para la comunidad bahiense, y el precio para acceder es muy asequible. El camping tiene una capacidad máxima de 1000 personas y cuenta con servicios de duchas con agua caliente, fogones, cantina o proveeduría, luz e internet wifi. Durante el invierno, el camping no tiene un precio fijo para aquellas personas que deseen acampar, solo es a voluntad del acampante. Durante esta estación del año utilizan las instalaciones clubes, comunidades de exploradores, scouts y guías.

Tabla III
Capacidad de ocupación del camping municipal Maldonado

CAMPING	Hectáreas	Capacidad
Complejo recreativo Maldonado	25	1000

Fuente: Lehr, I., 2016.

En una entrevista realizada al encargado del camping municipal Maldonado, señor Oscar Espinoza, se ha podido saber que durante el verano y comienzos del otoño acampan en el lugar visitantes internacionales de diversas nacionalidades que toman a Bahía Blanca como escala en su viaje hacia El Calafate (Santa Cruz); y luego en su regreso vuelven a hospedarse. El administrador brindó detalles acerca de la concesión del lugar: “el área del camping es municipal, pero durante el verano hay un concesionario que administra la cantina y el camping”. El encargado se mostró molesto cuando contó que el municipio corta durante el invierno el servicio de internet WiFi, ya que es la principal queja que recibe por parte de las personas que acampan allí.

Por último, el señor Espinoza calificó al camping Maldonado de “gran importancia, porque es el único entre Tres Arroyos y Río Colorado, a lo largo de la RN N°3”.

Hostel

En Bahía Blanca la modalidad de alojamiento conocida como Hostel se ofrece en un solo establecimiento, ubicado en el macrocentro de la ciudad, en la intersección de las calles Soler e Israel. El hostel cuenta con 18 habitaciones y tiene una capacidad total de alojamiento de 65 plazas. Cuenta con cocina equipada, ropa blanca, seguridad e internet wifi. Las habitaciones que ofrecen a los huéspedes son compartidas o privadas, en las que se puede compartir o no el baño si el cliente lo desea. En función de ello y según la cantidad de personas por grupo, varían los precios al público.

Alquileres temporarios

Los alquileres temporarios son la nueva modalidad de alojamiento que está revolucionando el mercado de alojamiento turístico. Hoy en día, cada vez más personas (potenciales turistas) buscan alojamiento mediante alquileres temporarios en el destino que desean, ya que encuentran mayores y mejores prestaciones a un menor costo. A su vez, las personas ofrecen

sus departamentos o casas en alquiler en distintas plataformas digitales, convirtiéndose así en prestadores de servicio.

Esta tendencia global de la oferta de alquileres temporarios en distintas plataformas digitales no es ajena en Argentina. Actualmente en Latinoamérica, Brasil lidera el mercado de alquileres temporarios, lo sigue la Argentina que posee un mercado en constante aumento y expansión. El lugar que funciona como lazo conector son los *Marketplace*, es decir plataformas digitales de comercio electrónico dedicadas a optimizar procesos de intercambio, y que reúnen en un solo lugar a oferentes y demandantes, o específicamente a prestadores de servicio y potenciales turistas, si se refiere a alquileres temporarios.

En lo que refiere al mercado de alquileres temporarios, plataformas como Airbnb, (reconocida a nivel mundial), o Zukbox (especializada en alquileres temporarios en Latinoamérica) en los últimos años han tenido un constante aumento; superando en cada año sus cifras en cuanto a la cantidad de alojamientos contratados y también la adhesión de miembros en sus comunidades. Esto no sólo demuestra que el mercado de alojamiento turístico se ha ido ampliando y que en la actualidad existen otras modalidades de alojamiento que no se limitan a las hoteleras e incluso ofrecen los mismos o más servicios que éstas; sino que las personas (turistas) en la actualidad están eligiendo alojamientos alternativos. La motivación principal de los turistas para alojarse en alquileres temporarios son los precios competitivos, sin embargo sus gustos o preferencias son una variable determinante; una opción más personal y auténtica, que la ofrecida en un hotel, motiva al turista en su elección.

La plataforma Zukbox fue absorbida por Despegar.com a fines del año 2016.

La cuantificación de los alquileres temporarios es difícil, porque los proveedores tienen libertad de acción para ofrecer o dejar de ofrecer el servicio. No se les exige que cumplan con una reglamentación o que deban permanecer “logueados” a una página por un tiempo determinado. A su vez se suman cada día más personas con el fin de ofrecer sus casas o departamentos. Por ello la tabla que se muestra a continuación muestra la cantidad de alquileres temporarios que había en una fecha específica, es decir, que se sacó una foto de los alquileres temporarios en Bahía Blanca en un momento determinado.

Tabla IV
Alquileres temporarios disponibles en AirBnB y Zukbox

Alquileres Temporarios	Tipo						
	Departamento				Casa		
		Cantidad	Plazas	% plazas	Cantidad	Plazas	% plazas
Habitaciones	1	13	28	29%	2	3	10,6%
	2	15	56	57%	2	10	34,4%
	3	2	14	14%	n/d	n/d	n/d
	4	n/d	n/d	n/d	2	16	55%
Total		30	98	100%	6	29	100%

Fuente: Lehr, I., sobre la base de Airbnb y Zukbox. 16/08/2016.

En cuanto a la localización de los alquileres temporarios, su distribución en el territorio es más dispersa y no se limitan a estar en las zonas céntricas. También están próximos a las universidades y a los hospitales principales de la ciudad.

En la figura 9 se aprecia la localización de los alojamientos extrahoteleros. En color verde se identifican los alojamientos temporarios, en rojo el hostel y en negro el camping municipal.

Figura 9
Localización de los alojamientos extrahoteleros



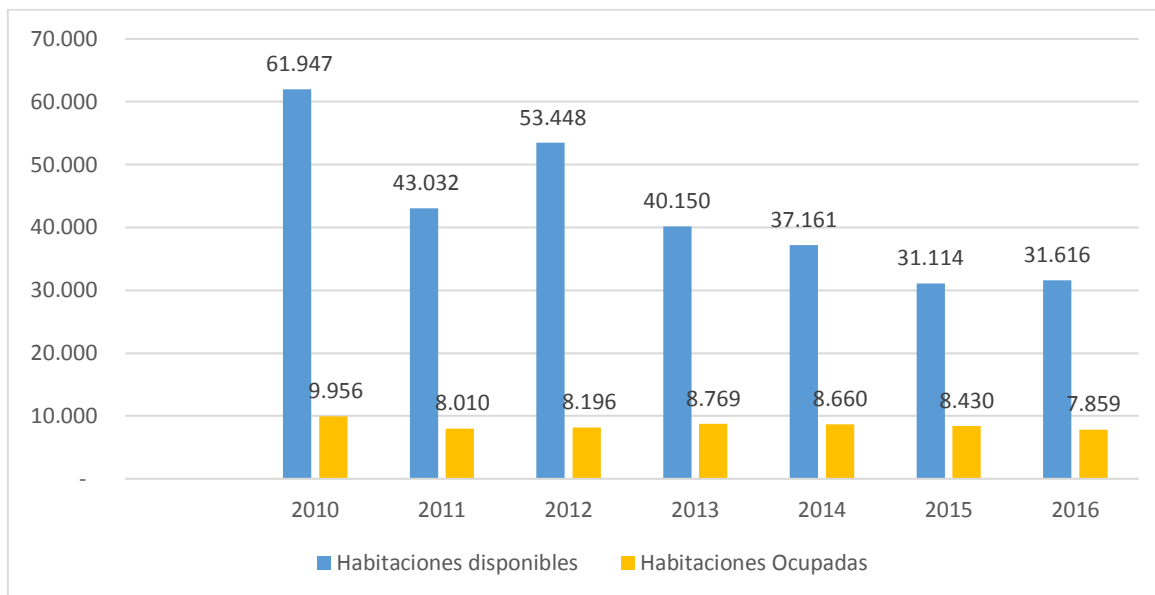
Fuente: Lehr, I., sobre la base de Google Maps, 2016.

Evolución de la oferta de alojamiento extrahotelero

La disponibilidad de habitaciones ha disminuido notablemente en los últimos seis años, como se observa en la figura 10. Durante el periodo 2010 – 2016, la disponibilidad de habitaciones en el mercado extrahotelero ha disminuido un 51%. Sin embargo a pesar de la caída, la ocupación de las habitaciones ha mantenido cierto equilibrio desde el año 2011 hasta el 2016. No superando la cantidad de 9.000 habitaciones ocupadas. En el periodo 2010 – 2016, la disminución en habitaciones ocupadas ha sido del 21%.

El porcentaje de ocupación de habitaciones tiende a mantenerse entre el 20% y 30% por año. Desde el 2012 mantiene un constante aumento, y ha alcanzado su pico máximo en el año 2015 con el 27%. Sin embargo el porcentaje de ocupación resulta ser embustero, pues las habitaciones disponibles disminuyen año a año, y a su vez la ocupación mantiene un equilibrio. El resultado no es la representación de un aumento en las habitaciones ocupadas, sino todo lo contrario.

Figura 10

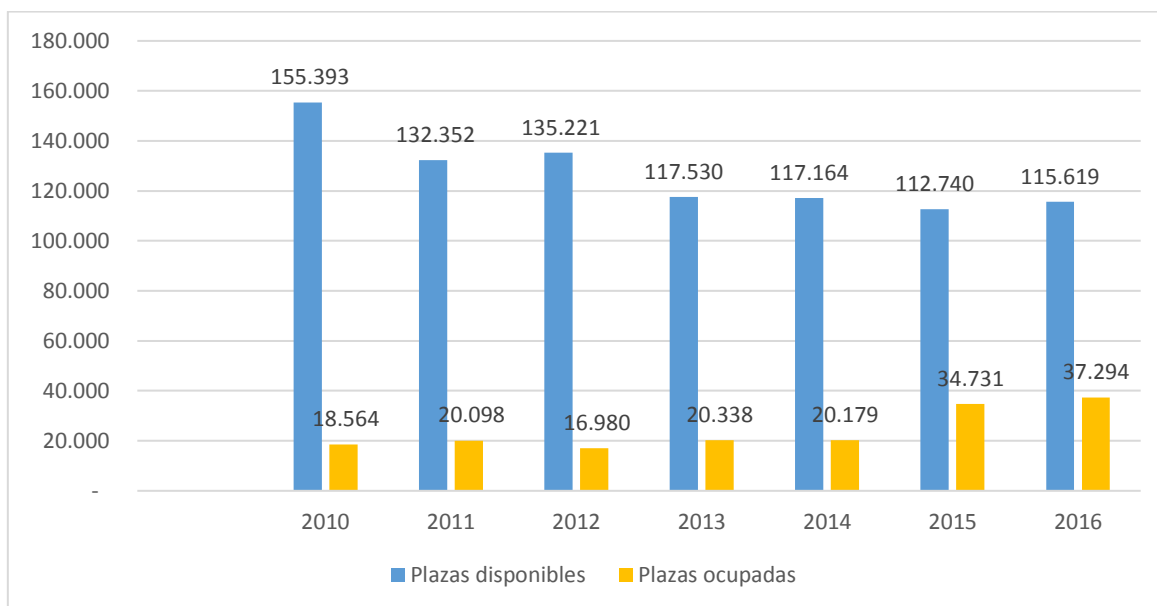
Habitaciones disponibles y ocupadas por año en alojamientos parahoteleros

Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

Tal como sucede con las habitaciones disponibles, en el periodo 2010 – 2016 las plazas disponibles han tenido una merma del 25,6%. Por su parte, las plazas ocupadas han mantenido un equilibrio durante el periodo mencionado, alcanzando su tope máximo en el año 2016.

El porcentaje de ocupación se mantiene en aumento, logrando mantenerse por encima del 12% con picos máximos de 17%, no obstante en el año 2015 la ocupación ha tenido un porcentaje del 30,8% y en el 2016 el porcentaje fue del 32,2%.

Figura 11

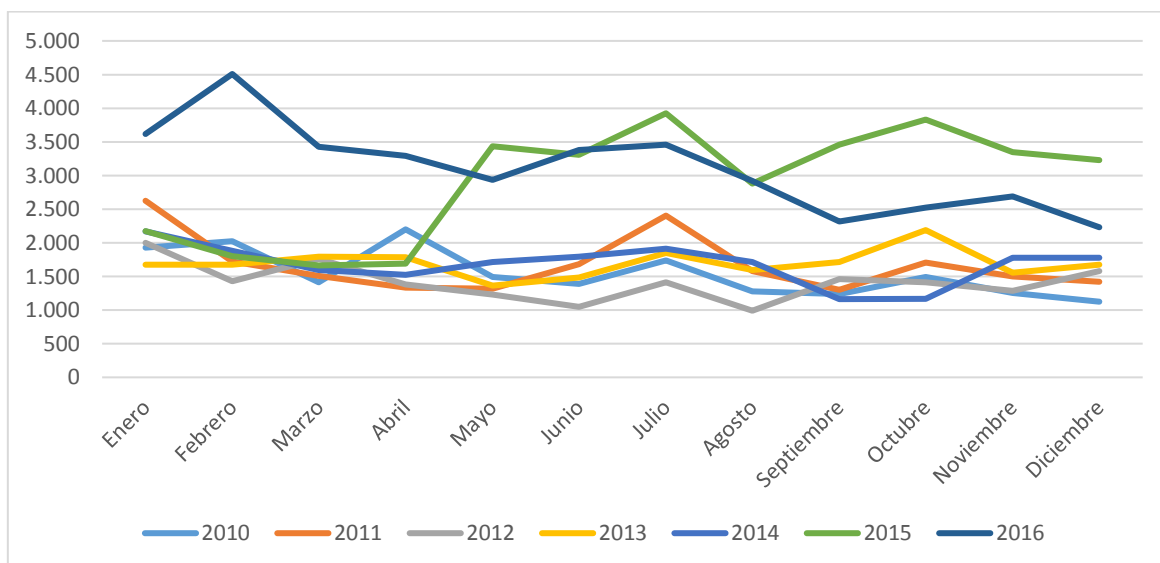
Plazas disponibles y ocupadas por año en alojamientos parahoteleros

Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

El mercado parahotelero posee una estacionalidad discontinua durante el año. Los meses con mayor ocupación son enero y julio. Durante los meses de febrero a junio, experimenta una leve disminución. Pasado el mes de julio, vuelve a descender la ocupación de plazas y comienza a recuperarse a partir de septiembre hasta el mes de noviembre. Generalmente el mes de diciembre mantiene la misma cantidad de ocupación de plazas que el mes de noviembre.

Un detalle a destacar: los picos máximos que ha alcanzado cada año, exceptuando a enero y julio, es porque se han desarrollado eventos programados, congresos, festivales, entre otros. Por ejemplo, se observa que cada año la ocupación de plazas extrahoteleras aumenta durante el mes de octubre; mes en el cual se realiza la Feria Nacional de los Artesanos.

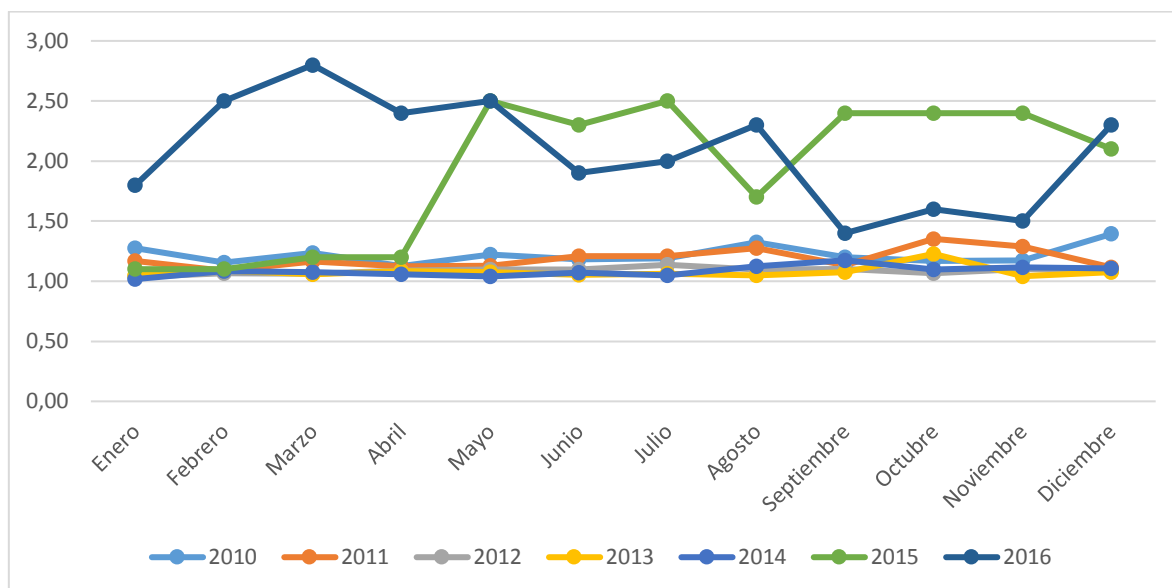
Figura 12

Plazas ocupadas en establecimientos parahoteleros (por año y por meses)

Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

La estadía media en los alojamientos parahoteleros es constante durante todo el transcurso del año, manteniéndose entre 1,1 y 1,4 días. El año 2015 fue un año especial, en el que ha alcanzado picos de hasta 2,5 días de estadía promedio. En tanto, durante el año 2016 la estadía media ha pasado por todas las fases; teniendo picos de 2,5 y 2,8 días en los meses de febrero y marzo respectivamente. Luego ha experimentado caídas, pero siempre manteniéndose por encima del 1,4 día de estadía media.

Figura 13
Estadía media (en días) en alojamientos parahoteleros



Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

3.3 Perfil de la demanda en Bahía Blanca

Demanda Turística

La demanda turística está compuesta por turistas, viajeros y visitantes que poseen distintos intereses, motivaciones, experiencias y características socio-demográficas.

La OMT (1995) define viajero a toda persona que se desplaza dentro o fuera de su país de residencia, por cualquier motivo y utilizando cualquier medio de transporte.

Los viajeros incluyen las categorías de visitantes (todos los viajeros relacionados con el turismo) y otros viajeros. Por consiguiente, el término visitante es el concepto básico para el conjunto del sistema de estadísticas de turismo.

Los visitantes pueden ser:

- Visitantes que pernoctan en el lugar visitado, es decir turistas en sentido estricto.
- Visitantes del día o excursionistas.

Y pueden clasificarse además en:

- Visitantes internacionales: toda persona que viaja, por un período de tiempo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Los visitantes internacionales incluyen:

- Turistas: un visitante que pernocte una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.
- Visitantes del día: un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado.
- Visitantes internos: toda persona que reside en un país y que viaja por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país, pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Una vez definido lo anterior, y teniendo en cuenta la situación de residencia del turista con respecto a un país dado y el destino de su viaje, la OMT distingue:

- Turismo doméstico: referido a los residentes de ese país que viajan sólo dentro de sus fronteras.
- Turismo receptor: es el turismo de los visitantes no residentes, en el territorio económico del país de referencia;
- Turismo emisor: es el turismo de los visitantes residentes, fuera del territorio económico del país de referencia;
- Turismo interior: es el turismo de los visitantes, tanto residentes como no residentes, en el territorio económico del país de referencia;
- Turismo nacional: es el turismo de los visitantes residentes, dentro y fuera del territorio económico del país de referencia.
- Turismo internacional: que incluye al turismo receptor y emisor

El perfil de la demanda turística se define a partir de identificar las preferencias, valoraciones y motivaciones que caracterizan al turista que elige a Bahía Blanca como destino.

El área de turismo perteneciente al Instituto Cultural de Bahía Blanca elabora anualmente un informe estadístico para caracterizar el perfil de la demanda en la ciudad. Los datos son obtenidos de los cuestionarios que se realizan a los visitantes que se acercan hasta los puestos de informes ubicados en la terminal de ómnibus “San Francisco Asís” y en la peatonal Drago. La metodología implementada es muestreo al azar. Los datos que se presentarán corresponden a los informes de los años 2014, 2015 y 2016, realizando entre estos una

comparación. A diferencia de la EOH, se toman los datos de los años 2014, 2015 y 2016, ya que no se encuentran disponibles los datos de años anteriores.

Tabla V
Perfil del turista en Bahía Blanca

Año		2014		2015		2016		
Cantidad encuestas realizadas		765		1562		1164		
Visitantes nacionales		80,78%		79,96%		80,58%		
Visitantes extranjeros		19,22%		20,04%		19,42%		
Procedencia visitantes nacionales	CABA	29,88%		28,10%		20,38%		
	BS.AS	26,49%		30,10%		34,12%		
		Sudoeste bonaerense	11,90%		14,63%		20,94%	
		Resto provincia	88,07%		85,37%		79,06%	
	Rio Negro	7,10%		8,41%		10,98%		
	Resto pcias.	36,44%		33,39%		34,52%		
Composición grupo	Viajeros solos	35,69%		36,81%		43,04%		
	Pareja	30,98%		31,69%		24,91%		
	Pareja con hijos	12,03%		10,76%		8,76%		
	Familias	10,72%		8,90%		9,28%		
	Amigos	9,15%		10,05%		10,22%		
	Sin parentesco	1,44%		1,79%		3,78%		
Edad	0 - 6 años	5,15%		5,38%		4,81%		

	7 - 18 años	11,92%	12,86%	9,88%
	19 - 30 años	18,79%	27,08%	32,30%
	31 - 65 años	57,58%	44,24%	61,60%
	más 66 años	6,57%	10,44%	12,63%
Estadía	Estadía media (en días)	2,7	2,09	2,04
	Estadía media de los nacionales (en días)	2,29	1,91	1,91
	Estadía media extranjeros (en días)	4,43	2,81	2,57
Motivo viaje	Negocios	6,74%	8,32%	8,32%
	Educación	2,67%	1,98%	1,80%
	Compras	3,53%	3,20%	3,20%
	Salud	1,71%	2,62%	2,75%
	Religión	0,21%	1,22%	0,09%
	Congresos	0,64%	2,24%	5,67%
	Búsqueda empleo	0,86%	0,32%	0,32%
	Trámites	5,56%	6,79%	9,54%

	Visita a familiares y amigos	10,91%	10,56%	11,34%
	Vacaciones	34,01%	46,67%	20,53%
	Escala	28,24%	32,27%	26,37%
	Actividades culturales	1,28%	1,47%	0,52%
	Deporte	0,96%	1,34%	1,72%
	Otros	2,67%	-	-
Alojamiento	Hotel	40%	32,28%	31,87%
	Apart hotel	4,44%	5,12%	3,18%
	Hostel	10,72%	9,54%	7,47%
	Camping	2,72%	2,24%	1,63%
	Casa amigos o familiares	12,81%	10,18%	12,03%
	Departamento	2,61%	2,94%	3,61%
	No planea alojarse	25,88%	37,26%	39,86%
	otros	0,78%	0,44%	0,34%
Medio de transporte en el que arriban a la ciudad	Automóvil	47,97%	34,70%	24,83%
	Ómnibus	34,64%	50%	62%
	Tren	7,71%	9,09%	3,95%
	Avión	7,19%	4,43%	4,90%
	Combi	1,18%	0,70%	1,46%
	Barco	0,52%	0,06%	0,77%

	A pie/A dedo	0,52%	0,38%	1,55%
	Otros	0,26%	0,64%	0,34%
Región de origen	Buenos Aires	30,98%	27,40%	16,41%
	CABA	29,93%	34,57%	29,21%
	Patagonia	28,10%	28,75%	31,01%
	Centro	3,27%	2,43%	3,44%
	Litoral	3,14%	3,39%	3,18%
	Cuyo	3,01%	1,79%	1,20%
	Norte	1,57%	1,66%	2,32%
Región de destino	Buenos Aires	38,69%	40,08%	14,78%
	CABA	19,48%	20,61%	17,35%
	Patagonia	33,46%	32,46%	34,36%
	Centro	1,96%	1,92%	2,92%
	Litoral	2,35%	2,56%	2,75%
	Cuyo	3,01%	1,02%	0,86%
	Norte	1,05%	1,34%	1,29%

Fuente: Lehr, I. sobre la base de Municipalidad de Bahía Blanca. 2016.

De los informes estadísticos realizados por la Municipalidad de Bahía Blanca en base a las encuestas realizadas, se puede concluir que los visitantes nacionales representan un 80% del total por año aproximadamente. En relación a la provincia de residencia habitual, los turistas provienen en primer lugar de la provincia de Buenos Aires, en segundo lugar de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y en tercer lugar de la provincia de Río Negro.

Es importante destacar que, de los provenientes de la provincia de Buenos Aires, entre un 10% y un 20% residen en el Sudoeste Bonaerense, principal área de contacto con la ciudad de Bahía Blanca. Este porcentaje aumenta de forma considerable año a año, aproximadamente un 4,5% interanual.

Analizando la composición del grupo, se observa que las personas que viajan solas ocupan el primer lugar, las parejas en segundo lugar, y continúan aquellos que viajan con amigos, quienes viajan en familia y, en menor medida, las parejas con hijos.

Teniendo en cuenta la principal motivación de desplazamiento de los turistas se observa que la escala hacia otros destinos y las vacaciones son las más frecuentes. En menor medida son quienes arriban a la ciudad para visitar familiares y amigos, para realizar trámites o, por negocios, entre otras.

En cuanto a la modalidad de alojamiento, los turistas prefieren permanecer en hoteles como primera alternativa (31.87% del total en el año 2016), seguidos por aquellos que pernoctan en casa de familiares (12.03% del total en el año 2016), luego continúan la opción de hostel, apart hotel, departamentos de alquiler y camping. Sin embargo, gran parte de los turistas al ser encuestados han respondido que **no planeaban alojarse** en la ciudad (39.86% del total en 2016). Esto se ha ido incrementando año a año y es una variable de gran importancia para analizar el perfil del turista que arriba a la ciudad.

La estadía media en la ciudad de Bahía Blanca de los últimos tres años es de 2,27 días. Los visitantes internacionales suelen permanecer más tiempo en la ciudad, alcanzando una estadía media de 3,27 días; en tanto los turistas nacionales permanecen menos tiempo con una estadía media de 2,03 días.

El principal medio de transporte por el cual los turistas arriban a la ciudad es en ómnibus (62% del total en el año 2016), seguido por el automóvil, en menor medida el tren y el avión (3.95% y 4.90% del total en el año 2016 respectivamente).

La variable que refiere a la región turística de destino final del viaje muestra que los principales destinos que eligen los turistas son: la Patagonia y la región Buenos Aires (con gran afluencia hacia el Sudoeste Bonaerense); en menor medida la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las regiones Centro y Litoral.

Seguidamente, se realizará el análisis de la demanda turística en la ciudad de Bahía Blanca según los datos que figuran en la Encuesta de Ocupación Hotelera del periodo 2010 – 2016 teniendo en cuenta las siguientes variables:

- Pernoctaciones: total de pernoctaciones de viajeros en los establecimientos encuestados, según su residencia.
- Viajeros: según el INDEC, se considera viajero a toda persona que se ha trasladado de su lugar de residencia habitual por razones de diversa índole; que realiza por lo

menos una pernoctación en el mismo establecimiento hotelero o parahotelero y que abona por el servicio.

Se realiza el análisis de los viajeros según su residencia (residente o no residente).

- Duración de estadía promedio de los turistas: se obtiene de la división entre plazas ocupadas viajeros

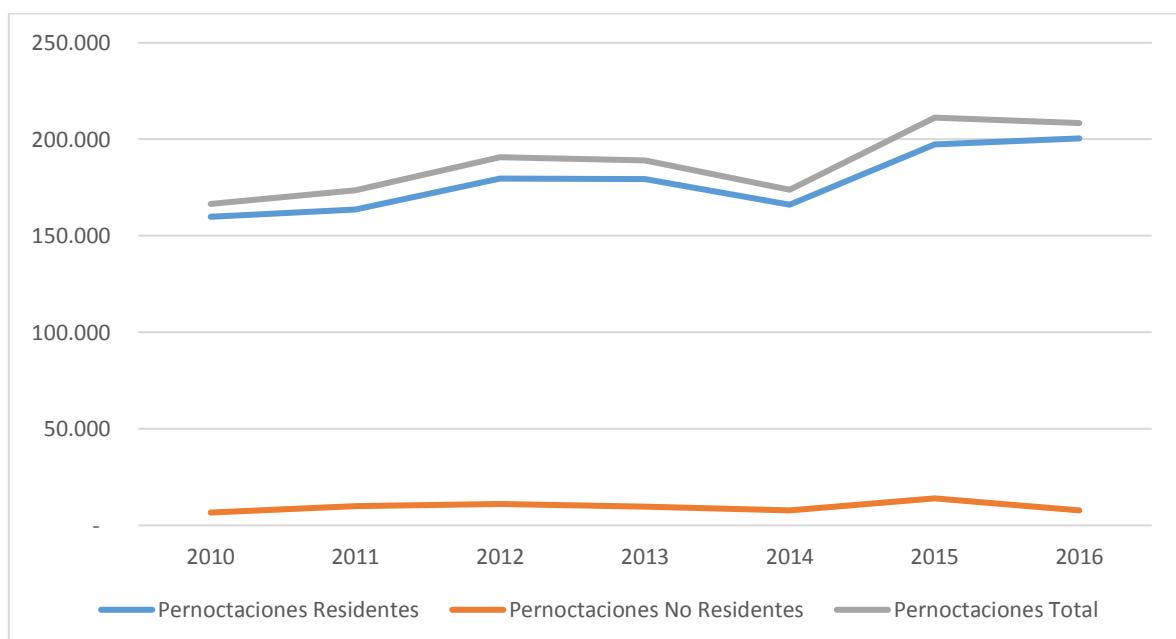
La estadía media se representa según el tipo de establecimiento y según la residencia habitual del viajero.

Las pernoctaciones totales de cada año muestran que las pernoctaciones de los Residentes son claramente más altas que la de los No Residentes. La curva de pernoctaciones de residentes, sigue la tendencia de la curva total de pernoctaciones. Por otra parte, se observa que, cada año, las pernoctaciones de residentes superan las 150.000 y están en constante aumento. En tanto, las pernoctaciones de los no residentes, no superan las 20.000 anuales.

Esto demuestra que la ciudad de Bahía Blanca, se caracteriza por recibir y alojar a viajeros nacionales que realizan turismo doméstico, y no por recibir a una gran masa de viajeros no residentes como sucede en otros destinos turísticos de nuestro país (Puerto Iguazú, El Calafate, Ciudad Autónoma de Buenos Aires).

Figura 14

Pernoctaciones totales por año



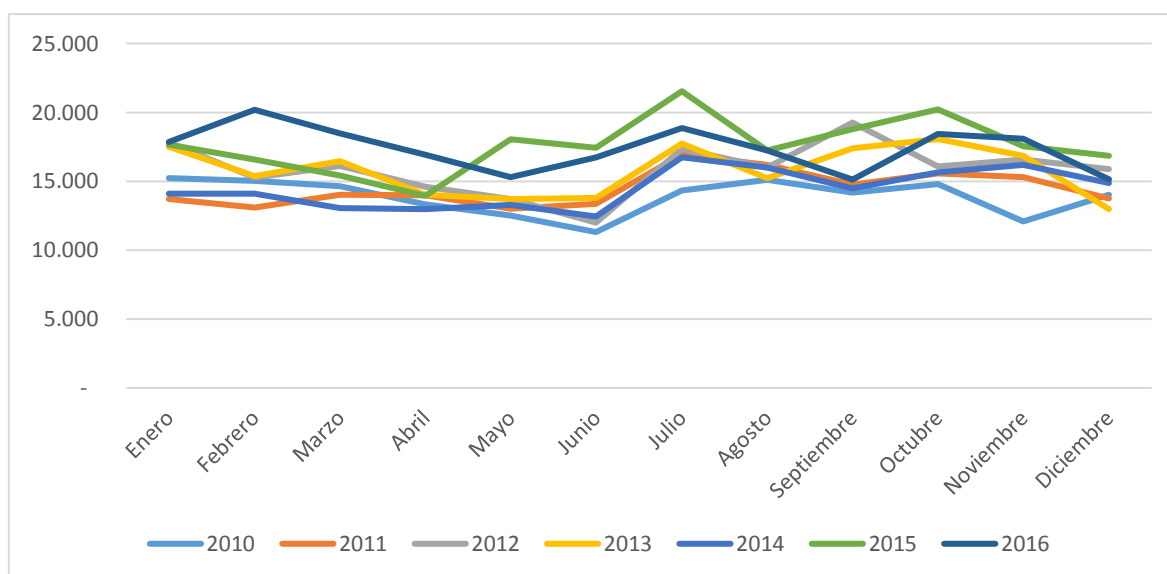
Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

Las pernoctaciones que realizan los viajeros tanto residentes como no residentes en un año, son muy discontinuas y tienen una gran variación entre meses. Se observa que las pernoctaciones disminuyen considerablemente en el mes de junio, y en el mes de julio logra recuperarse. A partir del mes de septiembre, las pernoctaciones comienzan a aumentar y se logra cierta estabilidad en los meses de octubre y noviembre.

En síntesis, los primeros semestres de cada año, se caracterizan por contar con pernoctaciones de mayor a menor escala. En los segundos semestres, la tendencia es inversa, es decir comienzan a aumentar las pernoctaciones en la ciudad hasta lograr un equilibrio entre los meses de septiembre y noviembre. El mes de diciembre, en tanto, cuenta con menor cantidad de pernoctaciones.

Esta tendencia es coincidente con la estacionalidad del perfil de la oferta de alojamiento en la ciudad de Bahía Blanca, en función de los resultados arrojados por la EOH 2010 – 2016.

Figura 15
Pernoctaciones por mes (años 2010 – 2016)



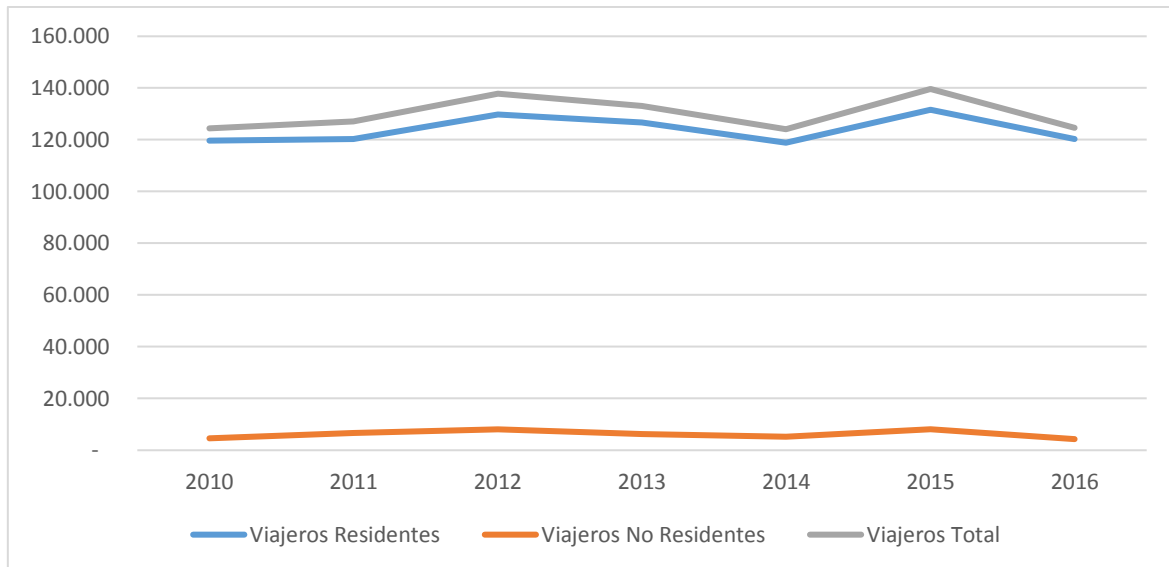
Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

Los viajeros que visitan la ciudad de Bahía Blanca, son en su mayoría viajeros residentes. En la figura 14 se observa que el número de viajeros es mayor a 120.000 cada año. Por otra parte, los viajeros no residentes no superan los 10.000 por año.

En lo que concierne a los meses en los que los viajeros arriban a la ciudad, en la figura 15 se observa que el período de enero – junio presenta una notable disminución; por otra parte los

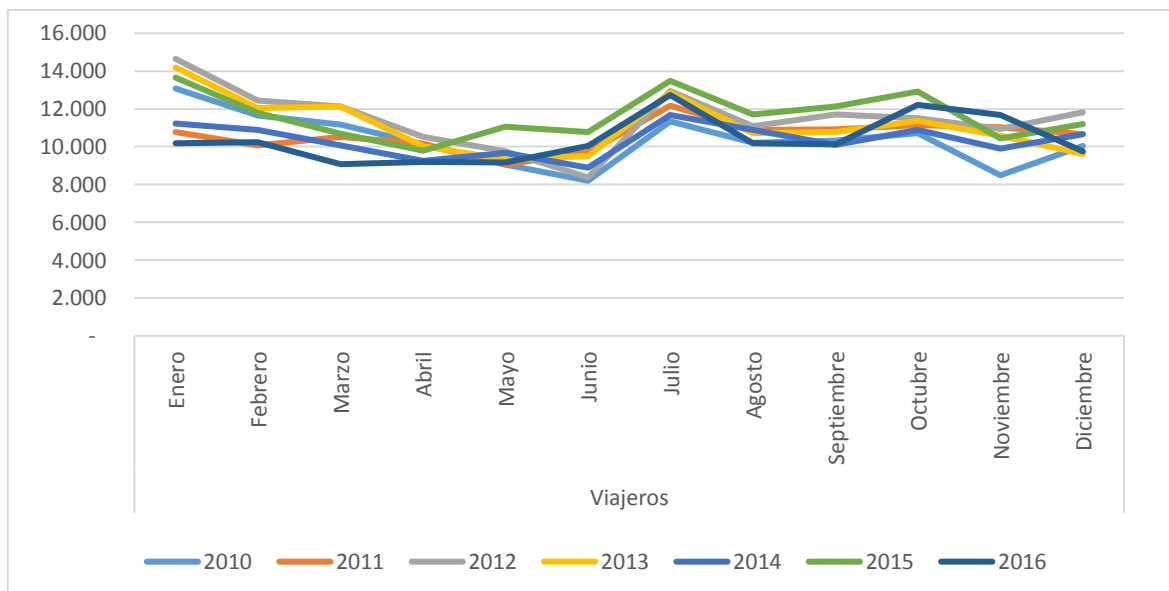
meses comprendidos entre julio y diciembre, consigue recuperarse y se mantiene estable a partir de septiembre hasta finalizar el año.

Figura 16
Total viajeros por año



Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

Figura 17
Total viajeros por mes (años 2010 – 2016)

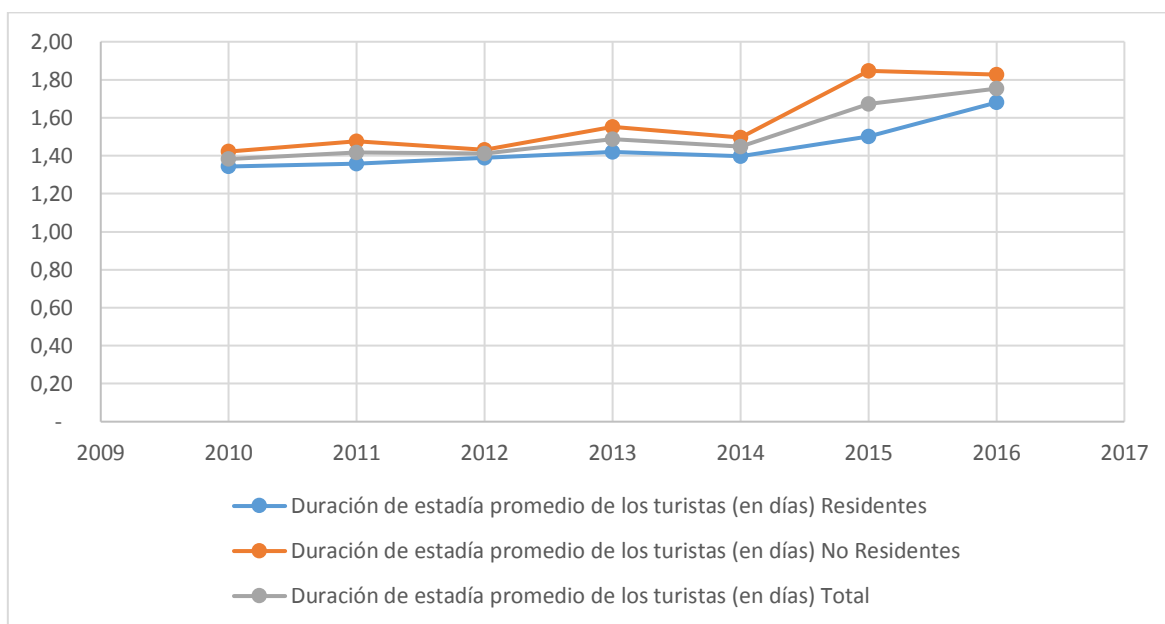


Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

En la figura 18 puede observarse que la duración de la estadía media de los turistas residentes y no residentes en la ciudad de Bahía Blanca se ha mantenido estable durante el periodo

2010 – 2016. La estadía promedio oscila entre 1,4 y 1,6 días. En el año 2016 la estadía media de ha incrementado considerablemente, alcanzando un pico de 1,75 días. Una característica particular es que la estadía promedio de los turistas no residentes es siempre mayor que la de los turistas residentes.

Figura 18
Duración estadía media (en días)



Fuente: Lehr, I., sobre la base de EOH de INDEC 2010 – 2016.

4 Capítulo IV: Diagnóstico del alojamiento en Bahía Blanca

La siguiente matriz FODA corresponde al diagnóstico de la oferta de alojamiento turístico en la ciudad de Bahía Blanca, en función de lo analizado previamente. Se identifican los principales aspectos internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas), lo que posibilitará una mejor toma de decisiones al elaborar estrategias

Alojamiento turístico de la ciudad de Bahía Blanca

Análisis interno

Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> • Variedad en la oferta y tipología de alojamiento en la ciudad • Buena distribución territorial y localización de los alojamientos • Funcionamiento y operatividad durante todo el año • Incremento de plazas ocupadas en los últimos años
Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de inversiones en alojamientos • Infraestructura poco modernizada • Personal poco profesionalizado y escasamente capacitado • Atraso en la implementación de nuevas tecnologías de la información • Falta de reglamentación en el marco legal de los alojamientos temporarios • Disminución en las plazas disponibles

Análisis externo

Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • La posición de la ciudad de Bahía Blanca en el ámbito regional • Nueva tipología de clientes: <i>millenials</i> • Nuevas tecnologías de la información • El desarrollo del turismo urbano en Bahía Blanca • Actividades conjuntas de asociaciones, agrupaciones y organismos

- Aumento de arribos de vuelos a Bahía Blanca y mayor conectividad con el resto del país

Amenazas

- La mayor parte de los turistas que visitan Bahía Blanca no planean alojarse en la ciudad
- Estacionalidad de la demanda
- Presión tributaria e impositiva
- Poca promoción de la ciudad de Bahía Blanca como destino en el sudoeste bonaerense.

5 Conclusión y reflexiones

Partiendo del objetivo del presente trabajo de analizar el alojamiento turístico en la ciudad de Bahía Blanca, se elaboró un marco conceptual que permitió encuadrar el mismo.

Se llevó a cabo una descripción del concepto de turismo, la oferta y demanda turística para destacar al alojamiento como la actividad principal a analizar. Se realizó una conceptualización detallada de acuerdo a la legislación vigente en el país, a fin de determinar los tipos y categorías de establecimientos existentes.

En segunda instancia se caracterizó a la ciudad de Bahía Blanca, tanto desde el punto de vista geográfico como de su desarrollo turístico, analizando los datos de su oferta y demanda turística arrojados por la Encuesta de Ocupación Hotelera realizada por el INDEC.

Para la realización del análisis de la ocupación hotelera se utilizó una metodología que permitió la comparación de los resultados obtenidos por año de cada variable estudiada, lo cual permitió la observación de los rasgos predominantes estudiados en el periodo 2010 – 2016.

En cuanto a la oferta de alojamiento turístico en la ciudad de Bahía Blanca, se ha observado que presenta una complejidad en su funcionamiento, ya que la ciudad no se caracteriza por ser un centro de permanencia, con lo cual la estadía media en la ciudad no supera los 1,7 días. La ciudad cuenta con alrededor de 40 establecimientos hoteleros y extrahoteleros, con buena localización en el microcentro y macrocentro.

En el sector hotelero, la cantidad de habitaciones y plazas ofrecidas han disminuido año a año, con una leve recuperación en el año 2015. Sin embargo, el porcentaje de ocupación de habitaciones se ha mantenido constante entre 32% y 44%; en cuanto a las plazas hoteleras sucede que disminuye la cantidad de plazas ofrecidas pero se mantiene constante la ocupación de las mismas, tendiendo levemente a su aumento. La estadía media en estos tipos de alojamiento es entre 1,2 y 1,5 días.

El sector extrahotelero quizás es uno de los más dinámicos. Es un sector muy cambiante por el auge de la economía colaborativa y de diversas plataformas en las que cualquier usuario puede comenzar a ofrecer alojamiento en casas o departamento de forma temporaria. No se encuentra representado o nucleado por ninguna asociación que maneje datos estadísticos certeros.

La disponibilidad de habitaciones ha disminuido notablemente en este sector, pero su ocupación ha mantenido cierto equilibrio. De todos modos, el porcentaje de ocupación no supera el 30% anual.

El mercado extrahotelero posee una estacionalidad discontinua durante el año. Los meses de enero y julio son los que mayor ocupación tienen. La estadía media en estos tipos de alojamiento es entre 1,1 y 1,4 días.

La demanda turística de la ciudad de Bahía Blanca está representada en su mayoría por visitantes nacionales que eligen a la ciudad como centro de escala hacia otros destinos. El dato más importante que se observa es que la mayoría de los turistas no planean alojarse en la ciudad.

Entre aquellos viajaron que se alojan en la ciudad, su mayoría elige el tipo de alojamiento turístico hotelero.

A continuación, se determinan una serie de cuestiones a ser tenidas en cuenta para futuros trabajos que indaguen en la temática planteada:

En primer lugar, sería interesante realizar un seguimiento de la actividad que abarque un período de estudio más extenso para verificar con mayor claridad el desenvolvimiento y sensibilidad al contexto político-económico a nivel local. También se sugiere que dicho análisis contemple los resultados mensuales arrojados por la EOH para establecer la influencia de la estacionalidad en el comportamiento del turismo.

Es relevante destacar que el estudio de esta información es necesario a fin de brindar herramientas a los agentes públicos y privados para la toma de decisiones, tanto para las relacionadas con la inversión en proyectos hoteleros, la fijación de tarifas, la proyección de costos y rentabilidad del negocio. Para el análisis de la competencia hotelera y extrahotelera, programación de la mano de obra utilizada para cubrir las temporadas altas y bajas y para la mejora del rendimiento de sus instalaciones como para crear nuevas estrategias para lo que vendrá, determinar cambios en las tendencias y corregir acciones vigentes.

Sería trascendental que los actores involucrados comiencen a trabajar en conjunto para determinar ¿qué tipo de alojamiento se quiere ofrecer en la ciudad de Bahía Blanca?; ¿qué tipo de turista está recibiendo cada sector? ¿Qué acciones aplicar para mantener al turista que no planea alojarse en la ciudad? ¿Cómo actuar frente a los alquileres temporarios hasta que se diseñe un marco legal regulatorio?

Deben hallarse ventajas competitivas, a través de la información brindada por estos informes, que permitan posicionar a la ciudad como un destino turístico de calidad en la provincia de Buenos Aires.

6 Bibliografía

ACERENZA, M. A. (1991). *Administración del turismo: conceptualización y organización*. México: Trillas.

ALEGRE MARTIN, J.; CLADERA MUNAR, M. y JUANEDA SAMPOL, C. (2003). *Análisis cuantitativo de la actividad turística*. Madrid: ediciones Pirámide.

ARENA, L. (2010). “Turismo de negocios en Bahía Blanca: una propuesta para su fortalecimiento”. Directora Mg. María del Carmen Vaquero. (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo.

BENSENY, G. (2012). *La conformación espacial y evolución turística de Villa Gesell (Argentina)*. Ponencia presentada en el I Taller Internacional Historia y Turismo, Argentina, Mar del Plata.

BRONDOLO, M. (1994). *Geografía de Bahía Blanca*. Bahía Blanca: ediciones Encestando.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS DE BAHÍA BLANCA. (2012). *Hotelería y gastronomía en Bahía Blanca. Indicadores de actividad económica*. N° 122. 53pp.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDIOS ECONÓMICOS DE BAHÍA BLANCA. (2013). *Evolución de la actividad hotelera. Indicadores de actividad económica*. N° 130. 43pp.

Decreto N° 13/2014. 03 de enero de 2014. Reglamentación de la Ley Provincial N° 14209. La Plata.

Decreto N° 1818/1976. 25 de agosto de 1976. Reglamentación de la Ley Nacional N° 18828. Buenos Aires.

Decreto N° 3030/1977. 30 de diciembre de 1977. Habilitación y funcionamiento de establecimientos dedicados a la actividad hotelera. La Plata.

Decreto N° 325/2011. 11 de abril de 2011. Reglamentación de la Ley Provincial N° 13531. La Plata.

Decreto N° 659/2007. 24 de abril de 2007. Reglamento de reclasificación y recategorización de los alojamientos turísticos de la Provincia de Buenos Aires. La Plata.

DIRECCIÓN DE TURISMO. GOBIERNO DE BAHÍA BLANCA. (2014). *Informe estadístico año 2014*. Disponible en: <<http://turismo.bahiablanca.gov.ar/wp-content/uploads/2015/02/Informe-Estad%C3%ADstico-Anual-2014.pdf>>

DIRECCIÓN DE TURISMO. GOBIERNO DE BAHÍA BLANCA. (2015). *Informe estadístico año 2015*. Disponible en: <<http://turismo.bahiablanca.gov.ar/wp-content/uploads/2016/01/Informe-Estad%C3%ADstico-Anual-2015.pdf>>

DIRECCIÓN DE TURISMO. GOBIERNO DE BAHÍA BLANCA. (2016). *Informe estadístico año 2016*. Disponible en: <<http://turismo.bahiablanca.gov.ar/wp-content/uploads/2016/01/Informe-Estad%C3%ADstico-Anual-2016.pdf>>

ELIAS, S.; FERNANDEZ, M. y POINSOT, F. (2015). *Organización y Servicios turísticos I*. Bahía Blanca: EdiUNS.

FOSTER, D. (1994). *Introducción a la industria de la hospitalidad*. México: McGraw Hill.

GIROU, F. (2004). “Sierra de la Ventana: análisis de su infraestructura turística y evaluación de su demanda”. Cr. Néstor Omar Fernández. (Tesis de grado). Universidad Nacional del Sur. Departamento de Ciencias de la Administración.

GUTIERREZ BRITO, J (Coord.). (2007). *La investigación social del Turismo: perspectivas y aplicaciones*. Madrid: Thomson.

HERNANDEZ SAMPIERI, R.; FERNANDEZ COLLADO, C. y BAPTISTA, L. (2003). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

IGLESIAS TOVAR, J.R. (1998). *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Madrid: editorial Síntesis.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2016). *Encuesta de Ocupación Hotelera. Región Buenos Aires. Bahía Blanca. 2010*. Buenos Aires: INDEC.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2016). *Encuesta de Ocupación Hotelera. Región Buenos Aires. Bahía Blanca. 2011*. Buenos Aires: INDEC.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2016). *Encuesta de Ocupación Hotelera. Región Buenos Aires. Bahía Blanca. 2012*. Buenos Aires: INDEC.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2016). *Encuesta de Ocupación Hotelera. Región Buenos Aires. Bahía Blanca. 2013*. Buenos Aires: INDEC.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2016). *Encuesta de Ocupación Hotelera. Región Buenos Aires. Bahía Blanca. 2014*. Buenos Aires: INDEC.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2016). *Encuesta de Ocupación Hotelera. Región Buenos Aires. Bahía Blanca. 2015*. Buenos Aires: INDEC.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2016). *Encuesta de Ocupación Hotelera. Región Buenos Aires. Bahía Blanca. 2016*. Buenos Aires: INDEC.

Ley N° 18828. 6 de noviembre de 1970. Ley Nacional de Hotelería. Buenos Aires.

Ley N° 26356. 18 de marzo de 2008. Ley Nacional de Sistemas Turísticos de Tiempo Compartido. Buenos Aires.

MASULLI, M. (2014). *Economía colaborativa. El poder de compartir*. Disponible en: <<https://www.compromisoempresarial.com/tercersector/2014/10/economia-colaborativa-el-poder-de-compartir/>>

MINISTERIO DE TURISMO. (2014). *Anuario estadístico de Turismo 2014*. Buenos Aires: MinTur.

MUELA, C. (2015). *Economía colaborativa y modelo P2P: de la posesión al acceso*. Disponible en: <<https://hipertextual.com/2015/05/economia-colaborativa>>

PEREZ, P. (1985). *Síntesis histórica de la hotelería argentina*. Argentina: CIET.

SCHLÜTER, R. (2003) *El turismo en Argentina. Del balneario al campo*. Argentina: CIET. Tollan (nd.). Tesina en MBA. UCEMA.

WEINBERG, F. (Dir.). (1978). *Manual de Historia de Bahía Blanca*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur. Departamento de Ciencias Sociales.