

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

Licenciatura en Turismo

Tesis Final

“Turismo colaborativo, una alternativa de hospedaje. Caso de estudio La Plata”

Toubes Novoa, Manuel

Legajo 76702/9

manuel_toubes@hotmail.com

Directora: Molinari, Gloria Edtih

19 de Agosto de 2016

Contents

Resumen.....	4
Introducción	5
<i>Tema de investigación.....</i>	5
<i>Fundamentación del tema.....</i>	7
<i>Metodología.....</i>	8
<i>Objetivo General.....</i>	9
1. Marco teórico	10
1.1. <i>Economía colaborativa</i>	10
1.2. <i>Turismo colaborativo.....</i>	12
1.3. <i>Distribución del servicio turístico.....</i>	13
1.4. <i>Plataformas online p2p, los nuevos intermediarios colaborativos.</i>	15
2. El alojamiento de la ciudad de La Plata	17
2.1. <i>Historia del alojamiento en la ciudad de La Plata.....</i>	17
2.2. <i>Oferta actual de alojamiento en la ciudad</i>	20
3. Turismo de eventos	21
3.1. <i>Historia del turismo de eventos</i>	21
3.2. <i>Turismo de eventos en la ciudad de La Plata.....</i>	23
3.3. <i>Estadio Único, sede de eventos multitudinarios en la ciudad de La Plata.</i>	24
3.4. <i>Antecedentes de eventos que colapsaron la oferta de Alojamiento.</i>	26
4. Turismo colaborativo	30
4.1. <i>Evolución de la economía colaborativa.....</i>	30
4.2. <i>Antecedentes del turismo colaborativo</i>	33
4.3. <i>El turismo colaborativo visto como una industria disruptiva</i>	34
4.4. <i>Turismo colaborativo, alternativa para ampliar la oferta de alojamiento.....</i>	38
5. Alojamiento colaborativo en la ciudad de La Plata	40
5.1. <i>Primeros pasos del alojamiento colaborativo.....</i>	40
5.2. <i>Plataformas de alojamiento colaborativo en la ciudad de La Plata</i>	41
5.3. <i>Motivos de los usuarios para generar turismo colaborativo.....</i>	42
5.3.1 <i>Anfitriones colaborativos en La Plata. Observación de plataformas.....</i>	43
5.3.2. <i>Huéspedes colaborativos en La Plata. Observación de plataformas.....</i>	44

5.3.3. Anfitriones colaborativos en La Plata. Análisis de encuestas	47
5.3.4. Huéspedes colaborativos en La Plata. Análisis de encuestas.....	51
6. Consideración desde el sector público hacia el turismo colaborativo	52
6.1. La oferta de alojamiento frente a los grandes eventos.....	53
6.2. Visión pública hacia el alojamiento colaborativo	54
6.3. Alojamiento colaborativo en La Plata, ¿Solución o amenaza?	56
7. Conclusiones	57
Bibliografía.....	70
ANEXOS	78

Resumen

La Plata, ciudad capital de la provincia de Buenos Aires, en lo que respecta al turismo es reconocida por los eventos referidos a congresos y reuniones. Sin embargo a partir del año 2011, debido a la reinauguración del Estadio Único, la ciudad se ha posicionado como sede de importantes shows internacionales. Esta nueva experiencia que se encuentra viviendo la ciudad va dejando en evidencia carencias con respecto a su equipamiento turístico.

Por otro lado, a partir del año 2008 en el ambiente del turismo se ha ido posicionando el turismo colaborativo debido a ciertas razones económicas, sociales, ambientales y sobre todo tecnológicas. Este tipo de turismo es muy criticado en varios aspectos pero a la vez es visto con buenos ojos para ciertas situaciones donde la oferta de alojamiento resulta escasa, por ejemplo: la ciudad de Rio de Janeiro con los Juegos Olímpicos del año 2016.

En términos generales esta tesis se orientó a analizar al alojamiento colaborativo como complemento a la oferta de alojamiento tradicional en ciudades sedes de grandes eventos; y en términos específicos se buscan justificar los motivos por los que el turismo colaborativo podría ser considerado como una herramienta para ampliar la oferta de alojamiento en la ciudad de La Plata a consecuencia de los eventos multitudinarios que se realizan en el Estadio Único.

A través del análisis de la documentación recopilada, encuestas y entrevistas realizadas, el trabajo concluye en que: a- existe una demanda insatisfecha de alojamiento durante los eventos multitudinarios que se realizan en el estadio; b- el alojamiento colaborativo llega a la ciudad de La Plata por una tendencia y a partir de oportunidades generadas, en primer lugar, por los eventos multitudinarios realizados en el Estadio Único de La Plata; y c- en relación a los referentes del sector público abocados al turismo de la ciudad, se concluye que ven al alojamiento colaborativo como un posible complemento a la oferta de alojamiento tradicional que tiene La Plata.

Palabras clave: Economía colaborativa; Turismo colaborativo; Alojamiento colaborativo; Web 2.0; Plataformas peer to peer; Estadio Único ciudad de La Plata; Ciudad de La Plata.

Introducción

Tema de investigación

En el año 2003 se inaugura en la ciudad de La Plata el Estadio Único, un escenario de fútbol con capacidad para 53 mil personas, aunque normalmente es habilitada para 40 mil personas. En primer momento, esta infraestructura, fue utilizada para la práctica deportiva pero con el pasar de los años se comenzaron a realizar eventos musicales. Los primeros grupos que realizaron shows fueron nacionales como por ejemplo: Los Piojos, La Renga, Los Redonditos de Ricota, entre otros. Llegado el año 2011 el estadio es sede de la Copa América de fútbol disputada en el país y a partir de allí este escenario comienza a ser considerado para la realización de grandes eventos. En este último tiempo ha sido sede de recitales de gran relevancia mundial como: Britney Spears, Pearl Jam, Black Sabbath, Megadeth, U2, AC/DC, The Rolling Stones, Paul McCartney y, a futuro, se presentarán: Rihanna y Aerosmith.

La realización de estos importantes eventos en el Estadio Único genera que la ciudad de La Plata sea visitada por un aluvión de personas que llegan desde las cercanías pero también de otras ciudades, provincias y hasta de otros países. Debido a que creemos que estos eventos multitudinarios le permiten a la ciudad desarrollarse y posicionarse en el plano turístico nos interesamos en realizar esta investigación.

En relación al turismo podemos decir, desde una mirada general, que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de personas que por diferentes motivos, (y en nuestro caso de estudio sería por el de eventos multitudinarios / musicales), se trasladan de su entorno habitual a otro donde generan múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (Padilla, 1980 en Bugnone, 2005). El autor Boullón (1990) considera que alrededor de estos desplazamientos se genera un sistema conformado por servicios destinados a hacer más comfortable la estadía del turista y que uno de los objetos del sistema es la planta turística donde se encuentran el equipamiento y las instalaciones. Cuando hablamos de equipamiento nos referimos a los establecimientos públicos o privados que se dedican a prestar servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento, entre otros.

Examinando la reacción de la oferta de alojamiento de la ciudad durante los últimos eventos multitudinarios llevados adelante en el Estadio Único, pudimos notar una

situación de saturación de este tipo de servicio. En referencia a esto el presidente de la cámara de turismo de La Plata en una nota con diario Clarín comentó que la oferta de alojamiento de la ciudad es de 2.100 camas en hoteles, lo que la hace una oferta escasa para eventos como, por ejemplo, el de “The Rolling Stones” (Debesa, F. 02 feb. 2016).

Sin duda es esta problemática la que nos ha despertado la inquietud de reflexionar en una posible salida positiva a la misma, y debido a ciertas características que lleva consigo el turismo colaborativo, como por ejemplo su bajo coste de inversión o la rapidez que el modelo tiene para aumentar la oferta de alojamiento, hemos pensado a esta nueva filosofía del turismo como una interesante solución. Otro motivo importante para pensar esta solución ha sido la experiencia que ha vivido Rio de Janeiro en los últimos años ya que la ciudad, al haber sido sede de eventos importantísimos, ha fomentado el turismo colaborativo para aliviar la saturación de su oferta de alojamiento durante estos acontecimientos.

El turismo colaborativo tiene sus raíces en la economía colaborativa, la que es entendida como una transacción de bienes y servicios entre iguales, o sea de persona a persona. A la vez, es un tipo de intercambio que ha existido siempre pero con limitaciones como el espacio geográfico y el determinado círculo social al que la persona pertenecía (Diez, 2015; Weatheford, 1997 en Sánchez, 2015). Actualmente, y sobre todo a consecuencia del avance de las tecnologías de la información, el límite geográfico ya es nulo y el social ha evolucionado bastante. Varios autores coinciden en que lo novedoso de esta economía está en que actualmente se puede llevar adelante con personas de todo el mundo gracias a los sistemas que trabajan en el mundo del internet donde se comparten e intercambian bienes y servicios (Cañigual, 2015; Gross, 2014; Schor 2014, en Sánchez, 2015; Valor, 2014, en Sánchez, 2015). Estos sistemas a los que se refieren los autores son reconocidos con el nombre de plataformas peer to peer.

En resumen y a grandes rasgos esta investigación intentó justificar motivos que nos lleven a considerar al turismo colaborativo como una posible herramienta para ampliar la oferta de alojamiento en la ciudad de La Plata sobre todo a causa de los eventos multitudinarios que se desarrollan en el Estadio Único. Para justificar estos motivos analizamos el turismo colaborativo con el que cuenta la ciudad; los eventos multitudinarios del Estadio Único y como han hecho reaccionar la oferta de alojamiento; y por último, el papel del poder político local en relación al tema.

Perseguimos *tres objetivos*: a- Identificar si existió una demanda insatisfecha de alojamiento durante los eventos multitudinarios que se realizaron en el estadio único; b- Dar a conocer la postura del EMATUR y la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires, en relación al turismo colaborativo en la ciudad de La Plata; c- Identificar los motivos que tuvieron, tanto los huéspedes como los anfitriones, para llevar adelante turismo colaborativo en la ciudad.

La *hipótesis* que nos planteamos supone que durante los eventos multitudinarios realizados en el Estadio Único de La Plata se genera una demanda de alojamiento superior a la oferta que brinda la ciudad y, ante esta situación, creemos que el alojamiento colaborativo puede llegar a ser un complemento importante para ampliar la oferta.

Fundamentación del tema

Elegimos estudiar al turismo colaborativo como solución a la hipotética problemática de alojamiento en la ciudad a causa de los eventos multitudinarios realizados en el estadio único por varias razones. La primera es que, nos parece novedoso e interesante estar informándonos constantemente y generando conocimientos sobre varios aspectos del tema, no solo en lo que respecta a esta tesis. Lo que queremos expresar es que en general esta nueva filosofía de viajar merece el reconocimiento de todas aquellas personas que trabajan, estudian o tienen aspiraciones de pertenecer a la actividad turística. La segunda razón es que creemos que con la investigación particular de este caso podemos contribuir con un pequeño aporte en relación al turismo colaborativo como posible herramienta para ampliar la oferta de alojamiento en la ciudad. Claramente hay otros puntos a investigar para poder decir si estamos al frente de una propuesta viable o no y quizás esta tesis sirva de puntapié para que se inicien otras investigaciones como por ejemplo en relación a la seguridad, a la legalidad, a la capacidad de carga, posible mercado de anfitriones colaborativos, otras.

El turismo colaborativo no solo invita a alojarse, que con esto ya abre oportunidades para que la gente viva experiencias de sociabilidad y pueda generar ingresos extra a su trabajo, sino que también existen plataformas para sentarse a comer en la mesa de un residente de la ciudad que se visita, o para transportarse, o realizar excursiones. Por esto

pensamos que esta nueva filosofía de viajes puede abrir nuevas oportunidades laborales en la ciudad.

Por último y no por ello lo menos importante, con la realización de otras investigaciones, y en caso de que el turismo colaborativo sea viable en la ciudad, se podría lograr aumentar la oferta de alojamiento y con ella las pernoctaciones durante estos eventos, lo que indirectamente provocaría el aumento de los ingresos de varias actividades económicas de la ciudad que, expresado con palabras más de la ciencia, significaría aumentar el efecto multiplicador que generan los eventos multitudinarios que se realizan en el Estadio Único de La Plata.

Metodología

Hemos realizado una investigación cualicuantitativa con un tipo de diseño descriptivo. Analizamos una situación específica donde se relacionaron: el alojamiento de la ciudad de La Plata con los eventos multitudinarios del estadio Único, con una hipotética problemática de escases de alojamiento y con el turismo colaborativo. Para ello utilizamos fuentes de campo y documentales.

Para la elaboración de la tesina trabajamos con fuentes secundarias, las cuales buscaron datos reales en relación al alojamiento colaborativo como herramienta para aumentar los beneficios en ciudades que desarrollan grandes eventos y tienen como limitación el alojamiento, como por ejemplo Rio de Janeiro, Brasil. De la misma manera se trabajó para conocer las visitas que tuvo la ciudad de La Plata en los eventos realizados y como ha reaccionado la demanda de alojamiento durante éstos. Esta información la obtuvimos de artículos, trabajos e investigaciones.

Por otro lado generamos información primaria que resultó de: a- dos (2) entrevistas, una de ellas al Director Provincial de Desarrollo de Calidad y Servicios de Turismo de la Subsecretaria de la provincia de Buenos Aires, el licenciado Russo Nicolás, y la otra al Presidente del Ente Municipal para la Actividad Turística de La Plata (EMATUR), el señor Juan Esteban Osaba; b- Dieciséis (16) encuestas a anfitriones de turismo colaborativo en la ciudad, y c- una observación exhaustiva y sistemática de los comentarios que han dejado los turistas de la ciudad de La Plata en las plataformas colaborativas de alojamiento. Los anfitriones a los cuales encuestamos pertenecen a plataformas como

Airbnb y Zukbox, mismos sitios que observamos para reclutar datos sobre los huéspedes del turismo colaborativo que tuvo la ciudad.

Para la recolección de datos trabajamos con tres instrumentos: las entrevistas, las encuestas y la observación. Las *entrevistas*, semiestructuradas con un tipo de muestreo dirigido, brindaron información cualitativa. Las *encuestas* fueron realizadas sobre un muestreo aleatorio buscando crear información cuantitativa tabulando los datos recogidos. El otro instrumento que utilizamos fue la *observación*, buscando generar información cuantitativa de la misma manera que con las encuestas.

Para la elaboración metodológica de esta investigación hemos utilizado de guía a Sampieri, Collado y Lucio, en su obra “metodología de la investigación del año 1998”.

Objetivo General

Identificar los motivos por los que el turismo colaborativo podría ser considerado como herramienta para ampliar la oferta de alojamiento en la ciudad de La Plata a consecuencia de los eventos multitudinarios que se realizan en el Estadio Único.

Objetivos específicos

- Identificar si existió una demanda insatisfecha de alojamiento durante los eventos multitudinarios que se realizaron en el Estadio Único de La Plata.
- Dar a conocer la postura del EMATUR y la Subsecretaria de Turismo de la provincia de Buenos Aires, en relación al turismo colaborativo en la ciudad de La Plata.
- Identificar los motivos que tuvieron los usuarios de plataformas p2p para generar turismo colaborativo en la ciudad de La Plata.

1. Marco teórico

En el primer capítulo de esta tesina presentamos conceptos que serán de gran importancia para comprender el objeto de estudio de esta investigación. Las clasificaciones que realizamos giran en torno a la relación entre economía colaborativa, turismo colaborativo, distribución del servicio turístico y plataformas online p2p.

1.1. Economía colaborativa

Como hemos mencionado, el fenómeno del turismo colaborativo tiene sus raíces en la economía colaborativa, la que es entendida como una transacción de bienes y servicios entre iguales, o sea de persona a persona. A la vez, es un tipo de intercambio que ha existido siempre pero con limitaciones como el espacio geográfico y el determinado círculo social al que la persona pertenecía (Diez, 2015; Weatherford, 1997 en Sánchez, 2015). Actualmente, y sobre todo a consecuencia del avance de las tecnologías de la información, el límite geográfico ya es nulo y el social ha evolucionado bastante. Varios autores coinciden en que lo novedoso de esta economía está en que actualmente se puede llevar adelante con personas de todo el mundo gracias a los sistemas que trabajan en el mundo del internet donde se comparten e intercambian bienes y servicios (Cañigüeral, 2015; Gross, 2014; Schor 2014, en Sánchez, 2015; Valor, 2014, en Sánchez, 2015).

Una de las diferencias de la economía colaborativa con la economía tradicional está en que el valor al producto se crea horizontalmente, o sea de igual a igual. En la economía tradicional para que los productos lleguen al cliente las organizaciones se alinean verticalmente (Bauwens, 2012 en Gross, 2014).

Por lo comentado hasta el momento, podemos decir que la economía colaborativa es un intercambio que se realiza de persona a persona desde tiempos ancestrales. Una economía donde el valor no se traslada de forma vertical, de organización a cliente, sino de forma horizontal de igual a igual y que actualmente se ha visto muy beneficiada debido a los avances tecnológicos. Sumado a esto existen otros dos motivos para que este modelo pise fuerte en el mundo económico: a- uno de ellos es el ambiente de perspectivas económicas laborales inciertas y la desconfianza en el sistema político; y b-

se refiere a que es visto como la solución a la crisis económica, a los insostenibles niveles de producción y a los altos niveles de consumo que la especie humana ha alcanzado, es decir, es un modelo que permite sacarle valor a los bienes y recursos escasos (Diez, 2015; Reguera, 2015).

El autor Gross (2014) adhiere que existen tres razones que atraen a las personas a participar de la economía colaborativa, estas son: La *razón social* ya que las personas gustan de socializar, conocer y compartir experiencias con gente nueva; la *razón económica*, ya que esta innovación generó una nueva oferta que permite cubrir necesidades sin tener que pagar cantidades que el bolsillo de la gente no tiene; y la *razón ecológica*, debido a que es una clara manera de parar con el derroche de recursos y disminuir el impacto al medio ambiente.

La gran ventaja que encontró actualmente la economía colaborativa es funcionar sobre hardware ampliamente adoptados por la sociedad (Smartphone, Tablet, PC, otros) y sumado a esto, permiten tener una alta frecuencia de transacciones y sus costos de operarlos son relativamente bajos (Cañigüeral, 2014).

Coincidiendo con una apasionada del tema como la señorita Botsman (2010, en Martínez & Iñiguez, 2014) estamos frente a una tendencia que transformará el mundo de los negocios y también a la economía mundial (por estos dichos se la crítica fuertemente).

En contraposición a lo desarrollado hasta el momento podemos afirmar que, la economía colaborativa está generando fuertes dolores de cabeza para varios sujetos involucrados en el turismo. Existen varios ejemplos para demostrar esto, uno de ellos es el de Cataluña, donde se la culpa por el bajo impacto en el empleo que viene generando el turismo (Gozzer, S. 03 dic. 2015). En otro punto turístico importante como el de México, el director general del Instituto para el Desarrollo Industrial y el Crecimiento Económico afirma que es una maquila¹ de servicios favorecida por el avance de las tecnologías de la información y el retraso legal que existe al respecto, a la vez adhiere que no es viable para el país. Complementariamente, un miembro de investigación laboral y asesoría sindical, considera que estos negocios hacen desaparecer el esquema tradicional donde las empresas aportan los medios de producción brindando salarios y prestaciones sociales y a la vez advierte que son evidentes los perjuicios actuales y futuros para los derechos laborales y para el país (La Jornada, 06 dic. 2015).

¹ Maquila de servicios: Empresa que evade aranceles

Sumándose a las críticas anteriores pero desde un punto de vista más general, el presidente de la Federación Hotelera de Mallorca, Aurelio Vázquez, afirma que un modelo basado en que aumente significativamente el número de turistas y que los aportes al PBI del sector turismo disminuyan no es sostenible, ni económica, ni social, ni medioambientalmente. En la misma nota continua diciendo que los temas de fiscalización, regulación y competencia desleal son de escasa relevancia, que lo que se tiene que debatir es el modelo que el país quiere para el futuro (Hosteltur, 22 may 2014).

Estas son algunas de las razones que nos lleva a coincidir con la visión del autor (Shirky, en Cañigueral, 2014) quien sostiene que se trata de una innovación disruptiva que consta de cinco etapas: 1) Posibilidad técnica; 2) Adopción social; 3) Reacción regulatoria; 4) Desobediencia social; 5) Acuerdo entre las partes. El autor Cañigueral (2014) afirma que la economía colaborativa se encuentra entre la etapa 2 y 3.

Sin duda, la innovación tecnológica ha generado que hoy en día se encuentre dividida la opinión respecto de la economía colaborativa y ambas partes tienen sus argumentos válidos y coherentes para tomar una determinada postura. A nuestro entender la economía colaborativa vía internet es un tema nuevo que ya está dando mucho de qué hablar, plantear, corregir y aprender.

1.2. Turismo colaborativo

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de personas que con motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su entorno habitual a otro, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (Padilla, 1980 en Bugnone, 2005). Los autores Gutiérrez & del Bosque (2001) adhieren a esta definición e incorporan a la misma a los turistas que viajan por reuniones y congresos en relación a su trabajo.

Alrededor de estos viajes se genera un sistema conformado por un gran número de servicios destinados a hacer más comfortable la estadía del turista. Uno de los objetos del sistema es la *planta turística* (ya mencionada en la Introducción), la cual está integrada por el equipamiento (establecimientos públicos y privados que se dedican a prestar los servicios, de alojamiento, de alimentación y de esparcimiento, etc., gran parte de los cuales puede encontrarse actualmente en plataformas online que practican la economía colaborativa), y las instalaciones (Boullón, 1990).

Coincidiendo con Giménez & Iñiguez (2014) podemos decir que al aplicar la economía colaborativa al consumo y prestación de servicios turísticos, se ha generado una alternativa a la industria turística tradicional que es reconocida con el nombre de *turismo colaborativo* o *turismo peer to peer (p2p)*.

El turismo colaborativo es una nueva forma de alojarse y transportarse promovida por personas que buscan formas más económicas para viajar. Este nuevo concepto de turismo está basado en la comunicación entre viajeros quienes intercambian bienes y servicios a través de las novedosas plataformas virtuales (Bustamante, 2015). A la vez, a través del p2p no solo podemos alojarnos y transportarnos sino que también podemos adquirir excursiones (plataformas como *trip4real*), o sentarnos a comer platos típicos en las casas de los residentes (*Plataforma eatwith*) (Cañigüeral, 2014).

Sin embargo, este modelo de negocio no es totalmente innovador, ya que hace veinte años se podían conocer anuncios de pisos en alquiler para épocas estivales a través de avisos en los periódicos (Bustamante, 2015). Pero, coincidiendo con Reguera (2015), es recién en el año 2008, donde comienza el auge del peer to peer, gracias a las plataformas online donde los viajeros compraban sus paquetes turísticos y donde se podían leer opiniones y experiencias de otros viajeros. Esto hizo posible la consolidación de las comunidades de viajes online, con el consecuente diseño e implementación de plataformas que ponen en contacto a los residentes de un destino con los viajeros interesados en conocer ese destino.

Se concluye que el turismo colaborativo existe hace varios años, pero que ha tomado un impulso muy importante en la última década gracias a los avances tecnológicos y a cuestiones sociales y económicas. Este crecimiento exponencial que viene experimentado la actividad ha generado cuestionamientos y críticas, sin embargo también es considerado como un turismo apto para ciertas circunstancias donde es necesario, debido a la afluencia de grandes cantidades de turistas, ampliar la oferta de alojamiento. En el cuarto capítulo de la tesis se analizan ambas cuestiones.

1.3. Distribución del servicio turístico

Dentro del sistema turístico se encuentra *el turista*, quien demanda los bienes y servicios que los establecimientos del equipamiento turístico brindan (Boullón, 1990). Para que los servicios puedan ser ofrecidos y posteriormente consumidos existe una red de

generación de valor donde intervienen varios agentes desde el origen del producto hasta el consumo del cliente. En esta red se encuentran los proveedores, la empresa, los distribuidores y por últimos los clientes, asociados entre sí para mejorar el rendimiento de todo el sistema (Kotler et al., 2011).

Los distribuidores son las organizaciones independientes que trabajan en conjunto a fin de conseguir que el producto o servicio quede a disposición para el consumidor (Kotler et al., 2011). Estos canales donde el productor del servicio y el demandante se encuentran no tienen una única ruta secuencial, por lo que la oferta y la demanda pueden encontrarse por múltiples caminos, directos e indirectos. En el directo, el productor negocia directamente con el consumidor. En el indirecto, interviene uno o más distribuidores para que el cliente consuma el producto o servicio (Varela, Pereyra y Pechuán, 2007).

Algo esencial que genera la existencia de distribuidores es la información asimétrica que tiene la actividad turística entre la oferta y la demanda, ya que los oferentes conocen mucha más información que los demandantes. La solución a este problema es la presencia de distribuidores que conocen bien las características de la oferta y gracias a esto pueden garantizar la opción que más se adecue a las necesidades y gustos de los demandantes. Sin embargo, en los últimos años, el desarrollo de internet ha contribuido a un aumento exponencial en la información turística (Parra & Calero, 2006).

Estos distribuidores son los que consideramos intermediarios y sus funciones principales son: informar, promocionar, contactar, adaptar oferta y demanda, negociar, distribuir, financiar y asumir riesgos (Novás, 2010; Kotler et al., 2011)

Últimamente los canales de distribución del sector están modificándose debido al avance de las tecnologías de la información y la comunicación, sobre todo el internet. Esto ha generado nuevas formas de intermediar (Varela, Pereyra y Pechuán, 2007). Un ejemplo de esto son las nuevas plataformas online de turismo colaborativo.

Para dar pie al siguiente concepto que se desarrolla en el marco teórico queremos reafirmar que, como manifestó Boullón (1990), en el sistema turístico existe una red de generación de valor donde están los empresarios dueños de los establecimientos de hospedaje y los intermediarios que son aquellos que conectan a los establecimientos con los turistas. Pero bien, para el caso particular del turismo colaborativo el intermediario

tradicional es poco eficiente, sea porque los clientes que exploran en ellos no van en busca de ese tipo de experiencia o por lo costoso, engorroso y en casos hasta imposible que es para un particular poner una habitación o una casa en alquiler a través de un GDS, central de reserva o agencia de viajes, más allá de que estas últimas y sobre todo las online cada vez facilitan más la accesibilidad para estos oferentes, por ejemplo Booking. En fin, al comenzar a incrementar el consumo colaborativo, ha ido evolucionando un tipo de intermediario que se adaptó a ese mercado particular, éstos son reconocidos como plataformas online p2p, los nuevos intermediarios colaborativos.

1.4. Plataformas online p2p, los nuevos intermediarios colaborativos.

Es complicado encontrar una definición clara de estos nuevos intermediarios. Es por esto que sumando las opiniones de los autores que estuvimos consultando nos animamos a describirlos como: aquellos distribuidores (descritos por Kotler et al., 2011), que se encuentran trabajando en los canales de distribución modificados por las tecnologías (comentados por Varela, Pereyra y Pechuán, 2007). La variación más importante es que utilizan una herramienta totalmente innovadora que son los novedosos sistemas que trabajan por internet, como los describía anteriormente Valor (2014, en Sánchez, 2015), también conocidos como plataformas virtuales peer to peer (p2p).

Estas plataformas son conocidas en el mundo de la informática como *web 2.0*, donde el usuario es el verdadero rey ya que pasa de ser un espectador y consumidor a convertirse en el creador de los contenidos y servicios. En estas nuevas plataformas los usuarios tienen una actitud activa ya que no solo leen sino que también discuten, comentan, valoran, proponen, opinan, publican, intercambian, en otras palabras participan activamente, ellos son quienes generan el contenido más valioso de la plataforma (Nafría, 2007)

En la web tradicional el usuario es el destinatario de los contenidos y de los negocios, en cambio en la web 2.0 produce el contenido y participa del negocio. Esta tendencia en el turismo tiene un peso cada vez más importante. El cliente actual, también conocido como cliente 2.0, pregunta, compara, negocia, elige y compra. A continuación realiza el viaje y desde ese momento comienza a compartir sus experiencias las que luego pasaran a ser información valiosa para el próximo cliente (Plaza, 2008).

Estas plataformas pueden ser un intermediario altamente eficiente dentro de la actividad turística ya que le permiten al proveedor generar el contenido del sitio. El oferente, quién conoce como nadie lo que tiene para vender, podría romper con el problema de la información asimétrica que planteamos anteriormente, mejor que ninguna otra persona o agente de venta. Además permite llevar el conocido boca a boca a las plataformas online, pero con la diferencia que un comentario puede alcanzar a miles de personas, sin duda, una herramienta de alta importancia al momento de comercializar los servicios.

En resumen las web 2.0 son las plataformas que actualmente utilizan varios intermediarios de la industria del turismo como por ejemplo Booking, Tripadvisor, Despegar y muchísimos otros; la diferencia radica en los niveles de interacción que cada una de estas plataformas le permite a sus usuarios. En relación a esto, las web 2.0 que propician el peer to peer (p2p), o sea el comercio entre iguales, permiten una alta interacción. En otras palabras, este nuevo intermediario solo es un sistema que brinda a sus usuarios todas las posibilidades de contacto a fines de informarse, promocionarse, administrarse, negociar, comercializar, evaluarse y ante problemas también conciliarse. Los intermediarios colaborativos son sólo plataformas que generan todo el espacio necesario para que los usuarios puedan interactuar.

Cuando hablamos de turismo colaborativo, estamos refiriéndonos a los servicios del equipamiento turístico ofrecido por personas que no están involucradas en la industria tradicional del turismo. En el caso específico del alojamiento, se trata de personas a las cuales les sobra o tienen en desuso un lugar, una habitación, departamento o casa, que comercializan por los nuevos intermediarios colaborativos que en simples palabras son web 2.0, propiciando de esta manera, el comercio entre iguales.

Por último queremos remarcar que algunas de estas plataformas como por ejemplo Airbnb y Homeaway, dada a la afluencia de clientes comenzaron a ser considerados por empresas del rubro alojamiento turístico para comercializar su negocio. En otras palabras, además de personas que realmente tienen un lugar en desuso y lo publican por estos portales, también se comenzaron a publicar posadas, hoteles, condominios, hostels, entre otros. Esta situación llevó a las plataformas colaborativas a ofrecer servicios similares a los que brindan intermediarios tradicionales, por lo que deberían ser considerados como tales; pero al no serlo, actualmente se habla de una competencia desleal, un tema que no

es al que apunta directamente la investigación pero que igualmente analizamos más intensamente en el cuarto capítulo.

2. El alojamiento de la ciudad de La Plata

Este capítulo comienza narrando la historia más antigua del alojamiento en la ciudad y luego hace referencia a los últimos pasos que ha experimentado la oferta de alojamiento, finalizando con una descripción clara de la cantidad y tipo de alojamiento turístico tradicional que actualmente brinda la ciudad según el Ente Municipal para la Actividad Turística de La Plata (EMATUR).

2.1. Historia del alojamiento en la ciudad de La Plata

A partir de la fundación de la ciudad de La Plata, en el año 1882, el primer hotel que abrió sus puertas fue el Hotel Bruny. Este complejo estaba ubicado en la localidad de Tolosa sobre la Avenida 1 en una posición estratégica en relación al ingreso a la ciudad. Sin embargo, al poco tiempo el hotel fue trasladado a la diagonal 80 entre las calles 5 y 6 a solo una cuadra de la estación ferroviaria, que para ese entonces se localizaba en lo que se conoce hoy como el Pasaje Dardo Rocha (De Paula, A. S. 1987). A sus cuatro años de vida el hotel Bruny fue ampliado y convertido en el Gran Hotel y Café de París, pasando a ser escenario de los acontecimientos sociales más importantes de la vida platense (Vitalone et al., 2013).

Además de este establecimiento existían otros que ofrecían servicios de alojamiento durante esta época, ya que para el año 1884 se encontraban: El Hotel Cosmopolitan, en calle 50 esquina 4; Hotel La Plata, en 58 y 7; Hotel Del Comercio, en calle 51 y 9 donde hoy se encuentra el ACA; Hotel del Chalet, ubicado en diagonal 74 entre 8 y 9; Hotel de La Confianza en 59 entre 9 y 10; y el Hotel Du Midi en 56 esquina 12. (Moncaut, Bisocoli & Conti, 1982).

En estos establecimientos comúnmente se hospedaba gente que venía a ver como se daba el crecimiento de la ciudad o que trabajara en ello. Hay que recordar que para ese entonces no se brindaba luz eléctrica ya que esta comenzó a llegar a partir del año 1886, sin embargo algún hotel como por ejemplo el Hotel Del Comercio ofrecía iluminación a gas (De Paula, A. S. 1987). En las afueras de la estación o de los hoteles, se podían

observar las carretas empujadas por caballos, o los mismos caballos amarrados esperando por sus dueños. No existían edificios de gran altura y los que había, tenían un estilo europeo que coadyuvaba a aportar lo restante para que la ciudad luzca un paisaje exquisito que quedaría en la memoria de los primeros ciudadanos platenses (Vitalone et al., 2013).

Llegado el siglo XX, la ciudad seguía experimentando un crecimiento hotelero y entre las organizaciones más destacadas que se unieron a esta práctica se encontraba el hotel Gay, ubicado en calle 50 y esquina 7, además de otros hoteles que fueron instalándose en la ciudad. Analizando registros que obtuvimos del año 1912 y 1913, podemos afirmar que para aquel entonces ya existían 14 hoteles en la ciudad de La Plata, que para ser comercializados realizaban grandes anuncios en papel que se aplicaban en periódicos o eran entregados a las personas que llegaban a la estación (Guía de comercios de la época, 1912/1913).

A partir del año 1969 comienza la historia más reciente del alojamiento en la ciudad, año en que comienzan a inaugurarse los hoteles que actualmente abren sus puertas en la capital de la provincia, además de instalarse la nueva tipología de alojamiento llamada hostels.

Toda la información expuesta a continuación fue proporcionada por el EMATUR (ver anexo 1). Según el ente de turismo el hotel más antiguo que aun abre sus puertas en la ciudad data del año 1969 y es reconocido con el nombre Hotel La Plata, el mismo se ubica en el corazón de la ciudad a pocos metros de la catedral y del centro comercial. Actualmente este hotel es el de mayor capacidad llegando a brindar hospedaje para 170 personas.

En lo que respecta a la década del 70' son sólo dos los hoteles que se inauguran, uno de ellos es el San Marco Hotel, ubicado dentro del núcleo urbano y el otro el Saint James que también está establecido dentro del casco urbano pero con mayor cercanía al paseo de bosque.

Los primeros cuatro años de la década siguiente fueron muy importantes para el alojamiento de la ciudad ya que durante este periodo se inauguran cinco hoteles. Sin embargo en el año 1983, año que el país y la ciudad de La Plata comienzan a dejar atrás un pasado oscuro con una guerra perdida, se para el crecimiento en infraestructuras

hoteleras hasta los años 90'. Luego de siete años de un marcado estancamiento en el crecimiento de la oferta de alojamiento la situación comienza a cambiar y a partir de allí se ve una década de recuperación que dejó, en el transcurso de ocho años, seis hoteles nuevos en la ciudad.

Al llegar el cambio de siglo, llega con él cambio de modalidad de servicio porque, más allá de que durante la primera década del siglo XXI se construyeron cuatro hoteles nuevos, en el año 2008 se construye el primer hostel en la ciudad llamado Frankville. Este acontecimiento marcó un cambio importantísimo en la modalidad de servicio que la ciudad comienza a brindar, ya que a partir de allí y hasta la fecha se han construido más de diez establecimientos de la misma categoría.

Para el año 2015 se inauguró el último hotel en la ciudad de La Plata, más precisamente en la localidad de City Bell, a las afueras del casco urbano. Además se espera para los próximos años la construcción de cuatro hoteles nuevos, ellos son: Hotel Howard Johnson (a las afueras del casco urbano), Hotel Dazzler Tower, Sheraton Building Square y Abes Argoth Hotel.

Para ir finalizando no queremos dejar de pasar inadvertido que los hostel de la ciudad de La Plata tienen una capacidad promedio de alojamiento de 24 personas, mientras que los hoteles, también de la ciudad, tienen un promedio de 75 personas. Por otro lado, en lo que respecta a la calidad del servicio, la ciudad sólo cuenta con un solo hotel de cuatro estrellas que puede hospedar a 108 personas.

Por último, vale la pena aclarar que todos estos establecimientos para ser comercializados utilizan en la actualidad una serie de intermediarios que va muchísimo más allá de los folletos o publicaciones en los diarios que se utilizaban para principios del siglo XX. Actualmente estos establecimientos trabajan con centrales de reservas, agencias online, sistemas globales de distribución, tour operados y otros tipos de intermediarios. Para conocer un poco más sobre ellos aconsejamos la lectura de la tesis doctoral del año 2001 realizada por Benjamín del Alcázar Martínez que lleva como título "La integración y cooperación en la distribución hotelera desde la estratégica del marketing".

2.2. Oferta actual de alojamiento en la ciudad

La oferta de alojamiento actual de La Plata, según los registros del Ente Municipal para la actividad Turística, se divide en varios segmentos (ver anexo 1), los mismos están expuestos a continuación.

- *Catorce hoteles categorizados*, de los cuales solo uno es de cuatro estrellas, tres son de tres estrellas, cuatro son de dos estrellas y uno es de una estrella, siendo los restantes categorizados como residenciales. Realizando la sumatoria de sus plazas podemos confirmar que entre todos ellos pueden brindar una capacidad máxima de alojamiento para 1001 personas.
- *Seis hoteles no categorizados*, de los cuales cinco de ellos son de tres estrellas y el restante de dos. Realizando la sumatoria de sus plazas podemos confirmar que entre todos ellos pueden ofrecer una capacidad máxima de alojamiento para 406 personas.
- *Dos hotel & apart*, siendo ambos de dos estrellas. Ambos pueden brindar una capacidad máxima de alojamiento de 125 personas.
- *Nueve hostels categorizados* donde pueden haber como máximo unas 219 personas.
- *Dos hostels no categorizados* que aportan una cantidad de 37 plazas a la oferta de alojamiento de la ciudad.
- *Siete departamentos temporales* de los cuales a cinco de ellos los hemos encontrados en las plataformas colaborativas Airbnb y Zukbox. La sumatoria de sus plazas de alojamiento nos da una capacidad total para 228 personas
- *Ocho pensiones* que en general brindan alojamiento para estudiantes.
- *Cinco campings a las afueras de la ciudad.*
- *Cuatro alojamientos en construcción*: Hotel Howard Johnson, Hotel Dazzler Tower, Sheraton Building Square y Abes Argoth Hotel. Los mismos serán de 4 a 5 estrellas.

A modo de resumen y sin considerar los campings a las afueras de la ciudad, actualmente La Plata cuenta con una oferta de alojamiento máxima de 2016 plazas. Siendo sólo 1532 plazas ofrecidas por hoteles y 256 plazas por hostels. En caso de limitar la oferta de alojamiento dentro del casco urbano de la ciudad, la oferta de alojamiento descendería a 1943 plazas.

Para finalizar, queremos dejar en claro que los departamentos temporales de la ciudad de La Plata no se encuentran regulados, lo que podría llegar a ser considerado dada la similitud en la prestación de servicios hoteleros, como una competencia desleal.

3. Turismo de eventos

Hasta el momento tenemos un panorama claro de la oferta de alojamiento que tiene la capital de la provincia de Buenos Aires, ahora vamos a seguir adelante con un capítulo en relación a los eventos, su origen, la incidencia que tienen en el turismo de la ciudad y sobre todo haremos hincapié en los eventos multitudinarios en el estadio único y los niveles de ocupación que ha tenido la oferta de alojamiento en la ciudad durante los mismos.

3.1. Historia del turismo de eventos

Si nos remontamos en la historia, fueron los griegos los que impulsaron las ferias y exhibiciones como primeros eventos, seguidos por los romanos quienes esparcieron esta modalidad por toda Europa a medida que iban construyendo su Imperio (Betina, A. 2014).

En la historia reciente debemos enfocarnos en el año 1841 en Europa, más precisamente en Inglaterra, donde debido a la revolución industrial que concluía en esos años, comienza el desarrollo de los medios de transporte y comunicación que son de gran importancia para el auge de los eventos (Gomes de Moraes, 2012). En ese año, en la ciudad de Loughborough se realizaba el primer evento turístico de la mano de Thomas Cook, quién movilizó en tren a 540 personas desde la ciudad Leicester para asistir a una convención antialcohólica. Este hecho quedó remarcado en la historia del turismo de eventos y le ha generado a su impulsor el reconocimiento como el primer agente de viajes (Maure, 2007). Diez años más tarde, y con el fin de demostrar su capacidad comercial y conquistar nuevos mercados, Inglaterra lleva adelante la organización de la “Expo del Cristal Palace”, reconocida como la primera Expo Universal, donde expusieron 19.937 empresas de las cuales 7.000 provenían de EE.UU. El éxito de este evento generó que luego se realizara en EE.UU, Francia y Austria (Betina, A. 2014).

Los acontecimientos mencionados anteriormente fueron ejemplos que quedaron en la historia; sin embargo, alejándonos de casos puntuales, el turismo de eventos como

actividad económica tiene sus orígenes en los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX. No obstante no es reconocida su transcendencia para el desarrollo de ciudades hasta mediados del siglo XX, momento en el que este tipo de turismo comienza un recorrido de reconocimiento y valoración que lo posiciona como una herramienta para intensificar y fortalecer las ciudades, comenzando así a ser vista como una tipología que favorece al quiebre de la estacionalidad turística (Nieves y Belén, 2012).

Si buscamos en un diccionario de la Real Academia Española anterior a 1973, la palabra “evento” era definida como un hecho que puede ocurrir o no; pero a partir de ese año y debido a lo anteriormente mencionado, un evento pasó a significar un acontecimiento previamente organizado (Betina, A. 2014).

Haciendo referencia a Gomes de Moraes (2012) podemos definir al turismo de eventos como una suma de esfuerzos y acciones planeadas con el propósito de alcanzar resultados definidos junto al público objetivo. A la vez el autor argumenta que resulta relevante, ante la expansión del volumen de negocios desarrollados por tales eventos, la ampliación de los sectores de agencias, hotelería, catering y transporte, ya que éstos utilizan el equipamiento turístico del lugar además de sus atractivos. Este tipo de turismo, según Maure (2007), es altamente rentable por el alto nivel de ingresos que aporta y por el impacto que produce en otras ramas y sectores de la economía y en el propio turismo.

Entre los factores que contribuyeron al desarrollo del turismo de eventos se encuentran: el desarrollo tecnológico de los medios de transporte, el crecimiento de los negocios internacionales, el interés por obtener niveles de educación más altos, el incremento del ingreso real per- cápita que esta tipología de turismo experimenta, el incremento del número de profesionales en turismo, el crecimiento de corporaciones multinacionales y empresas con representación en diferentes ciudades, la necesidad de mantener actualizadas diferentes ramas profesionales y el interés de los gobiernos y otras organizaciones públicas o privadas por lograr los beneficios que trae consigo el turismo de eventos (Choez, en Nieves y Belén, 2012).

Sostiene Gomes de Moraes (2012) que este tipo de turismo es el que mayores ingresos, impuestos y empleo genera en las ciudades ya que garantiza impacto económico pre-evento, durante el evento y post-evento. Sumado a esto, Nieves y Belén (2012) caracterizan a este tipo de turismo como un impulsor del turismo receptivo

altamente rentable y de elevado gasto turístico ya que aumenta la estadía promedio y a la vez, genera que los visitantes retornen al lugar sede del evento para realizar vacaciones de otro tipo.

Sin ir más lejos queremos resaltar la opinión de Maure (2007), quien sostiene que entre todas las modalidades de turismo de eventos que existen, una de las más importantes es la de congresos y convenciones debido al aporte de divisas que genera. Mencionamos esto ya que la ciudad de La Plata fue distinguida como destino de reuniones por el Secretario de Turismo de la provincia de Buenos Aires en el año 2015 debido a su posicionamiento en el ranking ICCA (international Congress & convention association) (Blanco Negro, 02 oct. 2015).

A continuación desarrollaremos un apartado en relación a los distintos tipos de eventos que generan turismo en la ciudad de La Plata.

3.2. Turismo de eventos en la ciudad de La Plata

Como hemos mencionado el turismo de eventos requiere una suma de esfuerzos y acciones planeadas con el propósito de alcanzar ciertos resultados junto a un público objetivo. A la vez, el flujo de turistas que mueven estos eventos utilizan el equipamiento turístico de la ciudad y por lo tanto es fundamental contar con sectores de agencias, hotelería, catering y transporte que se encuentren desarrollados al nivel de cumplir con las exigencias de éstos.

El presidente del EMATUR, Juan Osaba, en la entrevista que tuvimos con él nos remarcó que la ciudad se distingue por el turismo de congresos, seminarios y reuniones y a la vez por un turismo administrativo que es lógico por ser la capital de la ciudad. Además adhirió que entre los atractivos más importantes de la ciudad está la usina cultural que la calificó de inabarcable e incomparable con otras ciudades pero que sin embargo no se ha aprovechado hasta el momento por barreras como la falta de cultura turística en los residentes y falta de políticas públicas que acompañen el desarrollo turístico en la ciudad (ver anexo 4)

Sin dudas la ciudad tiene grandes atractivos turísticos como la catedral, los museos, el observatorio, teatros y tantas otras cosas aunque sin embargo, gracias a un aporte de la licenciada Molinari podemos comentar, haciendo referencia al año 2008 y a los turistas que visitaron los hoteles de la ciudad, que solo el 13% de ellos visitó La Plata para realizar un turismo de ocio, el 38,3% lo hizo por motivos de negocios, el 26,7% para concurrir a congresos y el restante 22% por motivos de salud. Además durante ese mismo año los hoteles de la ciudad registraron un 77% de ocupación. Los datos surgen de una investigación sobre 15 hoteles de la ciudad y sus inquilinos (Molinari, 2008).

Que los eventos en relación a negocios y congresos tengan tanta influencia en la ciudad, se debe a las características de La Plata por el hecho de ser sede de importantes unidades académicas y un asiento natural de autoridades bonaerenses comenta el licenciado en turismo Herrera (2014). A la vez en su tesina el autor informa que para el año 2013 la ciudad registró 187 reuniones de las cuales 173 fueron congresos y convenciones, además de 10 congresos internacionales que sitúa a la ciudad, según el ranking ICCA, en el cuarto puesto como destino sede a nivel nacional y como primer polo a nivel provincial de congresos internacionales.

En resumen, podemos decir que en lo que respecta al turismo de la ciudad los eventos tienen gran importancia, sobre todo los de congresos y convenciones. Sin embargo en los últimos cinco años, más precisamente a partir del año 2011, los eventos musicales multitudinarios han generado un impacto en el turismo de la ciudad nunca antes experimentado y sobre todo dejando en evidencia la carencia de servicios que la capital de la provincia tiene, entre ellos el de alojamiento.

Continuaremos dando a conocer los pasos que dio el Estadio Único de La Plata para que hoy en día llegue a ser un escenario de eventos de primer nivel en el mundo. Por último el capítulo dejará en evidencia los antecedentes que han colapsado la oferta de alojamiento de la ciudad.

3.3. Estadio Único, sede de eventos multitudinarios en la ciudad de La Plata.

El proyecto que culminó con el estadio como actualmente se lo conoce comenzó en el año 1947, cuando el gobernador de la provincia de Buenos Aires en ese momento, Domingo Mercante, expropió el predio y conformó el complejo deportivo La Plata. Recién para el año 1989 se generó la primera comisión para la futura construcción y

administración de un complejo dedicado, integralmente, a la práctica de fútbol y otras prácticas deportivas. Dicha comisión estaba constituida por dos clubes de fútbol platenses, Gimnasia y Esgrima de La Plata y Estudiantes de La Plata. En 1992 se constituye la “Fundación Estadio Ciudad de La Plata” integrada por el estado provincial, la municipalidad de La Plata y los clubes de fútbol Gimnasia y Estudiantes. Al año siguiente se evalúan proyectos para la construcción del estadio y queda seleccionada la propuesta del arquitecto Roberto Ferreira.

En 1996 el poder ejecutivo provincial estableció por ley que llevaría adelante la administración y ejecución de las obras, y para el año siguiente convocó un concurso público de ofertas para la ejecución del trabajo, los mismos comenzaron en el año 1998. Por algunos problemas económicos la obra estuvo retrasada, pero igualmente el 7 de junio del 2003 se inauguró el Estadio Único de La Plata teniendo aún algunos detalles por completarse. Durante sus primeros años, fue utilizado por los clubes de fútbol locales para sus respectivos partidos y entrenamientos, aunque también para algunos shows musicales, la mayoría de artistas nacionales, aunque también hubo internacionales como Serrat y Chayanne.

Cinco años después de su inauguración se tomó la decisión de reanudar las obras. Se colocó el techado, un cubo aéreo central de pantallas LED, se concluyó el trabajo en los palcos y plateas, el estacionamiento y se modernizó la iluminación, además se colocó un campo de juego que permite ser desmontado pensando en utilizar el estadio para otro tipo de eventos (Estadio Único, 2011). El 17 de febrero de 2011 se reinauguró el Estadio Único de La Plata y unos días después, más exactamente el 30 de marzo del 2011, es sede del increíble show 360° de la banda Irlandesa U2. Dicho evento se realizó dos veces más en los siguientes días y la convocatoria fue extraordinaria.

Durante las entrevistas, Russo (Director Provincial de Desarrollo de Calidad y Servicios de Turismo de la Provincia de Buenos Aires) y Osaba (presidente del EMATUR) nos comentaron que estas últimas remodelaciones, mencionadas anteriormente, fueron decisivas para que las productoras consideren realizar los eventos multitudinarios allí. Seguidamente el director Russo manifestó que:

“También influyeron ciertas restricciones que se dieron en los estadios de capital por el tema ruido, vibración y demás, como que coincidió en el tiempo, entonces parte de los

recitales que se realizaban en River o en Vélez, los de mayor capacidad, muchos empezaron a llegar a la ciudad de La Plata". (Anexo 5).

A solo un año de su reinauguración un informe sobre la industria de los shows musicales de la empresa norteamericana Pollstar posicionó al estadio en el quinto lugar de los estadios más concurridos del mundo en relación a eventos musicales. El primer lugar lo tuvo el Foro Sol de México DF, segundo el Wembley de Londres, seguido por el Morumbí de San Pablo y el Estadio Ciudad Inglesa de Manchester. El estadio Monumental de River Plate quedó en el puesto 26 y el de Vélez Sarfield en el puesto 60. Para que el Estadio Único logre este posicionamiento mucho tuvieron que ver los recitales de U2, Guns N'Roses, Aerosmith, Pearl Jam y Britney Spear realizados durante el año 2011 (Terra, 14 feb 2012).

El Estadio Único, ubicado sobre la intersección de la calle 25 y la avenida 32, cuenta actualmente con una capacidad para 53 mil personas, instalaciones modernas y una ubicación estratégica para el ingreso y egreso al mismo.

3.4. Antecedentes de eventos que colapsaron la oferta de Alojamiento.

Con respecto a este apartado, queremos dejar en claro que nos hemos dirigido al EMATUR y a la Cámara de Turismo Regional de La Plata a fin de conseguir registros que demuestren nuestro objetivo en relación a una demanda insatisfecha de alojamiento durante los eventos multitudinarios que se realizan en el estadio único, sin embargo no nos han podido ofrecer ningún tipo de diagnóstico o estudio sobre estos hechos puntuales ni durante circunstancias normales. Lo mismo nos ha sucedido al acercarnos a la Subsecretaria de Turismo de la Provincia, ya que no cuentan con investigaciones puntuales en relación a la ciudad de La Plata y su demanda de alojamiento. También intentamos recabar información a través de la comisión directiva de la Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica y Pastelera de la Ciudad de La Plata, la respuesta que obtuvimos fue que no están habilitados para brindarnos ese tipo de información y nos propusieron llamar a la Federación Empresarial Hotelera y Gastronómica de la Argentina (FEHGRA); al comunicarnos con la FEHGRA nos solicitaron que enviemos una petición al correo informes@fehgra.org.ar, sin embargo nunca obtuvimos respuesta. A la vez buscamos acercarnos al estadio único en busca de información y el resultado fue el

mismo. En conclusión, todos los datos que pudimos obtener han sido substraídos de los medios de información que tuvimos a nuestro alcance, por ejemplo en algunas de las fuentes encontradas, testimonian autoridades importantes del turismo en la ciudad como lo son: Ignacio Crotto (Subsecretario de turismo de la provincia), Daniel Loyola (Presidente de la Cámara de Turismo Regional de La Plata) y Juan Osaba (Presidente del EMATUR).

En el último tiempo La Plata se ha convertido en el centro argentino de shows internacionales. Tan solo en los primeros meses del año 2016 el Estadio Único fue anfitrión de artistas de gran talla mundial como The Rolling Stones, ColdPlay y Paul McCartney. Pero no solo debemos quedarnos con lo sucedido este último tiempo ya que estos eventos de alta convocatoria comenzaron a partir del año 2011.

A partir de su reinauguración U2, Guns N' Roses, Aerosmith, Pearl Jam y Britney Spears fueron los primeros artistas internacionales que el Estadio Único de La Plata tuvo el privilegio de recibir. Por la llegada de estos artistas se movilizaron miles y miles de aficionados de todas partes del país y del mundo que colapsaron el alojamiento en la ciudad. Ya para ese entonces se hacía evidente que la oferta de alojamiento, la cual solo contaba con 2 mil plazas, no era suficiente. Ante esta situación Ignacio Crotto, secretario de turismo de la provincia, adelantaba que se vendría una serie de eventos en el estadio que atraerían a los inversores que la ciudad estaba necesitando para cubrir ese problema (Morosi, P. 24 feb 2011).

A comienzos del año 2011, llegaba U2 a la ciudad para brindar tres espectáculos. Era tanto el colapso que desde la municipalidad comenzaron a abrir registros para que todas aquellas personas que tengan una habitación o casa para alquilar lo hicieran (Cronista, 24 feb 2011). ¿Sería este entonces el principio del turismo colaborativo en la ciudad?

Para el mes de noviembre del mismo año, la ciudad de La Plata cumplía años y en esa misma semana se daba el último mega recital del año en el estadio, la princesa del pop latino Britney Spears hacia delirar a la ciudad y a cubrir todas las plazas de alojamiento de la zona, tanto que la avenida 32 pasaba a convertirse en un camping y otra vez quedaba en evidencia que la ciudad de La Plata era una anfitriona sin infraestructura (El Día, 20 nov 2011).

En el año 2012 se inauguraban dos hostels nuevos en la ciudad. Claramente no eran la salvación pero si una oportunidad para pequeños inversores que decidieron poner unas 40 plazas nuevas de alojamiento y contribuir al desarrollo. En este año los eventos en el estadio se vieron muchísimo más calmos, solo una banda internacional uruguaya ofreció un show que convocó a unas 35 mil personas y a la vez artistas nacionales como Charly García y Las Pastillas del Abuelo brindaron recitales en el estadio. Para estos eventos no han quedado registrados problemas de déficit de alojamiento, se podría pensar que estos eventos si han quedado a la talla de la infraestructura de la ciudad.

Al año siguiente de una agenda tranquila de eventos, el estadio volvía a ser anfitrión de grandes estrellas internacionales. Para ese entonces Black Sabbath y Megadeth brindaban un show único para la ciudad que quedaría en la memoria de varios aficionados, no sólo por el grandioso evento en sí, sino también por la desesperación de no tener donde dormir o pasar la noche. Ante esta situación nuevamente el EMATUR revelaba la situación de colapso que tenía la ciudad con todos sus hostels y hoteles completos (Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, 07 oct 2013). Remarcamos que también existieron otros eventos musicales en el estadio durante ese año pero de bandas locales que no dejaron en evidencia la necesidad de ampliar la oferta de alojamiento.

Llegaba el año 2014 y la situación era similar a la del pasado año. El estadio era sede de eventos con artistas locales aunque desde la provincia seguían con la intención de traer algún evento multitudinario, y así fue. El rock fue más pesado que nunca y más de 100 mil aficionados se dieron cita en el estadio para ver a Metálica que tuvo que brindar dos shows para agasajar la demanda. Otra vez la ciudad quedaba colmada, los hoteleros tenían sus reservas un mes antes del evento y hasta la fecha del mismo seguían recibiendo llamadas que tenían la intención de reservar un lugar donde dormir (Télam, 28 mar 2014).

Durante el año 2015 artistas norteamericanos e ingleses brindaron shows en el Estadio Único, sin embargo no hemos encontrado información que respalde que la oferta de alojamiento resultó escasa para dichos eventos. Durante este año se inauguraba un nuevo hotel en la ciudad, más precisamente en la localidad de City Bell a unos pocos kilómetros del estadio.

Comenzaba el 2016 con una agenda más que interesante para la ciudad, ante esto Juan Osaba, presidente del EMATUR, afirmaba que la ciudad de La Plata es una sede preferencial de mega eventos y que el impacto de éstos es notable ya que beneficia a múltiples sectores de la economía local y logra incentivar el turismo (Blanco Negro, 1 abr 2016).

Transcurría el segundo mes del año y el grupo británico The Rolling Stones hacia arder la ciudad, la banda conducida por su líder Mick Jagger dio tres recitales en el estadio. Los hoteleros aprovechándose y con el conocimiento de las experiencias pasadas hasta llegaron a triplicar sus precios por pernocte. Claramente la oferta de alojamiento de la ciudad estaba ocupada al 100% debido a las 150 mil fan que se acercaron al estadio para escuchar a sus ídolos (Muy Clarín, 03 feb 2016). En una nota con diario Clarín, Daniel Loyola, presidente de la cámara de turismo de La Plata, expresaba que la ciudad cuenta con una oferta de alojamiento escasa que quedaba chica para eventos de esta magnitud (Debesa, F. 02 feb 2016). Para este entonces desde el EMATUR no se abrió ningún tipo de registros de casas particulares argumentando que no se las podían habilitar debido a las medidas de seguridad y a las garantías que requiere este tipo de servicio (El Día, 03 feb 2016).

La movida de la música internacional no paraba y a fines de marzo llegaba a la ciudad ColdPlay introduciendo dos espectáculos a la agenda de eventos del estadio. Fueron alrededor de 100 mil aficionados los que tuvieron la oportunidad de disfrutar su música. Otra vez la ciudad quedaba en jaque por su humilde infraestructura de alojamiento que se encontró con una ocupación del 100% (Infoplatense, 1 abr 2016). Posteriormente, Paul McCartney durante el mes de mayo realizó dos shows en el estadio generando grandes beneficios económicos en la ciudad. Según registros del EMATUR durante la semana de los espectáculos que realizó el chico nacido en Liverpool, se registró un 90% de ocupación promedio con picos los días de los recitales (El Día, 22 mayo 2016).

El año 2016 sigue con una agenda muy interesante de eventos en el estadio ya que próximamente se espera la visita a la ciudad de Rihanna y nuevamente la de Aerosmith. También se había programado un partido homenaje a la paz que traería grandes estrellas del fútbol mundial, pero que actualmente se ha suspendido por motivos que nada se asemejan a esta investigación.

Más allá de que se han consultado las fuentes de información necesarias y no se han obtenido los datos requeridos, a través de la información volcada durante el desarrollo del apartado, misma que fue substraída de publicaciones online y diarios de la provincia, hemos identificado una demanda de alojamiento insatisfecha generada a partir de los afluentes a los eventos multitudinarios realizados en el Estadio Único.

En el próximo capítulo conoceremos más sobre el alojamiento colaborativo, haremos un breve recorrido de su historia, a la vez daremos a conocer situaciones donde el alojamiento colaborativo es considerado como una solución al problema de escases de alojamiento durante eventos multitudinarios. También analizaremos las críticas que recaen en esta nueva filosofía de viajar.

4. Turismo colaborativo

En el comienzo de este capítulo se desarrollaron conceptos para comprender las raíces del turismo colaborativo y los antecedentes que influyeron para que actualmente sea un tema de gran repercusión mundial. El apartado finaliza dando a conocer los motivos por los que se critica a esta filosofía del consumo, y a la vez dando a conocer situaciones donde el turismo colaborativo es fomentado para ampliar la oferta de alojamiento durante eventos multitudinarios.

4.1. *Evolución de la economía colaborativa*

Como ha quedado expresado en el marco teórico de esta tesina, para comprender el origen del turismo colaborativo debemos sumergirnos en la historia de la economía colaborativa y hacer hincapié en el avance de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), ya que éstas crearon los medios que han logrado potenciar a la tendencia de consumo colaborativo en los últimos años.

La economía colaborativa también reconocida como trueque, es una manera de comercializar que ha existido siempre. Desde el comienzo de la historia, las civilizaciones para sobrevivir intercambiaban el excedente de sus mercancías por contraprestaciones, pero en un determinado momento, sea porque algunos productos eran más valiosos que otros o porque algunos bienes no tienen valor de reserva, en la metodología del trueque comienza a introducirse la moneda. Todo fue evolucionando hasta llegar a la economía

tradicional que hoy en día conocemos, es decir, un productor que por un determinado valor brinda un servicio o producto a un cliente, transformándose la economía de iguales a iguales en una de productores a clientes. Más allá de esto, nunca ha dejado de existir esta primera, y aunque ha sido dejada de lado por mucho tiempo, actualmente está tornándose muy relevante debido a varios factores económicos, sociales, medioambientales y sobre todo tecnológicos (Sanchez, 2015).

Un cambio importante para que esta economía pise fuerte en el mundo actual, fue debido al progreso experimentado por las TIC, ya que han ayudado para que esta manera de comercializar entre iguales, no se limite a un determinado círculo social o espacio geográfico y pueda llegar a personas de todo el mundo (Diez, 2015). Sin embargo, eso no fue lo único que ha generado el reflote del consumo entre iguales, ya que el ambiente de crisis e incertidumbre económica, social y medio ambiental son, según la autora, factores que han generado transformaciones en las conductas de los individuos.

En relación a lo anterior, los autores Cañigüeral (2014), Sanchez (2015) y Gross (2014) afirman que se ha instalado un nuevo paradigma en referencia a que lo que realmente importa es poder acceder a los bienes y no poseerlos, y esto lleva a las personas a buscar el acceso a los mismos bienes y servicios a través de medios que no impliquen únicamente la adquisición de los mismos, y es aquí donde el papel de las web 2.0 tiene un peso importantísimo ya que es el medio que permite realizar las transacciones peer to peer (p2p).

Hasta el momento, podemos decir que la economía colaborativa o consumo colaborativo siempre ha existido pero que, debido a el avance de la TIC, los tiempos de crisis, el derroche de recursos y las transformaciones sociales, está cada vez más presente en la vida cotidiana de las personas. Es por esto que los autores Gross (2014) y Sanchez (2015) coinciden en la existencia de tres razones para que las personas participen de esta economía:

- *La razón social*, ya que gracias al auge de las redes sociales cada vez son más las personas que anhelan solidarizarse, compartir, conocer gente, vivir experiencias nuevas, de alguna o de otra manera cubrir sus necesidades sociales insatisfechas.
- *La razón económica*, ya que al compartir se dividen gastos, a la vez también se generan ganancias extras que permiten afrontar las crisis económicas, los altos niveles de inflación y por otro lado las personas pueden cubrir sus necesidades sin

tener que hacer frente a pagos que su economía no soporta o tener que rebajar su nivel de vida.

- *La razón medio ambiental*, ya que es una manera de parar con el derroche de recursos y bienes que aún conservan su función y generar menor impacto al medio ambiente.

Además de dichas razones, existen factores determinantes que hacen que anfitriones y huéspedes utilicen estas plataformas p2p. Coinciden los autores Mendes Izard, (2015), Diez (2015), Cañigueral (2014), Sanchez (2015) y Gross (2014), que la confianza que las plataformas brindan son su clave de éxito. Según un estudio sobre la plataforma colaborativa “blablacar” los usuarios confían en personas desconocidas gracias a factores como: a- la foto de perfil; b- las valoraciones que tienen los usuarios por parte de otros usuarios; c- la certificación del número telefónico o cuenta de correo electrónico (Sanchez, 2015).

El autor Mendes Izard (2015) remarca que los pilares fundamentales que la organización Airbnb, plataforma más relevante de alojamiento colaborativo en el mundo, brinda para generar confianza son: a- la identificación verificada; b- perfiles, evaluaciones y referencias; c- chat entre huéspedes y anfitriones. Es importante informar, en relación a las evaluaciones que se pueden ver a través del sitio sobre los usuarios, que Airbnb solo da la posibilidad de realizarlas a aquellos usuarios que tienen una reserva confirmada a través del sitio. A su vez interpretamos que el chat que brinda esta plataforma ha de ser un factor extremadamente importante para la generación de confianza, ya que consideramos que esta vía de comunicación puede ser tentativa para que los usuarios intenten evitar la intermediación y así afrontar menores costos. Otro factor importante para generar confianza según el mismo autor, es el fondo de garantía que la plataforma brinda para los anfitriones en caso de sufrir daños en la propiedad.

Por último los autores Martínez & Iñiguez (2014) sostienen que el factor económico es otra clave de éxito, ya que los usuarios al disponer de los bienes reducen los costes de inicio de su actividad, lo que deriva en que la plataforma brinde posibilidades de alojamiento a precios inferiores a los ofrecidos en el mercado tradicional. Además los autores agregan otros factores de éxito como el funcionamiento sencillo y la variedad de medios de pago.

Concluimos que estas son las principales razones y motivos que han generado una consideración mayor por parte de los individuos para ser parte del turismo colaborativo, sea como consumidores o como proveedores.

4.2. Antecedentes del turismo colaborativo

Seguramente tenga una cuota de error decir que el turismo colaborativo es una modalidad de viajes que ha surgido dentro de los últimos diez años, ya que como afirma Bustamante (2015) hace más de veinte años por ejemplo, que se pueden apreciar pisos en alquiler de ciudadanos comunes a través de periódicos. Sin embargo, coincidiendo con Reguera (2015), es recién en el año 2008 donde comienza el auge del comercio de persona a persona o también conocido como peer to peer (p2p). Según el autor esto se da gracias a las plataformas online donde los viajeros compraban sus paquetes turísticos y donde se podían leer opiniones y experiencias de otros viajeros.

Para definir al turismo colaborativo podemos citar a los autores Giménez & Iñiguez (2014) que lo ven como la aplicación de la economía colaborativa al consumo y la prestación de servicios turísticos como alternativa a la industria turística tradicional. A la vez, el autor afirma que existen tres antecedentes para el surgimiento de esta esta nueva modalidad de viajes. La *primera* de ellas es el consumo colaborativo que planteamos en el comienzo del capítulo; la *segunda* es el travel 2.0; y la *tercera* el movimiento p2p al que se refería anteriormente el autor Reguera.

Cuando hablamos del travel 2.0 nos referimos a las web 2.0 aplicadas al sector turístico, como las describe Plaza (2008). Las webs 2.0 son la evolución de la web tradicional con el objetivo de generar la mayor participación del usuario final. La web tradicional es solo un canal donde se encuentran un conjunto de contenidos organizados para conseguir que sus usuarios puedan conseguir lo que buscan y donde las diferentes empresas estructuran sus contenidos para vender lo que producen. En este tipo de web nada está pensado para la colaboración por parte de los usuarios, mientras que en las webs 2.0 los usuarios producen el contenido y participan del negocio. El autor Nafría (2007) adhiere que estas nuevas webs son plataformas donde el usuario pasa de solo leer a leer + escribir, a generar un ida y vuelta de información y sobre todo el usuario pasa a ocupar el puesto de rey que tenía el contenido en la web 1.0. Ya los usuarios no son un

mero espectador y consumidor sino que son creadores y generadores de contenidos y servicios.

En relación al usuario como nuevo rey, esto tiene mucho que ver con que las personas se convierten en prescriptores de los servicios logrando que su opinión influya en las decisiones futuras de otros posibles consumidores (Martínez & Iñiguez, 2014). Ya no son las imágenes, los videos o las coloridas descripciones lo más valorado para tomar una decisión, sino que actualmente pasaron a ser los comentarios que dejan los clientes en relación al servicio.

Resumiendo, las web 2.0 son plataformas online cada vez más utilizadas para la práctica comercial en general, pero sobre todo para el comercio colaborativo o p2p. Por esto las plataformas enfocadas en el comercio entre iguales (p2p) son consideradas como nuevos intermediarios que han surgido de las TIC, ya que facilitan el encuentro de personas comunes que demandan u ofrecen algún servicio colaborativo. Además, brindan las herramientas necesarias para generar un nivel de confianza suficiente que logra intercambios y transacciones entre desconocidos (Cañigüeral, 2014). En alusión a lo comentado por el autor, en el apartado siguiente haremos una breve reflexión sobre las p2p y su rol de intermediario, ya que en el caso particular de la Argentina, al no ser estas plataformas reguladas, podríamos interpretar la existencia de cierta competencia desleal sobre los intermediarios tradicionales.

Para terminar de redondear la idea, podemos decir que las plataformas p2p diseñadas para el turismo colaborativo son sitios web programados que les permiten a sus usuarios generar los contenidos; para ser más claros, permite al proveedor informar sobre lo que ofrece y distinguirlo por sus características, y a la vez permite a los usuarios comentar sus experiencias en relación a esos servicios, lo que según Botsman (en Martínez & Iñiguez, 2014), son esos comentarios y valoraciones los que generan la nueva moneda de la economía colaborativa que es la confianza. Dentro de estas plataformas colaborativas no deben ofrecer servicios organizaciones ni empresas vinculadas al comercio tradicional.

4.3. El turismo colaborativo visto como una industria disruptiva

La economía colaborativa también es considerada como una fuerza económica disruptiva y esto se debe en parte al crecimiento que esta práctica ha mostrado en los últimos años. Tanto es así que los negocios colaborativos ya se encuentran en el ojo de

los reguladores, las empresas tradicionales, la prensa económica y las escuelas de negocio (Cañigual, 2014). Según Gross (2014) Los principales problemas que se le adjudican a este tipo de comercio son:

En primer lugar, que los servicios consumidor-cliente basados en el peer to peer no se ajustan a lo que establecen las normativas sobre protección de consumidores y usuarios.

Otro aspecto a considerar sobre estas plataformas es la fiscalidad de sus usuarios, debido a que el servicio que brindan es de naturaleza semejante a los ofrecidos por empresas de hospedaje, por lo tanto se pueden considerar sustituibles (Martínez & Iñiguez, 2014). La falta de regulación que existe en Argentina sobre este tema, nos permite interpretar la existencia de cierto grado de competencia desleal, sin embargo no creemos que los anfitriones colaborativos deban afrontar exactamente las mismas exigencias.

Este término “competencia desleal” también es adjudicado a las plataformas p2p debido a la similitud de tareas que tienen con los intermediarios tradicionales, sobre todo con las agencias de viaje. La ley de Agencias de viaje (Ley N°18.829, 1970) en su artículo 1° inciso b, deja en evidencia que estas plataformas deberían quedar sujetas a las disposiciones de la misma, esto se debe a que intermedian en la contratación de servicios hoteleros en el país. Pero bien, ¿a qué se llama servicios hoteleros? En el primer artículo de la ley nacional de hotelería (Ley N° 18.828, 1970) podemos ver que aquellos establecimientos comerciales que ofrezcan normalmente hospedaje o alojamiento en habitaciones amuebladas por periodos no inferiores al de una pernoctación quedan sujetos a la misma. Haciendo una reflexión sobre este párrafo, al analizar a Airbnb (plataforma más reconocida del p2p) podemos ver como condominios, hoteles, hostels, posadas y casas son comercializadas a través del sitio, lo que permite interpretar cierta competencia desleal por parte de los p2p hacia los intermediarios tradicionales debido a la evasión de impuestos, registros y licencias.

La realidad deja en evidencia que estos operadores p2p vienen ganando adeptos en la suscripción y comercialización de servicios de hospedaje. El autor Isassi (2015) asegura que la disrupción que está transitando la industria tradicional de hospedaje es una consecuencia de la innovación tecnológica, en el mismo texto el autor cita a Christensen (2013, en Isassi, 2015) quien señala que estas innovaciones son capaces de crear un mercado nuevo o inesperado mediante el desarrollo de un conjunto de valores, pero que a

la vez que cuando la tecnología se vuelve suficientemente buena, substituye a una existente a un precio mucho menor. Podemos encontrar la situación mencionada por Christensen en la plataforma p2p Airbnb, ya que comercializa hospedaje de la misma naturaleza que una agencia pero cobrando comisiones inferiores, dicha diferencia económica podría ser la causa del desplazamiento de usuarios. Esta situación sucede, como hemos comentado tanto en Airbnb como Homeaway se encuentran hoteles, hostels, condominios, posadas, que naturalmente son comercializados a través de centrales de reservas, agencias de viaje, inmobiliarias y otros.

Con una postura más pacifista el autor Rello (en Sanchez 2015) sostiene que la economía colaborativa no llegó para imponerse y destruir el sistema vigente, sino para complementarlo. A su vez adhiere que es una forma para introducir mejoras, servir de apoyo al capitalismo actual, incrementar la productividad en general y estrechar la brecha de diferencias sociales. En relación al planteo de Rello, creemos que es el estado quien debe intervenir para garantizar las mejoras mencionadas por el autor, pero por el momento en el caso particular de Argentina, nada se ha hecho.

Por último queremos mencionar que este tipo de innovaciones disruptivas pasan por cinco etapas, ellas son: posibilidad técnica, adopción social, reacción regulatoria, desobediencia civil y acuerdo entre las partes (Shirky en Cañigual 2014). Coincidiendo con Cañigual, el consumo colaborativo se encuentra actualmente de manera general, entre la adopción social y la reacción regulatoria. Sin dudas que en la Argentina también.

A continuación veremos ejemplos de cómo han reaccionado sujetos involucrados a la actividad turística en relación al turismo colaborativo.

La acusación más importante que encontramos localmente es la de la abogada Graciela Güidi quien a través de un diagnóstico de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA) expone que en el país existen 600 mil plazas de alquileres informales² que no tributan más de 1.000 millones de dólares en ingresos y que dejan afuera del sistema a más de 150 mil empleados. A la vez critica fuertemente a las plataformas p2p ya que a través de la intermediación encuentran en la economía colaborativa un nuevo negocio, siendo una característica de este tipo de consumo la desintermediación. Es por esto que Graciela Güidi sostiene que se debe

² Alquileres informales: se hace referencia al hospedaje que no se encuentran legislado, como lo son los departamentos temporales y las casas o habitaciones ofrecidas por anfitriones colaborativos.

regular esta práctica tanto para los nuevos intermediarios como para los oferentes de servicios, ya que el país debe brindar ciertas seguridades a estos consumidores colaborativos (Ladevi, 01 abr 2016).

Otro ejemplo interesante para conocer data del año 2015 en Cataluña, España. Allí Felip Puig, titular del Departamento de Empresa y Empleo, culpó al turismo colaborativo del bajo impacto que ha tenido el crecimiento del turismo en la creación de puestos de trabajo. Además afirma que más allá del crecimiento turístico la hostelería ha disminuido su ocupación en un 2,7% durante el último año. En reflexión a esto, el señor Puig se pregunta qué oferta de turismo el país está fomentando ya que estos nuevos gigantes de la intermediación, haciendo referencia a Airbnb, no son una economía regulada, no suponen contrataciones y no generan altas en la seguridad social (Gozer, S. 03 dic. 2015).

En general las reflexiones de los autores involucrados siempre giran en torno a la fiscalización o regulación de las prácticas, tanto para el cuidado de los consumidores o para no generar una competencia desleal entre sujetos que brindan servicios de la misma naturaleza. Sin embargo hemos encontrado un razonamiento mucho más interesante de Aurelio Vázquez, presidente de la Federación Hotelera de Mallorca, quien afirma que los problemas de regulación, fiscalización y competencia desleal son de escasa relevancia, que en estos momentos lo que se debe debatir es que modelo quieren los países para el futuro. En relación a esto Vázquez argumenta:

“Un modelo basado en crecer cuantitativamente sin que eso se vea recogido en una aportación significativa al PBI y aumentando cuantitativamente en millones de turistas para tener prácticamente los mismos ingresos que hace diez años, desde nuestro punto de vista ese modelo no es sostenible ni económica, ni social, ni medioambientalmente. Lo sensato desde nuestro punto de vista, es ver si realmente yendo en esa dirección, siguiendo aumentando en millones y millones de turistas que demandan ese tipo de alojamiento estamos obteniendo el rendimiento económico óptimo a cambio de utilizar, primero infraestructuras públicas que cuestan muchísimos millones de euros, de depuración, de energía, de saneamiento, etc. Y segundo los recursos escasísimos que es nuestro litoral, nuestro paisaje y nuestro medioambiente. Desde nuestro punto de vista la respuesta es claramente que no, que por ahí no debemos profundizar y debemos ser muy restrictivos no aumentar el número de viviendas a poder comercializar y a poder poner en el mercado, ni siquiera en condiciones de que pagan impuestos que es un poco el cebo el

señuelo que nos ponen en este debate porque a la larga es perjudicial para el conjunto de nuestra industria” (Hosteltur, 22 mayo 2014).

Para finalizar el apartado, nos resulta interesante aportar que ciudades como California, Milán, Cataluña, Ámsterdam, San Francisco, Paris, Hamburgo, entre otras, han tomado cartas en el asunto buscando evitar situaciones de competencia desleal, sobre todo aquella que surge en la prestación de los servicios de alojamiento. Por otro lado Japón, más allá de los beneficios que generó con Airbnb en el año 2015, tomo la decisión de parar la actividad a través de una restrictiva ley debido a motivos culturales y medioambientales. Por último están los países como Argentina que por el momento se mantienen expectantes y no han realizado acciones con respecto a esta modalidad de alojamiento que viene avanzando en el mundo.

4.4. Turismo colaborativo, alternativa para ampliar la oferta de alojamiento

Más allá de que el alojamiento colaborativo es criticado acusándolo de romper con la industria tradicional del turismo, disminuyendo ganancias y generando pérdida de empleo, existen otras posturas que lo ven como una herramienta para ampliar la oferta de alojamiento en situaciones donde la llegada de turistas se hace masiva y las plazas de alojamiento caducan rápidamente. Además la práctica colaborativa también tiene a favor que se la considera como una manera eficiente para hacer llegar a los huéspedes la autenticidad cultural y social de la región que están visitando.

Uno de los ejemplos más recientes donde se utilizó al alojamiento colaborativo como herramienta para ampliar la oferta de alojamiento, es el de la copa del mundo 2014 disputada en Brasil. Según datos de la Secretaria de Turismo de Río de Janeiro, la ciudad cabecera del evento fue visitada durante los 30 días que duró por unas 886 mil personas de las cuales 471 mil eran extranjeros (Dinero, 19 jul 2014). Para ese entonces la oferta de alojamiento de Río quedo pequeña, sin embargo tuvo la suerte de que la empresa Airbnb intuyera esto y realizara una estrategia de promoción y capacitación para anfitriones. Con esto Rio de Janeiro logró ampliar su oferta de alojamiento en casi un 75% (Red Innova, 16 jun 2014).

La experiencia de la copa del mundo hizo replantearse a sus organizadores varias cosas debido a que dos años más tarde la ciudad de Río sería sede de otro multitudinario evento como lo son los juegos olímpicos. El Director General del Comité Organizador,

Sidney Levy, comentó que cuando Río ganó el proceso de licitación olímpica lo primero que se preguntaron fue donde podrían alojar a la cantidad de personas que mueve este tipo de evento deportivo. Una de las soluciones que se plantearon fue la habilitar cruceros para que la gente duerma en el mar y la de rehabilitar moteles de la zona. Sin embargo, a comienzos del año 2015 y debido a la experiencia del sitio web Airbnb durante la copa del mundo, que alojó a más de 100 mil personas durante este evento, negociaron con esta organización para convertirla en alojamiento alternativo oficial de los Juegos Olímpicos. Con esta medida se propusieron lograr aportar unas 20 mil camas de alojamiento colaborativo a la oferta de alojamiento de la ciudad (Salza, C. 30 marzo 2015).

Actualmente Qatar, sede para el mundial de fútbol del año 2022, se está replanteando esta política de incentivar al alojamiento colaborativo como herramienta para ampliar la oferta de alojamiento. La Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), exige al país unas 60 mil habitaciones disponibles para el mundial y hasta el momento solo cuentan con 21 mil. Ante esta situación, Hasan al Zawadi, Secretario General del Ente Organizador de la Copa del mundo, declaró que debería verse a Airbnb como una oportunidad no solo porque está de moda su uso, sino porque cada mundial tiene su propia personalidad y con esta herramienta se podría brindar la experiencia del sabor catari y el de la hospitalidad Árabe (Marca, 30 marzo 2016).

Como hemos visto, el turismo colaborativo tiene su lado positivo como también su lado negativo. Existen posturas que lo critican, que consideran que es una manera inviable de fomentar la actividad turística, pero por otro lado otros sujetos lo ven como una solución ante problemas de alojamiento y también como una herramienta totalmente eficiente para demostrar los verdaderos valores de la sociedad. Otras posturas son más neutras y lo ven como una industria que busca complementarse con la actual para generar mejoras, estrechar las diferencias sociales y servir de apoyo al capitalismo actual incrementando la productividad en general.

Continuaremos exponiendo dos capítulos realizados con fuentes primarias de información. El primero de ellos dará a conocer los motivos que tuvieron los usuarios, tanto anfitriones como huéspedes, para generar turismo colaborativo en la ciudad. La información fue reclutada a través de la observación de plataformas colaborativas de alojamiento y de encuestas realizadas a anfitriones de la ciudad.

5. Alojamiento colaborativo en la ciudad de La Plata

Este capítulo comienza con una breve reseña histórica del alojamiento colaborativo para luego introducirse en la situación que se da específicamente en la ciudad de La Plata respecto a esta tipología. Además de conocer las plataformas colaborativas que ya trabajan en la ciudad, identificaremos los motivos que han llevado a sus usuarios a ser parte del turismo colaborativo.

5.1. Primeros pasos del alojamiento colaborativo

La investigación primaria de esta tesina se centra en las plataformas de alojamiento colaborativo, y para conocer un poco más de estas, podemos mencionar que una de las primeras en aparecer fue Couchsurfing en el año 2003 en San Francisco, ciudad que también fue cuna de dos grandes plataformas de alojamiento colaborativo como Homeaway en el año 2005 y Airbnb, actualmente la más relevante, en el año 2008. Otra de ellas fue Housetrip en el año 2010 en la ciudad de Londres. Focalizándonos en América del Sur en el año 2011 en Brasil se crea la plataforma temporadavivre y en el mismo año pero en Argentina surge ZukBox, la que en sus dos primeros años de trayectoria logró generar 47 mil usuarios (Iprofesional, 27 jun 2013). Luego, para el año 2012, también en Argentina, se crea la plataforma Alquilamicasa que apunta al mercado argentino y uruguayo aunque aún no ha generado tanto éxito como su competencia local.

Como hemos mencionado, la plataforma de alojamiento colaborativo más importante del mundo en la actualidad es Airbnb y surge debido al mismo problema que nos llevó a realizar esta investigación. Esto era lo que el director de la plataforma en Latinoamérica, Kay Kuehne, en una conferencia realizada en Buenos Aires en el año 2013 comentaba: *“Airbnb nació de un problema muy sencillo...hubo un congreso en la ciudad, los hoteles están llenos, no hay ni una cama más, entonces hay personas que quieren ir pero no pueden porque no tienen donde alojarse... entonces Brian y Joe piensan...¿Por qué no recibimos personas que se queden con nosotros durante la conferencia y así obtenemos un ingreso?”* (Red Innova, 3 sept 2013).

Sencillo pero práctico, hoy en día esta plataforma es proveedor oficial de servicios de alojamiento de segunda residencia para los Juegos Olímpicos de Rio de Janeiro 2016, además de estar en los ojos de la FIFA para el mundial de fútbol en Qatar para el 2022.

En relación a la Argentina, según datos de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA), existen 600 mil plazas de alojamiento informal (Ladevi, 01 abr 2016). Aclaramos que esa cifra no es totalmente de alojamiento colaborativo ya que también son considerados informales los departamentos temporales. Al investigar puntualmente sobre la oferta de alojamiento colaborativo no hemos encontrado datos más que el del periodista Tomoyose quién informó que la plataforma Airbnb contaba, en agosto del año 2015, con 12 mil alojamientos ofrecidos en todo el país (Tomoyose, 27 ago 2015). Nosotros investigando en la ciudad de La Plata, más precisamente en el casco urbano y solo contemplando plataformas únicamente de alojamiento colaborativo, hemos encontrado 96 anuncios de hospedaje administrados por 81 usuarios anfitriones.

5.2. Plataformas de alojamiento colaborativo en la ciudad de La Plata

Cuando hablamos de plataformas colaborativas nos referimos a aquellos sitios donde los usuarios tienen una actitud activa ya que no solo leen sino que también discuten, comentan, valoran, proponen, opinan, publican, intercambian; en otras palabras participan activamente, ellos son quienes generan el contenido más valioso de la web (Nafría, 2007). Aclaramos que para realizar nuestra recopilación de información primaria, contemplamos a aquellas plataformas donde los usuarios tienen la posibilidad de llevar adelante este tipo de acciones.

Del grupo que analizamos, también quedan excluidas aquellas plataformas donde se permite formalmente el registro de empresas del rubro alojamiento, esto lo hacemos en referencia a que en la economía colaborativa el valor agregado se genera horizontalmente, o sea de igual a igual (Bauwens, en Gross 2014). Es por esto que solo nos interesa investigar aquellas plataformas diseñadas para el comercio p2p. Otra característica que contemplamos para segmentar nuestro grupo es que solo analizamos plataformas de alojamiento colaborativo, es por esto que las plataformas que brindan otros servicios colaborativos además del alojamiento, también quedan excluidas.

A continuación se detallan las características contempladas para segmentar nuestra investigación:

- La información del sistema debe ser generada por los usuarios y no el propietario del mismo.

- Las funciones del sistema no deben estar diseñadas para el uso de empresas que brindan servicios de alojamiento.
- El sistema solo debe brindar servicio de alojamiento.
- El sistema debe brindar la función de evaluación de usuario a usuario y además que ésta se encuentre visible para todos.
- La organización detrás del sistema no debe ser parte de los contratos de locación celebrados entre personas. No deben considerarse intermediarios.
- El sistema debe tener como mínimo 10 anfitriones registrados que publiquen anuncios de alojamiento colaborativo dentro del casco urbano de la ciudad de La Plata.

Como resultado de nuestra segmentación, hemos encontrado las siguientes plataformas colaborativas de servicios de alojamiento: www.airbnb.com con 66 anfitriones y www.zukbox.com con 15, entre ambas plataformas se encuentran un total de 96 anuncios de hospedaje. Los datos fueron recogidos durante la primera semana de junio del 2016 y localizamos la búsqueda dentro del casco urbano de la ciudad de La Plata, o sea desde la avenida 32 hasta la calle 72 y desde la avenida 1 hasta la avenida 31, una superficie total de 22km² (ver anexo 2).

Los mencionados 96 anuncios de hospedaje representan aproximadamente 300 plazas de alojamiento en la ciudad, que como hemos visto en el segundo capítulo de esta investigación, no están siendo consideradas por los registros de alojamiento que tiene el Ente Municipal para la Actividad Turística de La Plata.

5.3. Motivos de los usuarios para generar turismo colaborativo

Como hemos mencionado durante el desarrollo de la tesis existen razones económicas, sociales y ambientales que llevan a las personas a participar de esta nueva filosofía de viajes. También hemos visto que la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación han pujado mucho para que las personas se adhieran a esta práctica. Consecuentemente, a través de varios autores, hemos reconocido la confianza como un valor determinante para la práctica. A la vez hemos comentado factores de éxito como los perfiles de los usuarios, la reputación, las valoraciones, las garantías, seguros, como así también la variedad de medios de pago. También se

remarcó la ventaja competitiva que representa el factor económico, tanto de las plataformas con los intermediarios tradicionales, como de los anfitriones con los hoteles, hostels, condominios, posadas y otros oferentes de alojamiento.

En el apartado siguiente damos a conocer en primer lugar, los resultados obtenidos a través de la observación directa de las plataformas Airbnb y Zukbox; y en segundo lugar, exhibiremos los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los anfitriones colaborativos de la ciudad de La Plata. Para ambos casos se divide el análisis en anfitriones y huéspedes. Aclaramos que principalmente indagamos en relación a los motivos que los huéspedes, que se alojan a través de estas plataformas, tienen para visitar a la ciudad. Por otro lado buscamos conocer los motivos y razones que tuvieron los anfitriones colaborativos para adherir su recurso en desuso a la oferta de alojamiento de La Plata. Finalmente, al ser Airbnb la plataforma p2p de mayor afluencia en La Plata, decidimos indagar los factores de éxito que los anfitriones de la ciudad le asignan al sitio, como así también los que desean que mejore.

5.3.1 Anfitriones colaborativos en La Plata. Observación de plataformas

A través de la observación directa podemos decir que la ciudad de La Plata cuenta con 96 anuncios de propiedades en alquiler a través de estas plataformas colaborativas, además son 81 los anfitriones registrados hasta el momento en ellas y hemos encontrado un total de 363 evaluaciones de huéspedes que han sabido llegar de todas partes del mundo. Aclaramos que los huéspedes no están obligados a dejar comentarios en los sitios una vez consumado el servicio, pero que estas plataformas son muy insistentes para que lo hagan, pudiendo llegar a enviar unos 10 correos electrónicos durante los 14 días posteriores al consumo del servicio con tal de que se realicen estos comentarios.

Los anfitriones de la ciudad en un 53,3% son usuarios femeninos, un 38,3% masculinos, siendo el restante 8,6% organizaciones empresariales de servicios de alojamiento, algo que no debería suceder pero que sucede. Entre ellos se encuentran edificios dedicados al alojamiento temporario y algunos hostels.



Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta al año de ingreso de estos usuarios al sistema de servicio de alojamiento colaborativo podemos confirmar que surge en el año 2010, y que ha tenido una tasa de crecimiento promedio anual del 107%, aclaramos que tomamos en consideración hasta el año 2015 ya que el 2016 se encuentra en tránsito. En lo que respecta a los registros del actual año hasta el mes de junio, los mismos vienen en un buen ritmo estando a tres unidades de igualar la marca del 2015 (ver anexo 2).

5.3.2. Huéspedes colaborativos en La Plata. Observación de plataformas

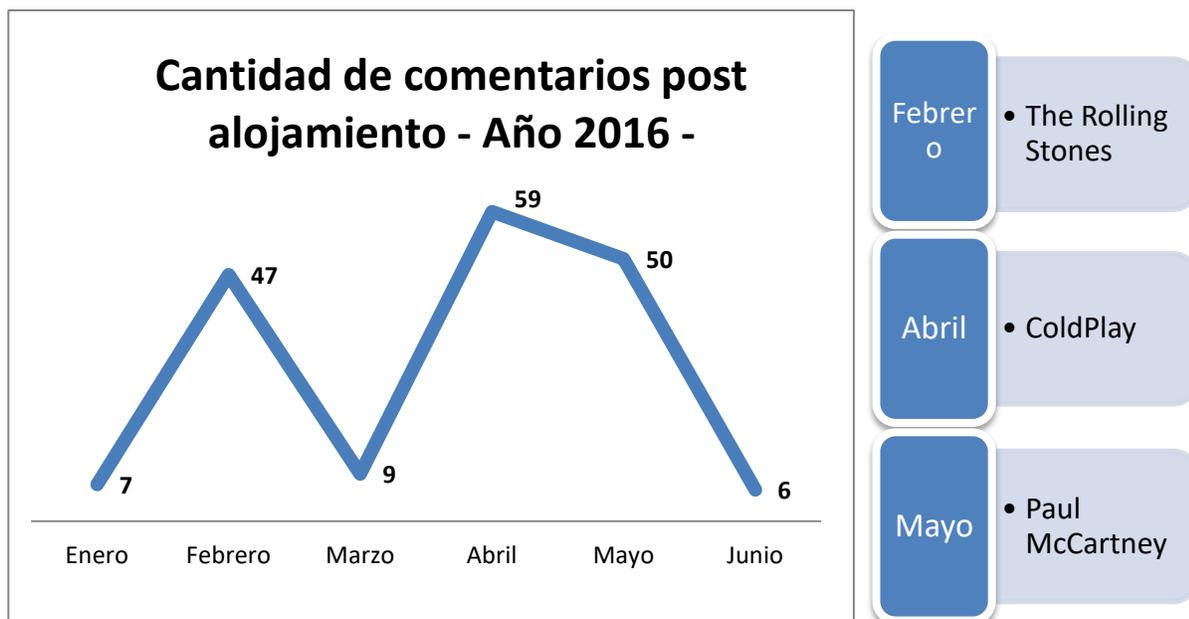
Fueron 363 los comentarios que hemos encontrado con la observación directa, los mismos fueron tabulados y como resultante descubrimos el crecimiento de esta actividad en la ciudad como así también los motivos que generaron los viajes (ver anexo 2).

Según los comentarios en las plataformas p2p, los registros de visitas comienzan en el año 2012 teniendo hasta el año 2016 una tasa de crecimiento anual promedio del 456%. Este dato puede llegar a ser un poco confuso dado que durante el año 2012 y 2013 los niveles fueron extremadamente bajos; recién en el año 2014 se experimentó un crecimiento en su uso lo que consecuentemente generó durante ese mismo año una tasa de crecimiento anual del 1550%, esta situación es la que generó en un crecimiento anual promedio tan grande. Sin embargo, tomando en consideración los últimos 3 años y contemplando el 2016 como un año entero, podemos decir que desde el año 2014 al 2015 la tasa de crecimiento anual de visitas fue del 81% y del año 2015 al mes de junio del 2016 del 196%.

Considerando la procedencia de los visitantes, los números son alentadores para la ciudad y para el país ya que el 40% de ellos son internacionales y el restante 60% nacionales. Pareciera ser que estamos frente a una modalidad de alojamiento que es bastante considerada por el turista internacional.

Los registros encontrados en estas plataformas dejan en evidencia que la ciudad de La Plata ha sido destino de ciudadanos de todos los continentes del planeta, siendo América y Europa los principales. Entre los países que más llegadas le representaron en estos años a la ciudad, se encuentra Uruguay en primer lugar representando el 18,5%, seguido por EE.UU con el 16,4%, y la lista sigue, con Brasil el 11%, Francia 8,2 %, Alemania 7,2%, España 6,9%, Colombia 4,8%, Inglaterra y México con el 3,4% cada uno, Australia, Chile y Canadá 2,7% cada uno, países bajos y Ecuador el 1,3% cada uno, por último Bélgica, Italia, Japón, Perú, Turquía, Rep. Checa, Sudáfrica, Costa Rica y Guatemala con el 0,7% cada uno.

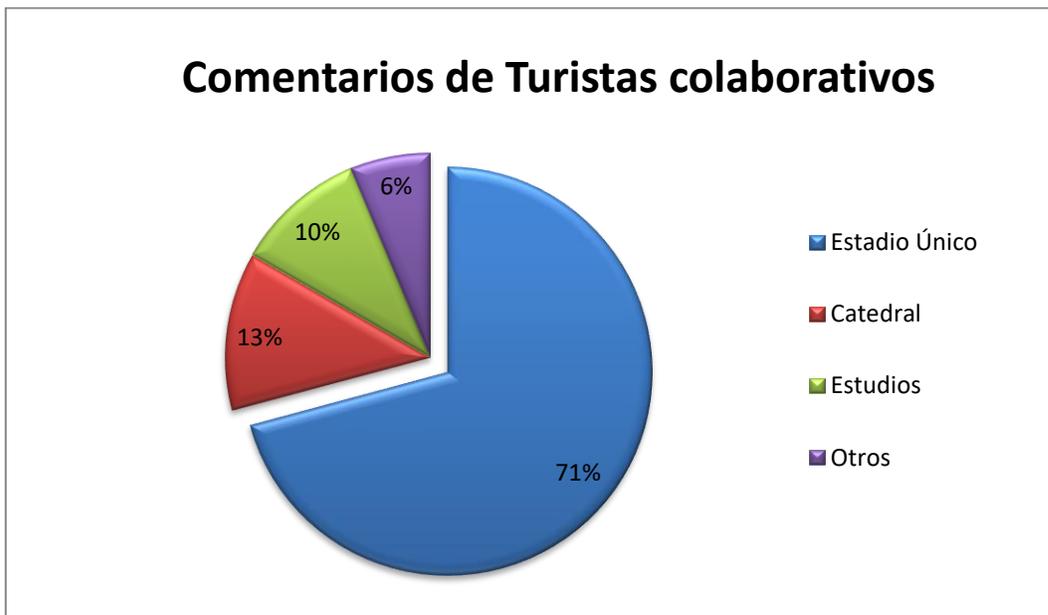
En lo que respecta al turismo interno la procedencia ha sido la siguiente: En primer lugar la provincia de Buenos Aires representando el 67,5%, seguido por Santa Fe con el 12,3%, y la lista sigue con Córdoba el 6,5%, Mendoza 4,5%, Tucumán 3,2%, Corrientes y Chaco el 1,3% cada uno y Jujuy, Salta, Misiones, San Juan, San Luis, Chubut y Santa Cruz con el 0,65% cada uno.



Efecto sobre la demanda de alojamiento colaborativo a consecuencia de los eventos multitudinarios durante los primeros seis meses del año 2016. Fuente: Elaboración propia.

En relación a la valoración y al servicio ofrecido, los comentarios de los turistas han sido muy positivos para con sus anfitriones y con la ciudad de La Plata, siendo el 98% de ellos favorables, el 1% malo y el otro 1% remarca puntos a favor y otros en contra.

Por último, y no por ello lo menos importante, hemos analizado pausadamente todos los comentarios de estos sitios (Airbnb y Zukbox) para lograr identificar motivos que llevaron a esta gente a consumir alojamiento colaborativo en la ciudad. Las evaluaciones que dejan los huéspedes en los perfiles de los anfitriones, se refieren mayormente a las condiciones del lugar donde se hospedan, su localización, y sobre todo la amabilidad, trato y personalidad del anfitrión, más allá de esto algunos huéspedes añaden comentarios sobre atractivos turísticos de la ciudad o sobre lo que los ha llevado a realizar turismo en La Plata. Nosotros al enfocarnos en esos comentarios pudimos reducir el número de evaluaciones de 363 a 48. Dentro de ese pequeño universo descubrimos que en 34 comentarios se nombra a los recitales y eventos que se realizan en el Estadio Único; 6 personas escribieron en relación a su visita a la Catedral de la ciudad; en 5 comentarios se evidenciaron motivos relacionados al aprendizaje, a través de conferencias o estudios, y por último el Zoológico y la casa Curutchet fueron reconocidos solamente por una persona cada uno de ellos.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación del capítulo se dan a conocer los datos extraídos de 16 encuestas a anfitriones de la ciudad. Las preguntas fueron dirigidas para conocer como los anfitriones valoran las razones sociales, económicas y medioambientales, las que según Sanchez (2015) y Gross (2014) son los motivos que llevan a las personas a adherirse a estas plataformas. Además se interrogó sobre los motivos individuales que tuvieron para ofrecer el servicio de alojamiento colaborativo como así también que tan a gusto se sienten haciéndolo. Asimismo preguntamos sobre los motivos que tuvieron sus huéspedes para visitar la ciudad. A continuación los detalles.

5.3.3. Anfitriones colaborativos en La Plata. Análisis de encuestas

Para el siguiente informe se utilizó una encuesta cerrada dirigida a un público aleatorio pero con la condición de que aquellos encuestados deberían ser si o si anfitriones colaborativos de la ciudad de La Plata.

De un total de 81 anfitriones colaborativos que encontramos en la ciudad e intentamos ponernos en contacto, solo 16 de ellos contestaron la encuesta solicitada, aproximadamente un 20% del universo delimitado a comienzo del capítulo. A continuación los datos.

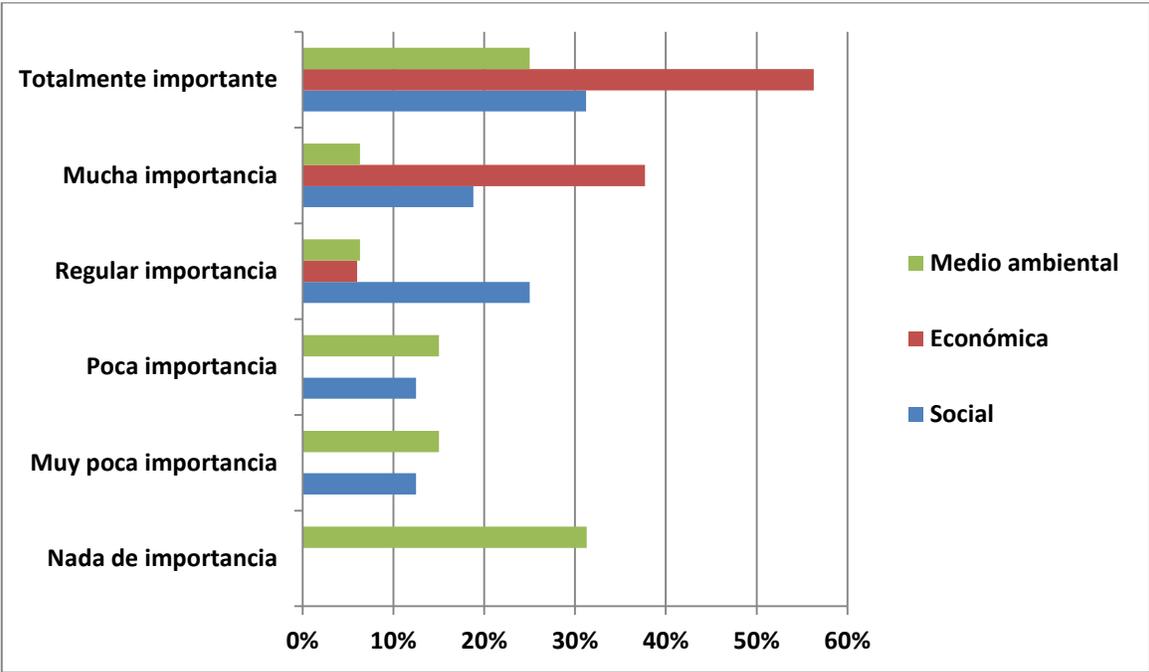
El público encuestado alcanza un promedio de edad de 35 años, siendo el 56,25 % mujeres y el restante hombres. La mitad de ellos reconocen al turismo colaborativo y saben que ellos son parte de esta actividad en la ciudad de La Plata. A la vez el 62,5% de ellos anuncian por otros intermediarios, siendo Booking el más escogido. Igualmente en un 70% aseguran que Airbnb es la plataforma que más turistas les ha generado.

Como hemos indicado, los autores Gross (2014) y Sanchez (2015) coinciden en la existencia de tres razones para que las personas participen de esta economía: la económica, la social y la medioambiental. En nuestro caso particular investigamos que incidencia tuvo cada una de estas razones para que los anfitriones de la ciudad se adhieran a esta práctica colaborativa. Aclaramos que los valores fueron desde 0 a 5, siendo 0 = nada, 1 = muy poco, 2 = poco, 3 = regular, 4 = mucho y 5 = totalmente. Las encuestas dejaron las siguientes conclusiones:

La razón económica fue a la que más valor le adjudicaron obteniendo un 56,3% de personas totalmente influenciadas y un 37,7 % le estimaron mucha influencia a esta razón. Sólo el 6,3% de los encuestados le otorgaron un valor neutral.

La razón social fue la segunda más valorada al momento de unirse como anfitrión colaborativo a la oferta de alojamiento de la ciudad, ya que el 31,3 % de los encuestados se mostró totalmente influenciado por ella para participar de este negocio y a la vez existió un 18,8 % de personas que se encontraron muy influenciadas. Otro 25% aseguró ver a esta razón con una importancia regular al momento de publicar su anuncio, y el restante de las personas se dividieron entre aquellas que le asignaron un valor bajo, yendo de poco a muy poco.

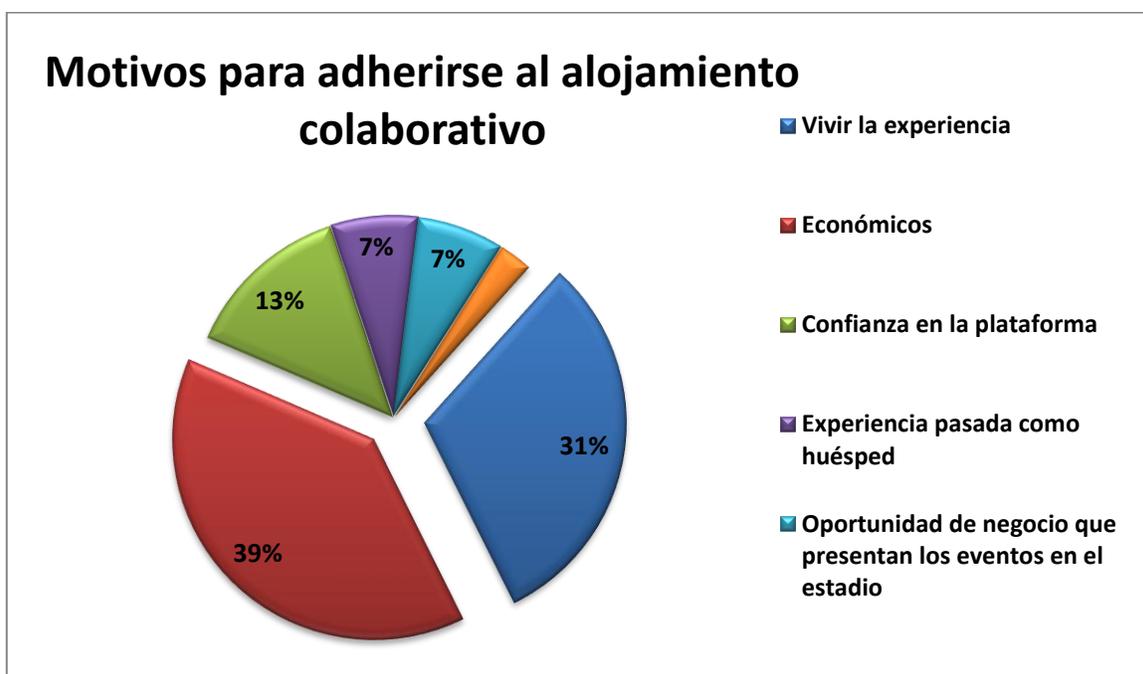
Por último la razón medioambiental es la menos valorada ya que el 31,3% de los encuestados aseguró que esta razón no tuvo ningún tipo de importancia al momento de poner su propiedad en alquiler, sumado a esto otro 30% personas le asignaron a esta razón una valoración mínima, o sea de poco a muy poco. Igualmente hay que considerar que ha existido un público con pensamientos más sustentables, este representa al 25% de los anfitriones que han valorado a esta razón con la puntuación más alta, además un 6,3% le adjudico un valor muy importante al momento de poner su propiedad en alquiler y otro 6,3% le adjudico un valor medio.



Fuente: Elaboración propia.

A la vez para no sólo cerrarnos en estas tres razones, decidimos preguntarle a los encuestados cuales fueron los motivos que encontraron ellos mismos para unirse al

turismo colaborativo y en un 38,8% coincidieron que los motivos económicos fueron los más importantes, también otro motivo importante fue vivir la experiencia de compartir y conocer gente nueva ya que fue considerada por el 31%. El tercer motivo más relevante que encontraron los usuarios, estuvo en la plataforma colaborativa Airbnb ya que según ellos les genera alta confianza al momento de ofrecer sus servicios y a la vez les resulta sencillo, este motivo fue representativo para el 13,5% de los encuestados. Otros motivos mencionados fueron experiencias pasadas que tuvieron como huéspedes y la oportunidad de negocio que se presenta con los eventos multitudinarios que se realizan en el Estadio Único de la ciudad; cada uno de ellos represento el 7%. El motivo del restante porcentaje de personas encuestadas, fue el de reutilizar un recurso en desuso.



Fuente: Elaboración propia.

Al momento de conformar las encuestas, nos preguntamos si estos anfitriones habrían tenido algún tipo de incentivación por parte del municipio para unirse a esta red de alojamiento colaborativo, con un resultado casi total, la respuesta fue negativa.

A la vez, para encontrar motivos que sustenten avanzar con esta metodología de alojamiento en la ciudad, hemos realizado una serie de preguntas. Para las mismas utilizamos el sistema de valoración anteriormente explicado. La primera pregunta fue:

- *¿Qué tan a gusto se sienten recibiendo gente?* Los datos reclutados fueron muy positivos ya que se valoró la opción totalmente bien en un 90% y el restante estuvo en muy bien y medianamente bien.
- *¿Qué nivel de seguridad sienten al recibir turistas?* Igual a la primera pregunta los datos fueron positivos teniendo al 43,8% de las personas totalmente seguras y a otro 37,5% muy segura. El restante porcentaje fue para valorar la opción medianamente bien.
- *¿Qué tan importante resultan los ingresos obtenidos?* Las valoraciones a esta pregunta también fueron positivas ya que casi la mitad de las personas consideran a estos ingresos muy importantes para sus vidas y otro 31% lo ve medianamente bueno. El restante 25% se dividió en partes iguales entre personas que ven a este dinero extra como totalmente importante y a otras que lo sienten poco importante.
- *¿Qué importancia creen que tiene para la actividad comercial de la ciudad que amplíen la oferta de alojamiento?* En relación a esta pregunta solo el 25% de los encuestados siente que son altamente importantes para activar otros sectores económicos de la sociedad, un 18% de ellos se considera muy importante y otro 18% medianamente. Por el otro lado también existió un 18% de personas que se consideran poco importantes, un 6,3 que se sienten muy poco importantes y un 12,5 % para nada importante.

Por último, a consecuencia de que la plataforma Airbnb es la plataforma p2p de mayor afluencia en la ciudad, decidimos hacerles a nuestros encuestados unas preguntas en relación a este sitio en particular. Con esto buscamos conocer que calificación los usuarios le otorgan al sitio, como así también sus factores de éxito y cuales ellos interpretan que le otorgarían aún más éxito.

La calificación obtenida del sitio por parte de nuestros encuestados fue 8,6 puntos, y los factores sobresalientes tienen que ver con: a- la amplia difusión que tiene el sitio tanto de destinos como de usuarios; b- el sistema de comunicación que el sitio propicia entre huéspedes y anfitriones; c- la seguridad y confianza que el sitio brinda sobre todo a través de los perfiles de usuarios; d- la claridad y facilidad de uso.

Al momento de preguntar por aquello que les gustaría que el sitio agregue o mejore, lo más nombrado estuvo en: a- mayor simplicidad; b- más información en perfiles. En lo que respecta a la simplicidad, los encuestados remarcaron la necesidad de una vez realizada

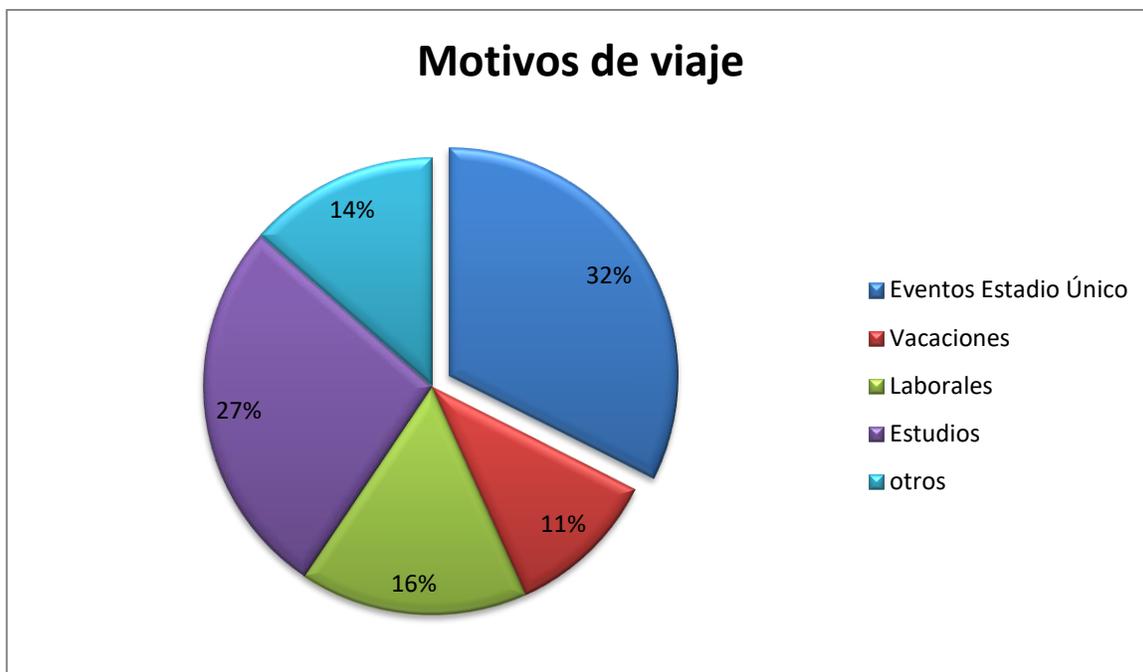
la reserva, el sitio brinde el correo electrónico verdadero de ambos usuarios, que los valores de las garantías sean más visibles y por último la posibilidad de un GPS off line, ya que cuando llegan a sus destinos muchos turistas no cuentan con internet. En relación a mayor información en perfiles, los anfitriones platenses que también a veces hacen de huéspedes en otros destinos, remarcaron que el sitio debería segmentar entre los verdaderos anfitriones colaborativos y las empresas que utilizan el canal para comercializarse con el objetivo de que el turista sepa qué tipo de experiencia vivirá según el anuncio (ver anexo 8).

En conclusión, los datos positivos lo que nos lleva a interpretar que esta actividad mantendrá niveles de crecimiento respecto a su uso en la ciudad. A su vez queremos sobresaltar que intuimos, en aspectos generales, falta de concientización en los ciudadanos platenses respecto a la importancia que tiene el turismo para el desarrollo de las ciudades (para más información en relación a las encuestas ver anexo 3).

5.3.4. Huéspedes colaborativos en La Plata. Análisis de encuestas

Una de las últimas cuestiones que buscamos descubrir con estas encuestas es la procedencia internacional de los turistas colaborativos que tuvo la ciudad. Los datos reclutados llevaron a EE.UU al primer lugar con el 15,7%, seguido por Francia con un 13,15% y Colombia con un 10,5%. Luego de ellos aparece Brasil y Alemania cada uno con 7,9%. La lista sigue con Uruguay, España y otros que no han sido muy indicados por los encuestados.

Finalmente, y sin duda una de las preguntas más importantes para esta tesina, se les preguntó a los anfitriones de la ciudad cuales fueron aquellos motivos por los que sus huéspedes habían llegado a ésta. Los datos indicaron que las vacaciones representaron solo un 10,8% siendo superado por motivos laborales, con un 16,21% de los turistas. El segundo motivo más importante fueron los estudios, en esta categoría ingresamos a los congresos y conferencias, muchos de ellos realizados por la UNLP. Por último, y de gran interés para nosotros, el 32,5% de los encuestados posicionó a los eventos realizados en el Estadio Único como el primer motivo que atrajo a sus huéspedes a la ciudad. Aclaramos que el restante porcentaje fue adjudicado a motivos de salud, deportes, cultura y visita a familiares.



Fuente: Elaboración propia.

Finalizamos el capítulo teniendo un panorama claro de los motivos que llevaron a los anfitriones de la ciudad a participar del turismo colaborativo como así también a los huéspedes colaborativos para visitar la ciudad (para más información en relación a las encuestas ver anexo 3). A su vez indicamos los factores de éxito que tiene la plataforma p2p de mayor afluencia en la ciudad según nuestros encuestados.

En el próximo capítulo se exhibe la postura en relación al alojamiento colaborativo de dos grandes referentes del turismo en la ciudad de La Plata como lo son Russo Nicolás, Director Provincial de Desarrollo de Calidad y Servicio de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, y Juan Esteban Osaba, Presidente del Ente Municipal para la Actividad Turística de La Plata (EMATUR).

6. Consideración desde el sector público hacia el turismo colaborativo

Las autoridades entrevistadas nos hicieron saber que a futuro existe una agenda programada de eventos en el Estadio Único. Más allá de que no pudimos conocer esa agenda, Osaba nos dio la primicia que se está programando para el mes de febrero o marzo del año 2017 que vuelva la banda Irlandesa U2, sin embargo esto no aún no estaría confirmado (Ver anexo 6).

A continuación daremos a conocer la visión que tienen las autoridades públicas en relación a la problemática que planteamos hipotéticamente para realizar esta investigación y luego procederemos a analizar la postura que tienen con respecto al alojamiento colaborativo y finalizaremos analizando su punto de vista en relación a si esta actividad puede llegar a significar una oportunidad para la ciudad o una amenaza.

El objetivo de este capítulo es dar a conocer motivos, desde la parte pública, por los que el alojamiento colaborativo podría ser considerado como una alternativa de hospedaje en la ciudad que amplíe el número de plazas disponibles. Toda la información expuesta a continuación es fruto de las entrevistas realizadas.

6.1. La oferta de alojamiento frente a los grandes eventos

En esta sección buscamos conocer si desde el sector público ven a la oferta de alojamiento como una barrera para generar mayores beneficios durante los eventos multitudinarios.

El presidente del EMATUR, Juan Osaba, reflexiona que la ciudad de La Plata, en relación al turismo, tiene un problema cultura tanto del platense como de sus afluentes que son mayormente de Buenos Aires. Los problemas culturales por parte de los platenses giran alrededor de la falta de involucración y conocimiento turístico local; y en relación a sus afluentes en consideración a la ciudad, ya que mayormente la ven como un destino de excursión. Él cree que estas dificultades son consecuencias de un estado ausente que no ha llevado políticas que generen un cambio cultural. En relación a la pregunta Osaba concretó:

“Si vos ves la foto, si, puede llegar a ser una barrera. El tema es que no es una capacidad estática, es una capacidad que desarrolló el mercado naturalmente, entre otras cosas creo yo por ausencia del estado, de políticas que generen este cambio cultural (...) Visto la película no es una barrera, la barrera te diría que es todo lo que te digo, lo cultural, el estado ausente como ordenador de la oferta, como desarrollador del sector. Vista la foto, sí.” (Ver anexo 6)

Por otro lado el Director Provincial Russo reconoce al Estadio Único como un importante espacio de eventos con la particularidad de que la cantidad de personas que mueve se da en, más o menos, un mismo periodo de tiempo y debido a la capacidad

hotelera que tiene la ciudad no se puede generar un mayor provecho de esas personas que llegan. A la vez reflexiona sobre que es complejo pensar en una oferta que satisfaga solamente en esos días puntuales. En relación a la pregunta el director concluye:

“Precisas un volumen más constante como para tener una cantidad de establecimientos hoteleros mucho más grande, si bien hay obras de establecimientos (...) me parece que eso apunta más a un crecimiento más orgánico de la actividad”. (Ver anexo 7)

En conclusión, ambos coinciden que la oferta de alojamiento actual de la ciudad es el espejo de la demanda turística que tiene durante todo el año y no sólo durante los esporádicos eventos multitudinarios. Sin embargo, Juan Osaba desde un relato más crítico, hace entender que si hoy en día se considera que la ciudad tiene una oferta de alojamiento escasa es una consecuencia de la falta de políticas de desarrollo turístico durante el último tiempo.

6.2. Visión pública hacia el alojamiento colaborativo

Como hemos comentado, el alojamiento colaborativo tiene su lado positivo, ya que por ejemplo es considerado para ampliar la oferta de alojamiento en ciudades que llevan adelante eventos multitudinarios o también es visto como una manera de alojamiento que da a relucir la autenticidad cultural y social. Por otro lado tiene su lado negativo ya que a esta modalidad de alojamiento actualmente se la ve como disruptiva de la industria tradicional, además de servir de telón para que empresas se escondan detrás y así evitar ciertas cargas.

Que el alojamiento colaborativo sea oficialmente ofrecido por ciudades anfitrionas de grandes eventos es, según Osaba, una medida complementaria que no llega a resolver el problema de fondo. Además el presidente del EMATUR considera que si no existe un control por parte del estado podría llegar a ser peligroso tanto para los usuarios como para la reputación de la ciudad a consecuencia de las experiencias que los visitantes se lleven.

A la vez, reflexionando desde su rol de director, Nicolás Russo advierte:

“Está claro que se observa un crecimiento de todo lo que es alojamiento colaborativo, en el sentido amplio, ¿no?, después uno puede comenzar a desglosar cual es

efectivamente colaborativo y cual hace uso de un vacío normativo, lo cual es a veces un reclamo del sector hotelero (...) El mayor reclamo tiene que ver con los departamentos con servicios que se comercializan a través de las redes que hoy se conocen como Airbnb o alguna otra". (Ver anexo 7)

Son muchas las dudas que tiene Russo por parte de estas plataformas y la actividad que permiten llevar adelante, él cree que la discusión está en si la economía colaborativa supone un modelo basado en la eficiencia de una necesidad por parte de la demanda y una capacidad ociosa por parte de la oferta o si tiene que ver con un nuevo modelo que se cubre bajo el nombre de economía colaborativa cuando realmente no lo es. Además sostiene, que desde el sector público descubrir quienes no son realmente parte de la economía colaborativa desempeñándose detrás de un telón es un gran desafío pero sin duda una tarea que deben llevar adelante.

Hablando desde una mirada profesional Russo ve al alojamiento colaborativo como un negocio basado en ciertas ambigüedades legales que sería muy complejo de prohibir ya que hoy en día existe una demanda que los busca. A la vez afirma que si aparecen ciertos modelos que son demandados y sobre todo que generan una asimetría tributaria con los modelos existentes, de alguna manera, el estado debe involucrarse generando que las cargas tributarias sean análogas. En relación a la visión negativa del alojamiento colaborativo el director concluye:

"Matar la tecnología o ponerse en contra de eso no es posible, no va a ser posible, me parece que hay que llevar a que las actividades tiendan a tributar de forma adecuada" (Ver anexo 7).

En relación al alojamiento colaborativo considerado por ciudades para ampliar la oferta de alojamiento Russo sostiene que tiene que ver con una estrategia, ya que al naturalizar el modelo vas ingresando a los anfitriones colaborativos al sistema y así consecuentemente sometiéndolos a determinadas normativas, requerimientos y tributos.

6.3. Alojamiento colaborativo en La Plata, ¿Solución o amenaza?

En el último apartado de este capítulo nos proponemos analizar la postura del sector público en relación al alojamiento colaborativo como posible herramienta para ampliar la oferta de alojamiento en la ciudad de La Plata.

Ante esta divergencia Juan Osaba no se inclinó por ninguna línea. Al hacer una reflexión sobre una posible amenaza para la ciudad, describe a esta modalidad como una rama más de lo informal que disputa el perfil de un cliente similar al de los alojamientos temporales y no al perfil del cliente que busca hostels u hoteles. A la vez, tampoco lo ve como la solución pero sí como una herramienta para amenguar el problema. El presidente del EMATUR concluía:

“Puntualmente en la ciudad de La Plata (...) no creo que rompa con la industria formal, primero porque son distintos perfiles de turistas y por otro lado estamos en un sector totalmente subdesarrollado por ende jamás podría frenarlo, al contrario, es complementario” (Ver anexo 6)

En representación de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires Nicolás Russo expresó:

“Yo para contarte esto me baso en la estructura de alojamiento de La Plata, que es una cantidad de establecimientos importantes pero limitados con una principal demanda (...) es un cliente con repetición que en muchos casos es corporativo, con lo cual a diferencia de otros destinos, creo que es complementario. Cuando hacemos seguimientos de precios si hay un gran espectáculo, como ha sido de pronto el recital de ColdPlay, las tarifas de la hotelería suben muchísimo y La Plata no deja de competir con Buenos Aires en eventos de ese estilo, con lo cual creo que es una alternativa importante para los eventos. Después obviamente se abre un abanico de funcionamiento, de cómo se lo regula, de cómo se lo articula, como se cuida al consumidor.” (Ver anexo 7).

El desenlace muestra a ambos entrevistados con una postura de respeto y consideración para con esta modalidad que desde el 2008 crece constantemente en mundo de los viajes. Tanto Osaba como Russo consideran al alojamiento colaborativo como un complemento a la oferta de la ciudad de La Plata.

7. Conclusiones

Al comenzar esta investigación planteamos tres objetivos: 1- *identificar si existió una demanda de alojamiento insatisfecha durante los eventos multitudinarios que se realizaron en el Estadio Único de La Plata*; 2- *identificar los motivos que tuvieron los usuarios de plataformas p2p para generar turismo colaborativo en la ciudad*; 3- *dar a conocer la postura del EMATUR y la Subsecretaría de Turismo de la provincia de Buenos Aires, en relación al turismo colaborativo en la ciudad de La Plata*.

En relación al **primer objetivo** inferimos que ha existido una demanda de alojamiento insatisfecha durante dichos eventos. Decimos inferir ya que los organismos, instituciones y otros medios a los que recurrimos no nos brindaron la información que hubiéramos deseado adquirir, no obstante eso, hicimos una investigación profunda con todos los medios de información que tuvimos a nuestro alcance y hemos encontrado testimonios importantes a fin de sustentar nuestro primer objetivo.

Encontramos un testimonio importante en la nota de Morosi (24 feb. 2011, diario La Nación) quién informa sobre un contexto que se dio por el show de la banda U2 donde los hoteles acusaron ocupación plena previo al espectáculo, circunstancia que derivó en que el municipio organice un registro a fin de que los vecinos ofrezcan sus casas o habitaciones en locación a los interesados en concurrir a la ciudad para presenciar el evento. En la misma nota Ignacio Crotto reconoce la falencia de hospedaje adelantando que programarían una mayor continuidad en la presentación de espectáculos en la ciudad, a fin de despertar el interés de quienes deseen invertir en hotelería.

Para nosotros lo más importante en la nota de Morosi radica en el registro que el municipio abrió a fin de ampliar la oferta de hospedaje en la ciudad, ya que esto evidencia la carencia de plazas de alojamiento ante el mega evento. Al mismo tiempo, lo manifestado por Crotto acrecienta aún más la veracidad de nuestro objetivo, y en relación a esos dichos podemos certificar que el resultado a la fecha de inversiones en hotelería generó 184 plazas nuevas (seis hostels y un hotel) y cuatro hoteles en construcción (ver anexo 1).

Durante el año 2013 varias fuentes³ de publicaciones periódicas revelaron que el EMATUR ejecutó un relevamiento de los niveles de ocupación que tenían los hoteles y hostels de la ciudad previo a los recitales de Megadeth y Black Sabbath. El resultado de dicha investigación concluyó en que la oferta de alojamiento de la ciudad se encontraba al 100%. Queremos aclarar que al acercarnos al EMATUR en busca de estos datos nos comunicaron que no contaban con dicha fuente de información argumentando que la transición de autoridades del ente no había sido la correcta.

Dado que el EMATUR comunicó que la oferta de alojamiento se encontró en su nivel máximo de ocupación, y más allá del obstáculo que nos representa este tipo de acciones, podemos interpretar que si el número de plazas hubiese sido mayor, consecuentemente lo hubiesen sido las pernотaciones durante ese mismo período. En este caso puntual la información obtenida no es del todo ideal para nuestro objetivo, pero igualmente la consideramos como una pieza importante para sustentarlo.

Otro testimonio data del año 2014 y tiene como referencia a Daniel Loyola, Presidente de la Cámara de Turismo de La Plata. A través de uno de los diarios más relevantes de la ciudad el señor Loyola afirmó que la oferta de alojamiento se agotó con anticipación para la primera presentación de la banda Metálica en el Estadio Único. En la misma nota se anunció, de acuerdo a información suministrada por hoteleros, que a pesar de que la oferta de alojamiento estaba ocupada al 100% seguían recibiendo llamadas de personas con intenciones de alojarse durante ese mismo periodo (El Día, 29 mar 2014).

El episodio mencionado anteriormente nos permite deducir que durante el caso puntual de dicho evento existió una demanda insatisfecha de alojamiento en la ciudad. Con este argumento se logra defender aún más el primer objetivo planteado en la investigación.

Siguiendo con la línea de tiempo, en el año 2016 la ciudad de La Plata fue sede del mega evento donde el grupo de música The Rolling Stones brindó tres shows. Relató Fabián Debesa (02 feb 2016), periodista del diario Clarín, que de acuerdo a un

³ <http://infoblancosobrenegro.com/noticias/715-por-los-recitales-en-el-estadio-unico-no-quedan-plazas-de-hoteleria-en-la-plata>
<http://mensajeroweb.com.ar/post/39775/convocante.html>
http://www.pulsoturistico.com.ar/mas_informacion.asp?id=2803&titulo=La-Plata-con-ocupacion-hotelera-a-full
<http://www.dailyweb.com.ar/noticias/val/13666-1/hotelera-colmada-en-la-plata-por-recitales-en-el-estadio-unico.html>

relevamiento de datos brindado por el EMATUR la oferta de alojamiento de la ciudad, una semana antes de los shows, ya se encontraba totalmente ocupada en el periodo que llevaría dicho mega evento. Sumado a esto, en la misma nota fue entrevistado Daniel Loyola que en relación a la situación particular que vivía la ciudad expresó: *“Desde hace meses que estamos desbordados. La Plata tiene apenas 2.100 lugares en hoteles. Es una oferta muy escasa y nos queda chica para este evento”*.

En relación a nuestro primer objetivo inferimos que existió una demanda insatisfecha durante los mega eventos que se realizaron en el Estadio Único de La Plata, esto ha quedado demostrado con los testimonios anteriormente mencionados como así también con lo desarrollado en el capítulo tres. En relación a lo escrito hasta el momento nos gustaría dejar expreso nuestro punto de vista que concluye en que, focalizándonos puntualmente en los eventos multitudinarios, éstos no representan una causa lógica para invertir en hotelería. El argumento más importante para sostener nuestra conclusión deriva de que dichos eventos son realizados muy esporádicamente.

Respecto a las dificultades que tuvimos para conseguir información que respalde nuestro objetivo dejamos en manifiesto nuestra adherencia a la propuesta de los profesionales Radio Sofía, Arano Laura y Ordoqui Ramiro. Los mismos plantean la creación de un observatorio turístico en la ciudad con el fin de mejorar la calidad y cantidad de recursos estadísticos para la toma de decisiones. Dicho observatorio reuniría información sobre la demanda turística, la ocupación hotelera, el movimiento de viajeros, el gasto medio de cada tipo de visitante, grados de satisfacción y otros datos que sirvan de respaldo a la planificación turística de la ciudad (El Día, 22 oct 2016)

Por último nos interesa comentar que cabe la posibilidad de que la oferta de alojamiento colapse debido a la falta de un calendario estratégico de eventos donde intervengan en su formulación los encargados de llevar adelante esta actividad como lo son, entre otros, la Universidad Nacional de La Plata y los encargados de los congresos nacionales e internacionales de sus 17 unidades académicas, los colegios profesionales, encargados provinciales que intermedian entre las productoras y el Estadio Único, institutos, el EMATUR, la Municipalidad de La Plata, La Cámara Regional de Turismo de La Plata y la Asociación Hotelera y Gastronómica de La Plata. Sin duda la coordinación entre las partes podría, considerando que la oferta de alojamiento en la ciudad actualmente es poca, evitar colapsos en el hospedaje. Este es un tema en el que se debería investigar, ya que si existe superposición de eventos y esto hace que la oferta

colapso resultando mucha gente imposibilitada de visitar la ciudad, entonces es más necesario un calendario de eventos organizado estratégicamente y no la ampliación de la oferta de alojamiento.

El **segundo objetivo** que nos planteamos surgió debido a dos factores: 1- la creciente popularidad que tienen plataformas colaborativas como Airbnb y Homeaway y 2- la situación de la ciudad de La Plata con los eventos multitudinarios. Estos factores nos llevaron a indagar si esta tipología de alojamiento se encontraba presente en la ciudad. Al analizar diferentes plataformas p2p reconocimos a un público que se ofrecía como anfitrión en La Plata, situación que derivó en la propuesta de investigar los motivos por los que ponen sus propiedades en alquiler y también los motivos que sus inquilinos tuvieron para visitar la ciudad.

Al analizar 363 comentarios de huéspedes colaborativos dentro de las plataformas Airbnb y Zukbox desde el año 2010 hasta mediados del año 2016, pudimos deducir en 48 de ellos motivos por los que el turista colaborativo visitó la ciudad, concluyendo que en un 71% los eventos en el estadio único fueron la causa. A su vez descubrimos que durante los multitudinarios eventos realizados a principios del año 2016 el hospedaje colaborativo sextuplicó sus alquileres.

A fin de respaldar aún más la idea de que el alojamiento colaborativo puede ser un aliado estratégico para la ciudad de La Plata y los grandes eventos que se vienen desarrollando, encuestamos al 20% de los anfitriones de la ciudad y les preguntamos los motivos por los que sus inquilinos llegaron a la ciudad. Además con dichas encuestas buscamos conocer motivos que nos permitan descubrir que tipo de turista utiliza el hospedaje colaborativo.

Al preguntar a los anfitriones colaborativos los principales tres motivos de viaje que tuvieron sus inquilinos, el resultado posicionó a los eventos en el Estadio Único como principal, no obstante ello descubrimos que el servicio también es consumido por turistas motivados por los estudios, el trabajo y las vacaciones. Gracias a la investigación del año 2008 por la autora Molinari (2008) podemos certificar que los motivos que tuvieron para aquel entonces los usuarios de la hotelería de la ciudad son semejantes a los mencionados por nuestros encuestados, con la excepción de los eventos en el estadio ya que para aquel año aún no se realizaban. Por otro lado, si hacemos alusión a lo expresado por el presidente del EMATUR (ver anexo 6) no existen reclamos en la ciudad

contra la actividad de alojamiento colaborativo, esto nos permite suponer que La Plata gracias a esta oferta de alojamiento está captando un nuevo segmento de turistas. Creemos que la hipotética situación mencionada da pie para que se inicie una investigación que permita la respuesta a la siguiente pregunta: ¿La oferta de alojamiento colaborativo de La Plata está quitándole clientes a los establecimientos de hospedaje tradicionales de la ciudad o está permitiendo la llegada de nuevos turistas?

En relación a lo planteado, los autores Martínez & Iñiguez (2014) afirman que las plataformas colaborativas tienen una ventaja económica ya que sus anfitriones afrontan menores costos, lo que consecuentemente les permite brindar servicios similares a los que prestan los agentes tradicionales a menores precios. Interpretamos que el precio es un factor relevante que podría dar como resultado el traslado de clientes de un hospedaje tradicional a este, o permitir que un cliente con menores recursos visite la ciudad. En mención a todo lo expresado, creemos que con la investigación planteada en el párrafo anterior se puede generar información importante para la actividad de alojamiento en la ciudad.

A través de la información primaria obtenida llegamos a la conclusión de que los eventos en el Estadio Único son el motivo más importante que activa el consumo de alojamiento colaborativo en La Plata. A la vez descubrimos que esta oferta de alojamiento es también consumida por un público motivado por el trabajo, los estudios y las vacaciones. Por el lado de la información substraída de fuentes secundarias es importante mencionar que existe un motivo muy importante para que los viajeros utilicen las plataformas colaborativas y es, según los autores que hemos citado, la confianza que estos sitios propician, por lo que intuimos que dicho factor fue esencial para que los turistas consuman esta oferta de alojamiento colaborativo a través de Airbnb.

Por el lado de los anfitriones colaborativos también indagamos sobre los motivos y razones que los llevaron a adherirse a la práctica, a continuación los resultados.

Tal cual lo hemos comentado en el apartado 4.1 existen 3 razones por las que los usuarios se inclinan a esta actividad y son: la económica, la social y la medioambiental. A raíz de nuestra investigación primaria solicitamos a nuestros encuestados que valoren las distintas razones; los resultados obtenidos nos demostraron que en mayor medida son atraídos por los beneficios económicos que les representa la actividad. Como explican Gross (2014) y Sanchez (2015) el alojamiento colaborativo genera ganancias extras en

las familias que permiten afrontar las crisis económicas y los altos niveles de inflación. En lo que respecta a la situación particular de la Argentina, en el último tiempo el país viene muy golpeado en aspectos económicos y sobre todo inflacionarios, lo que nos lleva a entender que esta razón sea la más valorada por los anfitriones locales.

La segunda razón más valorada fue la social con aproximadamente un 50% de los encuestados muy y totalmente influenciados. Sin dudas esto es una ventaja para este tipo de práctica turística en la ciudad, ya que las plataformas p2p se focalizan en ser una red social de viajes, donde los usuarios pueden aconsejar sobre diferentes aspectos de los distintos hospedajes, como así también desarrollar perfiles que permitan darse a conocer a fin de encajar con personas con gustos e intereses similares. Sumado a esto, y favoreciendo a los nuevos intermediarios p2p, Argentina es reconocida por los altos niveles de uso en las redes sociales. Según un estudio de comScore Date Mine del año 2012 la sociedad argentina es cabecera en el ranking de los países que más cantidad de horas pasan en dichas redes (Clarín, 26 dic. 2012).

Simultáneamente preguntamos a través de las encuestas, sin brindar opción de respuesta, los motivos que llevaron a los anfitriones a adherirse a la práctica. Valga la redundancia, estos fueron en primer lugar económicos y sociales, pero en el tercer lugar aparece el tema de la confianza en la plataforma, que como hemos desarrollado en el cuarto capítulo, es factor de éxito de estos sitios p2p. Airbnb, el sitio de mayor afluencia en la ciudad, día a día se esfuerza por mejorar esta confianza, como comenta el autor Mendes Izard (2015) la plataforma logra su cometido a través de garantías y seguros para sus anfitriones, con el servicio de atención telefónica las 24 hs, al ocuparse de las transacciones de pago para que los usuarios no tengan que hablar de dinero entre ellas, y sobre todo con tres pilares fundamentales que son la identificación verificada, el perfil con evaluaciones y referencias, y el chat que brinda para que los usuarios puedan conocerse mejor.

Por último, en relación a la misma averiguación, un 7% de los encuestados comenzó a poner a disposición su casa debido a experiencias pasadas que tuvieron como huéspedes y también existió otro 7% que lo hizo al ver una oportunidad de negocio presentada por los eventos en el estadio. Podemos conjeturar que existen personas que al igual que nosotros vieron un déficit de alojamiento durante los eventos multitudinarios que los llevo a unirse a la oferta de alojamiento colaborativo. Gracias a esta pregunta obtuvimos dos

testimonios importantes para nuestro caso de estudio, uno de ellos fue de la señorita Berengan, anfitriona colaborativa de la ciudad, quien nos expresó:

“Suponía que no iba a tener muchas visitas de turistas en mi ciudad pero identifiqué que para los eventos del estadio único la ciudad se colapsaba y podía ser una buena opción”.

El otro testimonio fue de la señorita Isla, también anfitriona colaborativa de la ciudad, que a la misma pregunta nos respondió:

“El hecho de que se realizaran recitales en el Estadio Único fue una de las principales razones ya que sabía que se habían agotado los alojamientos de la zona y al ofrecer mi casa iba a tener reservas casi seguro”.

Estas demostraciones nos ayudan a sustentar más nuestro primer objetivo, nuestra hipótesis, y a la vez a ratificar que los eventos en el Estadio Único están siendo un motivo relevante por demás para el desarrollo del turismo colaborativo en la ciudad.

Sin duda este es el objetivo más interesante de la investigación debido a que logramos aportar el dato sobre la existencia de una oferta de alojamiento que no está siendo considerada en los registros municipales y sumado a esto, hallamos que el motivo principal que conlleva a la utilización de dichas plazas de alojamiento son los eventos realizados en el Estadio Único de La Plata. La situación mencionada comprueba la hipótesis del trabajo y además sustenta aún más nuestro primer objetivo.

Sostenemos que comprueba la hipótesis del trabajo ya que esta plantea que los eventos multitudinarios colapsan la oferta de alojamiento en la ciudad y ante esa situación el alojamiento colaborativo podría ser una herramienta para complementarla, probamos que de hecho ya lo está siendo. Por otro lado sustenta nuestro primer objetivo ya que nos permite comprobar que existió una demanda superior a la oferta de alojamiento que reconoce la ciudad y hasta ese momento también nosotros, ya que debido a la investigación primaria de esta tesis recién allí pudimos conocer que la ciudad cuenta con alrededor de 300 plazas más.

En relación a nuestro segundo objetivo concluimos en que: *a-* los eventos multitudinarios realizados en el Estadio Único son los motivos más importantes que tuvieron los turistas colaborativos para visitar la ciudad y *b-* respecto a los anfitriones los

motivos principales son los ingresos económicos, como así también en menor valoración la experiencia social que les generan sus huéspedes. No queremos dejar pasar por alto que consideramos de extrema importancia para que esta situación se presente a la plataforma Airbnb⁴, debido a que logra altos niveles de confianza en los usuarios y a la vez genera mayores niveles de venta para nuestros anfitriones colaborativos que por ejemplo la agencia de viajes online Booking (ver anexo 2), la cual representa el segundo canal de venta de estos anfitriones.

Con respecto a esto último, hemos especulado que sucede, ya que la agencia de viajes Booking más allá de su gran difusión a nivel mundial, es considerada por un cliente con un perfil más competente con hoteles y empresas del rubro, y no tanto con el alquiler de casas o habitaciones de residentes locales.

El **tercer y último objetivo** que nos propusimos fue conocer la postura del EMATUR y de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia en relación al turismo colaborativo de la ciudad. Para alcanzar dicho objetivo entrevistamos a Juan Osaba (presidente del EMATUR) y Nicolás Russo (Director Provincial de Desarrollo de Calidad y Servicios de Turismo). En términos generales ambos tenían noción de esta modalidad de alojamiento y de los nuevos intermediarios p2p, sin embargo no contaban con el conocimiento de la oferta de alojamiento colaborativo que desde hace algunos años ha ido formándose en la ciudad.

Este es el primer punto donde nos parece apropiado intervenir y proponer, sobre todo a las autoridades del EMATUR, que se predispongan a conocer esta oferta de alojamiento que hasta el momento es ignorada. Si los edificios de departamentos temporales, que en La Plata trabajan en un vacío legal al igual que el alojamiento colaborativo, son reconocidos como parte de la oferta de alojamiento ¿cuál es la razón para que el alojamiento colaborativo no lo sea?

El presidente del EMATUR, Juan Osaba, considera al alojamiento colaborativo peligroso ya que al no tener poder de inspección sobre ellos se corren riesgos, tanto para los usuarios (huéspedes/anfitriones) como también para el posicionamiento de la ciudad. Además adhiere que es muy complicado ubicar a estos anfitriones. Coincidimos con

⁴ Aconsejamos a aquellos leyentes que tengan la inquietud de conocer los factores de éxito de la plataforma Airbnb, según nuestros encuestados, dirigirse al anexo número 8 o al apartado 5.3.3 de esta investigación.

Osaba que puede ser una actividad peligrosa, pero siempre y cuando nos quedemos de brazos cruzados, ya que cabe la posibilidad de negociar con las plataformas que intermedian en el servicio a fin de que éstas brinden un registro de anfitriones con su respectiva información, y a partir de allí creemos que se podrían realizar los controles necesarios. Sin duda esto sería fructífero para la ciudad, para los turistas colaborativos, como así también para los intermediarios p2p que se garantizarían de brindar un mejor servicio.

Desde una perspectiva positiva hacia el alojamiento colaborativo, el presidente del EMATUR considera a esta actividad como una manera de enriquecer el hospedaje en la ciudad. Osaba afirma que no solucionará los problemas de hospedaje que La Plata tiene debido a que existen turistas que nunca irían a consumir estos servicios, pero adhiere que existe otro tipo de turistas que busca puntualmente esta experiencia. A la vez sostiene que en el caso de la ciudad de La Plata, el alojamiento colaborativo no rompe la industria formal por dos razones: la primera, porque son distintos perfiles; la segunda, porque es un sector subdesarrollado. El presidente del EMATUR concluye que se trata de una actividad complementaria.

Respecto a los dichos de Osaba en relación a que el alojamiento colaborativo no va a solucionar los problemas de hospedaje de la ciudad, a nosotros nos interesa focalizar sobre el problema puntual que este trabajo demostró a través de su primer objetivo, o sea el de la demanda insatisfecha de alojamiento que se genera a partir de eventos multitudinarios. Dado que durante éstos el alojamiento colaborativo fue muy considerado por los afluentes a los espectáculos como pudimos ver en el quinto capítulo de esta investigación, nos resulta interesante proponer una averiguación direccionada que permita conocer en qué medida el público que llega al estadio a presenciar estos eventos realmente consideraría pernoctar en uno de estos hospedajes no tradicionales, como así también las diferentes valoraciones que tienen respecto a las diferentes opciones de hospedaje. El resultado podría ser de utilidad para que desde el municipio se apoye a diferentes iniciativas con el fin de lograr conseguir un mayor número de pernoctaciones en la ciudad⁵.

⁵ Como nos comentó Osaba se espera que a principios del año 2017 vuelva al Estadio Único la banda U2, sin dudas ese sería un momento oportuno para indagar sobre esta cuestión.

Reflexionando sobre las palabras de Osaba quien sostiene que el alojamiento colaborativo no rompe la industria formal, nosotros coincidimos pero nos parece apropiado tal y como lo planteamos a comienzos de este capítulo, que se realice una investigación para conocer si la oferta de alojamiento colaborativo de La Plata está quitándole clientes a los establecimientos de hospedaje formales de la ciudad o está permitiendo la llegada de nuevos turistas.

Para finalizar nos resulta interesante proponer a nivel municipal, más allá de que no tenga relación directa con este trabajo, que pugnen para hacer funcionar en La Plata la ley de departamentos temporales que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires desde el año 2014 está haciendo regir en su jurisdicción. Con esto, además de ahorrarse una discusión con los sectores formales de alojamiento de la ciudad, se podrá segmentar aún más la oferta de alojamiento actual lo que resultará un importante paso para ir reconociendo a los verdaderos anfitriones colaborativos, ya que actualmente tanto éstos como los edificios temporales están considerados dentro del mismo grupo. Además como se puede ver en el anexo 1, las autoridades del EMATUR reconocen y tienen los datos de los edificios temporales en la ciudad, y por otro lado cuentan con la experiencia de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por lo que concluimos que La Plata ya está en momento de avanzar con ese tema.

Es interesante mencionar esta norma aprobada en julio de 2013 debido a que marca un límite entre lo que se considera alojamiento colaborativo y no. La norma agrupa a los edificios con habitaciones a alquilar por lapsos breves (menores a 6 meses y mayores a 1 día) y a aquellas personas que alquilan más de tres departamentos (ley N°4632, 2013), creemos que a partir de ese techo se podría comenzar a encuadrar al alojamiento colaborativo.

Volviendo al foco puntual de nuestro objetivo nos interesa remarcar la postura de Nicolás Russo (Director Provincial de Desarrollo y Servicios de Turismo de la Provincia de Buenos Aires) quien entiende al alojamiento colaborativo como un complemento al igual que Osaba, pero advierte que detrás de este nuevo modelo se esconden varios sujetos que nada tienen que ver con los principios de la economía colaborativa y están haciendo uso de un vacío legal para lograr ciertas ventajas. Además adhiere que es un gran desafío para ellos descubrir quiénes son verdaderos anfitriones colaborativos y quiénes no.

Sin dudas que se encuentran frente a un gran desafío, porque es cierto que existen empresas que comenzaron a utilizar la intermediación p2p para venderse, pero también por otro lado los anfitriones colaborativos comenzaron a usar intermediarios tradicionales para ofrecer sus servicios, como por ejemplo en la ciudad de La Plata que descubrimos que Booking es el segundo canal de venta más utilizado por ellos. Esto que mencionamos es un problema grave, ya existen casos⁶ (por ejemplo en San Francisco) donde el estado negoció con plataformas p2p para que estas se encarguen de captar los impuestos turísticos y luego transferirlos, pero si el anfitrión colaborativo utiliza otro tipo de intermediario puede volver a evadir ese impuesto y volver competir deslealmente. Para ser más claros pongamos el siguiente ejemplo ficticio: A comienzos del 2016 Airbnb comienza a sumar en las tarifas finales de los alquileres en La Plata un impuesto turístico que luego la plataforma se encarga de transferir al estado. Ante esta situación los anfitriones y también los visitantes, a fin de tener más ventas los primeros y de pagar menores precios los segundos, se comercializan por Booking. Esto es un caso hipotético que creemos que se puede llegar a dar en caso de que los usuarios prioricen el aspecto económico sobre el social y la confianza que brindan estas plataformas p2p.

Estamos frente a un tema muy complejo, donde las habilidades para generar ventajas son y serán cada vez más, decimos serán cada vez más porque aquellos que se encuentran en regla al ver a otros que no lo hacen van a tender a tampoco hacerlo. A fin de concluir queremos transmitir que además de poner el ojo sobre los anfitriones colaborativos, hay que comenzar a controlar más a los intermediarios y sobre todo a aquellos que funcionan plenamente por internet porque sin dudas éstos abren el juego permitiendo que se generen ciertas irregularidades y evidentemente los diferentes oferentes de alojamiento están sabiendo captar esos huecos.

Volviendo a nuestro objetivo, en lo que respecta a la ciudad de La Plata y los eventos multitudinarios del estadio, Russo ve al alojamiento colaborativo como una opción importante, ya que según seguimientos que realizaron en los hoteles platenses pudieron observar que estos aumentan de manera significativa sus valores durante los acontecimientos del estadio y al competir La Plata con Capital Federal el alojamiento colaborativo significa una alternativa para contener turistas. Corriendo de lado los

⁶ San Francisco regula el alojamiento temporal p2p. <https://ecolaborativa.com/2014/10/12/san-francisco-regula-el-alojamiento-temporal-p2p/>

eventos, el director adhiere que en situaciones normales el alojamiento colaborativo de la ciudad no compite con la hotelería tradicional debido al contraste de demanda que tienen.

El primer testimonio de Russo nos verifica aún más la hipótesis de este trabajo y en relación a la segunda parte, como ya hemos planteado, nosotros a través de encuestas y la observación directa descubrimos que existieron huéspedes colaborativos en la ciudad del perfil corporativo que acostumbran los hoteles. Volviendo a lo que ya nos hemos preguntado, ¿el alojamiento colaborativo está quitándole clientes a los hoteles de la ciudad o está generando nuevos turistas? Sin dudas es un interrogante que sería necesario conocer.

Finalmente el director nos comentó que existen reclamos a nivel provincial por parte del sector hotelero que tienen que ver con los departamentos con servicios que se comercializan por plataformas p2p, su postura ante esto es que ellos mismos deben llevar a que las diferentes actividades tiendan a tributar de forma adecuada.

Repasando algunas de las implicancias negativas de la era internet sobre nuestro tema puntual encontramos, por un lado que las plataformas p2p colaborativas le sirven de telón a empresas de alojamiento y con esto generan una competencia desleal con las empresas que están reguladas. Por otro lado los intermediarios colaborativos al no estar regulados están compitiendo deslealmente con los intermediarios tradicionales. A la vez los intermediarios tradicionales también comercializan los servicios colaborativos, por lo que negociar con las plataformas p2p para que cobren un impuesto a sus usuarios no necesariamente eliminaría esa diferencia con los alojamientos regulados ya que los anfitriones podrían venderse por ejemplo por Booking.

En relación a los inconvenientes mencionados nos parece acertado que las autoridades provinciales desarrollen una investigación puntual sobre las acciones llevadas adelante en ciudades como Berlín, San Francisco, Milán, Ámsterdam, París, Hamburgo, Cataluña, a fin de encontrar la solución más eficiente para solucionar los conflictos que el turismo colaborativo se encuentra generado en nuestro país. En el caso puntual de la competencia desleal que se adjudica en términos de hospedaje, creemos que sería importante tener en cuenta a todos los intermediarios online y no solo a los intermediarios p2p ya que éstos últimos no son los únicos que les brindan la posibilidad a los anfitriones de ofrecer sus habitaciones y casas.

Existe otra investigación que nos resulta interesante y es sobre un tema que en ningún momento de las entrevistas, tanto con Osaba como con Russo, se puso en tela de juicio. En el apartado 4.3 de la investigación citamos textualmente los dichos de Vázquez, presidente de la Federación Hotelera de Mallorca, quién sostiene que el modelo colaborativo no genera los rendimientos económicos óptimos, o sea que los beneficios de captar estos turistas no llegan a ser suficientes en relación a los costos que éstos le producen al lugar. Lo que nosotros nos preguntamos es: si sigue aumentando la demanda de alojamiento colaborativo en la ciudad de La Plata se obtendrán los rendimientos económicos óptimos a cambio de utilizar las infraestructuras públicas, los servicios públicos y los recursos naturales, como así también los costes sociales que puede generar.

En conclusión a nuestro último objetivo, gracias a los testimonios brindados tanto desde el EMATUR como desde la Subsecretaria de Turismo de la Provincia, estamos en condiciones de informar que desde dichas autoridades sostienen que el alojamiento colaborativo no compite por la misma demanda que el hospedaje tradicional. A su vez entienden a esta nueva filosofía de alojarse como una actividad complementaria a las tradicionales y por último desde ambas partes hacen profundo hincapié en la necesidad de regular a la actividad a fin de lograr equidad entre los oferentes de servicios de hospedaje, como así también seguridades y garantías para los usuarios.

Finalizando con el trabajo concluimos que hemos logrado alcanzar los objetivos propuestos y que la hipótesis ha sido comprobada ya que como hemos visto el alojamiento colaborativo puede ser, y de hecho ya lo está siendo, un complemento importante para ampliar la oferta de alojamiento durante los eventos multitudinarios que se realizan en el Estadio Único. Por otro lado, queremos destacar la responsabilidad a la que se enfrentan las autoridades para lograr que los diferentes intermediarios, como así también oferentes de alojamiento, puedan trabajar en igualdad y convivir en paz.

Bibliografía

Bibliografía Académica:

Bugnone P. (2005). *El funcionamiento del sistema turístico en la ciudad de Gualeguaychú*. Tesis de grado. Universidad abierta interamericana. Recuperado el 29/07/2016 desde: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC059962.pdf>

Boullón, R. C. (1990). *Planificación del espacio turístico* (No. 338.48 BOU). Recuperado el 29/07/2016 de: http://www.aptae.pe/archivos_up/0107-planificacion-del-espacio-turistico-roberto-c-ballon.pdf Cap2.

Bustamante Lisbona, B. (2015). Diversificación del producto turístico: Turismo P2P. Trabajo de fin de grado. Universidad de Málaga. Recuperado el 29/07/2016 desde: <http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10311/Diversificaci%C3%B3n%20del%20producto%20tur%C3%ADstico.%20Turismo%20P2P.pdf?sequence=1>

De Paula, A. S. (1987). *La ciudad de La Plata: sus tierras y su arquitectura*. Banco de la Provincia de Buenos Aires. Pág. 243, 318

Diez Toribio, S. (2015). La economía colaborativa: un nuevo modelo de consumo que requiere la atención de la política económica. Trabajo de grado. Universidad de Valladolid. Recuperado el 29/07/2016 desde: <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/15665/1/TFG-E-141.pdf>. pág. 6-10

Gomes de Moraes, A. (2012). Un análisis del impacto económico en el comercio de la ciudad de Barretos (Brasil) durante la fiesta del peón rural. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(6), 0-0. Volumen 21, pag 1594-1600.

Gross Rodríguez, Á. (2014). La economía en colaboración, caso Babyeco. Trabajo de grado. Universidad Comillas Madrid. Recuperado el 29/07/2016 desde: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/434/TFG000413.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Pág.7-12

Gutiérrez, H. S. M., & del Bosque Rodríguez, I. A. R. (2001). Turismo de reuniones: oportunidad de negocio. *Estudios turísticos*, (147). Recuperado el 29/07/2016 desde: <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-147-2001-pag121-139-86370.pdf>. Pág. 121-139.

Herrera, L. J. (2014). *Turismo de congresos y reuniones en la ciudad de La Plata: Estado actual, tendencias y posibilidades de desarrollo* (Doctoral dissertation, Facultad de Ciencias Económicas). Recuperado el 29/07/2016 desde: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/45504/Documento_completo.pdf?sequence=5. Pág.8-12

Isassi, J. A. G. (2015). La Sociedad 2.0: De la democratización de los medios de comunicación a la socialización de la producción. *communication papers*, 4(8), 21-30

Kotler, P, Garcia, M., Zamora, J., Bowen, J., & Makens, J. (2011). *Marketing Turístico*. Madrid. Pearson Educación. Cap 12

Maure Agüero, G. "Definiciones y tendencias del turismo de eventos" en Contribuciones a la Economía, Nº 82, julio 2007. Escuela de Hotelería y Turismo de Villa Clara, Cuba. Recuperado el 29/07/2016 desde: <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

Martínez Giménez, A., & Íñiguez Berrozpe, T. (2014). Turismo P2P. Análisis de un fenómeno en alza. Tesis de grado. Universidad de Zaragoza. Recuperado el 29/07/2016 desde: <https://zaguan.unizar.es/record/16341/files/TAZ-TFG-2014-1674.pdf>

Mendes Izard, B. (2015). Generación de confianza en el mundo real a través de interacciones en el mundo virtual en el contexto de la economía colaborativa: el caso de AIRBNB: un enfoque en su sistema de evaluación entre iguales.

Moncaut, C. A., Bisocoli, R., & Conti, A. (1982). *La Plata, 1882-1982: crónicas de un siglo*. Edición Municipalidad de La Plata. Impreso en talleres gráficos _ división de impresiones. Pág.15

Molinari, G. (2008). Plan estratégico productivo para el partido de La Plata. La Plata. Pág. 34-36

Nafría, I. (2007). *Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet*. Gestión 2000.

Nieves, Q., & Belén, M. (2012). El turismo de eventos como alternativa para incrementar la rentabilidad turística en Cuenca. Tesis de grado. Universidad de Cuenca. Recuperado el 29/07/2016 desde: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1713/1/tur70.pdf> Pág. 20-30

Novás, N. C. (2010). *Promoción y venta de servicios turísticos*. Ideaspropias Editorial SL. Pag 39-42

Plaza, A. J. G. (2008). La Web 2.0 y su aplicación al sector turístico: Travel 2.0. *Bit*, (170), Recuperado el 29/07/2016 desde:

https://www.researchgate.net/profile/Antonio_Plaza/publication/28227425_La_Web_20_y_su_aplicacion_al_sector_turistico_Travel_20/links/00b7d527bc1d44e94e000000.pdf pag 38-40.

Parra, E., Calero, F. (2006). Gestión y dirección de empresas turísticas. España. S.A. McGraw-Hill. Pag 6-8

Reguera Fernández, J. (2015). Siguiete estación, modelos económicos disruptivos: la economía colaborativa= Next station, disruptive economic models: sharing economy.

Trabajo de grado. Universidad de León. Recuperado el 29/07/2016 desde:

https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4584/71461696Y_GADE_Julio15.pdf?sequence=1 pág.15-20

Sánchez Domínguez, M. L. (2015). Economía colaborativa y de recursos compartidos.

Trabajo de grado. Universidad de Cadiz. Recuperado el 29/07/2016 desde:

<http://rodin.uca.es/xmlui/handle/10498/18190> pág.9-18

Sampieri, H., Collado, R. F., & Lucio, C. B. (1998). Pilar. *Metodología de la Investigación. 2da Edición. México, Editorial McGraw Hill.*

Varela, R. I. N., Pereyra, R. D. F., & Pechuán, I. G. (2007). El riesgo de desintermediación de las Agencias de Viajes como consecuencia de los canales de distribución electrónicos.

In *XI Congreso de Ingeniería de Organización*. Recuperado el 29/07/2016 desde:

http://adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2007/management_entrepreneurship_marketing/0611_0618.pdf (pp. 0611-0618).

Vitalone, C., Novoa Farkas, M., Auge, S., Traversa, L., Iloro, F., (2013). "Guía de buenas prácticas para el cuidado de nuestro patrimonio edilicio". (1). Ciudad de La Plata, área diagonal 80 (1), edición laboratorio de entrenamiento multidisciplinario para la investigación tecnológica – Lemit - 2013-. ISBN 978-987-26159-4. Pág.8-9

Leyes

Ley Nº 18.829. Buenos Aires 6 de noviembre de 1970. Extraído el día 11/10/2016 de:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/25000-29999/27128/norma.htm>

Ley Nº 18.828. Buenos Aires 6 de noviembre de 1970. Extraído el día 11/10/2016 de: <http://www.repotur.gov.ar/handle/123456789/4071>

Ley Nº 4632. Buenos Aires 04 de julio de 2013. Extraído el día 13/10/2016 de: <http://www.derecho.uba.ar/institucional/ley-4632-caba-registracion-propiedades-de-alquiler-temporario-turistico.pdf>

Periódicos

Blanco Negro (02 oct. 2015). La Plata fue distinguida como sede de eventos internacionales. Agencia de noticias Blanco y Negro. Recuperado 15/07/2016 de: <http://infoblancosobrenegro.com/noticias/10175-la-plata-fue-distinguida-como-sede-de-eventos-internacionales>

Blanco Negro (1 abr 2016). Por los recitales de Coldplay, en La Plata la ocupación hotelera es del 100%. Agencia de noticias Blanco y Negro. Recuperado 15/7/2016 de: <http://www.infoblancosobrenegro.com/noticias/12325-por-los-recitales-de-coldplay-en-la-plata-la-ocupacion-hotelera-es-del-100-por-ciento>

Clarín (26 dic. 2012). Argentina el país donde más se usan las redes sociales. Diario Clarín. Recuperado el 12/10/2016 desde: http://www.clarin.com/sociedad/Argentina-pais-usan-redes-sociales_0_835716494.html

Cronista (24 feb 2011). Efecto U2: Colapsaron los hoteles de La Plata y se abrió un registro de propietarios para alojar fanáticos. Diario Cronista. Recuperado el 15/07/2016 de: http://m.cronista.com/Mobile/nota.html?URI=/contenidos/2011/02/24/noticia_0020.html#

Debesa, F. (02 feb. 2016). La Plata ya está revolucionada por la visita de los Rolling Stones. Diario Clarín. Recuperado 15/07/2016 de: http://www.clarin.com/sociedad/Plata-revolucionada-visita-Rolling-Stones_0_1514848914.html

Dinero (19 jul 2014). Así fue el turismo durante Brasil 2014. Agencia de noticias Dinero. Recuperado el 15/07/2016 de: <http://www.dinero.com/internacional/articulo/turistas-visitaron-brasil-durante-copa-del-mundo-2014/198739>

El Día (29 mar 2014). La Plata se convierte en la capital del heavy metal. Diario El Día. Recuperado el día 14/10/2016 desde: <http://pasado.eldia.com/edis/20140329/La-Plata-convierte-capital-heavy-metal-tapa2.htm#>

El Día (20 nov 2011). Llega la princesa del pop y cambia el ritmo de la ciudad. Diario El Día. Recuperado 15/07/2016 de: <http://pasado.eldia.com/edis/20111120/llega-princesa-del-pop-cambia-ritmo-ciudad-laciudad36.htm#>

El Día (03 feb 2016). La fiebre por los Stones revoluciona a la ciudad: ultiman detalles para los shows. Diario El Día. Recuperado el 15/07/2016 de: <http://www.eldia.com/la-ciudad/la-fiebre-por-los-stones-revoluciona-a-la-ciudad-ultiman-detalles-para-los-shows-113126>

El Día (22 mayo 2016). La histórica visita de McCartney le dejó a La Plata unos 60 millones. Diario El Día. Recuperado el 28/07/2016 de: <http://www.eldia.com/la-ciudad/la-historica-visita-de-mccartney-le-dejo-a-la-plata-unos-60-millones-137445>

El Día (22 oct 2016) Combo de propuestas para impulsar el turismo local. Diario El Día. Recuperado el día 22/10/2016 desde: <http://www.eldia.com/la-ciudad/combo-de-propuestas-para-impulsar-el-turismo-local-174325>

Guía de comercios de la época, 1912/1913. Documento ubicado en la Biblioteca de la ciudad de La Plata, Sala La Plata., UNLP, (Li-241-unlp)

Gozzer, S. (03 dic. 2015). Felip Puig culpa a las firmas como Airbnb del poco empleo que crea el turismo. Diario El País. Recuperado 15/07/2016 de: http://ccaa.elpais.com/ccaa/2015/12/03/catalunya/1449146412_319934.html

Infobae (21 mayo 2015). La Argentina, entre los 25 países con mayor cantidad de usuarios de Smartphones. Diario Infobae. Recuperado 15/07/2016 de: <http://www.infobae.com/2015/05/21/1730171-la-argentina-los-25-paises-mayor-cantidad-usuarios-smartphones/>

Infoplatense (1 abr 2016). Ocupación hotelera al 100% por los recitales de Cold Play en La Plata. Diario Infoplatense. Recuperado el 15/07/2016 de: <http://infoplatense.com.ar/index.php/la-plata/sociedad/ocupacion-hotelera-al-100-por-los-recitales-de-coldplay-en-la-plata>

Iprofesional (27 jun 2013). ¿Cómo es ZukBox, el sitio en una oportunidad a los alquileres temporarios? Agencia de noticias Iprofesional. Recuperado el 15/07/2016 de: <http://www.iprofesional.com/notas/163853-Cmo-es-Zukbox-el-sitio-que-transforma-en-una-oportunidad-a-los-alquileres-temporarios>

La Jornada (06 dic. 2015). Con los avances tecnológicos de la web surgen negocios sin regulación. Diario La Jornada. Recuperado 15/07/2016 de: <http://www.jornada.unam.mx/2015/12/06/economia/021n1eco>

Ladevi (01 abr 2016). Graciela Guidi habla de economía colaborativa. Diario El portal de Mendoza. Recuperado 15/07/2016 de: <http://elportaldemendoza.com/blog/graciela-guidi-habla-de-la-economia-colaborativa/>

Marca (30 marzo 2016). Qatar propone hospedar a los hinchas del mundial con el servicio Airbnb. Agencia de noticias Marca. Recuperado el 15/07/2016 de: <http://www.marca.com/futbol/futbol-internacional/2016/03/30/56fbbb1fe2704e060d8b4596.html>

Morosi, P. (24 feb 2011). La Plata una anfitriona sin infraestructura. Diario La Nación. Recuperado 15/07/2016 de: <http://www.lanacion.com.ar/1352544-la-plata-una-anfitriona-sin-infraestructura>

Muy Clarín (3 feb 2016). Por los Rolling Stones, los hoteles de La Plata triplican sus tarifas. Agencias de noticias Muy Clarín. Recuperado 15/07/2016 de: <http://muy.clarin.com/actualidad/the-rolling-stones-la-plata-hoteles-precios-tarifas-avivada-9331.html>

Salza, C. (30 marzo 2015). Airbnb será patrocinador de los Juegos Olímpicos Rio 2016. Agencia de noticias CNET. Recuperado el 15/07/2016 de: <http://www.cnet.com/es/noticias/airbnb-sera-patrocinador-de-los-juegos-olimpicos-rio-2016/>

Secretaría de Turismo de la Provincia de Buenos Aires (07 oct 2013). Hotelería colmada en La Plata por recitales en el Estadio Único. Agencia de noticias Daily Travelling News.

Recuperado 15/07/2016 de: <http://www.dailyweb.com.ar/noticias/val/13666-1/hoteler%C3%ADa-colmada-en-la-plata-por-recitales-en-el-estadio-%C3%9Anico.html>

Red Innova (16 jun 2014). Airbnb apuesta por la región y golea en el mundial de Brasil 2014. Agencia de noticias Red Innova. Recuperado 15/07/2016 de: <http://www.redinnova.com/2014/06/16/airbnb-apuesta-por-la-region-y-golea-en-el-mundial-brasil-2014/>

Terra (14 feb 2012). Recitales: Estadio ciudad de La Plata entre los cinco mejores. Agencia de noticias Terra. Recuperado 15/07/2016 de: <https://entretenimiento.terra.com.ar/musica/recitales-estadio-ciudad-de-la-plata-entre-los-5-mejores,be88848455b75310VgnVCM4000009bf154d0RCRD.html>

Télam (28 mar 2014). Metálica se presenta en La Plata con plazas hoteleras completas. Agencia de noticias Télam. Recuperado 15/07/2016 de: <http://www.telam.com.ar/notas/201403/57120-metallica-se-presenta-en-la-plata-con-plazas-hoteleras-completas.html>

Tomoyose (27 ago 2015). Buenos Aires una de las ciudades con mayor oferta de alojamiento compartido de América Latina. Diario La Nación. Recuperado el día 20/10/2016 desde: <http://www.lanacion.com.ar/1822298-buenos-aires-una-de-las-ciudades-con-mayor-oferta-de-alojamiento-compartido-de-america-latina>

Videos

Hosteltur. (22 may. 2014). X foro Hosteltur. Alquiler vacacional entre particulares (p2p), ¿amenaza u oportunidad? Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=P4mITp_dCwU

Red Innova (3 sept 2013). Airbnb trae el consumo colaborativo a Latinoamérica. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=q5hrpcWRZww>

Blogs:

Betina, A. (2014). Qué es un evento: Historia y clasificación. Organización de eventos. Recuperado 15/07/2016 de: <https://www.ineventos.com/ar/blog/que-es-un-evento.aspx>

Páginas web:

Cañigüeral, A. L. B. E. R. T., Gracia, C., & Tamayo, L. (2014). Consumo Colaborativo. *El Futuro nunca estuvo tan presente*. Recuperado el día 29/07/2016 de: <http://es.slideshare.net/acanyi/el-futuro-nunca-estuvo-tan-presente-consumo-colaborativo-leaners-magazine>

Estadio Único (2011). Historia. Ciudad de La Plata. Buenos Aires Provincia. Recuperado 15/07/2016 de: <http://www.estadiolp.gba.gov.ar/content/historia-0>

ANEXOS

ANEXO 1 "Oferta de alojamiento de La Plata brindada por el EMATUR"

ALOJAMIENTOS	CATEGORIA	FECHA DE APERTURA	CANTIDAD DE HABITACIONES	PLAZAS
				1001
HOTELES CATEGORIZADOS				
CORREGIDOR	****	Nov-82	53	108
HOTEL DEL SOL	***	Sept-97	53	120
SAN MARCO	***	Dic-73	47	100
LA PLATA	***	1969	70	170
DIAMANTE	**	1980	30	60
ROGA	**	1983	20	46
SUEÑOS	**	Ago-05	19	40
SAINT JAMES	**	1976		30
PLAZA	*	1981	41	82
ROCA	Resid A	-		50
NOVA ESTRELLA	Resid A	Ago-06	13	30
AVENIDA	Resid A		18	50
GARCIA	Resid B	-		70
Hotel city bell		2015	21	45
HOTELES NO CATEGORIZADOS				
HOTEL DEL REY	***	1993	39	80
BENEVENTO	***	2001	29	68
CATEDRAL	***	Feb-96	26	50
CRISTAL	***	May-82	64	130
ACUARIUS	***	1990		50
EL RETIRO	**	Feb-95	14	28
HOTEL & APART				
ARGENTINO	***	Feb-98	28	70

VIA 51	***	Ago-10	25	55
HOSTELS				
VENDRAS ALGUNA VEZ (Bed&Breakfast)		2009	4	11
FRANKVILLE		Oct-08	10	36
LA PLATA		Jul-09		21
DEL BOSQUE			6	32
UNO		Jul-11	9	30
HESTEL		Mar-12	4	18
INTERCULTURAL		Jul-12	6	20
QUUKO		Jul-13	7	12
UNICO ECO HOSTEL Y ART BOUTIQUE		Dic-12	9	39
HOSTESL NO CATEGORIZADOS				
CASA DO SOL		2013	7	20
LA COMARCA				17
DEPARTAMENTOS TEMPORALES				
ZAMOK APART		2003	6	20
GRUPO URBANO			15	20
DEPARTAMENTOS TEMPORALES			24	93
PAPII				32
EDIFICIO CLEVER				40
ESTADIA EN LA PLATA				16
INTERNATIONAL INN LA PLATA				7

ANEXO 2

“Observación sobre sitios” (96 anuncios/ 81 anfitriones/ 363 comentarios) (02/06/2016)

Anfitriones:

Organizaciones	7
hombres	31
Mujeres	43

Año de registros anfitriones LP:

2010	1
2011	3
2012	8
2013	9
2014	11
2015	26
2016 (junio)	23

Conformidad Huéspedes:

Buena	355
Regular	3
Mala	3

Motivos de viaje:

No argumentan	315
Recitales estadio	34
Estudios	05
Catedral	06
Zoo	1
Casa Curutchet	1
Casamiento	1

Nacionalidad huéspedes:

EE.UU	24
Brasil	16
Francia	12
Uruguay	27
Alemania	11
España	10
Colombia	7
Inglaterra	5
Austria	4
Chile	4
Canadá	4
Países bajos	2
México	5
Ecuador	2
Bélgica	1
Italia	1
Japón	1
Perú	1
Turquía	1
Rep. Checa	1
Sudáfrica	1
Costa Rica	1
Guatemala	1
Argentina	220

Huéspedes Argentina:

Mendoza	7
Jujuy	1
Salta	1
Misiones	1
Corrientes	2
Tucumán	5
Chaco	2
Córdoba	10
San Juan	1
San Luis	1
Santa Fe	19
Chubut	1
Santa Cruz	1
Buenos Aires	104
La Plata	7

Fecha de visitas:

	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sept	oct	nov	dic
2012	2											
2013												2
2014	2	3	2	3	5	1	4	3	5	2	2	2
2015	2	3	3	2	3	3	5	6	5	8	15	5
2016	7	47	9	59	50	6	-	-	-	-	-	-

¿Anuncias tu hospedaje en otras plataformas?

Si 10

No 6

¿Cuáles?

OLX 1

Zukbox 1

Homedays 1

tripadvisor 1

booking 3

Couchsurfing 2

compartodepto.com 1

¿Airbnb genera mayor arribo de turistas que las otras?

Si 7

No 1

Igual 2

ANEXO 3

“Encuestas (16) Anfitriones colaborativos de la ciudad”.

Identificación de 1 a 3 motivos que llevaron a los anfitriones a alquilar su casa:

Económicos	11
Experiencia pasada como huésped	2
Confianza en la web 2.0	3
Vivir la experiencia	9

Facilidad de cobro	1
Oportunidad de negocio a causa de los eventos en el estadio	2
Aprovechar un recursos en desuso	1

Principales 3 nacionalidades de sus huéspedes:

Argentina	11
Colombia	4
Francia	5
España	2
USA	6
Uruguay	2
Holanda	1
Alemania	3
México	1
Bélgica	1

Venezuela	1
Brasil	3
Noruega	1
Italia	1
Japón	1
Chile	1

Principales 3 motivos que tuvieron sus huéspedes para visitar la ciudad:

Estudios	10
Trabajo	6
Salud	2
Vacaciones	4
Eventos estadio único	12
Otros	3

Edad

N	Válidos	16
	Perdidos	0
Media		34,94
Mediana		33,50
Moda		27 ^a

Conocimiento del turismo colaborativo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	9	56,3	56,3	56,3
No	7	43,8	43,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Conocimiento de airbnb como alojamiento colaborativo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	8	50,0	50,0	50,0
No	8	50,0	50,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Razón económica para ser anfitrión colaborativo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Mediano	1	6,3	6,3	6,3
Mucho	6	37,5	37,5	43,8
Totalmente	9	56,3	56,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Razón Social para ser anfitrión colaborativo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos muy poco	2	12,5	12,5	12,5

poco	2	12,5	12,5	25,0
mediano	4	25,0	25,0	50,0
mucho	3	18,8	18,8	68,8
totalmente	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Razón medioambiental para ser anfitrión colaborativo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada	5	31,3	31,3	31,3
muy poco	3	18,8	18,8	50,0
poco	2	12,5	12,5	62,5
Válidos mediano	1	6,3	6,3	68,8
mucho	1	6,3	6,3	75,0
totalmente	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Que tan a gusto te sentís recibiendo gente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
medianamente	1	6,3	6,3	6,3
muy bien	1	6,3	6,3	12,5
Válidos totalmente bien	14	87,5	87,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Seguridad al recibir huéspedes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
medianamente	3	18,8	18,8	18,8
mucho	6	37,5	37,5	56,3
Válidos totalmente	7	43,8	43,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Importancia del ingreso económico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
poco	2	12,5	12,5	12,5
medio	5	31,3	31,3	43,8
Válidos mucho	7	43,8	43,8	87,5
totalmente	2	12,5	12,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Importancia para la ciudad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
nada	2	12,5	12,5	12,5
muy poco	1	6,3	6,3	18,8
poco	3	18,8	18,8	37,5
Válidos medio	3	18,8	18,8	56,3
mucho	3	18,8	18,8	75,0
totalmente	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

ANEXO 4

Entrevista: Juan Osaba

_ ¿Cuáles son los tipos de eventos que se realizan en la ciudad que generan el arribo de turistas?

La lista es enorme, bueno primero hay mucho de turismo de congresos y seminarios. También hay atractivos que generan el arribo de turistas, la república de los niños aun así con su estado crítico genera el arribo de turistas. La catedral, que ya de por si es única en Latinoamérica, recibe por día 150 persona. La lista es interminable el observatorio, el museo, el teatro argentino, hay 30 museos en la plata. ¿Qué trae turistas a la ciudad? La usina cultural que tiene esta ciudad es inabarcable y es incomparable con cualquier otra

ciudad. Uno de los proyectos que queremos impulsar es una especie de ordenamiento de la oferta para generar turismo estudiantil de primario cultural, o sea que el viaje de egresado, que sea un viaje de estudios a esa edad que los chicos son esponjas es ideal, porque además ese joven primero se va a su ciudad o pueblo primero hablando de la ciudad de La Plata, en la edad justa donde conoce todo, segundo le queda el registro sobre la ciudad universitaria que a los pocos años tiene que decidir donde estudiar. Entonces en esos termino que eventos o que cosas y es inabarcable. Otro proyecto que tenemos es la puesta en valor y el uso turístico del cementerio, estamos armando una visita guiada nocturna con actores, teatralizadas, donde los personajes que están ahí en las bóvedas, que tiene una riqueza increíble, van a salir a hablar de la ciudad y contar historias. Hay turismo administrativo lógico por ser la capital de la ciudad que tampoco es aprovechado porque la gente viene hace tramites y se va.

ANEXO 5

Entrevista: Nicolás Russo

_ ¿Por qué la ciudad de La Plata, desde el 2011, comenzó a ser sede de shows multitudinarios de relevancia mundial? ¿Cuáles son los motivos que llevaron al Estadio y a la ciudad a ser sede de eventos multitudinarios?

Bueno, se realizaron obras de techado en el estadio, eso fue un poco lo que impulso esta nueva faceta de espectáculos en el estadio único y una política activa de captación, principalmente de recitales de alta concurrencia, y a partir de ahí, además de los partidos de futbol, copa américa, a partir de ahí se generó un flujo importante de excursionistas principalmente hacia la ciudad de La Plata.

_ ¿Pero el motivo estuvo más en impulso turístico para la ciudad o por las características del estadio?

El estadio único al ser de propiedad provincial, se tomó la decisión de culminar el proyecto original del estadio, que era el estadio techado que por mucho tiempo no se había culminado, cuyas piezas estaban guardadas y demás, bueno, se tomó la decisión de terminar el proyecto. Eso obviamente le dio al estadio, primero una estética muy diferente que la que tenía previamente y de pronto ciertas características importantes para la concreción de este tipo de espectáculos, sobre todo el tema de los paneles móviles del campo de juego. Esa fue la acción principal, pero también influyeron ciertas restricciones que se dieron en los estadios de capital por el tema ruido, vibración y demás, como que

coincidió en el tiempo, entonces parte de los recitales que se realizaban en River o en Vélez, los de mayor capacidad, muchos empezaron a llegar a la ciudad de La Plata. También al mismo tiempo se dio lo de la copa américa que fue uno de los estadios elegidos, algunos partidos de rugby.

Entrevista: Juan Osaba

_ ¿Por qué la ciudad de La Plata, desde el 2011, comenzó a ser sede de shows multitudinarios de relevancia mundial? ¿Cuáles son los motivos que llevaron al Estadio y a la ciudad a ser sede de eventos multitudinarios?

El estadio cobra relevancia, obviamente, a partir de la competencia con los demás estadios y las demás ciudades. Tiene que ver mucho el acceso a los demás estadios, creo yo, influyo mucho, piensa que si vas a buscar una competencia directa es el monumental, situado en capital federal con otro tipo de acceso, el estadio único tiene en eso grandes ventajas, vos entras en la autopista ni si quiera entras al casco y en diez cuadras estas en el estadio. De cualquier forma esto está lejos de ser óptimo, tanto el acceso como el estadio mismo, todo se puede mejorar ¿no? pero sin dudas entiendo que las productoras elijan el estadio único porque si lo comparas con los demás tiene grandes ventajas.

ANEXO 6

Entrevista Juan Osaba

_ ¿Sabes si siguen estos eventos multitudinarios?

Las señales que han dado es que si, sí. Son decisiones de mercado, o sea si el día de mañana deciden por algún motivo cambiar de sede esta lógica vuelve para atrás pero la señal que han dado porque están anunciando próximos eventos para el segundo semestre y ya algunos para el año próximo. Tengo entendido, aunque aún no está confirmado, U2 vuelve el primer trimestre del año que viene, creo que febrero, marzo.

_ ¿Ven a la oferta de alojamiento actual de la ciudad de La Plata como una barrera para el desarrollo del turismo en la ciudad y sobre todo para aumentar los beneficios de los eventos multitudinarios?

Si vos ves la foto, si puede llegar a ser una barrera, el tema es que no es una capacidad estática, es una capacidad que desarrollo el mercado naturalmente, entre otras cosas creo yo por ausencia del estado, por ausencia de políticas que generen este cambio cultural para que la gente se quede más porque si aumenta la demanda obviamente se van a construir más cosas y existen estos movimiento complementarios como el alojamiento colaborativo. Visto la película no es una barrera, la barrera te diría que es todo lo otro que te digo, lo cultural, el estado ausente como ordenador de la oferta, como desarrollador del sector. Vista la foto si, genera que hasta determinado nivel lo cubrís y después, ahí la barrera se te paro. En relación a los eventos multitudinarios no sé si es una barrera o es una limitante porque en términos de mercado, una barrera es algo que no puede crecer que hay que romperla y en realidad porque tenemos esa barrera y porque no hay un desarrollo porque no hay una demanda y porque no hay una demanda y ahí empieza la barrera, porque son culturales, porque nunca se trabajó para ordenar la oferta de la ciudad, etc.

_ El alojamiento colaborativo es muy criticado y varios lo consideran como una economía disruptiva que golpea a la industria tradicional de alojamiento. ¿Cuál es tu opinión al respecto?

Puntualmente en la ciudad de La Plata no entiendo si hay una crítica al respecto, si la crítica existe y la hago yo es hacia un sistema sin control, ahora no creo que rompa a la industria formal, primero porque son distintos perfiles de turistas y por otro lado estamos en un sector totalmente subdesarrollado por ende jamás podría frenarlo, al contrario, es complementario. La palabra clave es control, para garantizar un mínimo de seguridad y servicio.

_ En relación al alojamiento colaborativo. Rio de Janeiro para los juegos olímpicos nombró a Airbnb como alojamiento oficial de segunda residencia para los juegos olímpicos debido a la necesidad de ampliar la oferta de alojamiento de la ciudad, lo mismo planteó la FIFA para la copa del mundo 2022 en Qatar. ¿Cuál es tu opinión al respecto? ¿Te parece una buena medida?

Son medidas complementarias, o sea no resuelven el problema de fondo, no creo que sean negativas en su definición, ahora hay formas y formas de hacerlos, si hay una total ausencia y control sobre el tema es hasta peligroso. Si haces un registro real con poder de inspección de quedarte tranquilo que estas avalando algo que va a venir el turista y la va a pasar bien y no le va a pasar nada, corres riesgos cuando es privado por privado sin ningún control, incluso, corren riesgos los particulares pero además corre riesgo el posicionamiento de la ciudad, volvemos de nuevo, esa misma persona que le pasa algo y la pasa mal en La Plata, se va con una muy mala experiencia y se va hablando mal de la ciudad, entonces, no lo puedo definir mal como está definido ampliamente, no, al contrario enriquece determinado tipo de experiencia, también es eso es un determinado tipo de experiencia, porque hay otro tipo de turista que no va, no vas a resolver los problemas de alojamiento con eso porque hay un tipo de turista que nunca iría a consumir esto y hay otro tipo de turista que busca este tipo de experiencia.

ANEXO 7

Entrevista Nicolás Russo

_ ¿Crees que puede ser una barrera eso para el desarrollo turístico?

No sé si una barrera para el desarrollo turístico, creo que tampoco puedes tener una oferta, a ver la oferta hotelera es privada en términos generales, me parece que no puedes tener una oferta para diez días del año. Nosotros somos la parte público y aquí esta pregunta a lo mejor te lo respondería de otra forma un privado, pero precisas un volumen más constante como para tener una cantidad de establecimiento hotelero mucho más grande, si bien hay obras de establecimientos. Me parece que eso apunta más a un crecimiento más orgánico de la actividad, me parece que los eventos deportivos o artísticos, son si bien frecuentes pero puntuales, me parece que pensar en una oferta que satisfagas solamente en esos días puntuales es complejo.

_ En relación al alojamiento colaborativo. Rio de Janeiro para los juegos olímpicos nombró a Airbnb como alojamiento oficial de segunda residencia para los juegos olímpicos debido a la necesidad de ampliar la oferta de alojamiento de la ciudad, lo mismo planteó la FIFA para la copa del mundo 2022 en Qatar. ¿Cuál es tu opinión al respecto? ¿Te parece una buena medida?

Está claro que se observa un crecimiento de todo lo que es alojamiento colaborativo, en el sentido amplio, ¿no? Después uno puede comenzar a desglosar cual es efectivamente colaborativo y cual hace uso de un vacío normativo, lo cual es a veces un reclamo del sector hotelero

– *¿Acá en La Plata existe ese reclamo?*

En la mayoría de sitios. Lo que ocurre es que vos te encontras en todo el país o la provincia con establecimientos que se alquilan, sobre todo el mayor reclamo tiene que ver con los departamentos con servicio que se comercializan a través de las redes que hoy se conocen como Airbnb o alguna otra, o ya sea otros canales ¿Pero qué ocurre ahí?, bueno ahora está todo en proceso el nuevo código, ahí tenías una colisión entre la ley de locaciones urbanas que establecía un máximo y un mínimo de un día y 6 meses para alquileres con fines turísticos, que chocaba a lo mejor con otro tipo de normativa y sobre la cual no se tenía injerencia porque es una ley de código civil que es nacional aplicable a todo el país. ¿Pero qué ocurre? Visto eso una cantidad importante de establecimientos se concibieron para funcionar de esa forma. Por ejemplo: En lugar de habilitar o categorizar como apart hotel hay una torre que de pronto puede tener varios propietarios, un administrador y que funcione en la praxis igual que una apart hotel, con la diferencia que al no estar inscripto como tal, no está sujeto a los mismos tributos, que no son únicamente los tributos provinciales, municipales, o los que puede haber a nivel nacional sino también todo lo que tiene que ver con derechos autorales, porque un establecimiento hotelero tiene que pagar a varias asociaciones que tiene q ver con los derechos de autor, eso es una suma importante que lo pagan los establecimientos hoteleros y de pronto no los que son pero no se hacen cargo. Ahí es donde el concepto de colaborativo puede entrar en discusión, es un modelo de negocio muy dinámico y en muchos puntos es difícil para los organismos que tienen un grado de responsabilidad en la fiscalización controlarlo porque por ejemplo: En lo que tiene q ver con la normativa de categorización están incluidos los apartamentos con servicios, eso hace que uno los deba categorizar y deban estar sujetos a las mismas obligaciones que el resto, en términos de la ley de turismo en lo que tiene que ver con la categorización hotelera. Ahora eso vos lo podés detectar en un edificio que esta exclusivamente dedicado a esa tarea, ahora aquellas unidades que atomizada mente se

ofrecen es mucho más complejo porque son difíciles de detectar y si a lo mejor se logra detectar todo el proceso de seguimiento se torna todo un desafío.

_ ¿Qué opinas sobre Airbnb y lo de los juegos olímpicos en rio?

Creo que tiene que ver con la estrategia que vos sigas para tomar el tema, vos lo naturalizas y buscas con esto ir ingresándolos al sistema y de alguna forma los vas sometiendo a determinadas normativas, requerimientos, tributos o haces como que no existe pero sabiendo que existe ¿Es la gran discusión no? Mientras esa modalidad de alojamiento no rivalice, porque en el caso puntual estamos hablando de eventos donde la hotelería va a estar completa y a un precio importante, ahora son mega eventos cuando salís de ese mega evento y en un fin de semana corriente y están compitiendo unos con otros, digamos hay como una asimetría tributaria entonces se hace complejo.

Desde una mirada global, permitís una mayor llegada de turistas, un mayor impacto económico, no hablemos de la sustentabilidad, puede suponer un ingreso... Me parece que ahí también está un poco la discusión, si la economía colaborativa supone un modelo basado en la eficiencia de una necesidad por parte de la demanda y una capacidad ociosa por parte de la oferta o si tiene que ver con un nuevo modelo que con el nombre de genéricamente "economía colaborativa" o "alojamiento colaborativo" cuando realmente no lo es. Me parece que es una discusión más amplia que tomo genéricamente esa nominación pero que fue generando un modelo de negocio que va mutando como la mayoría de los modelos de negocios que están muy basados en lo digital, esto es una mirada mía profesional y no tanto institucional. Pero desde lo institucional, a los organismos nos genera de ir reflexionando sobre la normativa. Es decir si vamos modificando, como vas integrando diferentes modalidades de alojamiento.

Cuando vos sos organismo público y estas fiscalizando y le otorgas a un establecimiento una categoría, los criterios para estar dentro una categoría o de otra, ya sea hotelería de 3 estrellas a 4, o que seas un hostel o un Bnb, tienen que ser criterios excluyentes. O sea, si la normativa te permitiera a vos elegir entre una cosa u otra, es que la normativa es ambigua, entonces uno podría ponerse a pensar en que difiere un establecimiento de economía colaborativa, como está pensando, que de pronto alguien alquile una habitación de su casa ociosa con un bnb, digo, debería ser, hasta incluso hemos discutido en que difiere un residencial de un hostel. Comercialmente la diferencia no sé si es clara pero se podría hacer, por ejemplo que uno esta apuntado a un público extranjero el otro a uno

nacional, que uno a lo mejor tiene más servicios de esparcimiento, uno al público joven y otro no. Pero en términos prácticos no dejan de ser establecimientos con habitaciones compartidas donde la modalidad de contratación no deja de ser de alquiler de una cama por un periodo de tiempo determinado. En la práctica te encontrás que algunos hostels, durante alguna época del año que son más bajas, funcionan como residenciales, o mixtos. Por eso, comercialmente es una cosa, cuando tenes que crear y hacer cumplir la normativa son los riesgos que se te presentan, en el medio las actividades se van dando, el esquema de alojamiento en habitaciones de familia en eventos mega es viejísimo, la diferencia es que antes se registraba en la dirección de turismo local y hoy en día está expuesto online. Por eso digo, hasta qué punto no es un bnb, en el sentido real de un bnb, no del comercial, que muchas hosterías se denominan bnb porque es un nombre romántico y comercialmente pega aunque no lo sean técnicamente. Son desafíos que llevan a que se mueva la industria.

_ ¿Tienen registros de alojamiento colaborativo en La Plata?

Mira nosotros más allá, hemos realizado relevamiento en su momento, nos ocurre que para poder considerarlos como tales tenemos que hacer un seguimiento de ver que eso se mantiene en el tiempo y que tenga determinadas características, sino para nosotros no funcionaría como tales pero sabemos que es un fenómeno en crecimiento y sobre todo en los momentos de eventos, también en términos de la actividad estudiantil, es un movimiento joven, esto ha sido acompañado de la apertura de una cantidad importante de hostels durante el último tiempo

_ ¿Crees que, en el caso puntual de La Plata, el alojamiento colaborativo podría ser considerado para superar el obstáculo del alojamiento durante los mega eventos?

Yo para contarte eso me baso en la estructura de alojamiento de La Plata, que es una cantidad de establecimientos importantes pero limitados con una principal demanda que es o gubernamental o de viajeros pero que tienen un flujo bastante estable durante lo que es el año laboral, por ahí en el verano es distinto, con lo cual gran parte de esos establecimiento apuntan a ese cliente que de pronto, en estos casos es un cliente con repetición que en muchos casos es corporativo, con lo cual a diferencia de otros destinos creo que pueden ser complementarios. También obviamente cuando hacemos seguimiento

de precios si hay un gran espectáculo, como han sido de pronto los recitales de coldplay las tarifas de la hotelería suben muchísimo y La Plata no deja de competir con la ciudad de Buenos Aires en eventos de ese estilo, con lo cual creo que es una alternativa importante para los eventos, después obviamente eso abre todo un abanico de funcionamiento, de cómo se lo regula, de cómo se lo artículo, como se cuida al consumidor, porque es un tema importante.

_ ¿Hay algo eso ya, o han conversado la posibilidad de ir en el futuro detrás de estos anfitriones colaborativos?

Mira, en lo que tiene que ver con lo provincial nosotros buscamos que los establecimientos se encuadren en la normativa de categorización. En la práctica es compleja que gran parte del atractivo del negocio está en ese esquema. hablando desde el perfil profesional, este modelo de negocio está basado en esas ciertas ambigüedades legales por algún lado o digamos demoras en las adaptaciones normativas, pero no ocurre solo en el turismo, ocurre en muchísimos rubros donde siempre hay alguien que observa o vacíos legales u oportunidades de negocios. Yo creo que ahí, de nuevo, es importante diferenciar ciertas cosas, una cuestión es el modelo de negocio que creo que si hay una demanda que hoy consume productos desde lo digital, desde las plataformas porque les resulta más fácil, porque tienen mayor información o les genera más confianza, prohibir el modelo de negocio porque va en contra de la industria tradicional es complejo porque tenes una demanda que hoy busca servicios así. En ese sentido me parece que hay una demanda que busca observar por sí mismo un establecimiento y pasa en todos lados, contratar a lo mejor desde su casa con tarjeta de crédito sin tener que llegar a una inmobiliaria o algún otro intermediario. Entonces me parece que si aparecen ciertos modelos que la demanda, valga la redundancia, demanda o pide de alguna manera hay que atenderlos y verlos, ahora si ese modelo supone una asimetría con los modelos existentes sobre todo una asimetría tributaria que es lo más relevante obviamente que es otra cuestión, es como el caso de UBER, discutir si es mejor o peor depende de los usuarios, ahora si un taxista tiene que pagar una licencia, contratar un seguro, tiene una serie importante de costos, me da la impresión que de alguna manera las cargas tienen que ser análogas porque si no después nos pasa que nos molestan los manteros y el esquema es similar. Por ahí nos parece mal una cosa y la otra nos parece que. Ahora matar la tecnología o ponerse en contra de eso no es posible, no va a ser posible, me parece que

hay que llevar a que las actividades tiendan a tributar de forma adecuada. Si uno no tributa también genera incentivo a que el que tributa no quiera hacerlo y después hay todo un entramado social que es necesario mantener de la renta social, o sea si nadie tributase no se podría sostener los servicios que el estado le brinda a la ciudadanía entonces

_ *¿Esto va a tener que empezar a ser regulado?*

De alguna forma si, cada distrito va viendo como lo va regulando, en la ciudad de BS AS hace 1 o dos años, estableció una norma para departamentos de alquiler temporario porque la problemática más allá de lo impositivo era otra que tiene que ver con cuestiones de seguridad, de hábitat por llamarlo de alguna manera. Hay otras ciudades del mundo con París o Nueva York que están tratando de generar esquemas, en algunos lo han prohibido en otros han tratado de encontrar algún tipo de cuota. Hace unos días salió una nota de París que todos los apartamentos del centro están puestos en Airbnb, ¿entonces qué pasa? Tienes un centro de ciudad fantasma con muy poca población, la población corrida a otras partes por los precios, una serie de impactos en lo social que bueno lo hacen complejo, ¿no?. Después bueno entramos a discutir las cuestiones de derecho de propiedad y eso lo determinan las normas. A ver si el código de locaciones urbanas determinaba que entre 2 días y 6 meses vos podías alquilar una propiedad por términos de turismo se te hace muy complejo probar que alguien le suministró las sabanas o el servicio de desayuno, en términos prácticos. Es un tema a trabajar a encontrar esquemas que sean, desde lo pragmático que apunten a, primero los establecimientos más importantes, hay torres enteras que a lo mejor son de alojamiento colaborativo a diferencia de una persona que tiene un departamento y lo pone por 3 días durante un evento. Entonces por ahí los dos están en el mismo lugar pero uno es un modelo de negocio apuntado a eso y el otro es la oportunidad que en un momento ve una persona, a lo mejor de sacar una mayor renta por día que alquilarlo en el periodo normal de los años. Si me parece que ciudades como La Plata, como BS AS con mucha vida estudiantil, cultural y demás tienen un campo mucho más fértil para la presencia y desarrollo de este tipo de actividad.

Nosotros como industria turística lo que más nos importa es que haya crecimiento de la actividad, del impacto económico, de las fuentes de empleo, pero al mismo tiempo que haya cierta equidad porque si no pasa que paga impuestos un sector el otro no lo paga, entonces el que no lo hace tiene incentivo para no seguir haciéndolo y el que paga todo tiene incentivo para dejar de pagar.

Lo importante es que se pueda discutir, después de la discusión saldrá el modelo más aceptado pero si no se discute nos quedamos en posiciones academicistas de una cosa o la otra y en la realidad el mundo es dinámico y vemos un movimiento en la demanda tremendo en las modalidades de turismo tremendo que cambian mes a mes y año a año, entonces digo, con el tema de la tecnología, lo que hoy discutís de que es Airbnb no es lo que se discutía hace un año o hace dos o tres. En su momento me acuerdo dando clases en la facultad, que se discutía de Groupon que vendía paquetes turísticos y no era una agencia de viajes, a los diez días abrió la agencia de viajes y te cambió también cierto paradigma de que la gente viajaba cuando quiere y a donde quiere y hoy la gente, muchos o algunos segmentos cuando quieren o donde quieren y otro cuando surge una buena oferta y al lugar donde está esa buena oferta. Me parece que esa gran segmentación que hay hoy hace que emerjan este tipo de modalidades y dinámicas que para mí son oportunidades para trabajar.

Anexo 8

Conformidad con la plataforma Airbnb

7,9,8,8,8,6,9,10,10,10,9,10,8,9,8,9	8,625
-------------------------------------	-------

Atributos de éxito

Amplia difusión del sitio sobre destinos y diferentes públicos	7 personas
Claridad y facilidad de uso	3 personas
Facilidad de comunicación anfitrión/huésped	6 personas
Seguridad y confianza (perfil de las personas)	4 personas
Flexibilidad para personalizar anuncios	1 persona
Medios de pago	1 persona

Atributos que los anfitriones desean que mejoren

Más información en perfiles, *	5 personas
Mejorar contacto con la empresa**	1 persona
Menores costos de uso	1 persona
Mayor simplicidad en su uso***	6 personas
Formas de pago	1 persona

* Poder identificar si se trata de un verdadero anfitrión o una empresa .

** mejorar contacto con el centro de resolución de problemas.

*** Que el valor de la garantía sea más visible. Una vez realizada la reserva que brinde un verdadero correo electrónico para que las partes entren en contacto. GPS off line.