



Fundación
Banco Municipal

Noviembre
2015

Documentos de trabajo

***Análisis preliminar de la estructura de
mercado del sector hotelero en
Rosario.***

FUNDACIÓN BANCO MUNICIPAL

Av. Alberdi 315

Tel: (0341) 4205600 Int.: 946

investigaciones@fundacionbmr.org.ar

www.fundacionbmr.org.ar

FUNDACIÓN BANCO MUNICIPAL

Misión

Contribuir al debate sobre las estrategias más adecuadas para alcanzar un desarrollo económico sustentable a largo plazo que favorezca la calidad de vida y asegure la igualdad de oportunidades a todos los ciudadanos.

Objetivos

- Fomentar el análisis de problemas económico-sociales desde una perspectiva federal, con visión de largo plazo y en el marco dinámico que impone el fenómeno de la nueva economía de la información y la globalización.
- Contribuir a la difusión de información económica y social mediante la recopilación y análisis de datos existentes en las diferentes reparticiones del sector público provincial y municipal.
- Construir un foro de discusión en el que especialistas, representantes del sector privado y del sector público, puedan debatir de manera abierta y con visión de largo plazo soluciones alternativas a los principales problemas que obstruyen el desarrollo económico, la igualdad de oportunidades y la movilidad social.
- Promover la interacción público-privada para la expansión de sectores con alto impacto en la calidad de vida de los ciudadanos, en los que se detecta capacidad potencial para insertarse competitivamente en el mundo globalizado.

Consejo de Administración

Presidente	Ana Inés Navarro de Gimbatti
Vicepresidente	Juan Francisco Dogliani
Secretario	Edgardo Varela
Vocales	Gabriela Filippini
	Eduardo Ripari
	Marcelo Rossi
	Dora Suárez de Ielpi
	Mario Tourn
Revisor de Cuentas Titular	Ricardo Giosa
Revisor de Cuentas suplente	Analía Berrocal

Staff

Investigadores	Lara Antonela Colombo
	Mailen Ross
	Agustina Thailinger
Administrativo	Juan Manuel Fortunato

El presente informe busca realizar un análisis del mercado hotelero en la ciudad de Rosario a partir del estudio del comportamiento e interacción de distintas variables.



Contenido

Resumen ejecutivo	3
Panorama general del sector a nivel nacional.	4
El turismo y la hotelería en Rosario.	6
Tipificación del turismo en Rosario.	7
Evolución de la oferta y demanda.	12
Actividad e ingresos del sector hotelero.	23
Análisis del nivel de concentración del sector.	26
Nuevas tendencias en el sector: Alojamiento temporario (vía web).	29
Observaciones finales y lineamientos.	31
Glosario	31
Observaciones metodológicas.	32
Bibliografía	34

- El turismo que recibe la ciudad de Rosario es principalmente local/regional, de fin de semana y se moviliza por vía terrestre. Esto resulta importante a la hora de analizar su impacto en el sector de hotelería, ya que el nicho turístico que llega a la ciudad no compite con uno vacacional de, por ejemplo, 15 días o con viajes al extranjero, incluso considerando países limítrofes. Este conocimiento adquiere un gran valor a la hora de planificar la administración hotelera local, su ocupación y las estrategias comerciales necesarias para optimizar el uso de las instalaciones.
- La demanda hotelera en Rosario y en el resto de país presenta una estacionalidad inversa, ya que cuando ésta crece en Rosario se reduce en el resto del país y a la inversa. Los picos máximos de demanda para la ciudad se dan en julio-agosto de cada año mientras que el valle se observa en los meses de enero y febrero. Por el contrario, a nivel país el pico de demanda se produce en enero mientras que el valle es en junio. Asimismo se observa para Rosario una fuerte demanda en los meses de marzo-mayo, atribuible a los fines de semana largo de la primera mitad del año. Esto resulta entendible ya que no es una ciudad elegida para turismo de verano pero si es atractiva en el resto del año.
- De la comparación de la evolución de la demanda en Rosario y en el resto del país se deduce que, obviando la estacionalidad inversa, la tendencia entre ambas es bastante similar, es decir, la demanda por servicios de hotelería en la ciudad acompaña a la realidad nacional.
- Al analizar el sector hotelero en la provincia de Santa Fe se evidencia que el mismo tiene una baja participación en el total del país. No obstante, la hotelería de alta calidad en la provincia está fuertemente posicionada respecto a la realidad nacional, especialmente en las categorías de 3 y 4 estrellas.
- Al analizar la composición estructural del sector hotelero en Rosario se observa que los segmentos 'hoteles 4 y 5 estrellas' y 'hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles' absorben en conjunto aproximadamente 70% de la demanda en términos de plazas ocupadas.
- De las personas que visitan la ciudad 53,9% se hospedan en la misma. Este dato demuestra que el mercado turístico es mucho más amplio que el hotelero, dejando en evidencia un gran potencial de expansión.
- Desagregando a los turistas según su procedencia se observa que 78,6% de quienes son oriundos de distintos puntos de la provincia de Santa Fe no se hospedan en la ciudad. En cambio, 79% de quienes vienen de otras provincias y 97% de quienes lo hacen de otro país si pernoctan. Esta información obliga a reflexionar sobre los motivos por los cuales casi 80% de los turistas que provienen de la provincia de Santa Fe no se alojan en la ciudad, representando una gran oportunidad de expansión del mercado hotelero.

Panorama general del sector a nivel nacional.

El desempeño del sector hotelero no puede analizarse aisladamente ya que se encuentra fuertemente ligado a otras actividades, como lo son el turismo, la celebración de congresos, convenciones, visitas de negocios, etc. En este sentido, puede pensarse a la demanda de servicios de hotelería como una demanda derivada de otras actividades subyacentes y por lo tanto, su dinamismo dependerá en gran medida del comportamiento de estas.

En los últimos años, la industria turística ha crecido considerablemente a nivel mundial y Argentina no se ha mantenido ajena a esa tendencia. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el sector explica aproximadamente 9,0% del producto bruto mundial, posee un gran impacto en el empleo y existen grandes expectativas de crecimiento para los próximos años. Para el caso particular de Argentina, en el año 1990 ingresaban al país 1.930.034 turistas extranjeros, mientras que en 2013 esa cifra ascendía a 5.570.969¹. Por su parte, Argentina se ha destacado en los últimos años como uno de los principales países sede de eventos internacionales. Así lo confirma el Ranking de Congresos y Convenciones Internacionales realizado por la *International Congress & Convention Association* (ICCA), alcanzando para el año 2013 la posición número 17 en el mismo, con un total de 223 eventos organizados, superada sólo por Brasil en América Latina. En este sentido, según el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), el Turismo de Reuniones² en Argentina es el segmento turístico de mayor crecimiento en la última década y exhibe un gasto por visitante más alto que el evidenciado por otras actividades.

Tabla 1.-Ranking Mundial ICCA de Congresos y Convenciones.

Por países y por ciudades. Año 2013.

RANKING	PAÍS	MEETINGS	RANKING	CIUDAD	MEETINGS
1	EEUU	829	1	París	204
2	Alemania	722	2	Madrid	186
3	España	562	3	Viena	182
4	Francia	527	4	Barcelona	179
5	Reino Unido	525	5	Berlín	178
6	Italia	447	6	Singapur	175
7	Japón	342	7	Londres	166
8	China	340	8	Estambul	146
9	Brasil	315	9	Lisboa	125
10	Holanda	302	10	Seul	125
11	Canadá	290	11	Praga	121
12	Corea	260	12	Amsterdam	120
13	Portugal	249	13	Dublín	114
14	Austria	244	14	Buenos Aires	113
15	Suecia	238	15	Bruselas	111
16	Australia	231	16	Copenhage	109
17	Argentina	223	17	Budapest	106
18	Turquía	221	18	Pekín	105
19	Bélgica	214	19	Roma	99
20	Suiza	205	20	Bangkok	93

Fuente: ICCA.

¹ Anuario Estadístico de Turismo 2013. Subsecretaría de Desarrollo Turístico de la Nación.

²El Turismo de Reuniones engloba la organización de congresos, ferias, exposiciones, eventos deportivos, viajes corporativos y de incentivo.

El buen desempeño del país en esta materia y los múltiples incentivos gubernamentales al desarrollo del sector turístico – como por ejemplo el número de fines de semana largo derivado del aumento de los “feriados puente”- han propiciado que muchas cadenas hoteleras internacionales de diferentes categorías se instalen en Argentina. Tal es el caso, por ejemplo, de Howard Johnson, Ibis, Hoteles NH y Sofitel, entre otros. De esta forma, a nivel nacional en el año 2013, del total de plazas pertenecientes a cadenas hoteleras 57,6% pertenece a cadenas nacionales, mientras que el restante 42,4% corresponde a internacionales. A continuación, se exhibe un ranking por cantidad de plazas ofrecidas de las cadenas hoteleras y parahoteleras³ más importantes del país, tanto nacional como internacional.

Tabla 2.-Ranking de las principales cadenas nacionales e internacionales según plazas hoteleras y parahoteleras.

Total País. Año 2013.

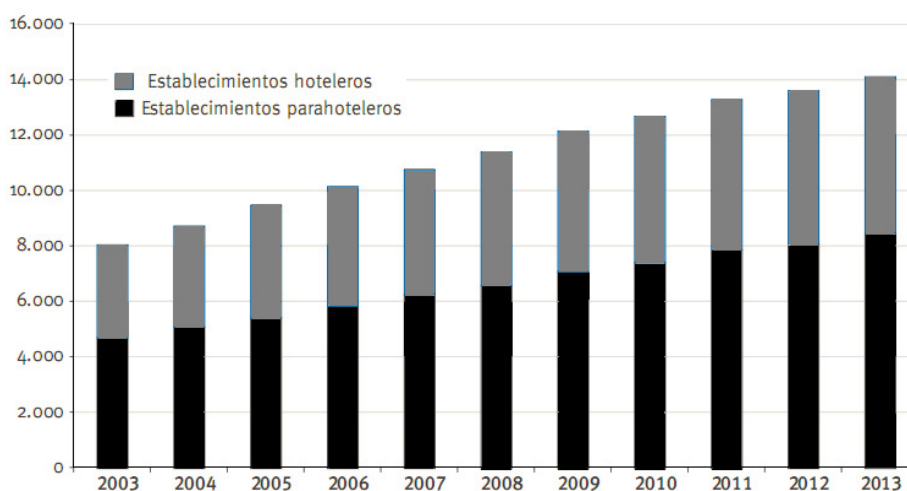
CADENAS NACIONALES				CADENAS INTERNACIONALES			
POSICIÓN 2012	POSICIÓN 2013	NOMBRE	PLAZAS	POSICIÓN 2012	POSICIÓN 2013	NOMBRE	PLAZAS
2	1	AMÉRIAN	2.778	1	1	STARWOOD HOTELS	4.912
1	2	A.C.A.	2.775	2	2	NH HOTELS	3.388
3	3	FÉN HOTELES	2.347	3	3	HOWARD JOHNSON	3.058
4	4	ÁLVAREZ ARGÜELLES HOTELES	2.100	4	4	INTERCONTINENTAL HOTEL GROUP	2.698
5	5	ALVEAR GROUP	1.325	5	5	ACCOR	2.384
6	6	LOI SUITES	1.322	6	6	HILTON	1.052
7	7	UNIQUE HOTELES COLLECTIONS	1.237	7	7	HYATT	700
8	8	SAN REMO HOTELES	1.102	8	8	SOL MELIA	691
9	9	ASPEN HOTELES	1.057	11	9	HUSA HOTELES	373
10	10	PANAMERICANO	1.038	12	10	FOUR SEASON	330

Fuente: Anuario Estadístico de Turismo 2013. Ministerio de Turismo de la Nación.

Según el Anuario Estadístico de Turismo 2013, en los años que se extienden desde 2003 a 2013 la cantidad de establecimientos para alojamiento de todo tipo creció 75,1%, destacándose principalmente el sector parahotelero, como lo evidencia el Gráfico 1. Por su parte, durante el mismo período la cantidad de plazas evidenció un aumento de 46,2%. Esta diferencia en la tasa de crecimiento de establecimientos y plazas sugiere que hubo una tendencia a la apertura de nuevos establecimientos más que a la ampliación de los existentes.

Gráfico 1.- Cantidad de establecimientos hoteleros y parahoteleros.

Total país. Período 2003-2013.



Fuente: MINTUR en base a datos de organismos provinciales y municipales de turismo.

Por su parte y continuando con los datos provistos por el Anuario Estadístico de Turismo 2013, en la Tabla 3 se visualiza la descripción estructural del sector tanto a nivel país como provincia. Cabe destacar que el Anuario no especifica esta información para la ciudad de Rosario, con lo cual se toma a Santa Fe como un *proxi* de la misma.

³ Véase Glosario de términos.

Tabla 3.-Cantidad de establecimientos por tipo de alojamiento.

Total país y total provincia de Santa Fe. Año 2013.

TIPO DE ALOJAMIENTO	PAÍS	COMPOSICIÓN PAÍS	SANTA FE	COMPOSICIÓN PROVINCIA	PARTICIPACIÓN SANTA FE/PAÍS
Total	14.077	100%	262	100%	1,9%
Establecimientos Hoteleros	5.609	40%	182	69%	3,2%
Establecimientos Parahoteleros	8.468	60%	80	31%	0,9%

Fuente: Anuario Estadístico de Turismo 2013. Ministerio de Turismo de la Nación.

A nivel nacional se observa un predominio de los establecimientos parahoteleros, explicando estos 60% del total, mientras que los hoteleros representan 40%. Sin embargo, en Santa Fe esta relación se invierte, siendo los hoteleros los de mayor importancia representando casi 70% del total de la provincia.

Así mismo, si se mide el peso relativo del sector en Santa Fe respecto al país se destaca que si bien en términos generales la provincia exhibe una baja participación (1,9%), en lo que respecta al segmento de establecimientos hoteleros explica 3,2% del total a nivel país. Por su parte, y analizando al interior de éste segmento, Santa Fe se destaca por una alta participación de hoteles 3 y 4 estrellas, representando 5,3% y 7,1% del total del país respectivamente. Esta información permite deducir que a pesar que el sector en la provincia tiene un bajo peso en el total nacional, está fuertemente posicionada en hotelería de alta calidad.

El turismo y la hotelería en Rosario.

Panorama competitivo y nivel de actividad.

Como se destacó anteriormente, es insoslayable analizar el vínculo existente entre la actividad del sector hotelero y el turístico, dado que la primera se deriva en gran medida de la segunda. En este sentido, históricamente Rosario no ha sido una ciudad que pueda ser calificada como turística, sin embargo, luego de un proceso de transformación social, cultural y urbanística, este sector ha comenzado a desarrollarse.

En los últimos años se ha producido un crecimiento en la cantidad de visitantes que llegan a la ciudad, ya sea desde otras localidades de Argentina, como también desde otros países. Esto incluye tanto a visitantes que viajan por placer como a aquellos que lo hacen por negocios, congresos, convenciones, etc. Una conjunción de varios factores que ayudaron a tal fin⁴. En primer lugar, Rosario es una gran urbe con una oferta muy variada de servicios recreativos, culturales y deportivos para el visitante; a su vez cuenta con extensos espacios destinados al tiempo libre y a la salud. En segundo lugar, se encuentra ubicada en el centro de una red de caminos (autopistas Rosario-Santa Fe, Rosario-Córdoba y Rosario-Buenos Aires; y el puente Rosario-Victoria) que hacen cómodo y sencillo el acceso a la ciudad desde cualquier punto cardinal. A esto se suma la potencialidad que ofrece el Aeropuerto Internacional de Rosario (AIR). Por último, la ciudad se destaca por su calidad científica y académica en disciplinas biotecnológicas, médicas, tecnológicas y sociales, entre otras, y cuenta con instituciones de capacitación en sistemas complementarios al turismo, atentas a los nuevos requerimientos de desarrollo del sector.

Asimismo, Rosario logró constituirse como destino turístico a partir de una amplia y acreditada variedad hotelera y gastronómica. La oferta de plazas hoteleras no sólo ha aumentado sino que se ha diversificado localmente, acompañando la tendencia nacional. En los últimos años se han abierto los primeros tres hoteles 5 estrellas, con el fin de responder a la demanda más exigente. A esto se podrían sumar algunas cadenas internacionales que se encuentran estudiando su desembarco en la ciudad. También han proliferado los *hostels* y alojamientos especiales para visitas de negocios.

⁴ Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable. Rosario 2010|2018. Actualización 2015.

Por su parte, Rosario se ha instalado como una plaza de relevancia para la realización de congresos, convenciones, ferias, exposiciones, etc., como se muestra en la Tabla 4.



Tabla 4.-Cantidad de eventos desarrollados en la ciudad de Rosario.

Período 2011-2013.

CLASIFICACIÓN	AÑO		
	2011	2012	2013
Congresos y Convenciones	199	232	213
Ferias y Exposiciones	29	22	21
Eventos Deportivos Internacionales	11	10	19
TOTAL	239	264	253

Fuente: Ente Turístico Rosario.

En cuanto a los eventos categorizados por la ICCA, Rosario también se consolida como una localidad relevante al haber realizado once, cinco y nueve eventos internacionales en los años 2012, 2013 y 2014 respectivamente. En este sentido, es importante mencionar que el desarrollo del turismo de reuniones fomenta, a su vez, la expansión del turismo de esparcimiento, ya que comparte con este la misma infraestructura. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), aproximadamente 40,0% de los visitantes de reuniones regresan al lugar de destino acompañados de sus familias, amigos o colegas. En particular, la ciudad de Rosario posee como fortaleza modernas instalaciones con una amplia gama de espacios disponibles, lo que permite desarrollar tanto pequeñas reuniones como grandes eventos internacionales⁵.

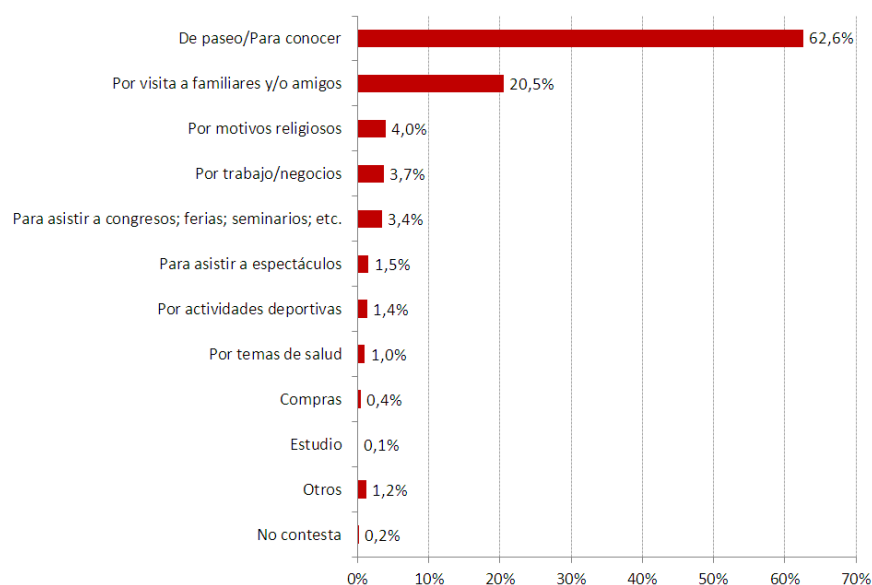
Tipificación del turismo en Rosario.

A fin de conocer las principales características de los turistas que arriban a la ciudad se presentan estadísticas provenientes de la Encuesta de Opinión Turística de Rosario para el año 2014.

En primer lugar, como se observa en el Gráfico 2, casi el total de los turistas que visitan la ciudad lo hacen con el objetivo de conocerla y pasear (62,6%), visitar a familiares o amigos (20,5%), por motivos religiosos (4,0%), trabajo o negocios (3,7%) y para asistir a congresos, ferias, seminarios, etc. (3,4%).

⁵ Plan de Desarrollo de Turismo Sustentable. Rosario 2010|2018. Actualización 2015.

Gráfico 2.-Motivos por los cuales los turistas visitan la ciudad de Rosario.
En %. Año 2014.



Fuente: Ente Turístico Rosario.

Asimismo, la mayor parte de los turistas que arriban son de origen nacional y regional, destacándose las provincias de Santa Fe, Buenos Aires, Entre Ríos y Córdoba. Los visitantes extranjeros representan el 6,4% del total, siendo Brasil y Uruguay los principales países de origen.

Tabla 5.-Lugar de procedencia de los turistas de la ciudad de Rosario.
En %. Promedio 2011-2014.

PROCEDENCIA	2011-2014
Argentina	93,6
Extranjeros	6,4
TOTAL	100,0

Fuente: Ente Turístico Rosario.

Para el año 2014, las provincias de Santa Fe, Buenos Aires, Entre Ríos y Córdoba explican conjuntamente el 86,5% de los turistas que llegaron a Rosario. Esta dinámica tiene un carácter estructural ya que se replica idéntica situación en los últimos años⁶.

⁶ El Observatorio Turístico de Rosario releva información desde 2011.

Tabla 6.-Turistas argentinos que visitan la ciudad de Rosario según provincia.
En %. Año 2014.

PROVINCIA	%	PROVINCIA	%
Santa Fe	45,47	Formosa	0,33
Buenos Aires	27,29	San Juan	0,33
Entre Ríos	7,01	Catamarca	0,28
Córdoba	6,73	La Pampa	0,28
Corrientes	1,78	Santiago del Estero	0,28
Mendoza	0,75	Tucumán	0,19
Chaco	0,70	Jujuy	0,14
San Luis	0,56	Santa Cruz	0,14
Misiones	0,51	Chubut	0,09
Neuquén	0,42	Rio Negro	0,09
Salta	0,42	La Rioja	0,05

Fuente: Ente Turístico Rosario.

Como se observa en la Tabla 7, la procedencia de los turistas internacionales es muy atomizada, destacándose sin embargo Brasil, Uruguay, España y Chile como los países de mayor relevancia.

Tabla 7.-Turistas extranjeros que visitan la ciudad de Rosario según país de origen.
En %. Año 2014.

PAÍS	%	PAÍS	%
Brasil	1,12	Alemania	0,09
Uruguay	0,89	Suiza	0,09
España	0,84	Venezuela	0,09
Chile	0,65	Corea	0,05
Paraguay	0,42	Francia	0,05
Peru	0,37	Guatemala	0,05
Bolivia	0,33	Holanda	0,05
Colombia	0,33	Japón	0,05
EEUU	0,23	Portugal	0,05
Italia	0,19	Puerto Rico	0,05
México	0,14		

Fuente: Ente Turístico Rosario.

Por otro lado, para formar una idea más acabada del perfil del turista que utiliza los servicios de hotelería, y en consecuencia obtener una medida más directa del impacto del turismo en estos, es primordial focalizar la atención del análisis en aquellos que efectivamente pernoctan en la ciudad. En este sentido, como se expone en la Tabla 8, 53,9% de quienes visitan la ciudad se alojan en la misma. Este dato resulta de importancia fundamental ya que expone que el mercado turístico es mucho más amplio que el hotelero, dejando en evidencia un gran potencial de expansión.

Tabla 8.-Proporción de turistas según se alojen o no en la ciudad de Rosario.
Año 2014

TURISTAS	%
Se alojan	53,9
No se alojan	46,1
Total	100,0

Fuente: Ente Turístico Rosario.

Asimismo, es posible desagregar esta información según los turistas provengan de la provincia de Santa Fe, de otras provincias u otro país, como se presenta en la Tabla 9. En este sentido existe una relación directa entre la lejanía de la procedencia del turista y la decisión de pernoctar en la ciudad. De esta forma se observa que 78,6% de los turistas que provienen de distintos puntos de la provincia de Santa Fe no se hospedan en Rosario. En cambio, 79,0% de quienes vienen de otras provincias y 97,7% de quienes lo hacen de otro país sí pernoctan.

Tabla 9.-Proporción de turistas según se alojen o no en la ciudad de Rosario y de acuerdo a su procedencia. Año 2014

TURISTAS	SANTA FE	OTRA PROVINCIA	OTRO PAÍS
Se alojan	21,4	79,0	97,7
No se alojan	78,6	21,0	2,3
Total	100,0	100,0	100,0

Fuente: Ente Turístico Rosario.

Esta información obliga a reflexionar sobre los motivos por los cuales casi 80% de los turistas que provienen de la provincia de Santa Fe no se alojan en la ciudad ya que representa una gran oportunidad de expansión del mercado hotelero.

A los fines de visualizar el impacto del turismo en la hotelería, se focaliza el análisis en el 53,9% de las personas que se alojan en la ciudad. De estas, en la Tabla 10 se desagrega la cantidad de noches de hospedaje según su procedencia.

Tabla 10.-Cantidad de noches de alojamiento según procedencia del turista. Año 2014

CANTIDAD DE NOCHES	SANTA FE	OTRA PROVINCIA	OTRO PAÍS
Una	32,2	17,5	8,5
Dos	41,6	46,3	31,8
Tres	21,0	24,6	21,7
Cuatro	2,3	6,7	6,2
Cinco	0,5	2,0	7,0
Seis	0,5	0,6	3,9
Siete	0,9	1,3	7,0
Ocho o mas	0,9	1,0	13,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0

Fuente: Ente Turístico Rosario.

A partir de los datos expuestos en Tabla 10, se observa que cuanto más cercana es la procedencia de los turistas menos noches de alojamiento demandan. En este sentido, quienes provienen de la provincia de Santa Fe se alojan mayoritariamente de una a dos noches, mientras quienes vienen de otras provincias u otros países lo hacen de dos a tres noches.

Otra variable a analizar para determinar la incidencia del turismo en el sector de hotelería es el tipo de hospedaje que eligen los turistas. Siguiendo la información brindada por la Encuesta de Turismo de Rosario, la principal forma de alojamiento son las casas/departamentos de familiares y/o amigos (37,1%), seguida de los hoteles (33,8%), *hostels* (13,4%) y *apart* hoteles (9,3%). Asimismo, quienes se hospedan en hoteles lo hacen principalmente en los de categoría 3 estrellas (58,8%) y 4 estrellas (31,3%).

Tabla 11.-Tipo de alojamiento elegido por los turistas en la ciudad de Rosario.
En %. Año 2014.

TIPO DE ALOJAMIENTO	%	ALOJAMIENTO EN HOTELES SEGÚN CATEGORÍA (%)	
Casas/ Dptos. de familiares o amigos	37,1	Hoteles 2 estrellas	6,0%
Hoteles	33,8	Hoteles 3 estrellas	58,8%
Hostels	13,4	Hoteles 4 estrellas	31,3%
Apart-hoteles	9,3	Hoteles 5 estrellas	2,8%
Casas/Dptos. propios o alquilados	4,8	No sabe	1,1%
Otros	0,2		
No contesta	1,3		
TOTAL	100,0		

Fuente: Ente Turístico Rosario.

Si se indaga más profundamente en las modalidades de alojamiento oneroso tomando en consideración el origen de los turistas, se observa que los que provienen de distintas localidades de la provincia de Santa Fe se hospedan principalmente en hoteles. Por su parte, para los turistas de otras provincias y países las formas de alojamiento rentado más elegidas son los hoteles, *hostels* y *apart* hoteles. En este sentido, resulta destacable la relevancia de los establecimientos parahoteleros en el turismo de Rosario, sobre todo en el internacional. No obstante lo anterior, es importante destacar que en el caso de los turistas que provienen de Santa Fe y de otros países la principal forma de alojamiento son las casas de familiares o amigos.

Tabla 12.-Tipo de alojamiento elegido por los turistas en la ciudad de Rosario según lugar de procedencia.
En %. Año 2014.

TIPO DE ALOJAMIENTO	SANTA FE	OTRA PROVINCIA	OTRO PAÍS
Casas/Dptos. de familiares o amigos	58,9	31,8	34,9
Hoteles	14,0	39,7	27,1
Hostels	4,2	14,6	21,0
Apart hoteles	3,3	10,3	13,2
Casas/Dptos. propios o alquilados	17,8	2,0	1,5
Otros	0,9	0,3	0,8
No contesta	0,9	1,4	1,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0

Fuente: Ente Turístico Rosario.

Por último, se analiza el medio de transporte utilizado por los turistas para arribar a la ciudad. Para el período 2013-2014 más de la mitad lo hizo en su vehículo particular y aproximadamente un tercio en ómnibus. Es importante resaltar que el avión es el medio de transporte que en menor proporción utilizan los turistas para llegar a la ciudad. Más allá que esta situación resulte lógica, ya que casi 50% de los turistas argentinos que arriban a Rosario son oriundos de la provincia de Santa Fe con lo cual no utilizarán este medio de transporte, es válido cuestionar por qué la ciudad recibe tan baja cantidad de turistas de provincias más alejadas que podría impulsar también el uso del aeropuerto.

Tabla 13.-Forma de arribo de los turistas a la ciudad de Rosario.
En %. Promedio 2013-2014.

MEDIO DE TRANSPORTE	PROMEDIO 2013-2014
Auto	63,3
Omnibus*	30,4
Avión	2,1
Otros**	4,3
TOTAL	100,0

Fuente: Ente Turístico Rosario.

*Incluye: Colectivo, tráfico y minibús.

**Abarca moto, tren y otros medios.

A modo de conclusión preliminar puede afirmarse que el turismo que recibe la ciudad de Rosario es principalmente local/regional, de fin de semana y movilizad por vía terrestre. Esto resulta importante a la hora de analizar su impacto en el sector de hotelería, ya que el nicho turístico que llega a Rosario no compete con uno vacacional de, por ejemplo, 15 días o con viajes al extranjero, incluso considerando países limítrofes. Este conocimiento adquiere un gran valor a la hora de planificar la administración hotelera local, su ocupación y las estrategias comerciales necesarias para optimizar el uso de las instalaciones.

Evolución de la oferta y demanda.

Demanda⁷

Tomando como indicador de la demanda de servicios de hotelería a la cantidad de plazas ocupadas⁸ en las distintas ciudades, entendiéndose por plaza ocupada al total de noches que cada viajero permanece en una habitación o unidad. Esto se obtiene de multiplicar la cantidad de viajeros por el número de noches que cada uno de ellos se haya alojado en un establecimiento hotelero/parahotelero.

Para enmarcar el comportamiento del sector hotelero de Rosario en el contexto nacional, se exhibe la evolución de las plazas ocupadas en la ciudad así como del total a nivel nacional pero excluyendo a Rosario, a los fines de no sesgar la información. Ambas series se muestran en el Gráfico 3 en dos ejes verticales diferentes, por lo cual es importante no confundir la escala de los mismos.

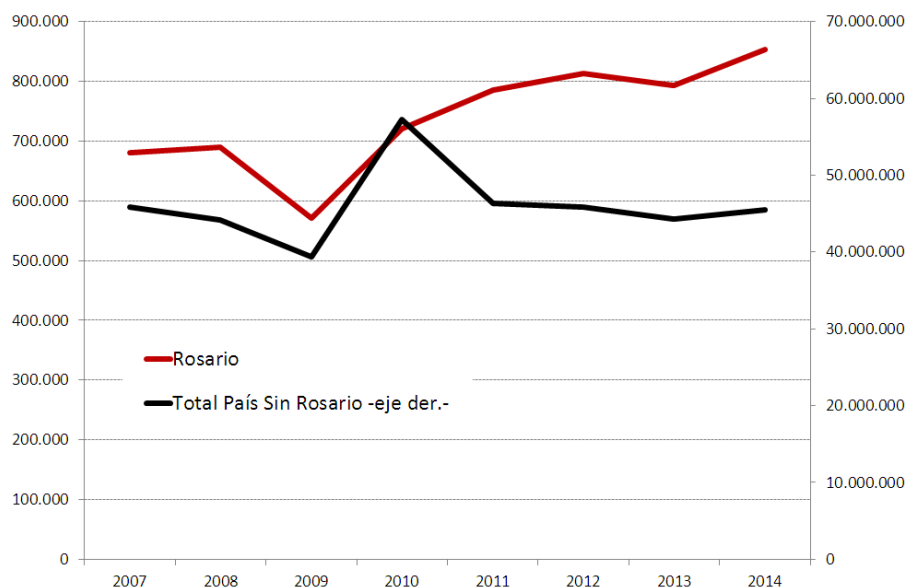
Tal como puede observarse, existe un acompasamiento en la evolución de las series ya que para el período que se extiende desde 2007 a 2009 el crecimiento se encuentra estancado en ambas. Por su parte, de 2009 a 2010 ambas comienzan un período de crecimiento, sin embargo, a partir de entonces se evidencia una ruptura de la sincronía ya que la serie que corresponde a Rosario continúa creciendo mientras que la correspondiente a Total País se estanca.

⁷ Para una descripción estructural véase Glosario de Términos

⁸ Datos extraídos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) INDEC.

Gráfico 3. Cantidad de plazas ocupadas (demanda) en la ciudad de Rosario y Total País Sin Rosario.

Series anuales. Período 2007-2014.

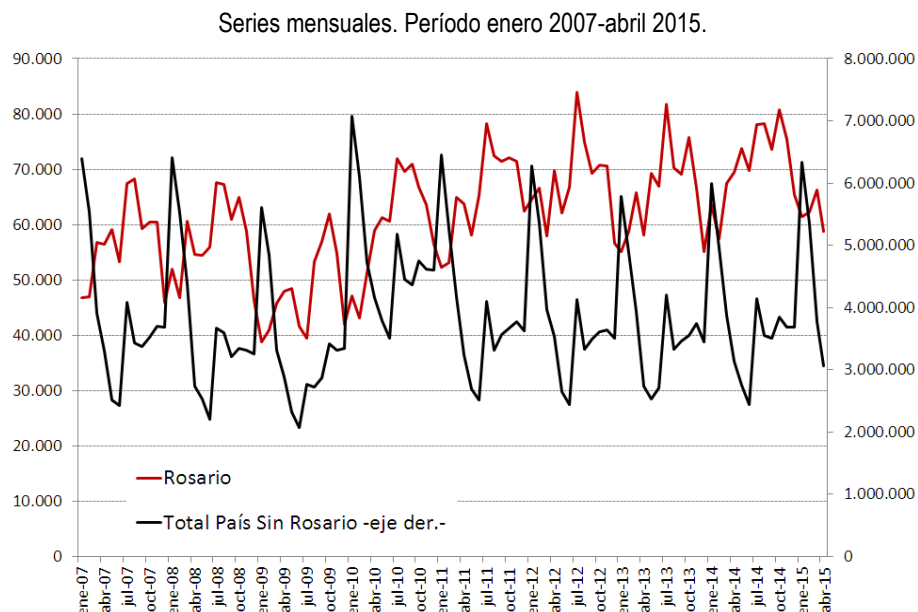


Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

Asimismo se presentan en el Gráfico 4 las series mensuales a los fines de observar pormenorizadamente el comportamiento de la actividad. Resulta relevante destacar que la demanda en Rosario y en el resto de país presenta una estacionalidad⁹ inversa, ya que cuando la demanda crece en la ciudad se reduce en el resto del país y a la inversa. Los picos máximos de demanda para Rosario se dan en julio-agosto de cada año mientras que el valle se observa en los meses de enero y febrero. Por el contrario, a nivel país el pico de demanda se observa en enero mientras que el valle es en junio. Esto resulta entendible ya que Rosario no es una ciudad elegida para turismo de verano pero si es atractiva en el invierno, así como en casi todo el resto del año. A su vez, se observa una fuerte demanda para la ciudad en los meses de marzo-mayo, atribuible a los fines de semana largo de la primera mitad del año.

⁹Toda serie de tiempo puede descomponerse en 4 elementos principales: tendencia, ciclo, estacionalidad y variaciones aleatorias. La estacionalidad tiene que ver con que el valor medio de la variable observada dependa del período analizado, y es muy frecuente en las series de variables económicas, sociales o climáticas. Véase: http://www.fundacionbmr.org.ar/files/etiquetas_descripciones_adjuntos/breve_analisis_descriptivo_de_las_variaciones_a_observar_en_series_de_tiempo_00.pdf.

Grafico 4.- Cantidad de plazas ocupadas (demanda) en la ciudad de Rosario y Total País Sin Rosario.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

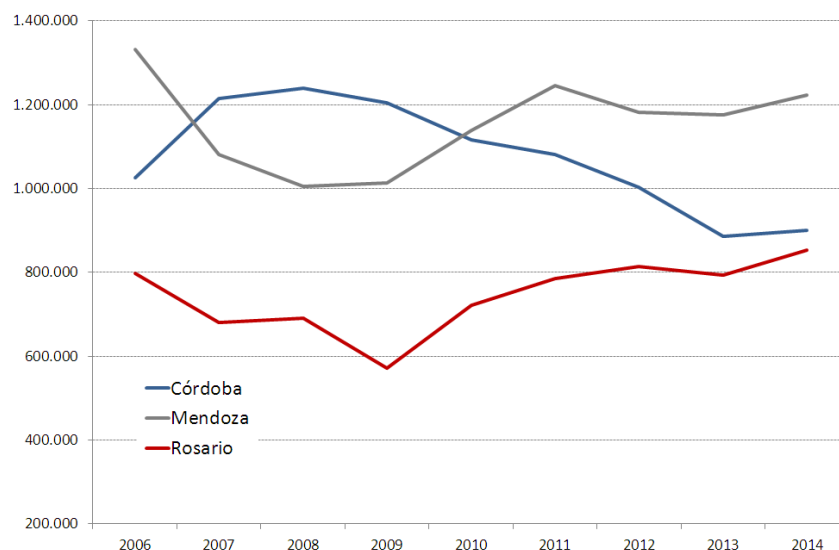
Obviando la estacionalidad inversa, se puede deducir que la tendencia de las dos series es bastante similar, es decir, la demanda por servicios de hotelería en la ciudad acompaña a la realidad nacional. En este sentido, si se divide al Gráfico 4 en tres etapas, se observa que en la primera, que va de 2007 a los primeros meses de 2009, ambas series se encontraban en un período de estancamiento. En una segunda etapa, que se extiende desde 2009 hasta 2010, comienzan las dos un período de crecimiento, sin embargo, mientras que Rosario continúa esa senda en 2011 la demanda a nivel nacional se estanca. En una última etapa, que se prolonga desde 2012 hasta 2015, ambas series se estancan nuevamente.

Seguidamente se compara a Rosario con las ciudades de Córdoba y Mendoza a los fines de conocer su situación relativa y las potencialidades existentes. Se escogen estas localidades dado que son centros urbanos con una gran población, una actividad económica diversificada y se encuentran a una distancia relativamente próxima. La comparación con estas ciudades parece la más adecuada por las similitudes mencionadas ya que, por el contrario, comparar a Rosario con localidades muy pequeñas o cuya principal actividad económica sea el turismo llevaría a resultados erróneos dado que los perfiles serían completamente diferentes.

A pesar de la diferencia en el tipo de turismo ofrecido por las tres ciudades exhibidas, puede apreciarse en el Gráfico 5 una gran similitud en la evolución de las demandas por servicios de hotelería correspondientes a Rosario y Mendoza, evidenciando prácticamente la misma tendencia en todo el período, mientras que la ciudad de Córdoba muestra un comportamiento disímil.

Gráfico 5.-Cantidad de plazas ocupadas (demanda) en las ciudades de Rosario, Córdoba y Mendoza.

Series anuales. Período 2006-2014.



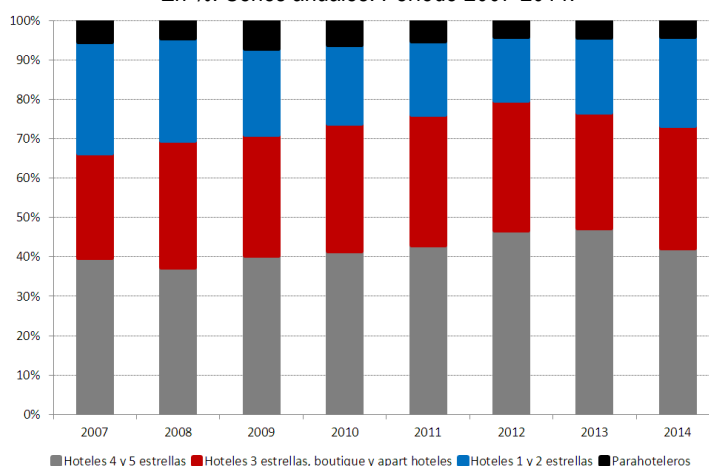
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

Asimismo, es importante destacar que en el período 2006-2010 la demanda en Córdoba y Mendoza se hallaba en niveles similares (1,0 y 1,3 millones aproximadamente), a pesar de que sus comportamientos eran diferentes. Por el contrario, desde 2010-2011, la demanda de las mismas comienza a distanciarse ya que la de Mendoza continua creciendo mientras que la de Córdoba tiende a reducirse. De esta manera, y debido a que la ciudad de Rosario también empieza a mostrar un crecimiento sostenido (desde 2009), provoca que hacia 2013-2014 se ubique en niveles de demanda similar a Córdoba (0,8 - 0,9 millones aproximadamente), mostrándose ambas alejadas de Mendoza.

Por otro lado, para realizar un análisis pormenorizado, la demanda se desagrega según categorías de hoteles¹⁰. En este sentido, se trabaja con cuatro segmentos, a saber: hoteles 4 y 5 estrellas; hoteles 3 estrellas, *apart* hoteles y hoteles *boutique*; hoteles 1 y 2 estrellas y establecimientos parahoteleros. En cuanto a la participación de cada uno de los segmentos en la demanda, es decir, en las plazas ocupadas, puede observarse en el Gráfico 6 que el único que evidenció una tendencia creciente en el período fue el de 4 y 5 estrellas, modificándose sólo en el último año analizado. La categoría más estable fue la que incluye hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles, que aunque con pequeñas oscilaciones, mantuvo su participación en la demanda alrededor 30,0%. Por su parte, los hoteles 1 y 2 estrellas, que en 2007 superaban en participación al segmento antes mencionado, evidenciaron una tendencia decreciente, tocando su mínimo en 2012 (16,0%) para luego recuperar parte de esta participación en los dos años siguientes. Por último, los establecimientos parahoteleros también mostraron una evolución estable pero levemente decreciente, manteniéndose en promedio alrededor de 5,0% durante todo el período considerado. Es importante destacar entonces, que los dos segmentos de mayor participación (hoteles 4 y 5 estrellas, y hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles) absorben en conjunto aproximadamente 70% de la demanda en términos de plazas ocupadas.

¹⁰ Véase Glosario de términos.

Gráfico 6.- Captura de demanda (plazas ocupadas) por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.
En %. Series anuales. Período 2007-2014.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

Tabla 14.- Plazas ocupadas (demanda) por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario
En %. Series anuales. Período 2007-2014.

Año	Total	Hoteles 1 y 2 estrellas	Hoteles 3 estrellas, boutique y apart hotel	Hoteles 4 y 5 estrellas	Parahoteleros
2007	681.206	192.698	180.968	270.662	36.878
2008	689.867	179.524	221.802	257.138	31.403
2009	571.690	125.306	174.755	230.889	40.740
2010	721.468	143.272	233.730	299.306	45.160
2011	785.277	146.299	259.272	337.677	42.029
2012	813.953	130.370	269.154	380.035	34.394
2013	792.591	149.804	234.059	374.276	34.452
2014	852.845	192.803	264.351	360.085	35.606

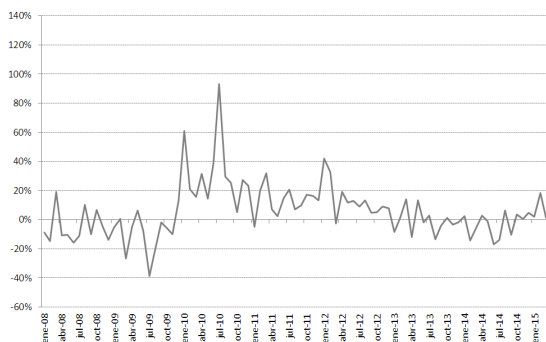
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

A continuación se desagrega el análisis de la evolución de la demanda por tipo de alojamiento. Los hoteles 4 y 5 estrellas son los que muestran el menor nivel de volatilidad. Esto se fundamenta en el hecho que son los establecimientos que reciben la demanda con mayor poder adquisitivo, con lo cual se ve afectada en menor medida por los vaivenes de la economía. En el caso de los hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles la situación es parecida pero exhibe un mayor nivel de volatilidad como consecuencia que su demanda presenta un poder adquisitivo menor, sin embargo, hacia finales del período se evidencia un cambio en la tendencia que se refleja en un crecimiento de la demanda.

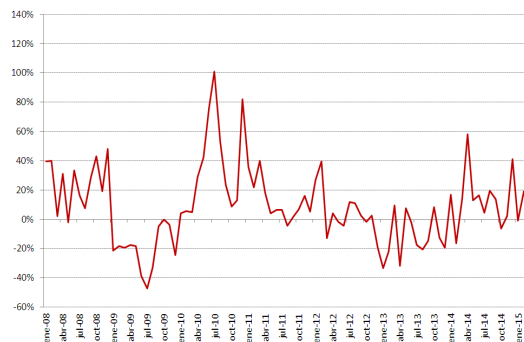
Grafico 7.- Variación interanual de plazas ocupadas (demanda) por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

En %. Series mensuales. Período enero 2008-marzo 2015.

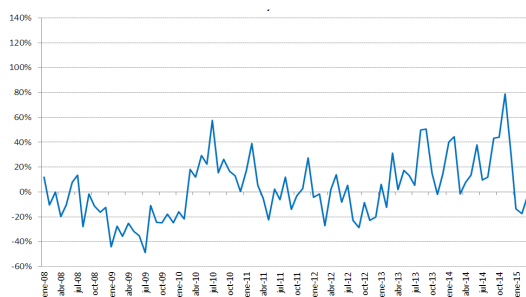
Hoteles 4 y 5 estrellas



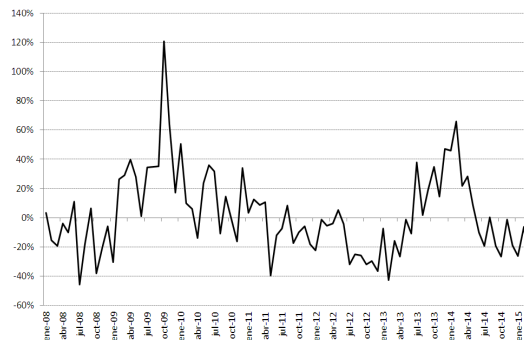
Hoteles 3 estrellas, boutique y apart hoteles



Hoteles 1 y 2 estrellas



Parahoteleros



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

Por su parte, los hoteles 1 y 2 estrellas muestran una tendencia de crecimiento en casi todo el período analizado. Por último, puede destacarse que los establecimientos parahoteleros parecieran adelantar el comportamiento del resto. Esto puede explicarse porque al formar parte del sector de alojamiento económico es el más sensible a los cambios en el nivel de actividad. Asimismo, y por similar motivo, son los que menos se resienten o incluso crecen en los períodos de menor actividad general y los que se mantienen estables en los períodos de bonanza, dando lugar al crecimiento más pronunciado de los hospedajes de mayor categoría.

Oferta

A la hora de realizar un análisis desde el lado de la oferta, resulta interesante destacar primeramente que en Argentina más de 90,0%¹¹ de las empresas del sector de hotelería revisten la condición de PyMEs¹², exceptuando lógicamente a los grandes establecimientos y cadenas hoteleras. Esta particularidad obliga a prestar especial atención a algunos factores que determinan las fortalezas, debilidades y estrategias de negocio de un hotel. Estos aspectos definen la fuerza con que un establecimiento determinado logra

¹¹ Cristian Falquemberg. PYMES HOTELERAS Gestión del Conocimiento, para una Mayor Competitividad. Revista Electrónica CECIET. ISSN L 1852 4583. Año II Volumen II. 2012.

¹²Según el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 (PFETS2016) se considera PyME a un establecimiento hotelero o parahotelero que posea un máximo de 130 habitaciones.

atraer a la demanda, las claves para la maximización de las ganancias y la competitividad de las empresas (eficiencia, marketing, adaptabilidad, etc.). Estos, básicamente se resumen en los siguientes:

1. Distancia al centro de la ciudad.
2. Medios de transporte públicos a los principales puntos de interés.
3. Cercanía a las principales vías de acceso.
4. Distancia y medios de acceso a principales aeropuertos, puertos fluviales, terminales de ómnibus y de trenes.
5. Cercanía a zonas comerciales, centros culturales, turísticos y de entretenimiento.
6. Cercanía a áreas de congregación de empresas, fábricas (parques industriales), dependencias gubernamentales, etc.
7. Seguridad de la zona.

En la medida en que un establecimiento logre posicionarse fuertemente en la máxima cantidad posible de estos aspectos, logrará un mayor éxito en el negocio. No obstante, este posicionamiento también estará determinando el perfil de cliente al cual apunte.

Para completar la visión de oferta, se incorpora un análisis de las principales características de los servicios del sector hotelería:

1. **Altos costos fijos:** el sector se caracteriza por el hecho que los costos fijos son mucho más altos en relación a los costos variables, dado por las grandes inversiones en infraestructura necesaria y los requerimientos de capital. Esta situación también reviste elevadas barreras a la entrada para nuevos competidores.
2. **No almacenable/inventariable:** el servicio posee una caducidad inmediata o instantánea. Esta particularidad obliga al establecimiento a preocuparse por colocar toda su producción diariamente, ya que de lo contrario, y considerando el ítem 1, deberá enfrentarse a pérdidas/costos de oportunidad. Desde un punto de vista contable, si el nivel de ventas diario no logra cubrir los costos totales el establecimiento incurrirá en un resultado negativo. Adicionalmente, desde el punto de vista económico, se enfrentará a costos de oportunidad (independientemente del resultado contable) ya que pierde una ganancia potencial. Esta característica incentiva las políticas comerciales de tipo "ofertas de último minuto".
3. **No trasladable:** el establecimiento debe realizar numerosos esfuerzos por atraer a los clientes, adaptándose a sus necesidades y comodidades.
4. **Rigideces para aumentar su producción (habitaciones) en el corto plazo:** si bien existe cierta flexibilidad para ajustar la oferta a los vaivenes de la demanda, ésta es muy estrecha y en general la ampliación de la oferta implica grandes inversiones y un considerable período de tiempo.
5. **Heterogeneidad de los servicios ofrecidos:** en este aspecto se hace referencia a los diferentes tipos de *amenities* que están disponibles. Esto implica un desafío en términos de minimización de costos y adaptabilidad a las demandas de los clientes ya que en un mismo establecimiento se alojan quienes utilizan todos estos servicios y quienes no lo hacen, pagando muchas veces igual tarifa.
6. **Carácter intangible o inmaterial:** esto implica que existe una simultaneidad temporal entre el momento de producción y consumo del servicio. De allí la fundamental importancia que tiene la calidad de los recursos humanos en este tipo de negocios.

Estas consideraciones, junto con una detallada categorización del perfil del cliente, resultan pertinentes a la luz de las nuevas tendencias internacionales en la contabilidad de los hoteles, destinadas a conocer la

rentabilidad por segmento de mercado/tipo de cliente¹³. Ésta difiere mucho entre clientes o grupo de clientes a causa de los servicios de apoyo que son necesarios para satisfacer sus demandas y la calidad de los mismos. Este conocimiento permite a los planificadores determinar con mucha mayor precisión las relaciones entre costos (definidos en términos de las prestaciones que cada cliente considera necesarias para elegir alojarse en un establecimiento particular) y beneficios (entendidos como el logro de máxima discriminación de precios posible). El empresario que cuente con esta información alcanzará la maximización en su ganancia así como la utilización óptima de sus instalaciones.

Los empresarios, en la medida de sus posibilidades, suelen profundizar mucho más estos análisis en el sentido de estudiar las características más minuciosas del cliente, llegando a conclusiones tales como por ejemplo, que un huésped que se aloja con motivo de participación en un congreso/viaje de negocios puede pagar un precio más elevado por habitación que un matrimonio que se encuentra vacacionando. A la vez, el matrimonio suele tener un nivel de gastos más bajo y demandar menos *amenities* que el viajero antes mencionado, sin embargo es probable que la estadía del matrimonio sea más larga. En este sentido, es fundamental considerar el tamaño del hotel en cuestión, ya que aquellos con cientos de habitaciones persiguen diariamente el objetivo de ocuparlas todas, por lo que deben atraer a diario la combinación óptima o más o menos equilibrada de los distintos perfiles de cliente. Por el contrario, los hoteles con menor número de habitaciones probablemente intentarán captar a aquellos clientes que tengan un nivel de gasto mayor a fin de obtener la mayor rentabilidad posible por habitación.

Ahora bien, para analizar la oferta del sector en Rosario se toma como indicador cuantitativo a las plazas disponibles¹⁴ de los establecimientos, entendidas como el número total de camas fijas y supletorias multiplicadas por la cantidad de días que se encuentra abierto cada establecimiento hotelero/parahotelero en un mes¹⁵. El Gráfico 8 muestra que la participación de la oferta de los hoteles 4 y 5 estrellas tiende a crecer a lo largo del período, lo mismo ocurre con el segmento de 3 estrellas, apart hotel y boutique. Por el contrario, la participación de los hoteles 1 y 2 estrellas así como de los establecimientos parahoteleros se reduce.

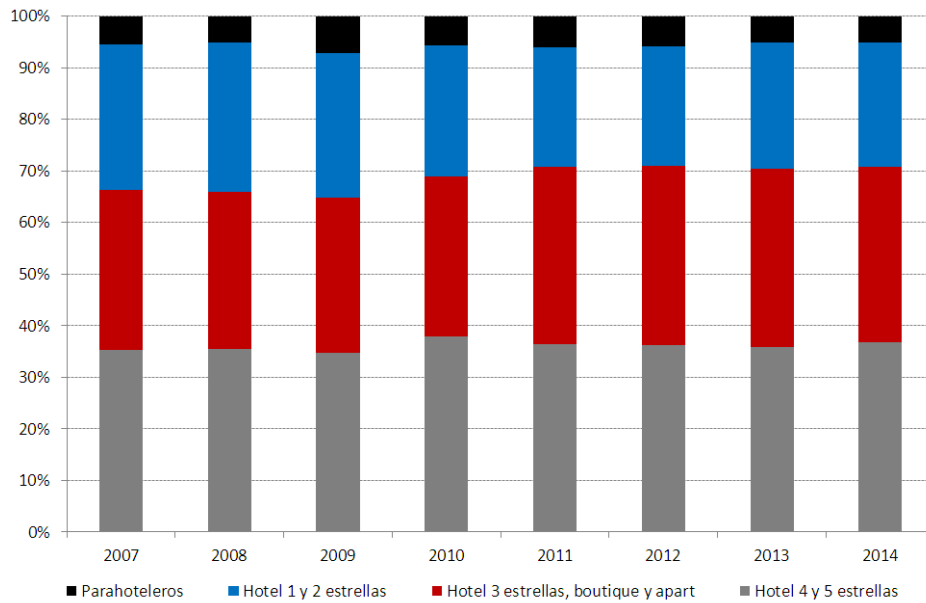
¹³ Según Nordling y Wheeler "el valor del modelo para la toma de decisiones no es la rentabilidad absoluta por cada segmento de mercado sino el valor relativo de cada segmento en comparación con el resto de ellos". No es tan interesante conocer qué beneficio ha sido generado por un cliente de un congreso como saber que es 1,3 veces el beneficio del cliente que se ha alojado con un paquete vacacional de un operador mayorista.

¹⁴ Datos extraídos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) INDEC.

¹⁵ No se incluyen las habitaciones o unidades correspondientes a los establecimientos que cierran en forma temporaria durante el período analizado.

Gráfico 8.-Proporción de plazas disponibles (oferta) por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

En %. Series mensuales. Período enero 2007- 2014.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

Tabla 15.-Plazas disponibles (oferta) por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

Series mensuales. Período enero 2007- 2014.

Fecha	Total	Hotel 1 y 2 estrellas	Hotel 3 estrellas, boutique y apart	Hotel 4 y 5 estrellas	Parahoteleros
2007	2.140.882	603.862	663.387	757.259	116.374
2008	2.145.317	619.564	655.138	760.789	109.826
2009	2.173.022	605.637	655.090	755.440	156.855
2010	2.368.480	601.534	735.451	897.618	133.877
2011	2.449.104	565.498	843.204	890.872	149.530
2012	2.501.550	578.657	870.311	906.154	146.428
2013	2.521.804	617.156	872.405	903.740	128.503
2014	2.466.714	593.096	836.813	909.260	127.545

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

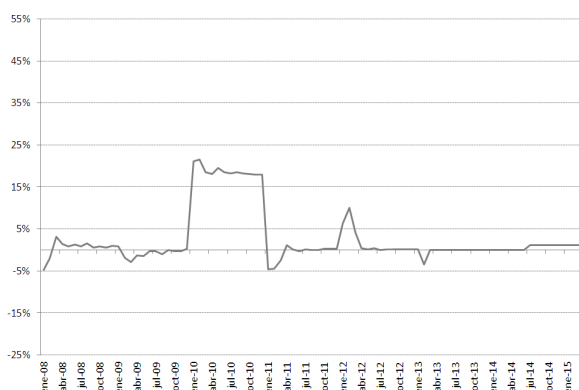
Como se exhibe en el Gráfico 9, los hoteles 4 y 5 estrellas presentan un comportamiento muy estable, siendo la variación interanual de la oferta muy baja. Las categorías de hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* exhiben un comportamiento parecido a los hoteles de 1 y 2 estrellas, siendo igualmente la primera categoría mucho más variable que la segunda. Por último, los establecimientos parahoteleros muestran una tendencia contraria a los demás desde inicios de la serie hasta fines de 2010, incrementándose su oferta muy marcadamente en el período de recesión económica y reduciéndose agudamente cuando ésta mermó. Sin embargo, a partir del año 2011, el desempeño de este segmento acompaña al del resto.

Gráfico 9.-Variación interanual de plazas disponibles (oferta) por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

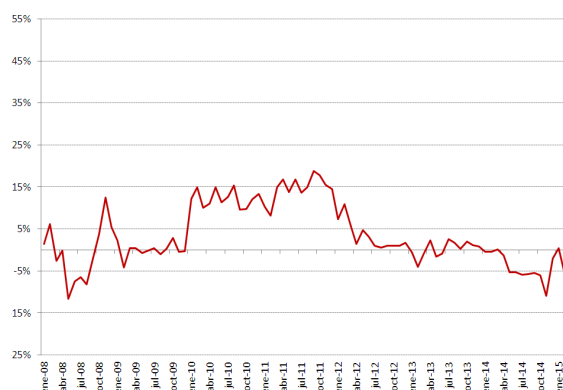
En %. Series mensuales. Período enero 2008-marzo 2015.

21

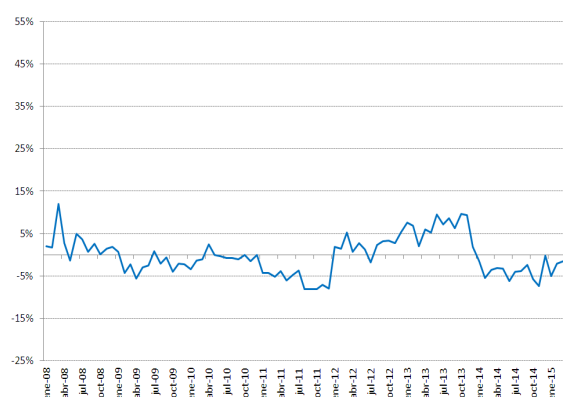
Hoteles 4 y 5 estrellas



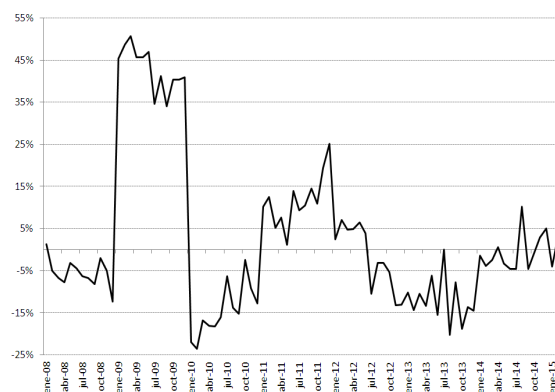
Hoteles 3 estrellas, boutique y apart hoteles



Hoteles 1 y 2 estrellas



Parahoteleros



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

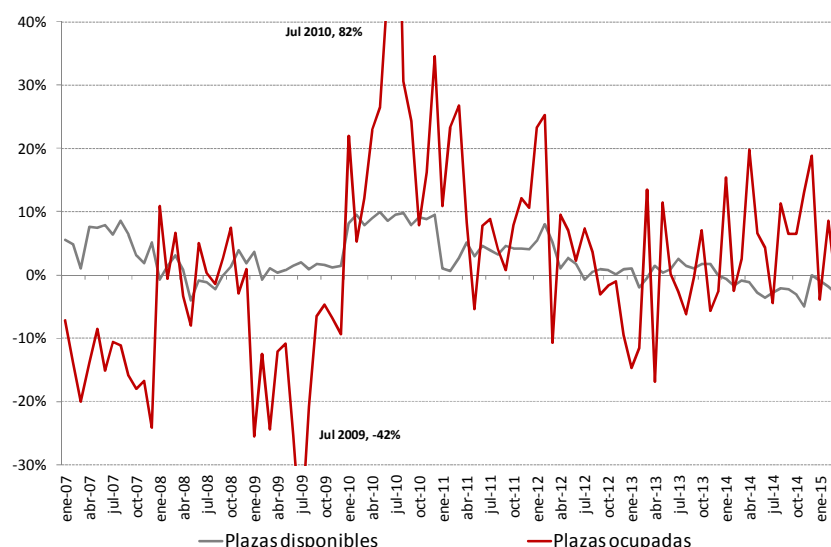
Oferta y Demanda

Por último, si se analizan en conjunto la oferta y la demanda, puede apreciarse que esta última refleja un desempeño mucho más volátil que la oferta, dejándose afectar en gran medida por los movimientos de la actividad económica general. La oferta por su parte, aunque lógicamente más inelástica en sus movimientos, a corto plazo es factible expandirse¹⁶ levemente respondiendo a los cambios en la demanda. Esta situación se puede observar en el Gráfico 10.

¹⁶ Las ampliaciones en la oferta de servicios de hotelería requieren grandes inversiones y períodos de tiempo, sin embargo a corto plazo es posible administrar las plazas disponibles, aumentándolas a través de la incorporación de un mayor número de camas por habitación, o contrayéndolas de forma inversa.

Gráfico 10.-Variación interanual de plazas disponibles (oferta) y ocupadas (demanda) en la ciudad de Rosario.

En %. Series mensuales. Período enero 2007-marzo 2015.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

Se analiza, asimismo, la diferencia entre las plazas disponibles y plazas ocupadas del sector hotelero como un indicador de los posibles excesos de oferta/demanda del sector. Este indicador no pretende ser exhaustivo ni determinante, con lo cual debe ser tomado con cuidado. Se exponen datos para el período 2007-2014 debido a que no está disponible la desagregación de la información por tipo de alojamiento para años anteriores, asimismo, las series se presentan normalizadas¹⁷ a fin de facilitar el análisis gráfico.

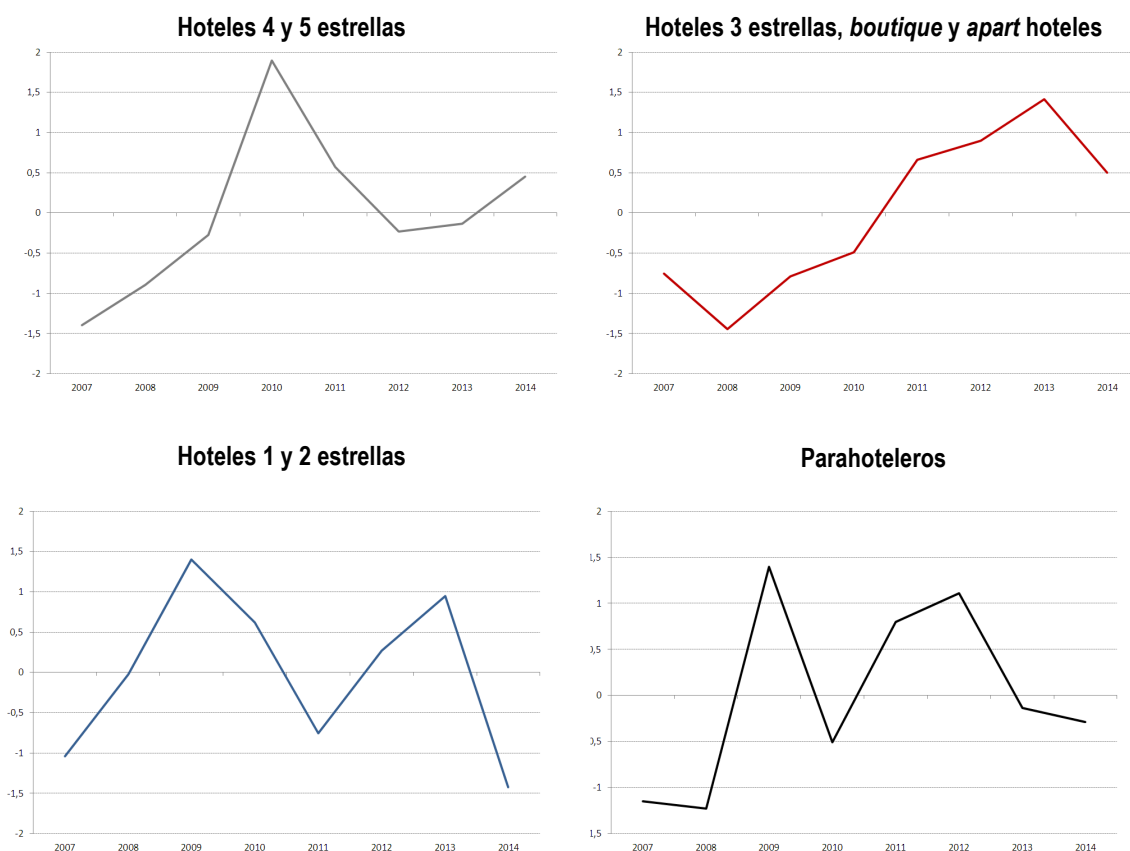
A grandes rasgos, puede considerarse que si esta medición muestra una tendencia al alza implicará que la brecha entre plazas disponibles y ocupadas se encuentra en crecimiento, con lo cual puede pensarse que no habrá grandes modificaciones en el sector. Por el contrario, cuando el indicador exhibe tendencias a la baja se registrará una escasez relativa de plazas hoteleras respecto a la demanda con lo cual puede pensarse que si esta situación se sostiene en el tiempo existirán incentivos a la inversión en nueva capacidad. Estudiando en particular la evolución de cada segmento, puede observarse que en el caso de los hoteles 4 y 5 estrellas el indicador muestra una tendencia al alza desde 2007 a 2010, con lo cual indicaría que no existieron incentivos a nuevas inversiones y/o ampliación de capacidad. Sin embargo, de 2011 a mediados de 2013 esta situación se revierte evidenciando una evolución decreciente para luego estancarse hasta finales de la serie. Por lo tanto, es dable pensar que de 2011 a 2013 existieron incentivos a la inversión por el lado de la demanda en este segmento del sector.

Con respecto al segmento de hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles, la situación resulta diferente al ser la tendencia marcadamente creciente en casi todo el período analizado, revirtiéndose en el último año.

Por último, en cuanto a los hoteles 1 y 2 estrellas y los establecimientos parahoteleros parecieron mostrar un comportamiento bastante análogo diferenciándose principalmente en los años de reversión de tendencia. Esto permite pensar que el desempeño de los establecimientos parahoteleros adelanta el comportamiento del segmento de hoteles 1 y 2 estrellas.

Gráfico 11.-Diferencial plazas disponibles-plazas ocupadas por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

Series normalizadas $[(x-\mu)/\sigma]$. Período 2007-2014.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC.

Actividad e ingresos del sector hotelero.

La ciudad de Rosario posee una estructura productiva ampliamente diversificada como se exhibe en la Tabla 14. Ésta se mide por el Valor Bruto de Producción (VBP)¹⁸ de cada sector, el cual se toma como un indicador de los ingresos de los mismos. En el año 2013 la hotelería en Rosario explicó el 0,5% del VBP total de la ciudad, asimismo, representó el 2% VBP del sector servicios.

Tabla 16.-Participación de los Sectores Económicos en el Ingreso Total (Valor Bruto de Producción) de la ciudad de Rosario.

Año 2013.

SECTORES ECONÓMICOS	VBP
Comercio	46%
Servicios	24%
Industria	26%
Construcción	3%
TOTAL	100%

⇒ Hotelería 2%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario.

¹⁸ El Valor Bruto de Producción de un sector es el valor total de todos los productos producidos por el mismo. Es importante no confundir este concepto con el de Valor Agregado, el cual constituye el remanente del VBP cuando se deduce del mismo el consumo intermedio del sector ($VA=VBP-CI$).

Al analizar el nivel de actividad del sector hotelero se trabaja con series deflactadas a los fines de evitar las distorsiones generadas por las variaciones de los precios. En la Tabla 17 se relacionaron los ingresos con las plazas ocupadas de cada segmento, a fin de obtener una relación del “rendimiento” de la demanda efectiva de los mismos, es decir, el producido por cada plaza. De esta forma se obtiene que el segmento que presenta la mayor relación “ingresos-ocupación” es el de hoteles 4 y 5 estrellas, estando incluso por encima del valor del sector. El segmento hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles presenta una relación alta aunque por debajo del valor sectorial.

Tabla 17.-Ingresos anuales por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

Datos deflactados. Promedio anual período 2011-2013.

TIPO DE ALOJAMIENTO	VBP PROMEDIO 2011-2013	PARTICIPACIÓN EN VBP TOTAL	VBP/PLAZAS OCUPADAS
Hoteles 4 y 5 estrellas	453.406	67,5%	1,25
Hoteles 3 estrellas, <i>boutique</i> y <i>apart</i> hoteles	155.922	23,2%	0,61
Hoteles 1 y 2 estrellas	55.612	8,3%	0,39
Parahoteleros	6.751	1,0%	0,18
TOTAL SECTOR HOTELERÍA	671.693	100,0%	0,84

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario.

Nota: Se dispone de datos hasta diciembre de 2013.

En la Tabla 18 se destaca que los dos segmentos que manifestaron un crecimiento superior al del sector fueron el de establecimientos parahoteleros y el de hoteles 4 y 5 estrellas. En este sentido, la ciudad de Rosario replica la situación nacional, donde los establecimientos parahoteleros fueron los que mostraron el crecimiento más destacado. Es importante resaltar que los dos segmentos que evidenciaron crecimiento se encuentran en extremos opuestos en términos del valor de sus servicios y de las características de sus clientes.

Tabla 18.-Variación 2011-2013 de los Ingresos por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

En %. Datos deflactados. Período 2011-2013.

TIPO DE ALOJAMIENTO	VAR. % 2011-2013
Hoteles 4 y 5 estrellas	9,3%
Hoteles 3 estrellas, <i>boutique</i> y <i>apart</i>	-5,8%
Hoteles 1 y 2 estrellas	-4,0%
Parahoteleros	90,7%
TOTAL SECTOR HOTELERÍA	5,0%

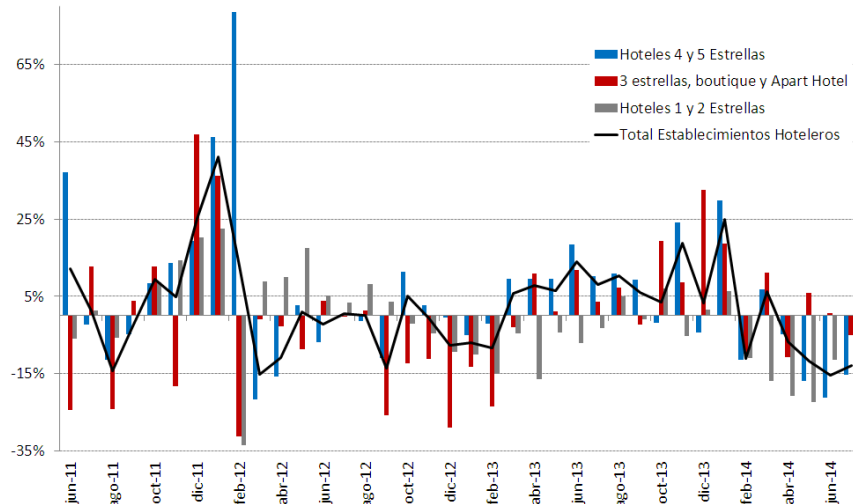
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario.

A continuación se estudia en detalle la variación de los ingresos por tipo de alojamiento. A los fines de facilitar la visibilidad de los gráficos, se separó la variable de establecimientos parahoteleros del resto. En el Gráfico 12 puede observarse que los tres segmentos implicados se mueven en general de manera sincrónica con el nivel de actividad total del sector. En particular, los hoteles 4 y 5 estrellas son los que presentan la mayor estabilidad en momentos donde la actividad se resiente ya que albergan a la porción de la demanda que menos se ve afectada por los vaivenes económicos. Durante el año 2012, momento en que se evidenció la contracción más fuerte del período analizado, los establecimientos que más resistieron fueron los hoteles 1 y 2 estrellas ya que su comportamiento suele ser contra-cíclico respecto de la actividad económica general, actuando como “amortiguador” cuando ésta es muy baja o muy alta. De nuevo aquí resulta esclarecedor prestar atención al perfil del cliente que se hospeda en este tipo de establecimientos, en este caso se trata de la porción de demanda que se trasladará a un segmento

superior o inferior dependiendo de la situación de la economía en general. En cambio, el segmento de hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles, muestra un desempeño muy similar al de 4 y 5 estrellas, sólo diferenciándose en algunos momentos de la serie.

Gráfico 12.-Variación interanual de los Ingresos de los establecimientos hoteleros en la ciudad de Rosario.

En %. Series mensuales. Período junio 2011-junio 2014.

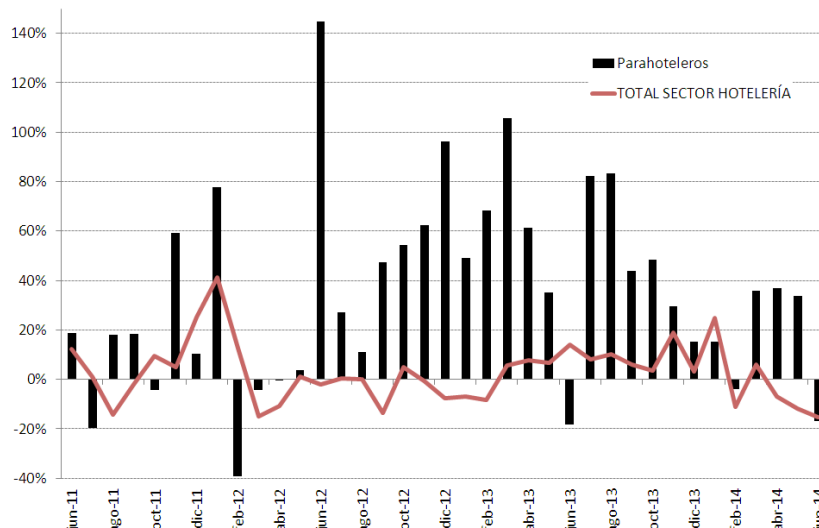


Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario.

Por su parte, los establecimientos parahoteleros, tal como se observó en la Tabla 18, son los que han evidenciado el mayor crecimiento en todo el período analizado, así como la mayor estabilidad. Salvo algunas excepciones, las variaciones interanuales han sido siempre positivas.

Gráfico 13.-Variación interanual de los Ingresos de los establecimientos parahoteleros en la ciudad de Rosario.

En %. Series mensuales. Período junio 2011-junio 2014.



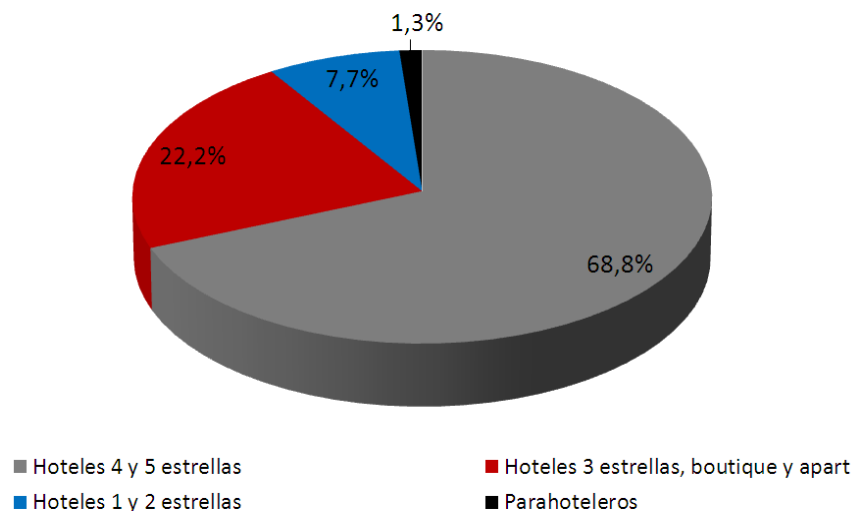
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario.

Finalmente, al analizar la estructura del mercado medido por volumen de ingresos se destaca que el segmento de hoteles 4 y 5 estrellas explica casi 70,0% del ingreso total del sector. Le sigue en importancia los hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles con una participación de 22,2%, y por último

los hoteles 1 y 2 estrellas y los establecimientos parahoteleros con el 7,7% y 1,3%, respectivamente. Estas proporciones se mantuvieron estables en los últimos años, de manera que permite pensar que estas posiciones están consolidadas en el mercado.

Gráfico 14.-Participación de los distintos tipos de alojamientos en los Ingresos totales del sector en la ciudad de Rosario.

En %. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario.

Es interesante realizar una observación al comparar el Gráfico 14 con la barra para el año 2013 del Gráfico 6 de captura de demanda medida en plazas ocupadas. De allí se deriva que los dos segmentos más importantes del mercado (hoteles 4 y 5 estrellas y hoteles 3 estrellas, *boutique* y *apart* hoteles) explican conjuntamente 91% de los ingresos del sector pero captan aproximadamente 70% de la demanda.

Análisis del nivel de concentración del sector.

A fin de obtener una imagen de la estructura del mercado¹⁹, en las tablas a continuación se agrupa el valor bruto de producción (VBP) de cada tipo de alojamiento en las categorías hoteleras determinadas por la EOH para el período 2011-2013, considerándolo como una aproximación de los ingresos de los mismos. Asimismo, se expone la participación del mercado por categoría y el detalle de la cantidad de establecimientos que las componen. A partir de la información presentada, puede pensarse que el sector presenta rasgos de concentración de mercado.

¹⁹ Cabe aclarar que la información expuesta no contempla a la totalidad de los establecimientos, sino sólo aquellos que se encuentran incluidos en la base de datos disponible. Con lo cual, estos resultados deben ser considerados como una aproximación a la realidad. En rigor, existe una cantidad mayor de establecimientos hoteleros y parahoteleros funcionando en la ciudad.

Tabla 19.-Nivel de ingresos, cantidad de establecimientos y participación de mercado por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

Datos deflactados. Promedio anual período 2011-2013.

TIPO DE ALOJAMIENTO	INGRESOS	CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS	PARTICIPACIÓN DE MERCADO
TOTAL	671.693	103	100,0%
ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS	664.941	75	99,0%
Hoteles 1 y 2 estrellas	55.612	36	8,4%
Hoteles 3 estrellas, <i>boutique</i> y <i>apart</i> hoteles	155.922	27	23,5%
Hoteles 4 y 5 estrellas	453.407	12	68,2%
ESTABLECIMIENTOS PARAHOTELEROS	6.752	28	1,0%
<i>Hostels</i>	4.051	18	64,2%
Hosterías	265	1	3,5%
Residencias Universitarias	1.122	6	17,0%
Albergues	240	1	2,8%
Alojamientos Turísticos Temporarios (ATT)	1.074	3	12,5%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario.

Con el objetivo de confirmar esta hipótesis y de medir el fenómeno, se utilizan dos índices como indicadores del nivel de concentración: el Índice de Concentración Estándar 4 (ICE4) y el Índice Hirschman-Herfindahl (IHH). El primero toma la participación de mercado conjunta de los cuatro competidores más importantes del mercado. Por su parte, el IHH mide la concentración del mercado teniendo en cuenta la participación conjunta de todos los competidores. Por convención se considera que si el valor mostrado por este último índice es inferior a 1.000, involucra un nivel de concentración insignificante, mientras que si es superior a 1.800, se está ante un mercado altamente concentrado.

Tabla 20.-Índice de Concentración Estándar 4 (ICE4) e Índice Hirschman-Herfindahl (IHH) por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

Año 2013.

TIPO DE ALOJAMIENTO	CONCENTRACIÓN		CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS
	ICE4	IHH	
TOTAL SECTOR HOTELERÍA	45,7%	741	105
SECTOR HOTELERÍA -SIN HOTELES 5 ESTRELLAS-	26,8%	342	-
Establecimientos Hoteleros			
Hoteles 1 y 2 estrellas	27,0%	422	36
Hoteles 3 estrellas, <i>boutique</i> y <i>apart</i> hoteles	52,1%	935	27
Hoteles 4 y 5 estrellas	66,5%	1.463	12
Establecimientos Parahoteleros	40,8%	625	30

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario y del Ente Turístico Rosario.

En el caso del sector hotelero en su conjunto, para el año 2013 evidencia que no existe una situación de concentración ya que tanto el ICE4 como el IHH presentan resultados modestos. Sin embargo, cuando se desagrega al sector en sus segmentos se encuentra una concentración moderada en el de hoteles 4 y 5 estrellas, al evidenciar un IHH de 1.463. En el resto de los segmentos, tanto el ICE4 como el IHH exhiben valores que no indican concentración en el mercado.

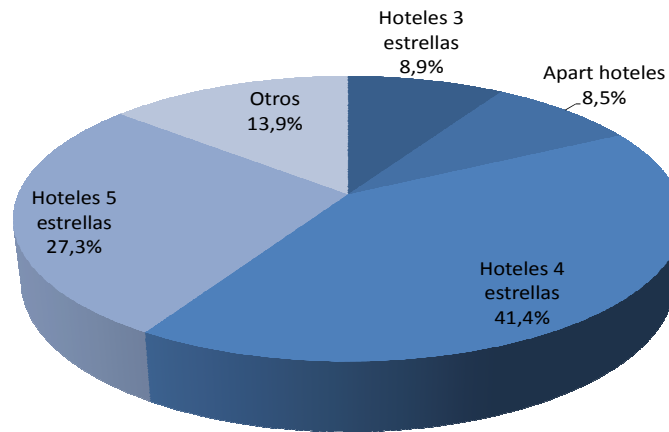
Por otro lado, se calcularon los índices de concentración para el sector hotelero pero excluyendo a los hoteles de 5 estrellas. El criterio subyacente es que si bien no todos los establecimientos compiten por el mismo perfil de cliente, las personas que se alojan en hoteles 5 estrellas difícilmente lo hagan en uno de menor categoría, con lo cual la competencia entre los establecimientos se dará en estos niveles. Puede observarse en la Tabla 20 que, de esta forma, el nivel de concentración se reduce a casi la mitad, medida

por ambos índices. Si bien, como se mencionó, el sector en general no presenta niveles de concentración, este resultado reviste importancia a la hora de valorar la relevancia de los hoteles 5 estrellas.

Por otro lado, y analizando la participación de mercado para el año 2013 por tipo de alojamiento, se aprecia que el 86,1% del mercado está explicado sólo por cuatro categorías de hoteles, a saber: hoteles 4 estrellas, 5 estrellas, 3 estrellas y *apart* hoteles.

Gráfico 15.-Participación de mercado por tipo de alojamiento en la ciudad de Rosario.

En %. Año 2013.

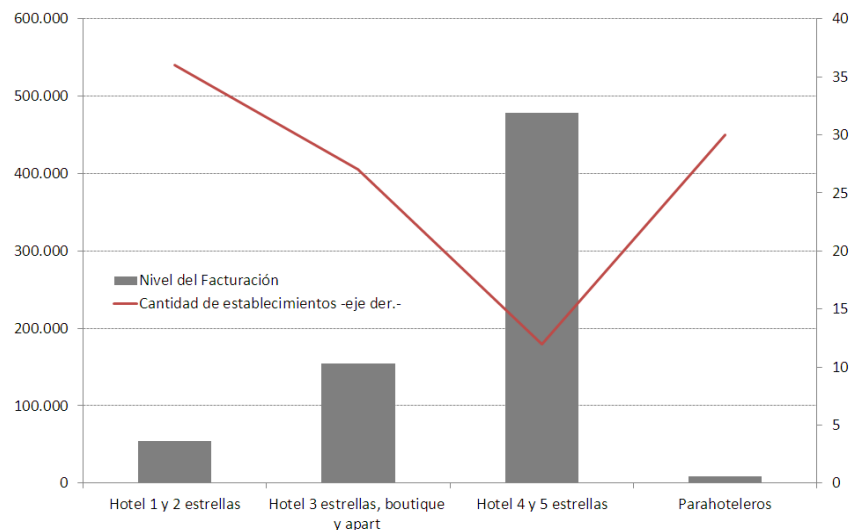


Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda de la Municipalidad de Rosario.

Otro aspecto interesante a destacar que se expone en el Gráfico 16, es la relación inversa entre el nivel de ingresos, medido por el Valor Bruto de la Producción (VBP) y la cantidad de establecimientos por cada tipo de alojamiento.

Gráfico 16.-Cantidad de establecimientos por tipo de alojamiento y nivel de de ingresos en la ciudad de Rosario.

En \$. Datos deflactados. Año 2013.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Secretaría de Economía y Hacienda y del Ente Turístico Rosario.

Resulta claro que las variables que determinan el nivel de concentración son la cantidad de competidores que se encuentren en cada segmento y la participación de mercado que tenga cada uno de ellos. En este

sentido, en el segmento de hoteles 5 estrellas es esperable un gran nivel de concentración ya que sólo se registran dos establecimientos en la ciudad al año 2013, lo mismo ocurre con la categoría de hoteles *boutique*.

Nuevas tendencias en el sector: Alojamiento temporario (vía web)²⁰.

Actualmente es cada vez mayor la oferta de alojamientos temporarios que se realizan a través de diversas páginas web. Éstos, consisten en el alquiler total o parcial (habitaciones) de casas/departamentos particulares que son ofrecidas por un tiempo determinado. Es decir, brindan una alternativa para turistas que desean alojarse en lugares con mayor comodidad, espacio y/o la posibilidad de contactarse con personas que vivan en la ciudad.

Por ejemplo, en el mes de junio de 2015 en Rosario se evidenció una oferta de alquiler de aproximadamente 30 habitaciones privadas y 60 casas/departamentos a través de este sistema. Se estima que las dos modalidades en conjunto representan una capacidad potencial de alojamiento de alrededor de 8.600 personas al mes. A los fines de lograr una noción de la relevancia/magnitud del sector, se presentan a continuación algunas tablas de resumen de información para ambas categorías. Cabe aclarar que la misma es aproximada ya que se extrajo de sitios webs autogestionados.

Alquiler de habitaciones privadas

En la primer tabla se presenta la capacidad potencial del segmento de habitaciones privadas, es decir, la cantidad de personas que es capaz de albergar y el nivel de ingresos suponiendo que se realiza una ocupación plena diaria y mensual de las unidades (considerando aproximadamente 30 disponibles).

Tabla 21.-Capacidad potencial de alquiler de habitaciones privadas en la ciudad de Rosario.

Junio 2015

TOTAL	INGRESOS (EN \$ DE 2015)	CANTIDAD DE HUESPEDES
Por noche	9.289	55
Al mes (30 días)	278.670	1.650

Fuente: Elaboración propia en base a datos del sitio web

www.airbnb.es/.

De esta forma, si existiera una demanda tal que todas las habitaciones privadas fueran alquiladas, sería posible alojar aproximadamente a 55 personas por noche, es decir, 1.650 personas por mes. Dados los ingresos estimados bajo el supuesto de una ocupación plena mensual, puede determinarse que la existencia de este segmento (las 30 habitaciones en conjunto) equivale al volumen de ingresos mensual de un *hostel* grande de la ciudad.

Por otra parte, y considerando que la ocupación efectiva de este tipo de alojamientos dista de ser el 100%, se ajustaron las cifras anteriores con el porcentaje promedio para 2014 de plazas ocupadas de los establecimientos parahoteleros que informa la EOH. Los resultados muestran lo que podría ser una aproximación más cierta de la realidad, considerando una ocupación mensual promedio de 28%.

²⁰ Datos tomados del sitio web: www.airbnb.es/.

Tabla 22.-Cobertura real de alquiler de habitaciones privadas en la ciudad de Rosario.

Porcentaje de ocupación de plazas promedio 2014 (según EOH)
de establecimientos parahoteleros. Junio 2015.

TOTAL	INGRESOS (EN \$ DE 2015)	CANTIDAD DE HUESPEDES
Ocupación estimada -28,0% mensual-	77.944	462

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC y al sitio web www.airbnb.es/.

De esta manera, se observa que este tipo de alojamientos exhibe un nivel de ingresos mensuales similar al de un *hostel* chico de la ciudad.

Alquiler de departamentos o casas

Se presenta primeramente la capacidad de alojamiento potencial del segmento de departamentos o casas, es decir, la totalidad de personas que es capaz de alojar y su nivel de ingresos si existiera una ocupación plena (considerando aproximadamente 60 unidades disponibles). Como resulta lógico, tanto la capacidad como el nivel de ingresos en este segmento son mucho mayores que en el caso anterior.

Tabla 23.-Capacidad potencial de alquiler de departamentos o casas en la ciudad de Rosario.

Junio 2015.

TOTAL	INGRESOS (EN \$ DE 2015)	CANTIDAD DE HUESPEDES
Por noche	44.432	233
Al mes (30 días)	1.332.960	6.990

Fuente: Elaboración propia en base a datos del sitio web www.airbnb.es/.

En este sentido puede decirse que, en caso de poseer una ocupación del 100%, los ingresos mensuales equivalen a los de un hotel de 2 o 3 estrellas, pudiendo albergar a casi 7.000 personas.

Sin embargo, considerando que es improbable la ocupación del 100% de las unidades, se ajustan los datos anteriores al porcentaje promedio para 2014 de plazas ocupadas de los establecimientos parahoteleros que informa la EOH. Luego de esto, el segmento en su conjunto podría asimilarse al nivel de ingresos de un hotel de 1 o 2 estrellas.

Tabla 24.-Cobertura real de alquiler de departamentos o casas en la ciudad de Rosario.

Porcentaje de ocupación de plazas promedio 2014 (según EOH)
de establecimientos parahoteleros. Junio 2015.

TOTAL	INGRESOS (EN \$ DE 2015)	CANTIDAD DE HUESPEDES
Ocupación estimada -28,0% mensual-	372.829	1.955

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la EOH-INDEC y al sitio web www.airbnb.es/.

Nuevamente se destaca que estos datos son estimados a los fines de lograr visualizar una imagen de este tipo de modalidad de alojamientos.

Observaciones finales y lineamientos

A partir del estudio realizado sobre el sector hotelero en Rosario puede afirmarse que uno de los principales determinantes de su actividad es el turismo. En este sentido, su tipificación resulta de primordial importancia a los fines de optimizar su rendimiento. De esta forma, puede caracterizarse al turismo que llega a Rosario como uno mayoritariamente regional, ya que en promedio 93% de las personas que arriban a la ciudad son argentinos que en su mayoría provienen de un radio de 400 km. Asimismo es un turismo de fin de semana al ser la estadía promedio de quienes pernoctan de dos noches. Por su parte, dentro de las opciones de alojamientos ofrecidas por el mercado, la más elegida es el hotel y en particular el de tres estrellas, seguida del de cuatro estrellas. Por último, es importante destacar que más de 60% de los turistas que llegan a la ciudad lo hacen en auto o vehículo particular.

Dada esta caracterización del turismo, se consideran dos puntos en los que es dable trabajar para continuar desarrollando el turismo y consecuentemente el sector hotelero. Por un lado, realizar una estrategia para prolongar la estadía promedio de los turistas, así como lograr que aquellos que vienen de zonas aledañas también elijan hospedarse en Rosario. Por otro lado, se destaca la baja participación tanto de los extranjeros entre los turistas como del Aeropuerto Internacional de Rosario (AIR) en las formas de acceso a la misma. En este sentido pueden diseñarse estrategias que permitan que un mayor número de turistas del exterior que se encuentren en el país incluyan a Rosario en su ruta de viaje, así como que aquellos argentinos oriundos de las localidades más alejadas del país elijan a la ciudad como destino turístico. Estas estrategias van de la mano con un mayor fomento del uso del AIR.

Glosario

Actualmente no existe ningún sistema de categorización mundial de hoteles, ya que si bien se han realizado varios intentos para lograrlo, aún no hay una clasificación “universal”, y la utilizada depende de la legislación vigente en cada país. Para el caso particular de Argentina, el sector hotelero se desempeña bajo el marco de la Ley Nacional de Hotelería 18.828/70 y su Decreto Reglamentario 1818/76, siendo el Art. 6 de dicha ley el que establece los requisitos mínimos con los que debe contar cualquier tipo de hotel a fin de ser homologado como alojamiento turístico. No obstante, cada provincia tiene su propia legislación en la materia.

Una de las formas de desagregar el sector es clasificándolo de acuerdo al **tipo de establecimiento**, en:

Hoteleros: incluye a los hoteles de 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, los hoteles *boutique*, los *apart* hoteles y también aquellos sin categorizar.

Parahoteleros: comprende a las hosterías, los hospedajes, los establecimientos rurales, las cabañas y *bungalows*, los moteles, los albergues, *hostels*, *Bed&Breakfast* y residenciales.

Otra de las formas de dividir al sector es mediante la caracterización del **perfil del cliente**, es decir se agrupan los tipos de alojamiento según categorías:

Hoteles 4 y 5 estrellas: son los establecimientos de máxima categoría, ya que poseen las mejores y más lujosas instalaciones, y algunas de sus características principales son su funcionalidad, extrema limpieza, personal especializado, innovación y adaptación constante a las nuevas tecnologías. En general están

ubicados en lugares privilegiados y reciben a los clientes más exigentes, los cuales están dispuestos a pagar un mayor monto por una mejor atención y una mayor cantidad de *amenities*²¹.

Hoteles 3 estrellas, *apart* hoteles y hoteles *boutique*: son aquellos establecimientos de costo medio, que poseen algunas *amenities*, aunque de menor calidad que los de mayor categoría, y generalmente se encuentran bien ubicados, en el casco céntrico o cerca de grandes atracciones. En el caso particular de los hoteles *boutique*, aunque sean probablemente los menos conocidos, han tomado una relevancia fundamental en los últimos años. La palabra *boutique* proviene del francés, y hace referencia a una tienda o comercio pequeño que se especializa en la venta de un bien o servicio específico, es decir, que se concentra exclusivamente en su producto, alcanzando en función de ello un conocimiento muy profundo en la materia. En términos de negocio remite a pequeña escala, mayor personalización e individualidad. Son en general hoteles más pequeños que los convencionales, y apuntan principalmente al segmento de viajeros corporativos, quienes dan gran importancia a la privacidad, los servicios, la atención personalizada y el lujo. Este nicho posee gran poder adquisitivo y baja estacionalidad.

Hoteles Económicos (*hostels*, albergues, hosterías, pensiones y hoteles de 1 y 2 estrellas): son tipos de alojamiento que surgen ante la demanda de un público específico que desea alojarse en una habitación cómoda gastando la menor cantidad de dinero posible, es decir, responden a un perfil que no se interesa tanto por las *amenities*, o que está dispuesto a resignarlas a cambio de pagar un precio más bajo. Estos establecimientos apuntan a clientes muy variados, no necesariamente en términos de su situación socioeconómica sino también por la razón que los motiva a alojarse. En este sentido, los hoteles están localizados en zonas industriales y empresariales, céntricas, turísticas y de gran oferta cultural, de modo que sus usuarios pueden ser empleados, profesionales independientes, estudiantes, etc., quienes, por las características de las actividades a desarrollar, pasarán poco tiempo en el lugar de alojamiento y por lo tanto deciden minimizar su costo. En consecuencia, exhiben una gran amplitud etaria. En general, el principal objetivo a cumplir por este tipo de alojamientos es “que el cliente duerma bien”.

Observaciones metodológicas.

A continuación, se advierte sobre algunos detalles metodológicos con el objetivo de que el lector logre comprender a fondo la información presentada.

Dada la insuficiencia de estadísticas directas del sector a nivel local, se efectuó un análisis indirecto. A la hora de estudiar el nivel de actividad del sector hotelero en Rosario, se realizaron estimaciones a fin de conocer el Valor Bruto de Producción (VBP), es decir, el volumen de ingresos del mismo.

Los datos utilizados tienen una longitud temporal que se extiende desde julio del año 2010 hasta diciembre de 2013. Se trabaja con los códigos de actividad del Nomenclador de Actividades AFIP 150, a saber: **551222** (servicios de alojamiento en hoteles, hosterías y residenciales similares, excepto por hora, que incluyen servicio de restaurante al público), **551223** (servicios de alojamiento en hoteles, hosterías y residenciales similares, excepto por hora, que no incluyen servicio de restaurante al público) y **551229** (servicios de hospedaje temporal n.c.p.).

Por su parte, en cuanto a la clasificación por tipo de establecimientos hoteleros y parahoteleros el estudio adopta las propuestas por el Ente Turístico Rosario (ETR) y por la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) elaborada por el INDEC. Se exponen a continuación las equivalencias entre las mismas:

²¹Servicios y comodidades ofrecidas por el establecimiento. A medida que el mismo aumenta en términos de calidad, también lo hacen sus *amenities*.

ENTE TURÍSTICO ROSARIO (ETR)	ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA (EOH)
Hoteles 1 estrella	Hoteles 1 y 2 estrellas
Hoteles 2 estrellas	
Hoteles 3 estrellas	Hoteles 3 estrellas, <i>boutique</i> y <i>apart</i>
Hoteles <i>boutique</i>	
<i>Apert</i> hoteles	
Hoteles 4 estrellas	Hoteles 4 y 5 estrellas
Hoteles 5 estrellas	
<i>Hostels</i>	Establecimientos parahoteleros
Hosterías	
Residencias universitarias	
Albergues	
Alojamientos Turísticos Temporarios (ATT)	

Bibliografía.

- Anuario Estadístico de Turismo 2013. Ministerio de Turismo de la Nación.
- Encuesta de Ocupación Hotelera. INDEC.
- Encuesta de opinión a turistas. Informe anual 2011, 2012, 2013 y 2014. Observatorio turístico Rosario. Municipalidad de Rosario.
- Hotelería Boutique: Nuevas tendencias en alojamiento. Storch, Gretel. 2012. Universidad Nacional de Mar del Plata. Monografía de graduación Lic. en turismo.
- PyMEs hoteleras. Gestión del Conocimiento, para una Mayor Competitividad. Lic. Cristian Falquemberg. Revista Electrónica CECIET. Año II Volumen II. 2012.
- Tollan. UCEMA. Tesina MBA.