

PROYECTO DE GRADUACION
Trabajo Final de Grado

Hotelería tradicional versus nuevas modalidades de alojamiento
Hoteles boutique y hoteles de estrellas

Carolina Genise
Cuerpo B del PG
14 de diciembre de 2010
Licenciatura en Hotelería
Facultad de Diseño y Comunicación
Universidad de Palermo

Índice

Introducción	1
Capítulo 1 – Antecedentes de la industria hotelera	6
1.1. Primeras concepciones de alojamiento.....	7
1.2. Revolución en la hospitalidad.....	13
1.3. Precursores de la hotelería.....	15
1.3.1. Cesar Ritz.....	15
1.3.2. Conrad Hilton.....	18
Conclusión.....	21
Capítulo 2 – La hotelería tradicional	23
2.1. ¿Qué se entiende por hotelería tradicional?.....	23
2.2. La importancia de la clasificación.....	26
2.3. La ley Nacional hotelera.....	27
Conclusión.....	31
Capítulo 3 – Los usuarios y la industria hotelera	32
3.1. Los efectos de la globalización.....	33
3.1.1. El turismo y la globalización.....	36
3.2. Un huésped exigente.....	38
Conclusión.....	43
Capítulo 4 – Nuevas tendencias en hotelería	44
4.1. Tecnología.....	35
4.2. Gastronomía.....	46
4.3. Diseño.....	49
Conclusión.....	51

Capítulo 5 – Nuevas modalidades de alojamiento	52
5.1. ¿Qué se entiende por nuevas modalidades de alojamiento?.....	52
5.2. Hostels y hoteles feng-shui y temáticos.....	54
5.3. Hoteles boutique.....	59
5.4. Datos estadísticos.....	61
Conclusión.....	63
Capítulo 6 – Análisis de datos	64
6.1. Hoteles de categoría estrellas y boutique.....	65
6.1.1. Hoteles tradicionales.....	65
6.1.2. Hoteles boutique.....	67
6.2. Análisis de las variables.....	68
6.2.1. Categorización.....	68
6.2.2. Ubicación y estructura.....	70
6.2.3. Servicio.....	72
6.2.4. Personal de servicio.....	74
6.2.5. Público objetivo.....	77
6.3. Análisis del discurso.....	79
Conclusión.....	82
Conclusión	84

Lista de referencias

Bibliografía

Introducción

El presente trabajo es una investigación acerca de las diferencias que presentan los hoteles tradicionales y los hoteles boutique, teniendo en cuenta a los mismos como uno de los mayores exponentes dentro de las nuevas tipologías hoteleras que surgieron en la Ciudad de Buenos Aires.

A lo largo de la carrera Licenciatura en hotelería se estudiaron los diferentes estilos de hoteles que fueron surgiendo en el país, cuáles son las características que exigen cada una de las categorías establecidas en la ley que regula estos establecimientos, y se conocieron también las principales características de los nuevos hoteles. Ahora bien, ¿A qué se debe la aparición de estas nuevas tipologías hoteleras? ¿En qué se diferencian con los hoteles tradicionales? ¿Ofrecen un servicio de calidad superior? Para obtener alguna respuesta, se hará una confrontación entre la hotelería tradicional y las nuevas modalidades de alojamiento que permitirá conocer sus características, se tratarán también las tendencias que llevaron a la creación de estos nuevos hoteles y se analizarán las diferencias que presentan en cuanto al servicio que ofrecen a los usuarios.

A lo largo del año, Argentina recibe turistas de todo el mundo que visitan el país ya sea por razones de placer y/o por visita a familiares y personas que viajar por razones de negocios. Esto se incrementó según demuestran las estadísticas registradas por la Secretaría de Turismo de la Nación en los últimos años debido a la relación peso dólar que benefició a los extranjeros y permitió a Argentina realizar una planificación de los destinos basada en la explotación de sus atractivos para captar el turismo extranjero. La Ciudad de Buenos Aires es el principal centro de turismo receptivo del país y es por lo tanto allí donde se encuentra la mayor concentración de establecimientos de hospedaje. En la actualidad, los turistas pueden elegir alojarse en hoteles desde categoría cinco estrellas hasta de una estrella, o pueden optar por los nuevos estilos de alojamiento que no se corresponden con las características de la hotelería tradicional.

A lo largo del tiempo los establecimientos hoteleros sufrieron transformaciones y comenzaron a surgir nuevas modalidades de alojamiento. Durante el siglo XX la mayoría de los hoteles fueron espacios de arquitectura semejante donde se reflejaba la influencia de la época y no se buscaba innovar en cuanto al diseño, los mismos se limitaban a brindar servicios a los huéspedes cumpliendo con las características de básicas de la hotelería tradicional y clasificándose en distintas categorías.

Pero durante la últimas dos décadas comenzaron a surgir hoteles que suponen un concepto diferente e innovador. Estos buscan que el huésped pueda vivir una experiencia diferente en espacios únicos donde además de obtener los servicios que ofrece un alojamiento tradicional, pueden estar en contacto con diversas áreas de interés, y recibir un servicio más personalizado, logrando satisfacer a estos clientes cuyos deseos surgen a partir de nuevas tendencias y el acceso a mayor información que fueron adquiriendo gracias al desarrollo de los medios de comunicación.

La elección del tema se debe principalmente a una inquietud personal. Durante la cursada de las materias de la carrera se mencionan las nuevas modalidades hoteleras como algo innovador y en vías de crecimiento. Se estudian como espacios diferentes desde el punto de vista arquitectónico, y también como una nueva forma de negocio del lado económico. Al hablar de estos nuevos hoteles, se está hablando de un importante cambio en la hotelería y al ser una industria de servicio, es necesario comprender cómo trabajan y qué ofrecen al huésped para saber cómo satisfacer al público de la actualidad como hotelero.

Con el presente trabajo de investigación se busca que todos aquellos que incursionan en la industria de la hotelería tengan un documento que les permita conocer cuáles son las diferentes modalidades de alojamiento que coexisten en la Ciudad de Buenos Aires como así también las diferencias que presenta una de las tipologías más representativa de lo que se considera hotelería no tradicional como lo son los hoteles boutique, con respecto

a los hoteles de categoría de estrellas para captar las necesidades de los usuarios, cuyos deseos se fueron modificando a lo largo del tiempo debido a distintas tendencias. A través de esta investigación quienes decidan iniciar un nuevo emprendimiento en la industria hotelera o dar un nuevo enfoque a su empresa, podrán saber como orientar su negocio para lograr satisfacer a los usuarios actuales.

El objetivo es investigar qué ofrecen los hoteles boutique para lograr captar el público que hasta hace un tiempo sólo conocía la hotelería tradicional, y evaluar si el servicio que ofrecen es de calidad superior a hoteles tradicionales con cantidad similar de habitaciones. Se propone describir el origen y características de la hotelería tradicional, dar a conocer la categorización de los establecimientos, explicar las características de las nuevas tipologías hoteleras, dar a conocer las tendencias que llevaron a la creación de nuevos hoteles, e investigar las diferencias que existen entre los hoteles tradicionales y los hoteles boutique en cuanto a lo servicios que ofrece al huésped.

El trabajo se ubica dentro de la categoría de Proyecto de investigación. Estos trabajos surgen a partir de una idea de la cual se plantea cual será el tema a investigar y luego se deben plantear los objetivos que permitirán conducir a un resultado satisfactorio. En estos trabajos se explican hechos y se analizan los factores que influyen en el tema seleccionado para poder arribar a conclusiones que permitan comprender determinados fenómenos a fin de realizar aportes, en este caso a aquellos vinculados con la industria del turismo y la hospitalidad.

Es una investigación de tipo cualitativa y para llevarla a cabo y cumplir con el objetivo se toman datos de fuentes primarias como así también de fuentes secundarias. Parte de los datos primarios son obtenidos a través de técnicas de recolección aplicadas en establecimientos pertenecientes a la industria correspondiente a la temática seleccionada. Y los datos secundarios se obtienen de investigaciones, monografías o artículos publicados por diferentes autores.

En cuanto a las técnicas de recolección de datos, se lleva a cabo una recopilación documental de libros, artículos de periódicos y revistas, e información de páginas Web vinculadas con la industria hotelera. Otras técnicas de recolección que se utilizan para obtener datos secundarios para la investigación son las entrevistas en los hoteles de la Ciudad de Buenos Aires seleccionados a fin de conocer qué ofrecen estos hoteles al público, cuáles son sus características más significativas, y qué clase de turista se hospeda en los mismos. El universo de estudio del presente trabajo es el sector hotelero en la Ciudad de Buenos Aires.

Este Proyecto de Graduación estará formado por seis capítulos. A lo largo de los mismos se hará un recorrido por la historia de la hotelería mencionando los principales hechos que influyeron en el desarrollo de la industria hotelera describiendo como el concepto de hospedaje se fue transformando a través del tiempo. También se hará una breve reseña de los precursores de la hotelería, quienes sin duda supieron dejar sus huellas en la industria hotelera. Se describirán las características de la hotelería tradicional y se explicarán las diferentes categorías de hoteles que se pueden encontrar en la Ciudad de Buenos Aires según lo establece la Ley Nacional de la Hotelería 18828/70. Se describirá al huésped de la actualidad, mencionando sus características y los motivos por los cuales los mismos se han vuelto más exigentes en el momento de elegir donde hospedarse, demostrando que lo turistas ya no solo buscan un lugar donde dormir, sino que buscan algo más en la experiencia de alojamiento. Luego se darán a conocer las tendencias que fueron surgiendo a lo largo del tiempo en la industria de la hotelería, las cuales llevaron a la creación de nuevos hoteles con características diferentes a la hotelería tradicional. También se describirán las nuevas modalidades de alojamiento que surgieron en la Ciudad de Buenos Aires en los últimos años, las cuales no se encuentran en la clasificación establecida en la Ley Nacional de la hotelería, y se explicarán las principales características de los hoteles boutique, feng-shui, temáticos y hostels. Por último, se hará un relevamiento de los hoteles seleccionados clasificados según la Ley Nacional y los

hoteles boutique a partir del cual se podrán realizar un análisis que permitirá cumplir con el objetivo del trabajo.

Los seis capítulos que conforman el Proyecto de Graduación servirán como documento que evidenciará la evolución de los establecimientos hoteleros en las últimas décadas, no sólo en cuanto a su arquitectura y los servicios que los mismos ofrecen sino también los cambios en cuanto al concepto de hospedaje y a la importancia del huésped.

Capítulo 1 – Antecedentes de la industria hotelera

A lo largo de este capítulo se hará un recorrido por la historia de la industria de la hospitalidad. Esto permitirá dar cuenta de los cambios que se fueron produciendo en la

misma no sólo a nivel infraestructura sino también en cuanto a quienes son denominados huéspedes, pero sin dejar de lado aquello que es, indudablemente, fundamental para que exista la industria y de lo cual dependerá el éxito de un hotel: el servicio.

Desde sus comienzos hasta el día de hoy no se ofrece al huésped lo mismo que se les brindaba años atrás y tampoco tiene el huésped las mismas características que aquellos viajeros que buscaban un lugar donde pasar la noche. Como bien dice Dennis L. Foster “las industrias actuales de hospedaje y restaurantes son el resultado de la evolución social y cultural de muchos siglos.” (1994, p. 1). Al ser una industria que se encuentra en constante cambio al verse afectada por diferentes fenómenos, se puede decir que las industrias del presente no son tampoco las mismas que en aquel año, y esto se ve sumamente ligado al turismo.

Sin duda, el turismo y la hotelería son dos industrias que van acompañadas, sin turismo no harían falta los establecimientos hoteleros, y sin la existencia de los hoteles, estaría faltando un elemento clave dentro del equipamiento del sistema turístico. Cuando la actividad turística no era masiva y era accesible sólo para un grupo reducido, hablar de servicio de hospedaje era hablar de un privilegio para quienes tenían mucho dinero, pero cuando la actividad turística se masificó, la actividad hotelera comenzó a brindar un servicio que se adecuaba a todas las personas que realizaban viajes de distintos tipos.

En la actualidad no se podría pensar en un destino sin hotelería, sin lugares donde comer y pasar la noche. Esto se debe a los procesos que se generaron a lo largo de la historia y por los cuales la industria logró desarrollarse y crecer. Dennis L. Foster afirma que “la hospitalidad y el turismo crecieron hasta convertirse en las dos industrias más grandes de todo el mundo.” (1994 p. 2) Todos los cambios que suponen el crecimiento de la industria se ven reflejados en la historia de la misma en la cual influyeron cambios en la sociedad.

1.1. Primeras concepciones de alojamiento

Posiblemente al hablar de hoteles en lo primero que se piense es en grandes establecimientos con mayor o menor lujo pero con instalaciones donde se pueden realizar diferentes actividades además de pernoctar y alimentarse y donde cada uno de los detalles está pensado para que huésped pase un grato momento y decida volver. Y todo esto pagando una tarifa puesta por cada hotel.

Sería difícil imaginar lo contrario en una era en la cual algunos hoteles son proyectos de gran envergadura y en la que algunos destinos turísticos son considerados así gracias a la existencia de grandes hoteles donde el huésped puede permanecer durante toda su estadía en el destino sin siquiera salir del mismo. Los hoteles de hecho, se han convertido en algunos casos en atractivos en sí mismos y atraen gran cantidad de turistas a un determinado lugar, como bien sucede con ciudades como Las Vegas en Nevada, o Macao en China.

Pero la hotelería no siempre fue lujo ni grandes edificios ni tampoco un sin fin de servicios para entretener al huésped sino que eran espacios precarios creados con un único propósito: el de brindar un lugar donde dormir y alimentarse. Y aunque en la actualidad pueda ser visto como un lugar donde descansar para luego cumplir con el objetivo primordial que sería recorrer el destino donde el hotel se encuentra, en el pasado no era más que una necesidad para los viajeros que se trasladaban de una ciudad a otra, y esta necesidad se remonta años a antes de cristo.

Quizás no se pueda establecer con exactitud en qué momento de la historia mundial se crearon los primeros espacios destinados a la hospitalidad, pero muchos autores al escribir acerca de los comienzos de la industria del turismo y la hotelería consideran necesario remontarse a la Antigua Roma, ya que es en ese entonces cuando empiezan a surgir las primeras concepciones de alojamiento. Las formas de hospedaje utilizadas por los romanos en la Antigüedad son, de hecho, consideradas de gran importancia por

historiadores al verse vinculadas con los desplazamientos, medios de transporte y formas de comercio de aquella época.

Uno de los investigadores de turismo más importantes del siglo XX, A.J. Norval (1936) hace referencia a la Antigüedad como un período histórico en el cual existía la competencia entre las personas más ricas de los pueblos, y una manera de competir era ofreciendo hospitalidad a todos aquellos extranjeros que buscaban un lugar donde reponerse de los largos viajes. Quien ofrecía un mejor lugar, se consideraban entonces superiores al resto de las familias ricas.

Como ya se ha dicho anteriormente, siglos atrás los espacios de hospedaje no estaban destinados a turistas que visitaban los pueblos. En ese entonces las personas no se trasladaban para visitar a otros o conocer distintos lugares sino que solo lo hacían por un interés económico o con objetivos vinculados a actividades religiosas.

Posiblemente sin saber que se estaba considerando algo que varios años después comenzaría a convertirse en una de las industrias más importantes del mundo, las antiguas civilizaciones tomaban en cuenta a los lugares de hospedaje en el momento de establecer acuerdos y diagramar caminos con fines comerciales.

“En Grecia, entre el año 1000 y el 500 a. de C. se hicieron acuerdos entre estados para realizar intercambios comerciales en los que se contempló la apertura de alojamientos libres para los comerciantes.” (A.J. Norval, 1936, p. 64).

En aquella época, las peregrinaciones eran muy comunes. Los viajeros realizaban largos recorridos trasladándose de su lugar de origen a otras ciudades o pueblos considerados lugares sagrados. Al igual que otras personas, los peregrinos también necesitaban de un lugar donde dormir y por lo tanto se toma conciencia que los espacios de alojamiento no debían ser sólo tomados en cuenta para los comerciantes sino que también los religiosos debían tener su lugar.

El mismo autor explica que en la antigua Grecia algunos estados construyeron hospederías estatales donde los peregrinos podían alimentarse y pasar la noche para luego continuar con su viaje al día siguiente. No eran sólo los ciudadanos comunes los aficionados que realizaban peregrinaciones sino que también personas de alta jerarquía, como embajadores y reyes, participaban de las mismas trasladándose de ciudad en ciudad para rendir homenaje a los dioses o participar de rituales sagrados. Es por esto que en algunas ciudades como en Olimpia se construyó una posada destinada especialmente al alojamiento de reyes y embajadores de los estados de origen griego.

Era necesario considerar también la relación existente entre los países y por lo tanto la necesidad de crear hospedaje para aquellas personas que visitarían el país con fines económicos o para la participación de eventos sagrados. Ya no sólo eran los peregrinos y las personas de alta jerarquía, sino que también se debía pensar en una forma de hospedaje para los extranjeros. Es por esto que, como menciona el autor A.J. Norval (1936), se construyeron posadas en la Isla de Delos y en Delphi para poder hospedar a todas las personas extranjeras a expensas del estado. En las mismas se hospedaban los embajadores de países extranjeros y los funcionarios estatales. Y continuando con esto durante el Imperio Romano el estado construía y gestionaba posadas que estaban destinadas a las necesidades de todos los embajadores y funcionarios estatales extranjeros.

Nerón ordenó al procurador de Tracia dedicar el edificio pretoriano para el uso de los funcionarios. Adriano tuvo que construir una calzada en el litoral del Mar Rojo, debidamente fortificada y dotada de posadas que eran mantenidas a expensas del estado. Estas posadas eran en primer lugar para los funcionarios pero que tenían suficientemente habitaciones para ofrecer a los viajeros ordinarios de paso.

(Friedländer, 1969, p. 291)

Aunque desde antes de Cristo y hasta el Imperio Romano se fueron desarrollando diferentes espacios para poder hospedar a todos los viajeros que se trasladaban por diversos motivos. Dennis L. Foster (1994) explica que probablemente los primeros en necesitar un lugar donde hospedarse fueron tanto conquistadores y guerreros como comerciantes, pero los conquistadores simplemente armaban carpas en el lugar que ellos mismos consideraban adecuados y al día siguiente continuaban su odisea. Pero no sucedía lo mismo con los comerciantes, ellos sí tenían la necesidad de encontrar un lugar donde no sólo pudieran dormir, alimentarse e higienizarse sino donde también pudieran alojar a sus animales y alimentarlos. Y es así como comienza a crecer la industria; el mismo autor menciona que “indudablemente, hospedar fue una de las primeras empresas comerciales, y la hospitalidad fue uno de los primeros servicios a cambio de dinero.” (1994, p. 3).

Como ya se ha mencionado, eran principalmente los comerciantes quienes tenían mayores exigencias en cuanto al hospedaje. La evolución de los medios de transporte impulsó la creación de nuevas rutas de comercio por tierra y por mar y se comenzó a producir entonces un mayor desplazamiento de personas con mayor cargamento entre diferentes estados y países. Por lo tanto el número de comerciantes aumentaba y con ellos la necesidad de crear nuevos espacios de alojamiento.

El economista ruso Mikhail Rostovtzeff (1926) explica que cuando las primeras civilizaciones ubicadas a orillas de los ríos Tigris, Eufrates y Nilo lograron desarrollarse, comenzaron a realizar viajes hacia Babilonia y Egipto con el fin de comerciar. Quienes llegaban a estas tierras lo hacían en caravanas utilizando animales como medio de transporte. Los primeros en llegar fueron quienes habitaban en las montañas iraníes y los árabes, los cuales llegaban en camello. Luego comenzaron a llegar los habitantes de Arabia cargando sus mercancías en dromedarios, y posteriormente lo hicieron aquellos provenientes de Siria y Asia Menor, quienes transitaban en caravanas de asnos por los

valles de los ríos Eufrates y Tigris. A su vez, atravesando los mares de Egipto y las playas del golfo Pérsico, la costa de la India y el Sur de Arabia, comenzaban a llegar las primeras embarcaciones.

Esta actividad comercial se empieza a generar por una necesidad en ambas partes. Las personas asentadas en áreas desérticas vieron la posibilidad de ofrecer a los habitantes de Egipto y Babilonia todos los materiales que los mismos necesitaban para realizar sus actividades pero que no podían conseguir en sus tierras. Aprovechando esta oportunidad, realizaban largos viajes con el único propósito de efectuar un intercambio de bienes, ellos entregarían a los pueblos civilizados lo que necesitaban y obtendrían a cambio materiales y alimentos para poder satisfacer sus necesidades básicas. “Las caravanas iban cargadas con objetivos que escaseaban en Babilonia y en Egipto, cosas que eran algo más que una necesidad y algo menos que un lujo en la vida cotidiana de los pueblos civilizados...” (Rostovtzeff, 1926).

En Egipto y en Babilonia necesitaban materiales para construir los palacios, los templos y las ciudades y por lo tanto quienes venían del desierto les ofrecían piedras; les proveían también de oro, plata y piedras preciosas, herramientas para la industria, cobre para que pudieran fabricar sus armas y además inciensos para los dioses y para utilizar en las cocinas. A cambio de esto ellos recibían armas para poder cazar y pelear, colorantes artificiales, y varios tipos de alimentos, entre ellos aceite y pastelería.

A.J. Norval (1936) menciona que a partir de este comercio entre los países, los pueblos civilizados de Egipto y Babilonia comenzaron a fabricar productos novedosos y comenzaron también a iniciar un circuito de comercio con otros países. Babilonia enviaba sus productos Egipto y este a la India. Esto dio lugar a la necesidad de construir lugares donde los mercaderes pudieran ser atendidos y descansar con sus animales y mercancías. De esta manera se comienza a dar una mayor importancia a la idea de hospitalidad.

Se consideró entonces como el lugar más importante las rutas comerciales y fue allí donde se construyeron los primeros refugios con el objetivo de fomentar el comercio. Estos eran parecidos a los fuertes y servían también para proteger a las caravanas de los ladrones que se acercaban para robar las mercancías; y además de servir como lugares de descanso y fines familiares, los refugios se construían para la bendición de los dioses. Pero cabe destacar que estos hospedajes no eran muy bien vistos ya que alojaban a las clases más pobres y quienes ofrecían el alojamiento eran vistos como ladrones que aprovechaban para llevarse la mercancía de los huéspedes.

Con la caída del Imperio Romano esta situación se revirtió. Los hoteles más pobres destinados especialmente a los comerciantes comenzaron a desaparecer debido a la disminución del comercio y la hotelería tomó otro camino. Las instituciones monásticas tomaron gran importancia y se convirtió en una obligación para todos los cristianos el ofrecer alojamiento a los extranjeros. Se puede decir que la hospitalidad estaba en manos del cristianismo y eran sólo unos pocos los espacios que seguían ofreciendo hospedaje a los viajeros mediante una paga de aproximadamente dos centavos. Finalmente la situación se volvió revertir a partir de las Cruzadas las cuales fomentaron el comercio y provocaron la pérdida de autoridad de las instituciones cristianas.

Pero la hotelería comenzó a tomar otra forma a partir del siglo XV cuando se instalan las posadas como principales alojamientos. Comenzaron a construirse en la mayoría de las ciudades pero sólo ofrecían una cama en un pequeño cuarto o establo, por lo tanto la calidad no era buena y los huéspedes se quejaban ya que tenían que compartir el espacio con otros viajeros, caballos y ganado y resultaba poco higiénico. Estas posadas se usaban también para reuniones con fines políticos y comerciales y se mantuvieron hasta el siglo XVIII.

Hasta ese entonces no se conocían los hoteles que en la actualidad encontramos en todas partes del mundo, ninguna de las posadas ofrecían servicios más allá de una cama

donde dormir. Esto cambia durante la Revolución Industrial cuando se empieza a ofrecer comida a los viajeros, pero de todas formas la calidad seguía siendo baja porque debían compartir el espacio con otras personas. El problema comenzó cuando los aristócratas viajaban y necesitaban un lugar donde hospedarse, porque las posadas no tenían las comodidades que estos requerían. Por lo tanto empezó la construcción de espacios lujosos con características similares a los castillos europeos a los cuales se los denominó *hôtel*, que según Dennis L. Foster (1994) significa mansión y las tarifas que debían pagar eran muy caras para cualquier ciudadano.

1.2. Revolución en la hospitalidad

Entre el siglo XVIII y el siglo XX se produjeron ciertos sucesos que marcaron un gran cambio en la hotelería. Ya no se hablaba de posadas o tabernas sino que se trataba de pensar más en la comodidad y además en el servicio, es decir en la manera que se atendía a los huéspedes y qué se les ofrecía, pero esto no se produjo en todas partes al mismo tiempo, sino que fue parte de un proceso.

Durante el siglo XVIII, la situación en Europa era muy diferente a otras partes del mundo como ser las ciudades más importantes de Estados Unidos. En el Viejo Continente un hospedaje con comodidades donde los huéspedes no tenían que compartir habitaciones continuaba siendo un privilegio exclusivo para la aristocracia, mientras que en Estados Unidos ya existían establecimientos hoteleros sencillos y económicos pero lo suficientemente cómodos que se encontraban al alcance de todos los ciudadanos.

En Europa la aparición de los hoteles limpios y con comodidades demoró un poco más, pero finalmente comenzaron a surgir principalmente en las áreas cercanas a las estaciones de medios de transporte. Aparecieron hoteles en las estaciones de ferrocarril y en las estaciones terminales de los coches de ruta.

Ya en el siglo XIX, la construcción de hoteles con características como los que hoy se conocen comenzó a incrementarse rápidamente tanto en Europa como en Estados Unidos. Si dice que la revolución de la hospitalidad tuvo lugar con la construcción del hotel Tremont House en la ciudad de Boston, y es así como lo cuenta Dennis L. Foster (1994). Fue el primer hotel en el que se ofrecían habitaciones con llave y además cada una tenía un baño con una barra de jabón y una jarra. Este hotel también revolucionó la hotelería en cuanto a la forma de atender a los huéspedes ya que contaba con personal uniformado durante todo el día que se ocupaban de las necesidades del huésped. A partir de su aparición, en el país anglosajón comenzaron a surgir diferentes hoteles con características similares en ciudades como Chicago y St. Louis.

Mientras tanto, en Europa se empezaron a construir cada vez más hoteles con arquitectura similar a los palacios, pero esta vez accesibles para todos los ciudadanos y no sólo para una elite. Es en esta época que surgen algunos de los hoteles más importantes de la historia de la hospitalidad. Tanto en Estados Unidos como en Europa aparecieron hoteles que con el tiempo conformarían algunas de las cadenas hoteleras más importantes del mundo. A medida que fueron pasando los años, los establecimientos hoteleros tenían cada vez una mayor cantidad de habitaciones y aquel que en un comienzo era considerado un hotel grande ya no lo era. De esta manera la industria de la hospitalidad fue creciendo junto con la industria del turismo hasta ocupar el lugar que ocupa actualmente y siendo incluso la única fuente económica de algunos países.

1.3. Precursores de la hotelería

Durante la historia de la hotelería surgieron personas que, de una u otra manera, marcaron un antes y un después en algunos aspectos de la hotelería. Ellos aportaron nuevas ideas que revolucionaron la industria y que se convirtieron en características hoy

consideradas tradicionales de los hoteles. Algunos de ellos comenzaron administrando pequeños espacios hasta convertirse en grandes empresarios. Sus nombres hicieron eco alrededor de todo el mundo y se convirtieron en dueños de importantes cadenas hoteleras que continúan creando nuevos hoteles en diferentes partes del mundo.

1.3.1. Cesar Ritz

Todos los que conocen sobre hotelería posiblemente relacionen a Ritz con palabras como elegancia y distinción y al mismo tiempo lo definan como un hotel clásico. No se puede hablar de hoteles lujosos sin mencionar el Ritz de París en primer lugar, un hotel que conserva un estilo arquitectónico clásico y refinado.

Cesar Ritz nació en 1850 en Niderwald, una comuna suiza del cantón del Valais. Pertenecía a una familia de granjeros y por lo tanto pasaba su infancia ayudando a sus padres en la granja. Joseph A. Michelle (2008) cuenta que sus padres lo enviaron a estudiar matemáticas y francés, pero el resultado no fue el esperado y sus padres se dieron cuenta que su hijo no estaba destinado a ser un granjero como ellos pero que tampoco era bueno en el estudio, por lo tanto le pagaron 300 francos a un conocido del pueblo para que le enseñara a convertirse en un aprendiz vinicultor. Pero este hombre le dijo que jamás podría trabajar en actividades vinculadas a la cocina ya que no poseía las cualidades que eran necesarias. Es entonces que con su corta edad decidió mudarse a la ciudad y comenzar a trabajar para poder mantenerse solo.

Se trasladó a París y allí trabajó en un hotel y luego en un restaurante. Comenzaba entonces a conocer como sería el trato con los clientes y como se debía actuar en la industria. Continúo trabajando en diferentes hoteles en París, Suiza e Inglaterra, pero siempre aspirando a convertirse algún día en el dueño de uno de ellos.

Mientras trabajaba en diferentes hoteles, comenzó a tener que lidiar con problemas cotidianos que se producen en las tareas de servicio, las exigencias de algunos clientes y

sus disconformidades. Pero años después él iba a contar que su experiencia trabajando en aquellos lugares y las diferentes situaciones que debió atravesar lo llevaron a darse cuenta que el atributo esencial de los negocios era la diplomacia. En el momento de realizar negocios con otras personas, el uso de la diplomacia en algunos casos puede lograr que el mismo sea éxito sin importar cual sea el negocio en sí. Esto mismo aplicado en la atención al cliente en un hotel, puede solucionar problemas e incluso aumentar la calidad del lugar.

Cesar Ritz había sido muy exitoso en todos sus trabajos en hoteles y por lo tanto se había convertido en una persona conocida en la industria, muchos gerentes de hoteles deseaban que trabajase para ellos y así la imagen de su hotel mejoraría ya que él era conocido por ofrecer un excelente trato a los clientes. En el año 1887 lo llaman para dirigir el primer hotel importante en el que va a trabajar, el Grand Hotel National en Lucerna, Suiza. Este hotel había perdido su esplendor, otros establecimientos lo habían superado y la imagen del hotel había perdido el valor. El dueño del mismo asumió que contaba con un dinero que le permitió construir un hotel lujoso, en esa época considerado uno de los mejores del mundo, pero no tenía la capacidad que era necesaria para poder llevar adelante el lugar, es decir para gerenciar. Es por esto que se decide llamarlo, para que él pudiera devolverle todo el esplendor que el hotel había perdido y que volviera a ser bien visto por el público. Allí conoce la importancia de la cocina en la hotelería y de esta manera empieza a entender cual es el camino para lograr el éxito de un hotel.

Luego de estar trabajando por casi diez años en aquel hotel, le ofrecen ser gerente general del Hotel Monte Carlo, allí ya comenzaba a demostrar que realmente estaba preparado para gerenciar importantes hoteles, y esto no se debía particularmente a sus experiencias previas sino a la forma en la que supo llevar adelante diversas dificultades que se presentaban en el hotel. En una ocasión se supo que el príncipe de Gales iría a hospedarse en el hotel y por lo tanto merecería un tratamiento especial, pero el problema

fue que el hotel no contaba con una habitación que tuviese las comodidades que el príncipe merecía. Asignarle una habitación estándar hubiera sido visto como una falta de cordialidad y la imagen del hotel hubiera decaído instantáneamente, pero Ritz supo solucionarlo. Ordenó que se construyera una habitación especial para el príncipe y eso fue lo que se hizo. Quedaba así demostrado que Cesar Ritz sabía realmente como complacer al cliente, pero más importante aún, sabía como lograr que este quedara conforme y decidiera volver a hospedarse en el lugar. Gracias a él, la alta sociedad decidía hospedarse en aquel hotel a partir de ese momento, ya que donde el príncipe fuera, ellos irían.

Allí, en el Hotel Monte Carlo Monte Carlo, es donde se produce un gran cambio en la vida de Cesar Ritz. Esto se debe a la relación que entabla con el chef Auguste Escoffier. En ese momento nadie hubiera imaginado que años después ambos revolucionarían la hotelería dejando sus huellas en la industria por el resto de los años. Juntos decidieron crear un restaurante en Baden Baden, Alemania y en 1887 Ritz comienza a trabajar como gerente en el Savoy Hotel de Londres. En este entonces, Cesar Ritz era ya conocido por todos aquellos que trabajaban en la industria de la hotelería y restaurantes y también por los clientes asiduos a los hoteles donde él había trabajado. Su nombre estaba en boca de muchas personas, y clientes del Savoy Hotel le insistieron para que construyera un hotel en París, un lugar donde el servicio tuviera la calidad de aquel que había ofrecido en todos los hoteles donde había trabajado hasta el momento.

En el año 1898 inaugura el Ritz Paris Hotel, una mansión de 210 habitaciones que tardó dos años en construir. Este hotel se posicionó rápidamente entre los mejores hoteles del mundo y actualmente continúa siéndolo, por su lujo y su estilo clásico. Este hotel albergó en varias oportunidades a importantes personalidades del mundo, como Coco Chanel y Hemingway, entre otros. A partir de la inauguración del hotel, Ritz se convirtió en una

figura mucho más importante aún y no gerenciala sólo aquel hotel, sino que se encontraban a cargo de varios hoteles al mismo tiempo, entre ellos el Carlton de Londres.

Cesar Ritz continuó al mando de los hoteles hasta que comenzó a tener problemas de salud y entonces su hijo decidió continuar con sus negocios. Sin duda, el nombre de Cesar Ritz es el más importante en la industria de la hotelería. El profesor de turismo de la Universidad de Palermo, Rafael Cano, menciona a Ritz como la persona que revolucionó la hospitalidad, su trato con el cliente y sus innovaciones constantes aportaron a la hotelería algo que hasta el momento no existía en ninguna parte del mundo. Dicho profesor explica que junto con Escoffier revolucionan la cocina, creando los lujosos restaurantes con mesas para pocas personas que se pueden ver en la actualidad en varios hoteles, e incorporan la ornamentación en las mesas.

Además, se encarga de reorganizar las funciones del personal tanto en la cocina como en el resto del hotel incorporando uniformes y diferentes categorías. Introdujo también orquestas durante las comidas, incluso con presencia femenina y experimentó efectos de iluminación en salones y cuartos. Y lo más importante, es que Cesar Ritz logró descubrir aquello que el huésped estaba necesitando para sentirse cómodo en un hotel, incorporó detalles de lujo en las habitaciones, implementó la atención personalizada y logró la fidelidad de los clientes. Es por todo eso que al pionero de la hotelería se lo conoce como el hotelero de los reyes y el rey de los hoteleros.

1.3.2. Conrad Hilton

El nombre de Hilton se encuentra latente en la industria hotelera, y su cadena de alojamientos continúa adquiriendo nuevas propiedades alrededor del mundo. Él es otra de las figuras que revolucionó la hospitalidad y lo impactante es como su pasión por el servicio nace desde chico y aunque comenzó con la única intención de obtener un beneficio económico, rápidamente se convirtió en algo más que eso.

Conrad Hilton nació en 1887 en Nueva México y ya desde adolescente se comenzó a notar su interés por la hospitalidad. A las tres de la mañana se dirigía a la estación de tren para esperar a los viajeros que provenían de diferentes lugares y ofrecerles una habitación en su casa a aquellos que no tenían donde hospedarse. Estas personas debían pagar una tarifa de 2,50 dólares y se les incluía también tres comidas que preparaban su madre y sus hermanas.

Pero en ese entonces, a pesar que su idea lo beneficiaba, se dio cuenta que debía encontrar la manera de hacer su fortuna, que era lo que él deseaba. Onofre Martorell Cunill (2002) explica entonces que Conrad Hilton se fue a Texas en el año 1919 con la idea de ganar el dinero que quería luego de haber estado trabajando como abogado del Estado y constituido un pequeño banco. Pero rápidamente sus planes se desmoronaron ya que no poseía el dinero suficiente como para adquirir un banco. Es entonces que piensa que quizás exista un negocio más redituable, un área no tan trabajada aún, donde él podría desempeñarse para mejorar su economía. Decide entonces comprar el hotel Mobley en la ciudad de Cisco, en Texas, y aunque tuvo que trabajar muy duro para poder renovarlo y que quedara en condiciones, finalmente logró lo que quería, tenía su pequeña empresa.

Se puede decir entonces que así es como comienza a desarrollar lo que posteriormente sería una enorme empresa hotelera. A partir de la compra de aquel hotel, siguió adquiriendo diferentes alojamientos y los reformó. Dennis L. Foster (1994) habla de Conrad Hilton como uno de los pioneros de la hotelería y una de las personas que más influyó en la industria. Cuenta que en luego de adquirir el primer hotel en Texas, decidió comprar la Town House en Los Angeles y posteriormente se hizo cargo de reconocidos hoteles en la ciudad de Nueva York, como ser el hotel Plaza y el Roosevelt.

Durante aquella época continuó comprando hoteles, especialmente en el estado de Texas hasta convertirse en uno de los dueños de hoteles más importantes. En 1925 logró

construir su primer hotel, el Dallas Hilton, pero uno de sus sueños se cumplió cuando pudo adquirir el hotel Waldorf Astoria. Fue recién en el año 1946 cuando se constituyó la Hilton Hotel Corporation y a partir de ese entonces se empezaron a comprar hoteles alrededor de todo el mundo, especialmente hoteles de lujo y se convirtió rápidamente en fuerte competencia para las cadenas Sheraton y Statler, las más importantes hasta el momento.

Conrad Hilton logró que su empresa fuera la primera cadena hotelera en tener hoteles por todo Estados Unidos, de costa a costa y se dedicó especialmente a satisfacer las necesidades de los viajeros corporativos, construyendo hoteles en las ciudades donde se realizaban la mayor cantidad de convenciones y continúa haciéndolo hasta el día de hoy.

Cuando él muere, en 1979, uno de sus tres hijos, Barron, toma las riendas del negocio llevando adelante lo que su padre había iniciado. Se crearon diferentes marcas hoteleras dentro de la empresa, cada una de ellas con características diferentes y orientadas hacia un nicho del mercado específico. Aquello que un día había comenzado como una forma de obtener un poco de dinero pero no era visto como el futuro, se convirtió posteriormente en una de las cadenas hoteleras más importantes del mundo. La corporación siguió creciendo y adquiriendo hoteles en todas partes del mundo, desde importantes ciudades hasta islas y destinos exóticos.

Conclusión

El contenido de este capítulo permite al lector obtener un conocimiento claro de la evolución de los establecimientos hoteleros alrededor del mundo. Aunque en la Ciudad de Buenos Aires actualmente se puedan encontrar hoteles de diferentes categorías y

tipologías aquellos no son más que la evolución de los pequeños hospedajes que se creaban en la antigüedad.

La información que proporcionan los libros acerca de los primeros establecimientos de hospedaje demuestra que el servicio que se brindaba a los viajeros fue cambiando a través de los siglos y que esto tuvo que ver con la situación socioeconómica. El aumento y disminución de la actividad comercial influyó en el éxito de determinados espacios y también lo hicieron la aparición de ciertos movimientos de la época como los grupos de cristianos, la proliferación de instituciones monásticas y diversos acontecimientos históricos que tuvieron lugar en la historia.

En el presente trabajo se hace una confrontación entre la hotelería tradicional y las nuevas modalidades de alojamiento y por lo tanto resulta importante dar a conocer donde tuvo origen la hotelería tradicional y por qué fue necesaria la creación de estos hospedajes para los viajeros. Remontarse a las primeras concepciones de alojamiento sirve para evidenciar el cambio constante que se genera en la industria de la hospitalidad y como su evolución se debe a las necesidades de las personas.

Se entiende entonces que los diferentes acontecimientos que se fueron produciendo con el pasar de los años tuvieron cierto impacto en la actividad hospitalaria y lo mismo sucede en la actualidad por lo cual se encuentran nuevas tipologías hoteleras. Más allá de las características físicas de los establecimientos, es el servicio el que se fue adecuando al hombre y por lo tanto comprender el servicio de hospedaje que ofrecían los pobladores de la antigüedad sirven como punto de partida para entender el funcionamiento de la industria en la actualidad.

Capítulo 2 – La hotelería tradicional

Muchos tal vez se pregunten por qué se habla de hotelería tradicional y no simplemente de hotelería, o por qué resulta importante establecer una diferencia al hablar de hoteles. La respuesta no es más que un punto de partida fundamental para este trabajo de investigación. No se podrían dar a conocer las nuevas tipologías hoteleras si no se

conoce en principio cuáles son las características de la hotelería tradicional. Esto se debe a que los nuevos hoteles, más allá de las diferencias que pueda presentar, tienen su origen en la hotelería tradicional. Claro está que dicha manera de denominar a la hotelería surge cuando se comienzan a crear hoteles con características diversas u hoteles que ponen mayor énfasis en detalles del servicio lo cual no se hacía en los hoteles que existían hasta el momento. Pero sin duda la razón por la cual se debe establecer una diferencia es por forma de categorización de hoteles que existe en los diferentes países, las cuales no admiten a las nuevas tipologías.

Por lo tanto, en este capítulo se darán a conocer las características de la industria de la hospitalidad en un sentido general. Será de gran ayuda y servirá como base para poder comprender temas que se desarrollarán posteriormente en este trabajo. Entendiendo a la hotelería tradicional y todo lo que la misma implica, se podrá entender por qué se dice que la totalidad de hoteles que se encuentran hoy en la Ciudad de Buenos Aires no puede ser incluida en este estilo de hospedaje. A lo largo de este capítulo se dejará en evidencia que los cambios que sufrió la hotelería fueron muchos, pero los hoteles tradicionales aún perduran y muestran la esencia del concepto de hotel.

2.1. ¿Qué se entiende por hotelería tradicional?

Resulta difícil entender a qué se hace referencia cuando se habla de una hotelería tradicional y en contra partida de una nueva hotelería porque es más fácil buscar en los hoteles características físicas que demuestren las diferencias entre un concepto y otro, y a pesar que éstas existan, no permiten obtener respuestas claras sobre esta diferencia. Esto se debe a que la hotelería va más allá del hotel como establecimiento, la hotelería es un servicio y como tal sus cualidades son abstractas.

Estas cualidades y algunas tendencias en sus características físicas permiten entender qué es la hotelería tradicional.

En principio se debe establecer una definición de hotel, teniendo en cuenta al mismo como establecimiento donde se lleva a cabo el servicio. Se puede decir entonces que el hotel es un:

Establecimiento público destinado a brindar, mediante un pago de acuerdo con una tarifa predeterminada, alojamiento y una diversidad de servicios complementarios, como alimentos y bebidas, entretenimiento, discoteca, pileta de natación, campo de deportes, paseo de compras, etc., en un edificio especialmente habilitado y destinado a esa finalidad.

(Toyos, 2010)

Como bien se ha mencionado anteriormente al hablar de los comienzos de la hotelería, los establecimientos hoteleros se encuentran en los destinos turísticos, es decir los lugares hacia donde se desplazan los turistas. Allí los mismos logran satisfacer sus necesidades básicas y logran contactarse con el destino y con las atracciones que forman parte del mismo. Y es con esta idea de necesidades básicas que se puede comenzar a establecer el concepto de hoteles tradicionales.

Dennis L. Foster (1994) ya habla de ellos en una época en la que las nuevas modalidades de alojamiento no existían, y a pesar que podrían existir algunas variaciones en cuanto al servicio de unos hoteles y otros, todos mantenían las mismas características. Explica que los hoteles tradicionales son aquellos que cuentan con los servicios básicos para que una persona pueda descansar, alimentarse e higienizarse. Para que esto se cumpla los hoteles tienen que tener habitaciones privadas con baño, servicios de alimentos y bebidas, de *bell boys* y de recepción en las mismas instalaciones. Entre todos los hoteles existen algunas diferencias, algunos de ellos cuentan por ejemplo con estacionamiento y servicio de valet parking, pero esto dependerá de la categoría de cada hotel lo cual se explicará posteriormente.

En la actualidad puede suceder que al ir caminando por la calle y pasar por la puerta de un hotel se pueda decir con exactitud de qué tipo de hotel se trata, si uno se encuentra frente a un hotel tradicional o a uno de aquellos hoteles modernos que posiblemente no lleve muchos años en el lugar. En este caso claramente se está definiendo al hotel por sus características físicas y no por el servicio que cada uno de ellos ofrece. Esto se debe a que la hotelería tradicional presenta una arquitectura diversa a las nuevas modalidades de alojamiento.

La mayoría de los hoteles tradicionales están influenciados por la *belle époque* y por lo tanto su arquitectura posee características similares a los palacios y edificios europeos que fueron imitados en la ciudad durante el siglo XX. El estilo de todos estos hoteles es similar y por lo tanto no poseen ninguna característica especial que los diferencie del resto. Son todos establecimientos similares que ofrecen los mismos servicios con un adicional dependiendo de la categoría.

En cuanto a su arquitectura se producen variaciones al hablar de los hoteles cadena. Algunos hoteles pertenecientes a cadenas internacionales como los hoteles Hilton y Sheraton pertenecen a la hotelería tradicional y su estilo es el mismo en cualquier parte del mundo donde se encuentren, sus edificios tienen las mismas características y mantienen un estilo clásico y sencillos y no se les da gran importancia al diseño u otros detalles que se pueden observar a simple vista en los hoteles pertenecientes a las nuevas modalidades de alojamiento.

2.2. La importancia de la clasificación

Los hoteles necesitan ser clasificados no sólo para los controles que efectúa cada país sino también para que los usuarios cuenten con información que les permita saber cuáles serán las características de cada establecimiento a la hora de elegir donde hospedarse. A partir de la clasificación se establecerán diferentes categorías.

Esto no sucede solo con los hoteles sino que varios servicios en la industria turística son clasificados utilizando distintos parámetros. Un ejemplo sería el caso de los transportes; dentro de uno mismo existen diferentes categorías entre las cuales el usuario puede optar al momento de realizar un viaje. En los aviones existen diferentes clases de asientos y estos no han sido designados de aquella manera al azar sino que deben contar con unos requisitos mínimos para ser considerados como tales.

Wallingre y Toyos definen a la categorización como el “sistema que le asigna categoría a alojamientos con la finalidad de determinar calidad, cantidad y tarifas de los servicios ofrecidos” (1998, p. 51). A partir de esta definición se puede entender que cuando se categoriza a los hoteles se lo hace teniendo en cuenta diferentes aspectos, pero la realidad es que no todos los mencionados aquí son realmente evaluados en el momento de la clasificación y por lo tanto se dejan de lado aspectos que en algunos casos son los más importantes para los usuarios.

La Organización Mundial del Turismo (1998) habla de una ausencia de clasificación internacional. Esto quiere decir que no existe un único sistema para clasificar los establecimientos hoteleros que sea reconocido internacionalmente, sino que cada país tiene sus propias leyes que regulan la categorización hotelera y por lo tanto, existen variaciones en cuanto a qué es considerado alojamiento hotelero y extra hotelero dependiendo del país. Además, los símbolos utilizados para la valorización de los hoteles no son los mismos, y aunque las estrellas sean los más conocidos y utilizados, en otros lugares como en el Reino Unido se les asignan coronas.

El sistema de categorización hotelera, es importante para los usuarios de todo el mundo ya que les permite, a través de un símbolo, tener una idea general de lo que le hotel ofrecerá y de las instalaciones con las que cuenta. Es decir, si una persona busca un lugar donde hospedarse y se encuentra con un hotel al que se le han asignado 5 estrellas, sabe que es muy factible que el mismo tenga salas de convenciones, piscina y

restaurante entre otros servicios, pero si encuentra uno que tiene 2 estrellas, sabe que la oferta de servicios será más acotada que el anterior y las instalaciones no serán las mismas. Es decir que este sistema aporta información al usuario y por lo tanto es de suma importancia.

Ahora bien, el problema radica en los criterios que se utilizan para crear las diferentes categorías. Más allá que estén sujetas a las leyes de cada país, se utilizan aspectos técnicos y no se evalúa la calidad del servicio. Un hotel es de mayor o menor categoría dependiendo de la cantidad de habitaciones, suites y de m² que tenga, pero no se tiene en cuenta cómo es la calidad de los servicios que brinda. Generalmente se piensa que un hotel de más estrellas va a tener un servicio de mejor calidad que uno de menos, pero la realidad es que no siempre un hotel de 4 estrellas va a ofrecer un mejor servicio que uno de 3, a veces sucede lo contrario pero la cantidad de habitaciones que tiene no permiten que sea categorizado de otra manera. Por lo tanto los usuarios no reciben información acerca de la calidad global del servicio, sino del hotel en cuanto a instalaciones y tamaño.

2.3. La Ley Nacional hotelera

Como se ha mencionado anteriormente, cada país tiene su forma de clasificar a los hoteles y de establecer los requisitos mínimos que deben tener para pertenecer a cada una de las categorías estipuladas. Esto se hace a través de una Ley y sus respectivos decretos.

En Argentina, dicha ley es la 18.828 la cual fue sancionada el 6 de noviembre de 1970. La misma está conformada por 13 artículos en los cuales indica que todos los establecimientos comerciales comprendidos en planes nacionales de promoción turística quedan sujetos a dicha ley. En ella se explican los pasos que se deben cumplir para poder tener un hotel en el país y cuáles son las reglas que debe cumplir y qué cosas se encuentran prohibidas con respecto a la hotelería dentro de los límites de Argentina.

Esta ley está vigente para todo el país pero notablemente ha quedado desactualizada debido a la aparición de diferentes tipologías hoteleras que dicha ley no contempla. Por lo tanto cada una de las provincias ha dictado distintas normas como leyes provinciales, resoluciones y decretos de gobernación que van más allá del decreto nacional y contemplan modalidades de alojamiento que son muy comunes en algunos lugares del país pero que no están estandarizadas en la ley 18828.

Es decir, la ley nacional deja a cada una de las provincias a cargo de la estandarización de determinados tipos de hospedaje. Es así que cada provincia establece un criterio de categorización distinto para cada modalidad, lo cual hace que el país recaiga en una heterogeneidad importante al hablar de alojamiento, ya que no será lo mismo la manera de clasificar un apart hotel en la provincia de Neuquén que en la Provincia de Buenos Aires.

El Decreto de 1818/76 se encarga de estandarizar la clasificación de los establecimientos de hospedaje adoptando el sistema de estrellas. Está conformado por 23 artículos a través de los cuales se expresan los requisitos mínimos para que un establecimiento pueda ser homologado de una categoría u otra. Existe una serie de requisitos mínimos para cualquier alojamiento turístico sin importar su categoría, sin los cuales el establecimiento no puede ser utilizado para la actividad turística. Desde el artículo 7 hasta el artículo 17 quedan expresadas cada una de las categorías que admite esta ley y aquello con lo que debe cumplir cada espacio para ser homologado dentro de esa categoría.

Se puede decir entonces que este decreto no se menciona la totalidad de los hospedajes que se encuentran en el país, pero si algunos de ellos y los mismos quedan clasificados según este decreto para todas las provincias del país. La clasificación que se menciona en el decreto habla de hostería, motel y hotel. Las hosterías pueden ser de hasta tres estrellas al igual que los moteles, mientras que los hoteles pueden ser de una hasta cinco

estrellas. Entre los requisitos que varían según cada una de las categorías, se habla de cantidad de habitaciones y sus medidas, cantidad de plazas, las características del cuarto de baño, las características de las áreas públicas y de las características del servicio de restauración, entre otras cosas.

Para dejar en claro una idea general sobre cada una de las categorías establecidas en este decreto, se mencionará la cantidad de habitaciones y plazas que debe tener cada una de las mismas:

- Hostería, categoría una estrella: debe tener un mínimo de ocho plazas y un máximo de 36 plazas. El 50% de sus habitaciones debe tener un baño privado.

- Hostería, categoría dos estrellas: debe tener un mínimo de ocho plazas y un máximo de 36 plazas. El 80% total de las habitaciones debe tener un baño privado.

- Hostería, categoría tres estrellas: debe tener un mínimo de 8 plazas y un máximo de 36 plazas. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

- Motel, categoría una estrella: debe tener un mínimo de 20 plazas en diez habitaciones. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

- Motel, categoría dos estrellas: debe tener un mínimo de 30 plazas en 15 habitaciones. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

- Motel, categoría tres estrellas: debe tener un mínimo de 40 plazas en 20 habitaciones. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

- Hotel, categoría una estrella: debe tener un mínimo de 20 plazas en diez habitaciones. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

- Hotel, categoría dos estrellas: debe tener un mínimo de 40 plazas en 20 habitaciones. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

- Hotel, categoría tres estrellas: debe tener un mínimo de 60 plazas en 30 habitaciones. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

- Hotel, categoría cuatro estrellas: debe tener un mínimo de 100 plazas en 50 habitaciones. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

- Hotel, categoría cinco estrellas: debe tener un mínimo de 200 plazas en 100 habitaciones. Todas sus habitaciones deben tener un baño privado.

Estas son entonces las categorías establecidas en el decreto las cuales se encuentran vigentes actualmente para todo el país. Todos las tipologías hoteleras existentes que no se encuentran entre las mencionadas anteriormente, están estandarizadas según las normas creadas por cada una de las provincias. Entre estas tipologías se encuentran los albergues, cabañas, apart hotel, residencias. Es importante tener en claro que ninguna de las leyes provinciales tampoco contempla a las nuevas modalidades hoteleras de las cuales se habla a lo largo de este trabajo como ser los hoteles boutique.

Conclusión

La hotelería tradicional es uno de los lados fundamentales de este trabajo y por lo tanto es de suma importancia entender cuales son sus características básicas y por qué este tipo de establecimientos son llamados así cuando tiempo atrás esta forma de diferenciarlos no existía.

No es sino con la aparición de las nuevas tipologías hoteleras que se empieza a hablar de la hotelería tradicional como una de las caras de la hotelería. Para evaluar las diferencias que existen entre los hoteles tradicionales y los hoteles boutique, el lector

debe tener en claro a qué tipo de alojamiento hace referencia y es entonces cuando resulta importante hacer hincapié en la forma de clasificar a estos alojamientos.

La categorización permite establecer los requisitos que deben tener los establecimientos para asignarles una determinada categoría expresada con un símbolo. Esto se da en todos los países de manera diferente pero para este trabajo se tiene en cuenta la categorización utilizada en la Ciudad de Buenos Aires.

Este capítulo sirve entonces para introducir al lector en el ámbito de la hotelería tradicional. Se darán a conocer los aspectos fundamentales de la hotelería que serán de utilidad para comprender posteriormente como la industria fue tomando nuevos caminos. Además, entender por qué se habla de una hotelería tradicional es importante para comprender la elección de los hoteles tomados para la obtención de datos.

Capítulo 3 – Los usuarios y la industria hotelera

Cuando se habla de hotelería posiblemente se esté pensando en el hotel como establecimiento y no en lo que realmente es la hotelería. No se debe olvidar que teniendo en cuenta la definición de la palabra aportada en el capítulo anterior de este trabajo, la hospitalidad es un servicio, y por lo tanto como tal necesita de un usuario para que pueda funcionar el sistema de servucción.

Los usuarios, con sus deseos y necesidades, son quienes van logrando que el servicio se vaya transformando a través del tiempo. Se busca crear hoteles que respondan a las

necesidades de la demanda, pero es importante saber que ésta no es siempre igual sino que va cambiando. No se le puede ofrecer al usuario actual lo mismo que se le ofrecía a aquellos viajeros que llegaban a la ciudad cincuenta años atrás. El huésped actual es más exigente y tiene características diferentes, ya no se conforma con lo convencional sino que busca vivir nuevas experiencias, y es a él a quien se debe adecuar el servicio en la actualidad.

Pero para entender esto con mayor facilidad, resultaría interesante conocer cómo es que los usuarios fueron adquiriendo estas nuevas características. Está claro que las personas no cambian de un día para el otro sino que sus deseos son producto de una serie de fenómenos de impacto mundial que repercuten en distintos ámbitos e influyen en las sociedades y las culturas.

Es por esto que a lo largo de este capítulo se darán a conocer las fuerzas que influyeron en la industria turística y dieron lugar a un nuevo perfil de usuario, punto de partida para la creación de las nuevas modalidades de alojamiento y el comienzo de un nuevo concepto en hotelería.

1.4. Los efectos de la globalización

El funcionamiento de todas las empresas se ve afectado por los cambios que se producen en las sociedades. Tanto las empresas que ofrecen productos como aquellas que brindan un servicio se ven condicionadas por una demanda y por lo tanto es en base a ella que las empresas deberán modificar sus formas de trabajo y aquello que ofrecen al público para poder satisfacerlo. Todos esos cambios deben ser tenidos en cuenta y dependiendo de su magnitud las consecuencias en las empresas serán de mayor o menor impacto.

Algunos de estos cambios son a nivel mundial y afectan a todas las empresas en todo el mundo. Su impacto no siempre es del todo negativo o positivo pero de ambas formas implica realizar acciones inmediatas para adecuarse a lo que los mismos traen aparejado. Las organizaciones deben sacar provecho de los efectos positivos para poder mejorar su negocio. Uno de los fenómenos más importantes que se produjeron fue la globalización.

Este fenómeno se produjo durante los últimos años del siglo XX. Como su nombre bien lo indica, es de carácter global y produjo cambios en las sociedades de todo el mundo. Según la Real Academia Española, la globalización es la “tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”. Esta tendencia cambió de manera radical la forma de vida de las sociedades. Tiempos antes, las personas vivían en lo que podría ser denominado de manera simbólica, su propio mundo. Nadie sabía con exactitud qué sucedía en otras partes del mundo, o quizás si lo hacían pero no en tiempo real y sólo aquello de gran importancia. Pero a partir de este fenómeno todo aquello que estaba lejos parecía estar más cerca.

Adela Puig (2006) explica el fenómeno de la globalización como uno de los cambios más importantes a nivel mundial que influyó en las sociedades de todo el mundo, en las empresas y trajo importantes consecuencias en la industria turística. A partir de este fenómeno, las personas de diferentes nacionalidades y con culturas diferentes comenzaron a compartir valores y gustos, y lo que es aún más importantes es que comenzaron a conocer qué existían aquellas otras personas con los mismos deseos y necesidades que ellas. La globalización obligó, de alguna manera, a todas las empresas e instituciones a reorganizarse, así como las sociedades reorganizaron sus vidas cotidianas.

La globalización trajo importantes consecuencias en la industria turística que obligaron a las empresas del sector público y privado a realizar cambios que se adecuaran a lo que

las sociedades, afectadas por los cambios consecuencia de este fenómeno, requerían. Es a partir de ello que se podría encontrar respuestas al por qué la industria de la hospitalidad vio la oportunidad de ofrecer nuevos servicios en espacios diferentes, porque los usuarios ya no eran los mismos que años atrás, ahora se encontraban afectados por los efectos de la globalización.

Pero para poder entender como este fenómeno repercutió en la industria del turismo y la hotelería, es importante primero conocer cuáles son con exactitud los cambios que trajo aparejado y en qué ámbitos se vieron reflejados sus efectos para poder tener una visión global de las consecuencias del fenómeno como así lo explica Adela Puig (2006).

Uno de estos ámbitos es el económico. En la actualidad se puede hablar de una economía virtual, existe una gran dependencia entre los mercados de capitales y las tecnologías informáticas. Los mercados financieros de todo el mundo realizan sus operaciones en tiempo real y esta tendencia se ha incrementado velozmente en los últimos años.

La forma de ofrecer trabajo a las personas también se ha modificado a partir de la globalización y, al igual que las transacciones económicas, comenzaron a aparecer puestos de trabajo que no requerían un desplazamiento físico. Las empresas ofrecen trabajo a personas que no se encuentran en el mismo lugar físico que el establecimiento donde opera la empresa, en algunos casos encuentra en países diferentes. Esta manera de ofrecer trabajo da a las empresas la posibilidad de conseguir personal más calificado y a veces a menor costo. Un claro ejemplo sería el de las empresas que brindan un servicio de atención a sus clientes a través de los *call centers*, algunos de ellos se encuentran en un determinado país pero trabajan para una empresa que no se encuentra en el mismo lugar físico, al igual que el público para el cual trabajan.

Los efectos de la globalización también influyeron en la ecología. Los desplazamientos de personas alrededor de todo el mundo hacen que sea vital establecer medidas para poder controlar las conductas de todos los que entren en un país determinado para preservar las áreas que están vinculadas con la producción de bienes que los seres humanos consumen. Para esto es necesario generar conciencia a nivel mundial y comprometerse con el desarrollo sostenible, es decir, evitar el uso de tecnologías y procesos científicos que vayan a contaminar el espacio en el cual se vive y que podrían traer efectos negativos a largo plazo.

Son de gran importancia también los efectos de la globalización en la cultura. Aquí se debe destacar que existe un aspecto positivo y un aspecto negativo. Cuando se habla de globalización cultural se está hablando de la confluencia entre las diferentes culturas y los símbolos mercantiles. Pero muchas veces se ha pensado si esto es positivo para las personas o si lo que ha generado es una pérdida de los valores culturales. Desde el punto de vista negativo, la aparición de grandes empresas multinacionales alrededor de todo el mundo instaló diversos símbolos, y determinados elementos o símbolos propios de una cultura fueron reemplazados por diseños publicitarios de diversas marcas e íconos de empresas multinacionales. Por otro lado se puede hablar de una multiplicidad, es decir la posibilidad de conocer e interactuar con personas de otras culturas, saber cuales son sus costumbres y tradiciones y conocer su forma de vida. Esto es positivo para las sociedades ya que es un aporte valioso al conocimiento para desempeñarse en diferentes situaciones.

Por último, es importante mencionar la globalización informativa que posiblemente sea la que más repercusión tuvo en la vida cotidiana de todas las personas y uno de los cambios que más han notado. El desarrollo de los medios de comunicación permite que todas las personas alrededor del mundo puedan tener acceso a información que tiempo antes no tenían y permite también comunicarse con personas por más lejos que estas se

encuentren, genera un acercamiento entre personas que viven en diferentes países. Es decir que las distancias se han achicado y lo que antes era considerado muy lejano hoy quizás no lo es. Gracias a los medios de comunicación, los diferentes sucesos recorren el mundo en tiempo real a través de la televisión o Internet, así como sucede con los atentados, catástrofes naturales o grandes descubrimientos.

1.4.1. El turismo y la globalización

Ahora que se conocen cuales son los efectos que tuvo la globalización alrededor del mundo, se podrá entender por qué se dice que la misma también tuvo un gran impacto en la actividad turística y hotelera. La industria del turismo se encuentra en constante cambio y esto se debe a que cualquier acontecimiento que se produzca en alguna parte del mundo, ya sea de gran impacto o no, puede traer consecuencias en esta actividad, y no sólo en el mismo lugar que donde se produjo el hecho. Es por eso que todas las empresas tanto del sector público como privado que trabajan en esta área deben estar atentas al cambio para poder actuar de manera inmediata, ya que estos acontecimientos no siempre se pueden prever. Si algún fenómeno altera alguno de los elementos que forman parte del sistema turístico, se deben tomar medidas. En la actualidad estos cambios se producen constantemente y con mucha rapidez y por lo tanto es fundamental que las personas que se encuentran al frente de los negocios vinculados al turismo evalúen estos cambios ya que algunos de estos acontecimientos generan grandes oportunidades para algunas organizaciones y sectores de la industria.

Adela Puig (2006) menciona algunas de las fuerzas que intervienen en la actividad turística globalizada. Una de ellas tiene que ver con las sociedades que se encuentran en los destinos turísticos. La globalización ha incrementado la pobreza en algunos países y como consecuencia los episodios de violencia en determinadas áreas han aumentado. El problema radica en que algunas de estos lugares son importantes destinos elegidos por muchos viajeros de diferentes partes del mundo y estos episodios generan la sensación

de inseguridad. Esto puede ocasionar una disminución en el número de turistas en dicho destino y por lo tanto el Estado y el sector privado deben trabajar en conjunto para garantizar seguridad a las personas. En estos casos a veces las acciones que llevan a cabo las empresas de turismo ayudan a mejorar la situación del destino ya que mejoran sus servicios y equipamiento y, además de ofrecer seguridad al turista, colaboran con la economía del lugar y al sentirse la sociedad ayudada, pueden modificar sus conductas.

La ecología también cumple un papel importante en el turismo, el cuidado del medio ambiente es fundamental para preservar los espacios donde se desarrolla la actividad. El turismo debe entonces incorporar medidas de protección del medio ambiente para que los recursos con los cuales cuentan los destinos perduren en el tiempo, es decir que sean sustentables y puedan ser aprovechados por las generaciones futuras. Concienciar a los turistas es una tarea de las empresas y el Estado, de lo contrario, el tiempo que llevará recuperar el lugar perjudicará la actividad turística.

Están también las comunidades locales, una fuerza social de gran importancia a tener en cuenta en la planificación turística. Antes se imponía un destino turístico sin pensar en las personas que habitaban el lugar. Sólo importaba que existiera un atractivo de importancia suficiente como para motivar un viaje y a partir de eso se creaba el circuito turístico con las instalaciones y equipamiento necesario para su correcto funcionamiento. En la actualidad no sucede lo mismo, ni el Estado ni las empresas privadas pueden actuar sin el consentimiento de las comunidades locales. Es en función de las mismas que se deben crear los destinos turísticos. Las personas que habitan el lugar no quieren que los recursos naturales con los que cuentan sean destruidos y tampoco que sus costumbres sean pasadas por alto. Por el contrario, quieren que las mismas sean consideradas un atractivo del destino y que los turistas puedan disfrutar de ello. A su vez, se deben generar puestos de trabajo para la comunidad local, esta debe obtener un beneficio más allá del beneficio económico que dejará la actividad turística para el país. Por lo tanto, es

importante considerar la opinión de la comunidad para contar con su voluntad ya que de lo contrario la misma no colaborará y esto traerá un resultado negativo en la planificación turística.

Otra de los desafíos que debe enfrentar el turismo es el terrorismo organizado. Esto se ha vuelto un gran problema en materia de seguridad ya que con el aumento de atentados, los turistas no se sienten protegidos y sienten estar corriendo un riesgo constante. Estos son factores aleatorios, es decir que no son predecibles, y por lo tanto obliga a los países a actuar de manera rápida y eficaz con respecto a la actividad turística. Los ataques terroristas pueden traer efectos positivos en el turismo de otros países como sucedió el 11 de septiembre de 2001. Estados Unidos era el país que recibía el mayor número de turistas por año, pero a partir del atentado esto cambió y América Latina fue quien recibía mayor cantidad de personas que viajaban con fines turísticos. Las personas no elegían viajar a Estados Unidos no sólo por el temor a formar parte de un nuevo ataque sino por lo incómodo que resultaba ingresar al país debido a las extremas medidas de seguridad. La actividad turística en dicho país se vio entonces alterada debido al miedo generado alrededor de todo el mundo.

Pero uno de los factores que sin duda tuvieron mayor influencia en la actividad turística alrededor de todo el mundo son el desarrollo de la tecnología y medios de comunicación, y los cambios sociales y culturales. Los turistas reciben mayor cantidad de información proveniente de diferentes partes del mundo y lo hacen a través de los diferentes medios. Es por esto que en el momento de elegir a donde viajar, gozan de varias alternativas. A partir del fenómeno de la globalización se unifican los mercados y aumenta la competencia dispuesta a satisfacer a un cliente con mayor conocimiento. Es aquí donde comienza un gran desafío para quienes se desempeñan en la industria turística hotelera, ya que se debe buscar la manera de satisfacer esta demanda con nuevas características.

1.4.2. **Una demanda exigente**

Las consecuencias que trajo la globalización generaron importantes cambios en la actividad turística como fue mencionado anteriormente, pero que dichas consecuencias hayan afectado la manera en la que se comercializan determinados servicios turísticos y hayan de hecho fomentado la creación de algunos espacios destinados a los turistas, está sin duda directamente relacionado con el turista en si mismo, es decir, con su forma de moverse dentro de la actividad turística, sus elecciones y sus preferencias.

A pesar de que cada persona tenga sus gustos particulares a la hora de realizar un viaje, está claro que las preferencias de todos los viajeros se han ido modificando a lo largo del tiempo y esto hizo que la tarea de quienes trabajan en el área turística se haya hecho más difícil. O bien también se puede pensar que estos cambios en los usuarios no son una dificultad para quienes ofrecen los servicios sino que son un reto, un disparador para aportar nuevas ideas, para crear nuevas propuestas que permitan mejorar la actividad turística, o bien mejorar la manera de satisfacer a la demanda, una demanda con exigencias diferentes a la que compraba viajes turísticos años atrás.

Las personas que demandan viajes turísticos en la actualidad tienen una característica en común y esta es la experiencia. Cuando se comenzó a desarrollar la actividad turística en nuestro país, eran sólo las personas de alto poder adquisitivo y perteneciente a una clase social alta las que viajaban. Pero con el paso del tiempo, viajar dejó de ser un lujo para unos pocos para pasar a convertirse en una actividad común entre todos los ciudadanos. Ahora bien, cuando se habla de experiencia, se hace referencia al conocimiento que tienen estas personas acerca de los servicios turísticos disponibles en su totalidad, no solamente de los destinos, sino que conocen cuáles son las opciones de alojamiento, cómo pueden conseguir estos viajes, y dónde pueden hacerlo. Esto sucedió gracias a la información que día a día reciben los viajeros, la cual los hace conocedores de todo aquello que los rodea.

Eduardo Pantano habla acerca de la oferta turística y de la demanda, y sostiene que el consumidor actual de servicios turísticos “está sometido a una avalancha de información a través de las comunicaciones.” (2007, p. 138). Para entender a qué se refiere exactamente, no es necesario buscar en la historia de la actividad, sino que fácilmente se puede notar en la vida cotidiana de cada una de las personas. Continuamente se está recibiendo información acerca de los diferentes destinos que existen alrededor del mundo, a veces es información que se busca y en otros casos llega hacia uno. Sin ir más lejos, los domingos se recibe el suplemento de viajes del diario que permite conocer acerca de distintos lugares y al mismo tiempo muestra diversas propuestas. Es decir, en unas pocas páginas uno podría encontrar un lugar para visitar, una empresa que le permita hacerlo y un contacto para efectuar la reserva. A esto se suman la televisión, la radio e Internet.

Estos medios de comunicación hacen que las personas conozcan mucho más allá de si han viajado o no y por eso se vuelven más exigentes. En la actualidad los turistas están al tanto de todo lo que pasa en otros lados del mundo y de cuáles son los lugares que se pueden visitar y qué atractivos y características posee cada uno de ellos. Para dar un ejemplo, la mayoría de las personas conoce que en ciertos destinos existen hoteles donde las personas pueden vivir experiencias diferentes, como dormir en ataúdes, en cápsulas y hasta en árboles. Aunque esto no se puede encontrar en su lugar de residencia, gracias a la información que reciben constantemente, saben que dichos hospedajes existen y por lo tanto no es algo que los sorprendería, por el contrario, esto genera mayores exigencias, la necesidad de crear algo que sí los sorprenda.

Pero no es sólo la información que recibe lo que hace que la demanda actual sea exigente. Los viajes que realizan las personas también contribuyen a ello. El mismo autor mencionado indica que hoy por hoy resulta difícil encontrar personas mayores a 18 años interesadas en adquirir servicios turísticos que no hayan realizado viajes con anterioridad.

Estas personas ya conocen demasiado, saben como es el proceso de adquisición de un pasaje, cuales son los trámites previos y como es el procedimiento para conseguir hospedaje, entre otras cosas. Cualquier persona que ya haya realizado un viaje conoce qué debe presentarse en el aeropuerto o en una estación de micro, y sabe bien cuales son los servicios que puede obtener una vez en el destino, como contratación de excursiones, alquiler de autos, etc.

Todo esto que se ha mencionado hace que el usuario actual sea un experto, y una persona experta en materia de viajes se convierte en un viajero exigente. Las personas que han realizado viajes, sobre todo al exterior del país y han conocido diferentes destinos, distintas culturas y formas de vida, pueden comparar. Conocen que es lo que ofrecen otros lugares y están seguros de lo que quieren y buscan. Y es por esto que los últimos años han aparecido nuevas formas de turismo como, destinadas a aquellos que buscan salir de lo convencional y vivir nuevas experiencias.

Esto mismo sucede con el alojamiento y es a esta nueva demanda la que buscan satisfacer las nuevas modalidades de alojamiento, ofreciendo espacios diferentes resaltando diversos intereses como el arte, el diseño, la música, entre otros. Espacios que ofrecen al huésped algo distinto a aquello que ya han visto.

Los cambios que se produjeron en la demanda no sucedieron de un día para el otro sino que forman parte de un proceso que obligó a quienes se desempeñan en el área del turismo y la hotelería a tomar decisiones rápidas para poder responder rápidamente y de manera eficaz a estos cambios. Pero lo más importante es que estos aún no han terminado y continúan transformándose y resulta de suma importancia para la hotelería.

Conclusión

Este capítulo es, en el trabajo, el pase de la hotelería tradicional a las nuevas modalidades de alojamiento que se presentarán posteriormente. Aquí se presenta a los usuarios y los acontecimientos que influyen en la actividad turística y hotelera, los cuales traen como consecuencia diversos cambios en el comportamiento de los turistas.

La globalización es sin duda uno de los fenómenos más importantes que se dio en los últimos tiempos y el mismo incidió en diversos ámbitos. Este fenómeno produjo cambios

en diversos ámbitos, y en la actualidad se pueden notar sus consecuencias. Y debido a estas, se puede decir que la globalización tuvo un gran efecto en la industria del turismo y la hotelería.

Es importante que el lector pueda tener en claro cuáles fueron los hechos que dieron lugar a una nueva demanda, a un nuevo perfil de viajero porque es de ellos que surge la posibilidad de ofrecer nuevas modalidades hoteleras. Es simplemente una respuesta a esta necesidad, una oportunidad que captan los hoteleros y responden creando estos nuevos negocios. Los comportamientos de las personas se vieron modificados y por lo tanto los mismos se han vuelto más exigentes.

El contenido de este capítulo sirve al lector para descubrir el motivo por el cual la hotelería comienza a tener en cuenta aspectos que hasta el momento no se pensaban. También es importante ya que deja en evidencia los motivos por los cuales las personas adquirieron nuevos hábitos y comenzaron a mostrar interés por cosas diferentes.

Capítulo 4 – Nuevas tendencias en hotelería

Mucho se habla de tendencias tanto en la hotelería como en el turismo, y más aún en los últimos años en los que los cambios en la industria fueron notables. Pero quizás no debería hablarse de cambios sino de transformaciones que generaron nuevos espacios y nuevas formas de brindar el servicio de alojamiento.

En el capítulo anterior se habló de la globalización, las consecuencias que trajo en el turismo y en cómo influyó en la vida de las personas. A partir de esto surgió un huésped

más exigente y con el propósito de satisfacer sus necesidades, los hoteleros empezaron a incorporar nuevos servicios y añadir a los establecimientos detalles que hasta el momento no se tenían en cuenta. Es así que se comienza a hablar de tendencias en hotelería.

Años atrás no se vinculaba al diseño directamente con la hotelería y tampoco a la tecnología o la gastronomía, pero hoy es casi imposible separarlas. Ahora no sólo las habitaciones son importantes a la hora de elegir dónde hospedarse, sino que los viajeros buscan encontrar algo distinto, fuera de lo convencional y donde se reflejen sus intereses. Los hoteles detectaron los intereses de este nuevo tipo de viajeros y por lo tanto comenzaron a tener en cuenta nuevos aspectos al momento de crear hoteles.

En la actualidad se pueden encontrar hoteles con características diferentes a los hospedajes convencionales que se han visto durante años en la Ciudad de Buenos Aires. Algunos de ellos dan mayor importancia a un determinado tipo de servicio haciendo que el hotel sea valorado por esas características y no sólo por sus habitaciones.

A lo largo de este capítulo se explicarán cuales son estas tendencias que pasaron a tener gran importancia en la hotelería como ser la tecnología, la gastronomía, el diseño, la forma de ofrecer el servicio, y el interés por cuidar la salud.

5.1. Tecnología

Aunque en la actualidad se conozcan infinidad de productos tecnológicos o servicios que utilizan la tecnología para ser más efectivos, se sabe que estos no siempre estuvieron presentes y que tampoco surgieron de un día para el otro. Pero en los últimos años la tecnología creció de manera incontrolable y se comenzó a utilizar en diferentes ámbitos para mejorar la calidad de los servicios que se ofrece a las personas, como sucedió en la industria hotelera.

Los hoteles son el espacio que se transforma en la casa del huésped durante su estadía en un determinado lugar y por lo tanto se debe lograr que el mismo se sienta como si allí se encontrara, es decir, cómodo. Para lograr esta comodidad los hoteles deben contar con los espacios y servicios que las personas utilizan en la actualidad y que sin duda no son los mismos que se utilizaban muchos años atrás. Esto se debe a que los hábitos de las sociedades han cambiado y por lo tanto también de los turistas.

Se puede decir que desde hace varios años todas las personas tienen computadoras en sus casas, pero sólo unos pocos tenían computadoras portátiles, pero hoy por hoy la mayoría de las personas que realiza viajes ya sean largos o cortos lo hacen acompañados por sus computadoras, y lo mismo sucede con los dispositivos para escuchar música, entre otras cosas. Esto se debe a que la tecnología se ha vuelto parte de la vida cotidiana de las personas.

Es por esto que los establecimientos deben adecuarse a esta tendencia que logró convertirse en una necesidad para las personas ofreciéndoles la posibilidad de contar con espacios donde puedan hacer uso de la tecnología. En respuesta, los aeropuertos de algunos países crearon pequeños espacios en las salas de embarque donde los pasajeros pueden cargar la batería de sus computadoras, celulares o mp3. Y lo mismo sucedió con los establecimientos de hospedaje, aunque esto implica rediseñar las habitaciones para poder contar con el espacio que se necesita.

“La tecnología modificó los parámetros en la construcción de las habitaciones...” (Mariano Segura). Esto se refiere a que las habitaciones deben ser de mayor tamaño porque ya no se usan los mismos muebles que antes ni se disponen de la misma forma. Aunque en la actualidad sean cada vez menos, algunos hoteles tradicionales todavía conservan habitaciones donde además de la cama sólo hay una pequeña mesa donde apoyar las cosas, pero en la gran mayoría esta mesa ha sido reemplazada por un

escritorio donde los huéspedes pueden enchufar sus computadoras y utilizar el servicio de Wi-Fi que el hotel ofrece.

El reemplazo del televisor común por los LCD con dos ángulos de visión hace que el mismo se pueda ver tanto desde la cama como del sillón, lo cual no sucedía anteriormente y por lo tanto los muebles deben acomodarse de manera diferente. Otro ejemplo son los relojes que se encuentran en las mesas de cama, los cuales ahora incorporan un sistema para que el huésped pueda colocar el mp3 y escuchar su propia música además de utilizar las funciones de reloj y alarma.

Posiblemente hayan sido los hoteles que hospedaban personas que viajaban por negocios los primeros en incorporar la tecnología a las habitaciones, pero en la actualidad todos los hoteles aprovechan los beneficios que aporta la tecnología para satisfacer a todos sus huéspedes.

5.2. Gastronomía

Con el crecimiento de la industria hotelera en la Ciudad de Buenos Aires también se ha incrementado la aparición de restaurantes, ya que como se ha mencionado en otro capítulo de este trabajo, los turistas que visitan la ciudad necesitan de lugares para recrearse y para alimentarse una vez que se encuentran en el destino. Es decir, necesitan de un equipamiento adecuado para disfrutar de su estadía, y los restaurantes forman parte del mismo.

Los hoteleros, como cualquier otro emprendedor gastronómico, captan los deseos de los clientes para poder crear propuestas innovadoras que atraigan a los comensales. La diferencia posiblemente radique en las limitaciones que uno y otro tiene en cuanto al estilo y el tipo de comida que ofrezcan. Un hotel debe ofrecer un menú que acorde al tipo de establecimiento. Es decir, el tipo de cocina, el estilo del salón, todo estará relacionado con el servicio que brinde el hotel al igual que su estética. Las nuevas modalidades de

alojamiento utilizan la gastronomía como uno de los puntos diferenciadores del resto de los hoteles, creando nuevas propuestas destinadas a un segmento del mercado específico que quizás no esté tan explotado como otros.

En los últimos años se comenzaron a escuchar con frecuencia palabras vinculadas a la gastronomía que hasta hace algún tiempo quizás no se conocían o no se tenían tan presente, como por ejemplo hablar de comida macrobiótica, cocina de autor, cocina fusión e incluso del movimiento de *slow food*. Estos no son nuevas tendencias que han sido impuestas sino que se han convertido en un hábito alimenticio para muchas personas que ha surgido en todas partes del mundo, y ya sea por cuestiones de gustos, de salud o ideologías, estas se han convertido en la forma de vida de muchos y por lo tanto existen restaurantes que ofrecen al público este tipo de propuestas.

En un artículo de Clarín sobre el auge de las tribus alimentarias, su autor Gonzalo Sánchez (2010) habla acerca de las nuevas tendencias en cuanto a la gastronomía y explica que este tipo de formas de alimentarse tiene muchos adeptos en la actualidad y por lo tanto se pueden encontrar desde restaurantes hasta locales exclusivos de venta de productos para la elaboración de platos de cocina macrobiótica, entre otros. La cocina macrobiótica está directamente vinculada con la salud y busca en lograr un equilibrio alimenticio basado en la teoría del Yin y el Yang, pero no implica prácticas orientales ni mucho menos. Simplemente se basa en una dieta cuyo alimento principal son los cereales y las harinas integrales, lo cual ayuda a cuidar el organismo y lograr por lo tanto un equilibrio corporal y emocional.

La cocina molecular es otra de las formas de alimentarse que experimentan muchas personas en la actualidad y no es más que una forma de modificar platos tradicionales jugando con sus ingredientes para lograr sensaciones diferentes en el paladar del comensal y crear nuevas texturas. A este tipo de cocina se suma también la de fusión, que se basa en la unión de alimentos de diferentes estilos para lograr platos nuevos. Se

integran ingredientes de otros tipos de cocina generando platos con sabores diferentes. En un artículo sobre tendencias gastronómicas de vanguardia publicado en Internet, se habla de la aportación de otras culturas gastronómicas en la cocina fusión como la integración de ingredientes de platos típicamente latinos a platos de cocina japonesa por ejemplo.

Y otra de las tendencias que no debe olvidarse es la cocina de autor, esta se ha vuelto muy interesante ya que presenta una diferencia con el resto que resulta atractiva para muchos y es la idea de que el plato es único. Es decir, fue creado por un chef en particular y por lo tanto no se podrá encontrar en otro sitio. Son generalmente platos originales, no sólo en su sabor sino en su presentación y reflejan la personalidad del chef.

Pero más allá el tipo de dieta alimenticia que se decida llevar, existe una forma de vida denominada *slow food* cuyos adeptos se han incrementado en los últimos tiempos hasta movilizar a gran cantidad de personas alrededor del mundo y gracias a lo que hoy cuentan con restaurantes con las características de este movimiento. Un artículo en el diario Clarín (2006) acerca de este movimiento, explica que las personas han decidido comenzar a vivir lento para poder disfrutar de cosas buenas que se encuentran aplacadas diariamente debido a la idea de vivir rápido que uno tiene debido al trabajo y el estilo de vida. El movimiento *slow food* de disfrutar de los sabores sin correr contra el tiempo, de comer platos gustosos con la familia, de recuperar ese tiempo con amigos en la mesa que se fue perdiendo por la idea de comer rápido para continuar con las exigencias de la vida laboral.

Todas estas tendencias que se ven reflejadas en los restaurantes de la Ciudad de Buenos Aires, también llegaron a conquistar a los emprendedores hoteleros y por más que exista la idea de que los restaurantes de hotel son más caros que otros y que sus platos serán más elaborados, son cada vez más los hoteles que tienen un restaurante como principal atractivo y que generalmente se basa en alguna de las nuevas tendencias.

Y lo importante es que estos no tienen como único propósito ofrecer un servicio a sus huéspedes, sino que buscan captar al público de la ciudad en general que esté interesado en estas nuevas dietas y de degustar platos donde la creatividad es la protagonista.

5.3. Diseño

Actualmente, el diseño está estrechamente vinculado con la hotelería, lo cual podría haber resultado extraño años atrás porque como bien se sabe, los hoteles no han tenido siempre al diseño presente o, mejor dicho, no se le ha dado tanta importancia. Hoy en día, se ha convertido en la principal característica de algunos alojamientos de la ciudad. A la vista de las personas quizás el hotel fue creado por un solo arquitecto o mismo fue idea del dueño del negocio, pero la realidad es que los hoteles de diseño requieren de la participación de varios artistas durante su creación, ya que se debe buscar que sean espacios novedosos pero sin caer en lo excesivo que podría hasta disgustar a los potenciales clientes. Es decir, nunca se debe olvidar la funcionalidad.

Más allá de la categoría del hotel o su tipología, el diseño comenzó a formar parte de las propuestas de varios hoteleros alrededor del todo el mundo hasta llegar a la Ciudad de Buenos Aires, donde los distintos barrios fueron incrementando la cantidad de hoteles cuyo principal característica es el diseño. No es tan importante la cantidad de habitaciones sino que todas cuenten con espacios innovadores y novedosos que generen una experiencia diferente en el huésped.

En un artículo de turismo del diario Clarín, Adriana Santagati (2006) sostiene que la aparición de hoteles de diseño en la ciudad no está únicamente vinculado con su aparición en otras importantes ciudades del mundo sino que esto se debe a la gran participación que tiene el diseño en la ciudad. La producción de diseño en diferentes

áreas hizo que fuera declarada Ciudad del Diseño por la UNESCO asignándole un merecido lugar en el mundo del diseño.

Se menciona que los primeros hoteles de diseño en el mundo nacieron en ciudades como Nueva York, Londres y San Francisco, pero que a partir de ello cadenas hoteleras internacionales comenzaron a crear nuevas líneas dentro de su cartera de productos que incluía hoteles de diseño. Es decir, se convirtieron en una idea que rápidamente se propagó por todas las ciudades del mundo. En Buenos Aires, el primer hotel de diseño fue el Design Suites en la calle Marcelo T. de Alvear, el cual fue inaugurado en el año 1999 y tuvo como objetivo crear un espacio que contrastara con el caos de la ciudad y donde los huéspedes pudieran sentirse relajados.

Se puede decir entonces que el diseño es una tendencia mundial que los emprendedores hoteleros han tomado para crear nuevas propuestas que puedan atraer a segmentos del mercado turístico que estén interesados en lo moderno, novedoso y creativo para disfrutar durante su estadía en un determinado destino.

Conclusión

A partir de este tipo de huésped más exigente que se conoce en la actualidad empezaron a surgir nuevas tendencias que implementaron en la hotelería. Las personas tienen hábitos diferentes, ya no se conforman con lo que se les ofrecía tiempo atrás sino que sean vuelto expertos y tienen mayores exigencias.

En este capítulo se dan a conocer cuales son las tendencias que predominan en la industria de la hotelería en estos últimos años como son la tecnología, la gastronomía y el diseño. Aunque quizás antes no eran palabras de gran importancia cuando se hablaba de hotelería, en la actualidad lo son y es por eso que resulta importante para este trabajo.

Las nuevas modalidades de alojamiento se crean a partir de las exigencias de la demanda y las tendencias que surgen por parte de la misma. La tecnología ocupa un lugar muy importante actualmente y se transformó en parte de la vida de las personas y por lo tanto la misma debe trasladarse a los hoteles. Lo mismo surge con la gastronomía, que al tener los usuarios otra preocupación por la salud y una tendencia a comer más sano, los hoteles deben adecuarse y ofrecerles esto que ellos buscan. Estas nuevas tendencias que se ven reflejadas en los nuevos hoteles donde tanto la tecnología como también el diseño se apoderan del lugar creando espacios innovadores que llaman la atención del público y logra captar a aquellos que buscan algo fuera de lo convencional

Por lo tanto se puede decir que la información que proporciona este capítulo es importante para que el lector conozca cuáles son las tendencias que permitieron crear los nuevos hoteles, como ser los hoteles boutique, donde lo importante no es sólo el lugar físico sino cómo se ofrece el servicio en general, y sus características distintivas están vinculadas con estas tendencias.

Capítulo 5 – Nuevas modalidades de alojamiento

A lo largo de este capítulo se darán a conocer brevemente las nuevas modalidades de alojamiento que se encuentran en la Ciudad de Buenos Aires en la actualidad.

Como ya se ha mencionado en el capítulo uno de este trabajo, la industria hotelera comenzó a desarrollarse muchos años atrás cuando los hoteles no eran los espacios que

se conocen hoy y tampoco ofrecían los mismos servicios. El recorrido a lo largo de la historia de la hotelería permitió evidenciar que los hoteles fueron cambiando hasta convertirse en los que se conocen actualmente y no sólo en cuanto a su arquitectura, decoración y tamaño sino que también en cuanto a los servicios que ofrecen al huésped.

Se ha podido comprender también que las personas que se hospedaban en los diferentes lugares no fueron siempre las mismas y que es a sus necesidades que debían adecuarse quienes brindaban hospedaje. Pero con el tiempo las necesidades y deseos de los viajeros se fueron transformando como consecuencia de diversos factores, y surgieron así las nuevas tendencias mencionadas anteriormente, las cuales dieron lugar a la posibilidad de generar nuevos negocios en la industria y es así como surgen las nuevas modalidades de alojamiento.

5.1. ¿Qué se entiende por nuevas modalidades de alojamiento?

Sería apropiado definir este concepto para poder tener una idea clara de aquello a lo que se hace referencia al hablar de nuevas modalidades de alojamiento, pero esto resulta difícil ya que no se cuenta con definiciones propuestas por autores. Las nuevas modalidades de alojamiento son aquellos espacios destinados al hospedaje que no están categorizados por la ley correspondiente y cuentan con características diferentes en relación a la hotelería tradicional.

La Secretaría de Turismo de la Nación (2008) propone una serie de características que generan una posible forma de definir a estas nuevas modalidades. Menciona a las mismas como pequeños alojamientos de diferentes estilos que presentan un amplio rango de tarifas, sofisticados o extremadamente sencillos, pero únicos y originales. Esta indica también con respecto a estos tipos de alojamiento que “el eje central es una atmósfera familiar, calidez, atención personalizada, hospitalidad, detalles cuidados y un

desayuno memorable” (2008, p. 12). Estas nuevas modalidades no son más ni menos que una respuesta a las necesidades de la demanda.

Las nuevas modalidades de alojamiento, también denominadas nuevas tipologías, son un fenómeno que comenzó a crecer en los últimos años alrededor de todo el mundo, no sólo en las grandes ciudades sino también en pequeños pueblos y destinos remotos. Las ciudades cosmopolitas tienen la ventaja de ser lugares donde convergen diferentes culturas y donde se reciben turistas de todas partes del mundo, y por lo tanto, la presencia de varios estilos permite crear establecimientos hoteleros con características diversas orientadas a distintos públicos. Asimismo los pueblos o pequeñas ciudades ven la posibilidad de aprovechar estas nuevas tendencias en la creación de hoteles diferentes ya que generan espacios que logran transmitir la cultura local a los turistas que se hospedan en ellos. Se puede decir entonces que existen diferentes modalidades de alojamiento en todo el mundo pero no se puede establecer con exactitud la cantidad de ellas ya que constantemente surgen nuevas propuestas de hospedaje que dejan a un lado lo convencional y sorprenden al público con espacios únicos.

La Ciudad de Buenos Aires es una de las ciudades donde estos nuevos tipos de hotel comenzaron a formar parte de la oferta hotelera. Se crearon espacios de alojamiento de diversas características en los barrios más importantes de la ciudad en los cuales se pueden ver reflejadas las características del barrio. La Secretaría de Turismo de la Nación (2008) explica que estas modalidades son relativamente nuevas en el país pero que están creciendo de manera constante. El sector público trabaja en conjunto con el sector privado, como empresarios hoteleros, para lograr la sostenibilidad del destino y obtener beneficios en la actividad turística.

Algunos de los estilos de hoteles que forman parte de las nuevas modalidades que pueden encontrarse en la Ciudad de Buenos Aires son los hostels, los hoteles feng-shui, hoteles temáticos y los hoteles boutique. Cada uno de ellos tiene características

diferentes y tiene un nicho del mercado distinto. Algunas de estas tipologías todavía no tuvieron un gran impacto en la ciudad mientras que otros, como es el caso de los hoteles boutique, tuvieron un gran crecimiento en los últimos años, encontrándose distribuidos en importantes barrios de la ciudad.

5.2. **Hostels, hoteles feng-shui y hoteles temáticos**

Los hostels son, sin duda, una de las tipologías hoteleras más comunes en la actualidad. Este tipo de alojamiento se ha instalado en todo el mundo y ha crecido de manera muy rápida por lo que actualmente resulta difícil pensar en ellos como un concepto nuevo de hospedaje. Posiblemente al mencionar aquella palabra en lo primero que se piense es en hospedajes económicos, poco arreglados y destinados exclusivamente a los jóvenes, pero esto no es del todo cierto y tampoco es una afirmación errónea.

Es verdad este tipo de hospedaje ofrece tarifas económicas y es por eso el lugar elegido por muchos jóvenes, especialmente por los conocidos como mochileros, ya que les da la posibilidad de realizar largos viajes a un mejor costo que si se hospedarían en otro tipo de hoteles. Además está decir que aunque sean ellos el mercado objetivo de los hostels, no son los únicos que se hospedan en los mismos. Parejas de jóvenes y a veces no tan jóvenes eligen los hostels para reducir los gastos, y allí encuentran los servicios básicos para dormir y alimentarse como en otros hoteles. Cabe destacar que estos jóvenes no son los mismos que viajaban años atrás como mochileros, sino que en la actualidad son jóvenes de alto nivel de educación que buscan conocer nuevas personas, descubrir nuevas culturas y vivir experiencias diferentes.

Pero aunque quizás se piense que el valor de las tarifas sea el único motivo por el cual los turistas los eligen y la razón por la cual se han vuelto tan exitosos, se debe decir que esto no es del todo cierto, sino que también lo hacen con el fin de socializar. Allí todos se

basa en compartir, creándose así una unión entre los huéspedes y colaborando para que la estadía sea agradable para todos.

Para una mejor comprensión sería mejor poder definir esta tipología de alojamiento. Según la Secretaría de Turismo de la Nación (2008) los hostels son hospedajes económicos cuya demanda tiene un perfil bien definido, diferente al de otras tipologías hoteleras, que corresponde a las personas mayormente de hasta 35 años de edad que realizan largos viajes durante los cuales visitan diferentes destinos y desean relacionarse con personas de otras culturas. Los hostels son también denominados albergues de la juventud en algunos países del mundo.

Para que un hostel sea considerado como tal debe cumplir con una característica fundamental y esta no es nada más ni nada menos que un espacio en común para todos los huéspedes. Estas salas son generalmente amplias y es donde se produce una interacción entre todas las personas que se hospedan en el lugar. Allí pueden pasar el tiempo realizando juegos, escuchando música o simplemente charlando. Algunos cuentan también con una biblioteca y computadoras. La mayoría de los jóvenes que deciden hospedarse en hostels buscan lograr encontrarse con otras personas y compartir historias, experiencias y pasar gratos momentos, y es esto lo que les permiten estas salas de estar y de esparcimiento.

Aquello que también caracteriza a los hostels es su forma de comercialización. En la actualidad la gran mayoría de los establecimientos hoteleros cuentan con un sitio en Internet donde se puede efectuar una reserva pero también se puede hacerlo a través de agencias de viaje u otros medios. Los hostels utilizan exclusivamente la Web para ofrecer sus servicios. La razón no es más que el público al cual están dirigidos estos hospedajes, jóvenes que utilizan Internet frecuentemente y lo seleccionan como medio para elegir de qué manera organizar sus viajes. Así es el caso de Hostelling International, una organización sin fines de lucro reúne bajo su nombre a más de 90 Asociaciones de

Albergues Juveniles de 90 países, la cual cuenta con un sitio Web donde los interesados pueden seleccionar un destino y elegir entre las opciones que la asociación ofrece y allí mismo pueden efectuar una reserva.

En la Ciudad de Buenos Aires, la creación de este tipo de alojamientos se consideró como una gran oportunidad luego de la crisis económica del año 2001, momento a partir del cual la relación peso dólar favoreció a los extranjeros para que visitaran el país. Los jóvenes de otras partes del mundo comenzaron a elegir la ciudad como destino para conocer gente y una cultura diferente.

Otra de las nuevas modalidades de alojamiento que surgieron son los hoteles feng shui. Esta palabra quizás resulte conocida ya que se ha instalado hace miles de años pero posiblemente sean pocos quienes conozcan de qué se trata. Menos aún se espera que la mayoría sepa de qué manera se ve relacionado el feng shui con la hotelería. Pero aunque se trate de una novedad y un concepto en hotelería que se ha puesto en práctica hace tan sólo poco tiempo, algunos autores se han animado a hablar de esta práctica como una de las más consideradas en los últimos años en el momento de crear u organizar los espacios para generar un lugar agradable para quien lo utilice.

Según Adela Puij (2006), feng shui quiere decir viento y agua y está completamente vinculado con la naturaleza y los estudios de todo aquello que la misma ofrece. Los chinos que habitaban en la antigua China presupusieron que los seres humanos estaban de alguna manera vinculados con la naturaleza debido a ciertos cambios que se generaban en los mismos cuando se producían determinados fenómenos naturales. A través de su investigación lograron identificar fases de cambio tanto en la naturaleza como en las personas. Una de estas fases es la relación que existe entre un espacio y todo lo que sucede en el mismo, y por lo tanto, cómo esto influye en los seres humanos.

Es entonces que se puede decir que el feng shui busca vincular las energías del espacio con las personas. En los espacios naturales, todo aquello que la naturaleza aporte tendrá ciertas repercusiones en el estado del ser humano. Es válido entonces decir que si se logra que el espacio genere energías positivas, quien allí se encuentre sólo recibirá buenas vibras y logrará sentirse mejor.

En los últimos años la búsqueda de conexión de los seres humanos con la energía de estos elementos se ha incrementado debido a las exigencias del mundo actual que hacen que las personas sufran estrés y tensiones. Así lo explica Jesús F. Gallego (2002), quien afirma que en respuesta a estos síntomas que presentan las personas, las mismas comenzaron a buscar refugio en religiones o filosofías que les permitieran sentirse en armonía, como sucede con las prácticas de oriente. Algunas personas comenzaron entonces a interiorizarse en lo que éstas filosofías, que hasta el momento eran desconocidas, podían aportarles.

Con el objetivo de armonizar los espacios y lograr un equilibrio se deben incorporar elementos naturales que sean saludables, pero esto resulta casi imposible ya que en la actualidad se construyen enormes edificios completamente sellados, con cemento, y pocos de ellos tienen contacto con el entorno. Esto genera el aislamiento de la naturaleza y es por eso que se debe considerar el feng shui en el interior de estas construcciones. Los empresarios hoteleros buscan arquitectos y decoradores que los ayuden a crear espacios que resulten más humanos y logren conectar a los huéspedes con ellos mismos. Se busca transmitir energía a través de los diferentes elementos y sus formas, los colores cálidos y las curvas son fundamentales en este tipo de espacios, al igual que el silencio. Hay además determinados materiales que se deben evitar ya que son considerados negativos.

Esta tendencia a construir hoteles pensados en el bienestar del huésped se han incrementado en los últimos años alrededor de todo el mundo y en la actualidad la

Ciudad de Buenos Aires incorpora esta nueva modalidad de alojamiento a algunos de sus barrios más significativos. Es importante dejar en claro que esta nueva tipología tiene un objetivo importante más allá de brindar un lugar donde dormir a las personas, y este es lograr la paz mental de todos los huéspedes a través de la armonía en el espacio que permite al hombre vincularse con la naturaleza y lo saludable.

Otra de las tipologías hoteleras consideradas como una de las nuevas modalidades son los hoteles temáticos. Estos cuentan con espacios comunes y/o habitaciones decoradas y ambientadas de acuerdo a una temática específica. Estos hoteles logran satisfacer a un público que está interesado en un tema en particular, ofreciéndole un ambiente donde podrá vincularse con dicho tema.

Algunos de ellos poseen áreas públicas ambientadas de una manera particular mientras que sus habitaciones no presentan ninguna característica particular sino que son similares a las de otros hoteles. Sin embargo, existen también hoteles temáticos que poseen habitaciones que se diferencian de cualquier otra área del hotel, y representan un lugar diverso. Esto tiene la intención de hacer sentir al huésped que se encuentra en un lugar diferente.

Se podría decir que estos hoteles existen desde hace ya bastante tiempo y la prueba se puede encontrar en algunos de los destinos turísticos más importantes del mundo. Uno de ellos es el complejo Walt Disney World ubicado en Orlando, Estados Unidos. El mismo cuenta con resorts temáticos, es decir que cada uno de ellos representa un lugar diferente. Algunos de ellos, por ejemplo, permiten al huésped descansar en habitaciones donde podrán encontrarse con imágenes y personajes de las películas animadas más significativas de Disney, mientras que en otro de los resorts quienes se hospeden podrán sentir que se encuentran en las islas del Caribe, o disfrutar de la buena música. De esta manera, quienes deseen visitar el complejo podrán optar por uno de estos hoteles y disfrutar de su estadía en un ambiente elegido de acuerdo a sus intereses.

Esto sucede también en la ciudad de las Vegas, en Nevada, Estados Unidos. Allí se pueden encontrar hoteles temáticos de grandes dimensiones. Cada uno de ellos ofrece un lugar completamente distinto, con salas comunes, restaurantes, casinos y jardines que siguen una determinada temática, lo cual gracias a al tamaño de estos hoteles permite generar en quienes los visitan la sensación de estar en un lugar de mundo distinto al entrar a cada uno de ellos.

En un artículo del diario La Nación (2006) acerca de las tendencias hoteleras describe a los hoteles temáticos como espacios ambientados sobre un gusto en particular. Se habla de una tipología que en la Ciudad de Buenos Aires se acrecentó luego de la crisis económica del 2001 y que actualmente se puede encontrar en los barrios más turísticos de la ciudad. Estos hoteles ofrecen espacios que reflejan la música de la ciudad, como el tango, mientras que en otros se pueden encontrar obras de artistas locales. Todos ellos buscan principalmente lograr que el público pueda conocer mejor la cultura del lugar e interactuar con la misma.

5.3. Hoteles boutique

Otra de las nuevas tipologías hoteleras que comenzaron a surgir en los últimos años son los hoteles boutique. Esta modalidad es la que más rápido se ha expandido alrededor de todo el mundo entre las nuevas modalidades de alojamiento, y es por eso que corresponde a uno de los puntos a analizar en este trabajo.

Según Adela Puij (2006) este tipo de hoteles son espacios destinados a un nicho específico de la industria, con ambientes sofisticados y un diseño que se destaca. Menciona además que debido a su tamaño y cantidad de habitaciones, generalmente son menos de 50, el trato hacia los clientes es personalizado.

Sería interesante obtener una definición clara de hotel boutique para poder comprender mejor sus características principales. En el Diccionario de Turismo, hotelería y transporte se lo define como:

Establecimiento de alojamiento, de pequeño a mediano tamaño, caracterizado por su único diseño arquitectónico, decoración diferencial así como en la personalización de sus servicios, aspectos que lo convierten en irrepetibles. Por lo general son de alto nivel, con encanto y donde el término boutique ha pasado a ser un adjetivo calificativo más que un sustantivo, una tendencia. Muchas cadenas tienen entre sus asociados alguno de este tipo y existen cadenas hoteleras que agrupan exclusivamente a estos hoteles como Ten Rivers & Ten Lakes que nuclea solamente lodges y hoteles boutique. También se llama boutique a otras formas de alojamiento que pueden no tomar el nombre de hotel de acuerdo con la categorización del lugar. Estos son pequeños, soberbiamente coquetos, y tienen siempre algún detalle original. Algunos incluyen SPA, otros incluyen servicio de personal shopper o son temáticos.

(Wallingre y Toyos, 2010)

Los hoteles boutique son creados por pequeños emprendedores como así también por grandes cadenas como Sol Meliá, entre otras, que decidieron sumar una línea de hoteles boutique a sus demás hoteles; y se utilizan para los mismos desde terrenos convencionales hasta casas recicladas.

Al igual que muchas urbanizaciones del mundo, la Ciudad del Buenos Aires alberga gran cantidad de hoteles boutique y los mismos se encuentran en los barrios porteños más elegidos por los turistas como San Telmo, Palermo, Las Cañitas, Belgrano y Recoleta, según lo informa el diario La Nación en un artículo sobre los nuevos focos de la hospitalidad.

Estos hoteles se han convertido en un fenómeno a nivel mundial que parece ser la nueva cara de la hotelería, líder de las nuevas modalidades de alojamiento, que busca satisfacer a un determinado grupo del mercado de la industria hotelera.

5.4. Datos estadísticos

El Instituto Nacional de Estadística (INDEC) realiza todos los años la Encuesta de ocupación hotelera la cual permite conocer la cantidad de plazas que se encuentran disponibles durante un momento determinado del año según cada categoría hotelera. Además, arroja el porcentaje de ocupación de las plazas durante ese mismo período de tiempo.

Se clasifica a los alojamientos en hoteleros y para-hoteleros. La primera incluye a los hoteles de categorías de estrella, al los hoteles boutique y a los apart hotel, mientras que dentro de los para-hoteleros se encuentran las cabañas, los hoteles sindicales, los albergues, los Bed & Breakfast y los hostel.

El INDEC muestra los resultados de las encuestas de cada uno de los meses de los años 2007, 2008 y 2009. En la Ciudad de Buenos Aires, la ocupación de plazas promedio de los hoteles boutique fue de 47,53%, 49% y 39,87% respectivamente. En los hostels los resultados de ocupación fueron 47%, 40,80% y 41,68% para cada uno de los años mencionados. No se cuenta con datos sobre estas dos tipologías en particular de los años anteriores. Pero si se indica que durante los años 2004, 2005 y 2006, el total de los alojamientos para-hoteleros tuvieron un porcentaje de ocupación de 31,79%, 33,79% y 32,68% respectivamente.

Estos informes se realizan en todas las provincias del país para obtener datos que muestren el aumento o la disminución de la ocupación hotelera en cada destino y poder obtener así cifras que permitan conocer cómo se encuentra la actividad turística en Argentina.

Conclusión

Como respuesta a las necesidades de los viajeros, se fueron creando hoteles con características diferentes a la hotelería tradicional, las denominadas nuevas modalidades

de alojamiento. Estos hoteles resaltan los intereses de los huéspedes de la actualidad, aquellos que buscan salir de lo convencional y hospedarse en espacios diferentes. Estos intereses están vinculados con hábitos que fueron adquiriendo determinados sectores del mercado y que se han vuelto muy comunes en los últimos años, como ser las prácticas del feng shui y la necesidad de los jóvenes de realizar viajes con el fin de conocer otras culturas y vivir experiencias diversas con otras personas que se encuentren en su misma situación produciendo un intercambio cultural en el ámbito hotelero.

Este capítulo es importante ya que presenta cuáles son algunas de las nuevas tipologías de hoteles que se encuentran en la Ciudad de Buenos Aires, mencionando sus principales características. Esto le permite al lector tener una breve idea del espectro total de las nuevas modalidades para poder entender de qué se habla cuando se menciona una u otra modalidad y luego poder adentrarse en lo que respecta a hoteles boutique.

Capítulo 6 – Análisis de los datos

A lo largo de este trabajo se han presentado los diferentes estilos de hoteles que se encuentran en la Ciudad de Buenos Aires, desde los hoteles tradicionales categorizados

según al Ley 18.828 Decreto 1818/76 hasta las nuevas modalidades de alojamiento que rompen con el convencionalismo de las estructuras hoteleras donde se refleja la influencia de la *belle époque* y los enormes edificios de hoteles pertenecientes a cadenas internacionales.

Además, se han dado a conocer las principales tendencias que tuvieron lugar en la hotelería en los últimos años y los acontecimientos a nivel mundial que trajeron consecuencias en la industria turística generando no sólo un cambio en la forma de comercializar la actividad sino modificando el comportamiento de los usuarios.

Ahora bien todo esto no hubiera influido en la ciudad si no se hubieran producido determinados cambios en la economía del país que impulsaron el turismo receptivo en nuestro país. La Ciudad de Buenos Aires se convirtió en un destino muy elegido por los turistas al momento de viajar, no sólo porque se vieron favorecidos económicamente sino por el valor histórico y cultural que encierra la ciudad.

Aprovechando esta situación, se comenzaron a crear hoteles que pudieran satisfacer las necesidades de estos nuevos turistas que llegaban al país. El turismo se encontró con perfiles de turistas que hasta ese entonces no visitaban la ciudad, como ser grupos de estudiantes que llegaban con la intención de recorrer el país y pasar largas estadías en la ciudad, o personas interesadas únicamente en el turismo aventura. Desde entonces la Ciudad de Buenos Aires recibe personas expertas en materia de viajes y hoteles, turistas conocedores de destinos alrededor del mundo que buscan lugares distintos donde hospedarse y vivir experiencias diferentes.

Como ya se ha mencionado en el capítulo anterior, los hoteles boutique son una de las modalidades de alojamiento que surgieron en los últimos años en la ciudad y que crecieron inmensurablemente de manera rápida, pero son pocas las personas que no están vinculadas con la industria las que realmente conocen de qué se trata esta nueva

modalidad. Sucede también que aquellos que se desempeñan en el área de la hotelería no poseen un conocimiento muy amplio acerca de esta modalidad ni las razones por las cuales los hoteles boutique son hoy en día uno de los estilos de hoteles que prefiere un cierto tipo de público. A veces al mencionar hoteles boutique las personas piensan que son simplemente hoteles más chicos que los convencionales, o que sus características son las mismas sólo que sus tarifas son más caras. Pero la realidad es que esto no es así, sino que existe una razón por la cual estos hoteles son elegidos por un segmento del mercado actual y puertas adentro no sucede lo mismo que en un hotel tradicional.

Para conocer cuáles son las diferencias que existen entre los hoteles boutique y los hoteles tradicionales se tomaron hoteles de ambas tipologías para poder obtener información que permitiera conocer las características de cada una de estas modalidades. La información se obtendría a través de la observación y la entrevista, pero debido a cuestiones vinculadas al universo de estudio, se debió proceder a la obtención de información a través de una guía de preguntas de manera escrita.

6.1. Hoteles de categoría estrella y boutique

Los hoteles seleccionados pertenecen a la tipología boutique y a categorías cuatro y tres estrellas de la Ciudad de Buenos Aires.

6.1.1. Hoteles tradicionales

- Hotel Bristol Buenos Aires

Categoría: cuatro estrellas.

Ubicación: Centro, Ciudad de Buenos Aires.

Cantidad de habitaciones: 125 habitaciones.

Cantidad de salones: dos salones.

Cantidad de restaurantes y bares: un bar y un restaurante.

Espacios recreativos: Gimnasio y business center.

- Hotel Tryp Buenos Aires

Categoría: cuatro estrellas pertenecientes a la cadena hotelera española Sol Meliá.

Ubicación: Centro, Ciudad de Buenos Aires.

Cantidad de habitaciones: 60 habitaciones.

Cantidad de salones: dos salones.

Cantidad de restaurantes y bares: un resto bar.

Espacios recreativos: business center.

- Hotel Presidente

Categoría: cuatro estrellas.

Ubicación: Centro, Ciudad de Buenos Aires.

Cantidad de habitaciones: 244 habitaciones.

Cantidad de salones: siete salones.

Cantidad de restaurantes y bares: un restaurant y buffet.

Espacios recreativos: business center, gimnasio y sauna.

- Waldorf Hotel

Categoría: tres estrellas.

Ubicación: Centro, Ciudad de Buenos Aires.

Cantidad de habitaciones: 118 habitaciones.

Cantidad de salones: un salón.

Cantidad de restaurantes y bares: restaurante buffet y bar cafetería.

Espacios recreativos: -

6.1.2. Hoteles boutique

- Blue Soho

Ubicación: Palermo, Ciudad de Buenos Aires.

Cantidad de habitaciones: 11 habitaciones.

Cantidad de salones: -

Cantidad de restaurantes y bares: un restaurante buffet.

Espacios recreativos: biblioteca.

- Five Cool Rooms Buenos Aires

Ubicación: Palermo, Ciudad de Buenos Aires.

Cantidad de habitaciones: 16 habitaciones.

Cantidad de salones: -

Cantidad de restaurantes y bares: un restaurante.

Espacios recreativos: solarium, terraza con jacuzzi, gimnasio y spa.

- Home Buenos Aires

Ubicación: Palermo, Ciudad de Buenos Aires.

Cantidad de habitaciones: 18 habitaciones y 2 loft.

Cantidad de salones: -

Cantidad de restaurantes y bares: un resto-bar.

Espacios recreativos: jardín piscina y spa.

- Mansión Vitraux Boutique Hotel

Ubicación: San Telmo, Ciudad de Buenos Aires.

Cantidad de habitaciones: 12 habitaciones.

Cantidad de salones: -

Cantidad de restaurantes y bares: un restaurante bar.

Espacios recreativos: solarium, piscina, Jacuzzi, gimnasio y spa.

6.2. Análisis de las variables

6.2.1. Categorización

Los hoteles seleccionados se encuentran inscriptos en el Registro Hotelero Nacional y están categorizados en estrellas según lo indican los artículos correspondientes a la Ley Nacional de Hotelería N° 18.828.

Los hoteles tradicionales elegidos de categoría tres y cuatro estrellas cumplen con los requisitos mínimos para que un establecimiento sea homologado en dicha clase. Con respecto al número de habitaciones, cuentan con más de 50.

No sucede lo mismo con los hoteles boutique. Esta tipología no está contemplada en ley mencionada anteriormente y por lo tanto estos hoteles son registrados bajo una categoría de estrellas pero comercializados de manera diferente, es decir como hotel boutique. Algunos de ellos son incluso promocionados como hotel boutique de categoría cinco estrellas y dicha denominación es errónea ya que no cuentan con la cantidad de habitaciones que deben poseer para ser considerados cinco estrellas, entre otras condiciones.

Otros hoteles incluso no llegan a la cantidad mínima de habitaciones requerida para ser inscriptos como un hotel, como sucede en este caso con Five Cool Rooms. Este es el principal problema que surge con la normativa vigente en cuanto a la categorización hotelera. Además, los hoteles boutique de diez habitaciones no ofrecen lo mismo que otros hoteles con la misma cantidad de habitaciones. La estructura y decoración no son los mismos como tampoco lo son el servicio y las tarifas. El precio que el huésped debe abonar por noche en algunos hoteles boutique es equivalente al de un hotel de categoría 5 estrellas. Pero para que el usuario pueda conocer cómo es la calidad del servicio que ofrecen este tipo de hoteles se crearon clubes de calidad que le otorgan a los hoteles boutique un certificado de calidad que los pone a nivel de un hotel 5 estrellas en cuanto a su servicio y no en cuanto a las dimensiones y características de la propiedad.

El primer Club de Calidad de hoteles boutique que se creó en Argentina es TheBBH. Los hoteles deben cumplir con determinados requisitos para poder ser miembro de este club y poder así ser promocionados en todo el mundo como parte de dicho club de calidad. Estos requisitos tienen que ver con el servicio que se ofrece al huésped y la manera en que se ofrece, es decir con la calidad del servicio. Por lo tanto no se está considerando las características del espacio en cuanto a su tamaño sino el ambiente de los mismos, y tampoco la cantidad de instalaciones sino el tratamiento que se brinda al huésped dentro del hotel.

Este club está pensado idealmente para el huésped, cualquier viajero que desee buscar un lugar donde hospedarse en el que el servicio sea óptimo y pueda sentirse como en su casa, puede acudir a este club que le proporcionará información sobre los hoteles boutique más selectos.

El Mansión Vitraux boutique hotel es miembro de este club llamado TheBBH. Se puede decir entonces que es esto lo que lo diferencia de otros hoteles de su misma categoría de estrellas. Para poder pertenecer a este club el hotel debe cumplir con un servicio denominado servicio *boutiquier* el cual está definido por unas determinadas variables que son servicio, gastronomía, infraestructura, tecnología, diseño y recursos humanos. Dependiendo del nivel de refinamiento, calidad y adecuación a las necesidades y gustos de los huéspedes que presenten estas variables es que se le asignará la categoría de *magnificent*, *refined* o *classic*. Para poder tener alguna de estas tres categorías, el hotel debe cumplir con el mínimo de un 85% de los estándares del club.

La existencia de estos clubes demuestran el interés por establecer una jerarquía entre los hoteles boutique, es decir, establecer un orden que le permita a los clientes saber de qué tipo de hotel se está hablando y qué es lo que encontrará al llegar al mismo. Le permite poder elegir entre varios hoteles boutique cual cuenta con las características que más se acomodan a sus preferencias y deseos. Además, esto deja evidenciado la necesidad de

modificar la normativa establecida por el país y las provincias en cuanto a la categorización hotelera, la cual no contempla esta nueva tipología.

6.2.2. Ubicación y estructura

Estas dos tipologías hoteleras presentan características sumamente diferentes en los espacios físicos del establecimiento. Su arquitectura y su decoración son diferentes pero también lo son lugares donde se encuentran emplazados.

La zona céntrica de la ciudad alberga a la gran mayoría de los hoteles tradicionales. Esto no es mera coincidencia sino que es una de las diferencias que existe con los hoteles boutique y es de gran influencia en el público objetivo de cada una de las tipologías. En el centro de la ciudad se hayan concentrados la mayor cantidad de atractivos turísticos y al estar allí los hoteles permite a los huéspedes poder circular con facilidad por una ciudad que posiblemente nunca hayan visitado o quizás no conozcan del todo. Los entrevistados lo indican como un lugar estratégico para ubicarse ya que los turistas tendrán a su alcance todo lo que necesiten sin tener que movilizarse mucho.

Las personas a cargo de los hoteles boutique indican por el contrario que el centro de la ciudad es un área donde su hotel no podría funcionar ya que la personas que lo eligen lo hacen por distintos motivos entre los cuales se encuentra la preferencia por determinadas zonas de la Ciudad de Buenos Aires. Esto está de cierta manera relacionado con el desarrollo de la ciudad que se produjo en el último tiempo. Barrios como Palermo, Belgrano, la zona denominada Las Cañitas son ahora sectores que reflejan este desarrollo. A su vez sostienen que los barrios de moda y zonas seguras son el lugar óptimo para el emplazamiento de estos hoteles debido al comportamiento del huésped meta y debido al objetivo primordial del hotel. Estos hoteles ubicados en zonas céntricas no permitirían lograr el ambiente de exclusividad e intimidad que quieren ofrecer al turista.

Mediante la observación de los diferentes hoteles y el contacto con los ambientes que forman parte de los mismos se puede decir que la estructura edilicia de ambas tipologías es distinta, sus diferencias están a simple vista. Los hoteles tradicionales comprenden edificios de estructura clásica semejantes al resto de los edificios más antiguos de la ciudad o en otros casos edificios que no presentan ninguna particularidad. En los hoteles boutique los ambientes guardan semejanza con las casas o departamentos modernos, en la mayoría predomina el diseño y lo moderno. Los ambientes son relajados e incorporan elementos de decoración innovadores y tecnológicos. En su mayoría buscan jugar con las formas para lograr generar una sensación diversa.

Sin importar el tamaño del establecimiento, la intimidad que se genera en los hoteles boutique se puede notar inmediatamente al ingresar a los mismos, de esta manera al ingresar el huésped puede sentir la tranquilidad del ambiente y alejarse del ruido de la ciudad. Los hoteles tradicionales en cambio no generan del todo aquella sensación ya que en su mayoría cuentan con una cantidad mayor de habitaciones y por lo tanto el número de personas que estarán ya sea en el lobby del hotel o en alguna de las áreas públicas es mayor.

Se debe destacar además que el estilo del hotel está vinculado con el barrio donde se ubica. Los establecimientos relevados que se encuentran en el barrio de Palermo son grandes casas que han sido recicladas y se puede dar cuenta debido a la distribución de los ambientes, y algunos cuentan también con un pequeño patio o con una terraza al igual en las casas del barrio. El hotel Blue Soho no aparenta ser un hotel sino una casa y de hecho uno podría pasar por delante sin darse cuenta que allí hay un hotel si no supiera la dirección de antemano. Además, uno no puede ingresar libremente como lo hace en un hotel tradicional sino que debe tocar el timbre para ser atendido por el recepcionista, el cual menciona que justamente de eso se trata, de que el huésped sienta que es una casa, su casa. Lo mismo sucede en cada uno de los ambientes de los

hoteles, al ingresar uno siente que esté en un hotel sino en un hogar y que es dueño del mismo y puede sentarse a tomar algo en el bar o descansar y leer un libro en la recepción.

6.2.3. Servicio

A través de la observación y entrevista a los diferentes hoteles se puede distinguir que una de las diferencias más importantes entre los hoteles tradicionales y los hoteles boutique está dada por el servicio que ofrecen.

Al decir servicio en este caso no se habla particularmente de las actividades que se pueden realizar en el hotel ni los espacios que ofrece para recrearse sino que se hace referencia a la manera en la que se brinda el servicio. Como explicó la profesora de la Universidad de Palermo Cecilia Gora en una clase de Imagen y Ambientación I (2009), en la hotelería el 40% es estructura mientras que el 60% es servicio, es decir, es una industria de servicio y por lo tanto es el factor de mayor importancia. Un hotel puede tener unas instalaciones muy lujosas o muy completas, con habitaciones muy bien decoradas y agradables para el huésped, pero si el servicio no es bueno, lo más posible es que el huésped no quede conforme con el hotel y por lo tanto no decida regresar y no lo recomiende. En este caso posiblemente el hotel no trascienda y quede en el olvido al poco tiempo.

Ahora bien, como se ha explicado a lo largo de este trabajo, existen hoteles tradicionales y hoteles de otras tipologías, pero ambos estilos no dejan de ser hoteles y como tal ofrecen un servicio el cual debe tener una calidad suficiente como para cumplir con las expectativas de los huéspedes. Pero entendiendo esto uno se pregunta por qué es que la mayoría de las personas suele pensar que los hoteles boutique ofrecen un servicio de mejor calidad, dato que se obtiene de la charla cotidiana con el público. La respuesta obtenida a través de la indagación y observación en estos hoteles indica que no se puede

hablar de un servicio mejor o peor pero sí de una intención distinta a la hora de ofrecer el servicio, y como consecuencia de esto, el resultado es diferente.

La mayoría de los hoteles buscan lograr que el huésped se sienta como en su casa, atendido y cómodo. Pero claramente resulta difícil que una persona se sienta como en su casa cuando está rodeada de muchísimas otras personas en su misma situación. Eso no quita que la atención vaya a ser buena y que se cumplirá con todos sus pedidos y se lo ayudará cuando lo solicite, porque como bien se dijo anteriormente, esto es lo que implica el servicio hotelero. Pero los hoteles boutique buscan ir más allá de eso, allí no sólo se trata que el huésped sepa que recibirá toda la atención sino que también sienta la comodidad que siente en su casa y que el personal del hotel no es un grupo de empleados cumpliendo con su trabajo sino que durante su estadía serán parte de su familia, siempre respetando la intimidad del huésped.

Este servicio se ofrece desde el momento en que la persona ingresa al hotel. En la hotelería tradicional los ambientes son más estructurados y las tareas se llevan a cabo con una formalidad determinada, existen procedimientos y sistemas específicos mientras que en los hoteles boutique se destaca lo desestructurado del servicio. Pero no debe malinterpretarse, eso no significa que el personal sea irrespetuoso, desorganizado o poco cordial, sino que de esa manera permite lograr la sensación de calidez y familiaridad al huésped.

Desde el momento que la persona ingresa al hotel para hacer el check in, recibe este trato que lo hace sentir cómodo. Al ser espacios con ambientes chicos y pocas habitaciones, la cantidad de huéspedes es relativamente poca y esto permite que todos se conozcan entre ellos y también sean conocidos por el personal. Esto puede suceder en cualquier estilo de hotel más allá de su tipología, ya que en todos se conoce quiénes son sus huéspedes y quiénes entran y salen del hotel, por ser además una cuestión de seguridad. Pero en los hoteles boutique se busca entablar una relación de confianza con

el huésped, saludándolo por su nombre y logrando que se sienta parte de la familia del hotel, especial y protegido.

Una palabra que podría definir el servicio que ofrecen los hoteles boutique es el servicio personalizado, aunque esto daría a pensar que los hoteles de categoría estrellas no ofrecen un servicio semejante para sus huéspedes. Pero como ya se ha mencionado anteriormente, la intención no es la misma, en los hoteles boutique el personal del hotel tiene claro que deben anticiparse a las necesidades del huésped brindándoles lo que necesitan antes que estos lo soliciten.

6.2.4. Personal de servicio

La persona encargada del área de recursos humanos del hotel o perteneciente a otra área que desarrolle dichas tareas en el caso de hoteles más pequeños, es la encargada de seleccionar al personal del hotel. Luego del proceso de reclutamiento deberá seleccionar a aquellos que tengan las competencias que se necesitan para ocupar el puesto de trabajo. Es decir, se debe buscar personas idóneas. Se buscan cualidades diversas dependiendo el puesto de trabajo y esto varía dependiendo de la tipología hotelera. Tanto en los hoteles tradicionales como en los hoteles boutique las cualidades que se busca tenga un miembro del hotel son las siguientes:

- Buen trato
- Cordial
- Amable
- Educado
- Proactivo
- Multilingüe
- Buena presencia
- Rápido en la resolución de conflictos

- Actitud de servicio
- Habilidades de comunicación
- Aptitud para tratar con clientes internos

En ambos casos se destaca como fundamental el buen trato con los huéspedes y la rápida resolución de conflictos. La hotelería es un servicio y como tal debe ofrecerse de la mejor manera ya que la calidad de los mismos no está dada solo por el resultado obtenido en cuanto a lo tangible que se pueda obtener sino que en ella influyen una serie de factores como ser la persona que lo brinda, sus cualidades y la manera en que lo brinda. Es decir que la calificación de la calidad del servicio por parte del huésped estará determinada a partir del resultado obtenido mediante la interacción que se produce con el personal de contacto.

Existe una importante diferencia entre los hoteles tradicionales y los hoteles boutique en cuanto a las tareas que deben realizar los miembros del personal y esto debe ser destacado ya que implica que se busquen cualidades diferentes del comportamiento de cada uno de ellos. Los hoteles de categoría estrellas se encuentran varias divisiones departamentales y cada uno de ellos cuenta con un gerente, jefes, supervisores y distintos puestos de trabajo. Pero la cantidad de departamentos que tienen los hoteles varía dependiendo del tamaño del mismo. En los hoteles de categoría cuatro estrellas se reducen los departamentos unificando áreas de trabajo y lo mismo sucede en los hoteles tres estrellas donde la unificaciones aún mayor.

Pero esta departamentalización hace que el personal de cada uno de ellos cumpla con funciones específicas y estandarizadas. En el hotel de tres estrellas el recepcionista realiza funciones de conserjería ya que no existe la misma como área separada mientras que en los hoteles cuatro estrellas no. Es este el motivo que hace que en los hoteles boutique se busquen en los empleados cuenten con características y habilidades

específicas que les permitan cumplir con las funciones que requiere un puesto en dichos hoteles como ser las siguientes:

- Capacidad para realizar varias tareas simultáneamente
- Poseer un amplio conocimiento del lugar donde se encuentra emplazado el hotel.

En los hoteles boutique una misma persona debe realizar varias tareas al mismo tiempo lo cual a veces resulta complicado y por lo tanto deben contar con cualidades que les permitan asumir las responsabilidades que implica encarar dichas tareas. En algunos de los hoteles relevados la única persona que se encuentra en la recepción es la misma que abre la puerta a los huéspedes y quien atiende las quejas o solicitudes de cada uno de ellos cumpliendo la función de recepcionista, conserje y *doorman*. No todas las personas pueden cumplir con esta responsabilidad ya que no es fácil realizar check in, atender el teléfono y escuchar al huésped al mismo tiempo, y es por esto que el personal de los hoteles boutique debe tener la capacidad para lograrlo, de lo contrario no podrá desempeñarse de manera eficiente en su trabajo y a su vez disminuirá la calidad del servicio que se ofrece. Los hoteles tradicionales en cambio tienen las tareas más especificadas y estructuradas,

Otra característica que destacan los miembros del personal de los hoteles boutique es la necesidad fundamental de conocer con la mayor exactitud posible el lugar donde se encuentra el hotel, el barrio y la ciudad. Deben contar con la mayor cantidad de información para poder orientar al huésped en su estadía, y para poder hacer recomendaciones acerca de lugares donde comer y lugares de entretenimiento como teatros, cines, discotecas y centros comerciales además de los principales atractivos turísticos de la ciudad y aportar la información que pueda ayudar al huésped a pasar un grato momento en la ciudad. Pero lo más importante sea quizás la capacidad de observación que puedan tener en cuanto al huésped. Es decir, el personal de contacto debe esforzarse por conocer al huésped y esto se logra a través de la observación del

mismo y la conversación. De esta manera conocen sus gustos y sus preferencias y al realizar recomendaciones pueden brindar información a la medida del huésped.

6.2.5. Público objetivo

Quizás esta sea una de las diferencias más importantes que existe entre ambas modalidades de alojamiento y es lo que en cierto punto determina la razón de ser la misma. Es decir, no se puede crear un emprendimiento hotelero si no se sabe a quién a qué público apuntará y estará destinado el servicio que ofrezca.

Los diferentes estilos de público se pueden notar a simple vista al ingresar al establecimiento. En los hoteles tradicionales se observa la presencia tanto de familias como de personas que se encuentran solas con sus computadoras en el lobby del hotel, lo cual da un indicio de turismo corporativo. Esto no sucede en los hoteles boutique, donde rara vez se puede ver gran cantidad de personas ambiente del hotel, por el contrario se percibe tranquilidad y la presencia de parejas jóvenes en su mayoría.

Se pudo obtener como dato de mayor importancia que el público objetivo de los hoteles tradicionales es el corporativo mientras que en los hoteles boutique este es un público joven con exigencias de servicio diferentes. Los grupos son el fuerte de los hoteles tradicionales y son captados a través de visitas programadas, los hoteles poseen contratos con empresas que realizan convenciones y participan de eventos en el país en determinados momentos del año y través de esto logran asegurarse la venta de una cierta cantidad de habitaciones con anticipación.

Debido a su ubicación estratégica les permite a los huéspedes estar cerca de los lugares donde realizarán sus actividades de negocios y regresar rápidamente al hotel. Cabe mencionar que para estas personas no son de suma importancia las instalaciones del hotel, no buscan lugares excéntricos sino que priorizan la ubicación y contar con un servicio de desayuno. Los grupos no son solo corporativos sino que algunos de esos

hoteles reciben tours provenientes en su mayoría del interior de país y llegan a través de agencias de viajes que tienen convenio con el hotel.

Sin embargo no sucede lo mismo con los hoteles boutique. Las personas que se hospedan en estos hoteles no tienen solamente intenciones de hospedarse para tener un lugar donde dormir, desayunar y luego dedicar su tiempo para recorrer la ciudad sino que piensan en el alojamiento detenidamente y buscan vivir en él una experiencia distinta que la que han obtenido durante otros viajes en los que se han hospedado en hoteles tradicionales. Es decir que para ellos la estadía en el hotel forma parte importante del viaje.

En estos hoteles el público objetivo es gente joven entre 25 y 45 años. Son personas exigentes que buscan principalmente exclusividad. No es sólo el hecho de hospedarse en un lugar distinto lo que los motiva a alojarse allí sino que buscan sentirse diferente del resto viviendo una experiencia que sólo pocas personas están viviendo. Estas personas suelen tener un alto poder adquisitivo y buscan salir de lo convencional diferenciándose del resto. A través de la observación en el lugar se puede notar que el lobby de los hoteles mayormente parejas jóvenes en su mayoría personas excéntricas.

Algo que resulta de suma importancia es la experiencia previa de estos huéspedes, razón por la cual deciden hospedarse en un hotel boutique. Su público objetivo ha realizado varios viajes anteriormente, es una persona experimentada que ya se ha hospedado en hoteles tradicionales en varias oportunidades y busca romper con la formalidad y con las multitudes y hospedarse en zonas menos céntricas y exclusivas como lo son los barrios modernos de la Ciudad de Buenos Aires donde se encuentran gran cantidad de tiendas de diseño y espacios gastronómicos innovadores. Además lo que resulta interesante es que estas personas tienen el deseo de interactuar con la comunicada local. No quieren estar visitar sólo lugares donde saben se encontrarán con más turistas sino que quieren

compartir espacios con la gente de la ciudad para conocer aspectos del lugar que posiblemente no puedan hacer de otra manera.

Como se ha dicho anteriormente, la persona que nunca se ha hospedado en un hotel tradicional difícilmente lo haga en un hotel boutique. Miembros del personal de estos hoteles coinciden en que la gran mayoría de las personas que eligen hospedarse en ellos lo hacen con el objetivo de sentirse más tranquilos y en un lugar exclusivos, con la idea de ser innovadores, mientras que otros lo hacen por curiosidad ante la palabra boutique que, en materia de hotelería, en la actualidad se encuentra en boca de muchos.

La existencia de públicos distintos hace que sea muy importante la manera en la que se comunica el servicio. Los hoteles tradicionales lo hacen a través de publicidad en revistas especializadas, guías en lugares turísticos y medios de transporte y a través de las agencias de viaje. Utilizan además centrales de reserva y Online Travel Agency Systems) (OTA) como ser Despegar, Travelocity, entre otras.

En los hoteles boutique en cambio, el público objetivo no realiza viajes a través de agencias sino que son ellos mismos quienes investigan cuales son los lugares que se acomodan a sus necesidades y sus preferencias a través de revistas y principalmente Internet valorando la opinión de otras personas que ya se hayan hospedado en el hotel. Es por esto que consideran primordial crear un sitio Web que resulte atractivo visualmente y que refleje la intención y el concepto del lugar.

6.3. Análisis del discurso

Para que los resultados obtenidos a través de la investigación sean más valiosos es muy importante lograr captar toda la información posible, siempre y cuando esta provenga de fuentes confiables y válidas. Es decir que la información que proporcionan las entrevistas a través de las respuestas a las preguntas no son lo único que se debe tener en cuenta para realizar este trabajo, sino que influye el contexto, la actitud del entrevistado y la

observación de las reacciones del mismo por parte del entrevistador, como así también del espacio donde se lleva a cabo la interacción. Al tratarse de un hotel, es decir un espacio dinámico, la observación del lugar y la interacción de los miembros del hotel y los huéspedes resulta una importante fuente de información para el análisis de las variables. En cada uno de los hoteles visitados los recepcionistas y conserjes fueron quienes se encargaron de recibir la solicitud y conocer las preguntas de la entrevista para poder así derivarlas al sector del hotel que contara con la información más precisa. En la mayoría de los hoteles, sobre todo en los tradicionales, demostraron no poder colaborar de manera inmediata ya que se encontraban ocupados debido a la cantidad de tareas que debían realizar en dicho momento.

En el caso del hotel Presidente, durante la lectura de las preguntas, el recepcionista se mostró nervioso ya que quería proporcionar la información requerida pero debía atender a los huéspedes que hacían fila para realizar el check in y al mismo tiempo ayudar a aquellos que tenía quejas o peticiones. Tanto allí como en el hotel Bristol los recepcionistas finalmente decidieron proporcionar una dirección de correo electrónico a través de la cual una persona encargada del área de recursos humanos podría ayudar con la información solicitada, dejando en claro de alguna manera que debería chequearse con otro sector del hotel antes de proporcionar algún tipo de información a nombre del mismo. No sucedió lo mismo en los hoteles boutique donde los recepcionistas se mostraban más relajados aunque tampoco allí se pudo llevar a cabo la entrevista en el momento de la visita debido a la cantidad de tareas que debían realizar los miembros del hotel en dicho momento.

En la mayoría de los casos el personal del hotel se mostró muy atento a los huéspedes que circulaban por el establecimiento preguntándoles si podría ayudarlos y en un caso acompañando a unos huéspedes hacia la vereda del hotel para indicarles cómo llegar a un determinado lugar.

En todos los hoteles se mostraron dispuestos a responder las preguntas por correo electrónico y se disculparon por no poder hacerlo personalmente ya que esto implicaba coordinar una entrevista y no podrían hacerlo con seguridad debido a la cantidad de trabajo que debían realizar; y en el caso de los hoteles boutique aclarando que sus funciones eran varias debido al tamaño del hotel.

Cabe destacar que la época del año en la que se realizaron las visitas a los hoteles con la con el objetivo de coordinar una entrevista para poder obtener información en el caso que sea posible, se corresponde con la época considerada temporada alta en la Ciudad de Buenos Aires y por lo tanto el personal del hotel se encuentra más ocupado. Esto se notaba debido al movimiento de entrada y salida de gente en los hoteles sobre todo en los tradicionales donde se podía advertir la presencia de grupos que asistían a actividades de trabajo y debían retirar sus tarjetas, y por la reacción del recepcionista quien intentaba explicar de la mejor manera posible como era su trabajo en el hotel, para justificar la razón por la cual no podría participar en una entrevista personal.

Debido a esto las entrevistas se realizaron por escrito. Se recibieron por correo electrónico las respuestas a las preguntas por parte de los miembros de diferentes áreas de los hoteles. Esta información junto a la información obtenida a través de la observación permitieron obtener los datos precisos para realizar el análisis de las variables.

Conclusión

Este capítulo es la parte más importante del trabajo ya que en él se van elaborando las conclusiones que permiten cumplir con el objetivo de la investigación. Es aquí donde se presentan los hoteles de la Ciudad de Buenos Aires que han sido investigados, hoteles tradicionales de categoría tres y cuatro estrellas y hoteles boutique. En base a los mismos se analizan sus características y el servicio que ofrece para poder obtener las diferencias que existen entre la hotelería tradicional y los hoteles boutique.

A través de este capítulo el lector podrá comprender qué es lo que ofrece esta nueva modalidad de alojamiento que no deja de crecer y cuáles son las ventajas del servicio que ofrece para lograr diferenciarse de los hoteles tradicionales cuyas propiedades tienen una misma categoría y lograr atraer a los usuarios.

Tanto los hoteles tradicionales como los hoteles boutique buscan ofrecer un servicio de calidad al huésped, pero en ambos varía la intención ofreciendo al huésped del hotel boutique una atención más personalizada en un ambiente diferente lo cual se adapta a los deseos un perfil de usuario determinado que surgió en los últimos tiempos y brindándoles además algo que muchos valoran más que cualquier otra cosa que es la exclusividad.

Se podría considerar que aunque los hoteles boutique hayan comenzado a surgir en la ciudad hace ya algunos años existen todavía dudas acerca de su concepto. Existe grupo de turistas que conoce de qué se habla al mencionar los hoteles boutique, otro grupo que lo desconoce por completo y otro que tiene una visión errónea de los mismos. Por esto es que algunos hoteles no se encuentran en la etapa de crecimiento sino que están todavía en la etapa pionera en la cual buscan dar a conocer el hotel para generar el factor curiosidad en las personas y que aquellos que nunca se hospedaron en un hotel boutique

decidan hacerlo y vivir la experiencia, y de esta manera terminar de captar al público que quizás todavía duda a la hora de elegir donde hospedarse por miedo a lo que desconoce.

Los datos obtenidos a través de las preguntas permiten demostrar como es la situación en ambas modalidades actualmente en cuanto a la forma de ofrecer el servicio y de organizarse para lograr que cumpla las expectativas del huésped y decida volver.

Conclusión

El presente trabajo de graduación es de importancia ya que refleja la situación actual de la industria hotelera en la ciudad. Aunque años atrás sólo se contaba con hoteles tradicionales con estructuras similares, hoy estos ya no están solos. La oferta de hospitalidad se ha incrementado considerablemente en el último tiempo y esto se debe a la aparición de las nuevas modalidades de alojamiento.

A través de este trabajo se puede entender de manera sencilla y clara cómo es que la industria de la hotelería fue sufriendo cambios hasta transformarse en lo que es actualmente. El recorrido por la historia de los hoteles a nivel mundial y los fenómenos que influyeron en los comportamientos de los usuarios.

El desarrollo del trabajo demuestra que la hospitalidad no es una industria estática y que así como los cambios en los intereses de los usuarios dieron lugar a diferentes tendencias que influyeron en la evolución de la hotelería desde la antigüedad hasta la actualidad, esto podría seguir cambiando y transformándose con el tiempo. Por lo tanto, resulta interesante saber cómo es el servicio que ofrecen los nuevos hoteles con respecto a la hotelería tradicional para satisfacer al cliente.

Se puede afirmar que hablar de hoteles tradicionales y de hoteles boutique es hablar de hoteles mejores o peores como hasta el momento suelen confundir algunos viajeros sino que son dos conceptos distintos en cuanto a la hotelería y esto queda evidenciado a través de los datos obtenidos. Tampoco puede hablarse de competencia, ya que por más que ambas modalidades persigan el mismo objetivo de vender noches de hotel, es decir un objetivo económico, el público al cual están dirigidos no son los mismos y las intenciones con las cuales se brinda el servicio al huésped tampoco lo son. Es aquí donde se produce la mayor diferencia entre ambas modalidades aunque a veces sea más fácil mirar las distinciones en cuanto a su estructura y su decoración. El diseño que

encierran los hoteles boutique o su innovación y originalidad en cuando a lo decorativo pueden ser un rasgo característico de los mismos pero no tendría sentido por si sólo si no se persiguiera un objetivo más profundo que lograra captar realmente lo que el hotelero busca.

Como todo servicio uno de los elementos principales de la hotelería es el cliente mismo, en este caso el huésped. Se ha demostrado a lo largo de este trabajo que se produjeron determinados fenómenos que trajeron consecuencias que influyeron en el comportamiento de las sociedades, dando lugar a nuevas formas de pensar, distintas formas de actuar que con el tiempo generaron un nuevo perfil de usuario que estaba esperando obtener una respuesta a sus necesidades. La industria hotelera logra captarlo brindarle este usuario un lugar que cumpliera que le aportara lo que el mismo está buscando para su estadía en la ciudad.

Por lo tanto, no se trata de una modalidad mejor que otra sino de conceptos orientados a un público distinto. En este trabajo se plantean estas dos modalidades confrontándolas desde sus raíces hasta la actualidad para que aquellos que se desempeñan en el área del turismo y la hotelería o deseen hacerlo puedan conocer las características de uno y otro entendiendo que todas las personas susceptibles de realizar viajes deben tener un lugar donde hospedarse, y que la mejor opción es crear un lugar a medida de cada usuario para que estos decidan volver a hacerlo. El hotelero debe dejar de lado sus propias preferencias en cuanto al alojamiento y pensar en función del total del público que realiza actividades turísticas, lo cual le permitirá además obtener un negocio más beneficioso.

Queda evidenciado también que la industria se encuentra en constante crecimiento al igual que la industria turística y que así como actualmente se busca satisfacer a un determinado perfil de usuario a través de estos nuevos hoteles, existe siempre la posibilidad de que futuros acontecimientos vayan modificando las conductas de las

personas dando lugar a nuevas preferencias, intereses y exigencias. Es por esto que el hotelero debe estar atento al cambio para actuar a tiempo y captar las oportunidades para crear proyectos que además de proporcionarle un beneficio económico, contribuyan con la industria de la hospitalidad.

Lista de referencias

Blue Soho Hotel. Disponible en: <http://www.hotelbluesoho.com/>

Five Cool Rooms. Disponible en: <http://fivehotelbuenosaires.com/>

Foster, Dennis L. (1994). *Introducción a la industria de la hospitalidad*. México: McGraw-Hill.

Friedlander, Ludwig (1960). *Roman Life and Manners Under the Early Empire*. Ayer Co Pub. Citado en: Norval, A.J. (1936) *La industria turística*. Londres: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.

Gallego, Jesús Felipe (2002). *Gestión de Hoteles: Una nueva visión*. España: Parafino.

Gambier, Marina (2009, 8 de abril). Hoteles boutique: el ayer, hoy. *La Nación*. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1115106. Recuperado el 10/04/10

Home Buenos Aires. <http://www.homebuenosaires.com/>

Hotel Bristol Buenos Aires. Disponible en: <http://www.hotelbristol.com.ar/>

Hotel Presidente. Disponible en: <http://www.hotelpresidente.com.ar/>

Mansión Vitraux Boutique Hotel. Disponible en : <http://www.mansionvitraux.com/>

Mariano Segura. Citado en: *Modernidad hotelera*. Disponible en: <http://www.mensajeroweb.com.ar/index.php?x=nota/45393/1/modernidad-hotelera>. Recuperado el 8/04/10

Norval, A.J. (1936) *La industria turística*. Londres: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.

Organización Mundial del Turismo (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.

Puij, Adela (2006). *Los nuevos negocios turísticos*. Buenos Aires: Valletta Ediciones.

Real Academia Española. Disponible en: <http://www.rae.com.ar/>

Rostovtzeff, Michael. Citado en: Norval, A.J. (1936) *La industria turística*. Londres: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.

Santagati, Adriana (2006, 31 de enero). Los hoteles de diseño son la nueva tendencia turística de la Ciudad. *Clarín*. Disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/2006/01/31/laciudad/h-03415.htm>. Recuperado el 1/11/10.

Secretaría de Turismo de la Nación (2008). *Nuevas Modalidades de Alojamiento*. Buenos Aires. Disponible en: http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2009/06/nuevas-modalidades-de-alojamiento.pdf. Recuperado el 7/04/10

Tryp Buenos Aires. Disponible en: <http://es.solmelia.com/hoteles/argentina/buenos-aires/tryp-buenos-aires/home.htm>

Waldorf Hotel. Disponible en: <http://www.waldorf-hotel.com.ar/castellano/>

Wallingre y Toyos (1998). Citado en: 2º Congreso de Ciencias Aplicadas al Turismo (2007). *Problemática de la Oferta Turística en la Clasificación y Categorización de Alojamientos Turísticos en Argentina*. [Presentación de Power Point]

Wallingre, Noemí y Toyos, Mónica (2010). *Diccionario de Turismo, Hotelería y Transportes*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.

Bibliografía

Belson, Ken (2005, 21 de noviembre). Ya existen hoteles que “recuerdan” las preferencias de sus huéspedes. *La Nación*. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=758168. Recuperado el 17/04/10

Biblioteca de Consulta Encarta 2005

Blue Soho Hotel. Disponible en: <http://www.hotelbluesoho.com/>

Cerra Culebras, Javier (1993). *Gestión de producción de alojamientos y restauración*. Madrid: Síntesis.

Crece el movimiento de los que eligen “vivir lento” para estar mejor. (2006, 30 de enero). *Clarín*. Disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/2006/01/30/sociedad/s-02601.htm>. Recuperado el: 1/11/10.

Different types of hotels. Disponible en: <http://ezinearticles.com/?Different-Types-of-Hotels&id=2519245>. Recuperado el 16/4/10

Five Cool Rooms. Disponible en: <http://fivehotelbuenosaires.com/>

Foster, Dennis L. (1994). *Introducción a la industria de la hospitalidad*. México: McGraw-Hill.

Friedlander, Ludwig (1960). *Roman Life and Manners Under the Early Empire*. Ayer Co Pub. Citado en: Norval, A.J. (1936) *La industria turística*. Londres: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.

Gallego, Jesús Felipe (2002). *Gestión de Hoteles: Una nueva visión*. España: Parafino.

Gambier, Marina (2009, 8 de abril). Hoteles boutique: el ayer, hoy. *La Nación*. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1115106. Recuperado el 10/04/10

Home Buenos Aires. <http://www.homebuenosaires.com/>

Hotel Bristol Buenos Aires. Disponible en: <http://www.hotelbristol.com.ar/>

Hotel Presidente. Disponible en: <http://www.hotelpresidente.com.ar/>

Iacono, Alfonso Q. (1992). *L'albergo Moderno* (2ª ed.). Torino: Paravia.

Mansión Vitraux Boutique Hotel. Disponible en : <http://www.mansionvitraux.com/>

Mariano Segura. Citado en: *Modernidad hotelera*. Disponible en: <http://www.mensajeroweb.com.ar/index.php?x=nota/45393/1/modernidad-hotelera>. Recuperado el 8/04/10

Modernidad hotelera. Disponible en: <http://www.mensajeroweb.com.ar/index.php?x=nota/45393/1/modernidad-hotelera>. Recuperado el 8/04/10

Murciego, Leandro (2009, 1 de junio). Hoteles Boutique. *La Nación*. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1134043. Recuperado el 8/04/10

Norval, A.J. (1936) *La industria turística*. Londres: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.

Organización Mundial del Turismo (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT.

Paniego, Gustavo. *Hotelería no tradicional*. Disponible en: <http://www.gerenciadehoteles.com/2007080550/articulos/inversion-y-desarrollo/hoteleria-no-tradicional.html>. Recuperado el 27/6/10

Pantano, Eduardo (2007). *Turismo: Un enfoque económico & otras cuestiones*. Buenos Aires: Ladevi Ediciones.

Puij, Adela (2006). *Los nuevos negocios turísticos*. Buenos Aires: Valletta Ediciones.

Real Academia Española. Disponible en: <http://www.rae.com.ar/>

Reina, Laura (2009, 28 de junio) La cocina molecular llegó a la ciudad. *La Nación*. Disponible en: http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1144530. Recuperado el: 1/11/10

Rostovtzeff, Michael. Citado en: Norval, A.J. (1936) *La industria turística*. Londres: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd.

Sánchez, Gonzalo (2010, 10 de octubre) El auge de las tribus alimentarias está cambiando el auge de comer. *Clarín*. Disponible en: http://www.clarin.com/sociedad/salud/titulo_0_350965077.html. Recuperado el: 1/10/11

Santagati, Adriana (2006, 31 de enero). Los hoteles de diseño son la nueva tendencia turística de la Ciudad. *Clarín*. Disponible en: <http://edant.clarin.com/diario/2006/01/31/laciudad/h-03415.htm>. Recuperado el 1/11/10.

Schlüter, Regina (2003) *El Turismo en la Argentina, del campo al balneario*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.

Secretaría de Turismo de la Nación (2008). *Nuevas Modalidades de Alojamiento*. Buenos Aires. Disponible en: http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2009/06/nuevas-modalidades-de-alojamiento.pdf. Recuperado el 7/04/10

Tenencias gastronómicas de vanguardia. *Life & Style*. Disponible en: <http://style.shockvisual.net/?p=10>. Recuperado el: 1/11/10

The hotel boutique. Locum Destination Review. Disponible en: <http://www.locumconsulting.com/pdf/LDR7BoutiqueHotels.pdf>. Recuperado el 16/4/10

Toyos, Mónica y Massafra, Mercedes (2009) *Cómo escribir una Tesis en Turismo*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.

Trends in hospitality. Disponible en: http://www.ellerbebecket.com/uploads/Hospitality_trends33.pdf. Recuperado el 16/4/10

Tryp Buenos Aires. Disponible en: <http://es.solmelia.com/hoteles/argentina/buenos-aires/tryp-buenos-aires/home.htm>

Waldorf Hotel. Disponible en: <http://www.waldorf-hotel.com.ar/castellano/>

Wallingre y Toyos (1998). Citado en: 2º Congreso de Ciencias Aplicadas al Turismo (2007). *Problemática de la Oferta Turística en la Clasificación y Categorización de Alojamientos Turísticos en Argentina*. [Presentación de Power Point]

Wallingre, Noemí y Toyos, Mónica (2010). *Diccionario de Turismo, Hotelería y Transportes*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.

Wilensky, Alberto L. (2006) *Marketing Estratégico*. Buenos Aires: Temas.