

Universidad de Belgrano



Facultad de Ciencias Económicas

Trabajo Final de Carrera

San Nicolás de los Arroyos, ocupación hotelera 2017 - 2023.

**Eventos locales y perfiles de visitantes.**

Alumno: Luca Andrea Fagotti

Carrera: Licenciatura en Hotelería

ID: 000-16-7924

E-mail: [luca.fagotti@comunidad.ub.edu.ar](mailto:luca.fagotti@comunidad.ub.edu.ar)

Turno: Mañana

Tutor: Prof. Jorge Fernández Belda

**Agradecimientos:**

*A los establecimientos hoteleros de San Nicolás y sus responsables, sin ellos no se podría haber llevado a cabo este trabajo.*

*A las/los docentes de la licenciatura en hotelería por su guía durante la carrera.*

*A Roxana Ramos del Hotel Plaza, sin la información brindada por ella, este trabajo carecería de datos cuantitativos.*

*A Esteban Gerrard y la secretaria de turismo por brindar información clave de la agenda turística de la ciudad.*

*A Melina de la Cámara Hotelera/Gastronómica.*

*A mi tutor Jorge por su acompañamiento.*

*A cada hotel encuestado, por la buena predisposición e información generosamente brindada.*

*A mi familia por su apoyo y por demostrarme el amor que le tienen a esta profesión que siguen ejerciendo.*

## **Resumen**

Este trabajo aborda la tarea de construir un primer cuadro de situación del turismo en San Nicolás de los Arroyos desde la perspectiva de las tasas de ocupación hotelera desde 2017 a 2023. Con ese propósito se utilizan los datos de los hoteles Plaza San Nicolás y Yaguarón y se complementa esta información con los resultados de una encuesta aplicada a 15 establecimientos hoteleros y uno parahotelero. A partir de estos datos se analizan las variaciones en las tasas de ocupación y la estacionalidad en relación con el impacto de las acciones de gobierno, que durante este mismo periodo intentaron promover el turismo. Las conclusiones muestran que, a pesar de la casi generalizada baja en la tasa de ocupación que podría explicarse por factores económicos, algunas de las acciones emprendidas han tenido un impacto positivo atrayendo nuevos perfiles de visitantes a esta localidad.

1. Título y subtítulo.....	6
2. Indagaciones preliminares.....	6
3. Problema de investigación.....	8
3.1 - Descripción del recorte del objeto de estudio.....	10
3.1.1 - La ciudad de San Nicolás de los Arroyos.....	10
3.1.2 - Acciones de Gobierno respecto del turismo.....	12
3.1.3 - Los Hoteles.....	24
3.1.3.1 - Hotel Plaza San Nicolás.....	25
3.1.3.2 - Hotel Yaguarón.....	25
3.1.3.3 - Hoteles Encuestados.....	26
3.2. - Situación problemática.....	26
4. Objetivos de investigación.....	27
4.1 - Objetivo general.....	27
4.2 - Objetivos específicos.....	28
5. Marco teórico.....	29
6. Diseño metodológico.....	40
6.1 - Perspectiva metodológica.....	40
6.2 - Tipo de investigación.....	40
6.3 - Universo y muestra.....	41
6.4 - Variables y operacionalización (o dimensionalización).....	42
6.5 - Técnicas de recolección de datos.....	45
6.6 - Técnicas de análisis de datos.....	45
6.6.1 - En cuanto a la ocupación.....	45
6.6.1.1 - Hotel Plaza San Nicolás.....	46
6.6.1.2 - Hotel Yaguarón.....	53
6.6.1.3 - Encuesta Otros establecimientos.....	59
7 - Análisis conjunto de resultados.....	70
8 - Conclusiones.....	73
Consideraciones Finales.....	73
Referencias bibliográficas.....	75
Anexo 1.....	80
Anexo 2.....	80

Anexo 3 Encuesta Hoteles Formato.....	81
Anexo 4 Imágenes encuesta tabulada.....	85

## 1. Título y subtítulo

San Nicolás de los Arroyos, ocupación hotelera 2017 - 2023.

Eventos locales y perfiles de visitantes.

## 2. Indagaciones preliminares

El presente trabajo explora el turismo en San Nicolás de los Arroyos desde la perspectiva de la hotelería. Una de las motivaciones que impulsa esta investigación resulta ser la carencia de datos respecto de la ocupación hotelera en esta localidad así como del impacto de los eventos organizados por la municipalidad para desarrollar el turismo.

En base a lo investigado es posible señalar que no existe ningún abordaje formal expresado en estadísticas u otro tipo de dato que permita efectuar un análisis del turismo receptivo. Por lo tanto resulta imposible realizar comparaciones sobre la cantidad de visitantes presentes en la ciudad o la ocupación hotelera de la misma en distintas épocas del año. Así como tampoco es posible obtener datos sobre su evolución que permitan catalogar como exitoso o fracasado el esfuerzo realizado por el municipio por atraer turismo a la ciudad.

El único dato encontrado lo constituyen las referencias de la Cámara de Hoteleros y Gastronómicos de San Nicolás y zona de influencia que realizan relevos de ocupación hotelera los fines de semana largos y que, a modo de ejemplo, queda reflejada en una publicación semanal en un diario local<sup>1</sup>.

En la búsqueda de antecedentes para el presente trabajo se hallaron publicaciones referidas mayormente al fenómeno religioso de la Virgen de San Nicolás. Se destaca, en este sentido, el trabajo sobre la modificación del perfil de visitante a través del tiempo realizado por Flores (2011) quien se ocupa de la evolución y transformaciones de la ciudad respecto del tema religioso, la diferenciación de visitantes entre los peregrinos y los turistas, y los actores sociales involucrados en la actividad turística de la ciudad. En su abordaje, este autor, ofrece una estadística de plazas hoteleras y brinda un panorama general sobre la oferta hotelera del momento. En su escrito el autor menciona que según el EMPTSN<sup>2</sup> Se encuentran en la ciudad

---

<sup>1</sup>

<https://www.diarioelnorte.com.ar/la-ocupacion-hotelera-en-san-nicolas-supera-el-70-por-ciento-entre-viernes-y-sabado/>

<sup>2</sup> Ente Mixto de Promoción Turística de San Nicolás

18 hoteles que disponen de 1174 plazas. Dado que el objetivo de su investigación apunta al turismo religioso, el autor menciona que hasta ese momento más del 80% de los visitantes religiosos no pernoctaban en la ciudad, según datos obtenidos de la Secretaría de Turismo de la ciudad.

Otros antecedentes y publicaciones más recientes sobre la situación de San Nicolás y sus perspectivas de desarrollo turístico hacen referencia al grupo G2030. Este ente fue formado en 2018 con el objetivo de (Rocha et al, 2018), “trabajar para definir e impulsar la implementación del plan de ciudad 2030”. En el momento de su conformación el grupo estaba liderado por el ex intendente y miembros del sector público y privado que se eligieron por “su perfil emprendedor, con capacidad de toma de decisión y, por sobre todo, por ser personas públicamente reconocidas por sus valores y compromiso con la ciudad”. Más allá de la conformación del grupo no se encuentra información que esta entidad haya recabado respecto del turismo en San Nicolás como base para realizar propuestas.

También se encuentran algunos datos sobre el funcionamiento del turismo en San Nicolás en la investigación de Quadrini (2022) que analiza el nivel de profesionalización de las empresas familiares de los sectores hoteleros y gastronómicos. Pero estos datos sólo se refieren a las empresas familiares y la formación académica de sus protagonistas.

Otro aporte, que provee algunos datos turísticos actualizados sobre la ciudad, es el trabajo presentado en la Feria Internacional de Turismo por el director de turismo de la ciudad; (Gerrard, 2022) en el que se señalan los desafíos por delante que tiene la municipalidad para el turismo y se detallan algunos de los objetivos logrados.

Si bien el estudio de la bibliografía relevada excede el objeto de la presente investigación, resultan aportes que ayudan a comprender la temática, el contexto y la importancia del relevamiento hotelero para la ciudad. Además reflejan la falta de datos más generales sobre el funcionamiento del turismo aunque proveen algún tipo de definición de perfiles de visitantes que podría resultar útil para el análisis luego del relevamiento de datos que este trabajo realiza.

### 3. Problema de investigación

El presente trabajo se propone explorar el estado de situación del turismo en San Nicolás de los Arroyos a partir de la ocupación hotelera entre los años 2017 a 2023 y delinear algunos perfiles del tipo de visitantes recibidos. Se pretende arribar a un porcentaje de ocupación y vacancia en los diferentes meses de estos años y encontrar correlaciones que permitan hallar algunas explicaciones sobre el funcionamiento del turismo, el perfil de los visitantes y la hotelería en esta localidad.

Este recorte se encuentra motivado por la ausencia de datos sobre el desenvolvimiento del turismo y la hotelería en la ciudad. Esta carencia de información se vuelve un obstáculo que impide la planificación de acciones tendientes a aumentar el flujo de visitantes y/o modificar los tiempos de las estadías de los visitantes en la localidad. De igual forma dificulta evaluar los resultados de las acciones emprendidas por la Secretaría de Turismo e impide el surgimiento de propuestas alternativas que podrían aprovechar el potencial turístico de esta ciudad.

Para abordar este desafío se utilizan dos tipos de datos: la documentación proporcionada por los hoteles Plaza San Nicolás y Yaguarón que constituyen un registro detallado de la ocupación de estos dos hoteles del año 2017 al 2023 y una encuesta aplicada a los responsables de los alojamientos disponibles en la ciudad, que accedieron a responder la encuesta, que complementa la información necesaria para un análisis más profundo.

Los hoteles que contribuyen con los datos detallados de ocupación resultan una muestra del universo de habitaciones hoteleras disponibles en la ciudad, ya que constituyen el 22% de la oferta total<sup>3</sup> y al mismo tiempo se corresponden con ofertas de dos categorías hoteleras diferentes.

El análisis de los datos obtenidos intenta, en primer término, conocer los datos de la ocupación y su evolución a lo largo de estos últimos años y en segundo término buscar correlaciones entre la ocupación y el perfil de visitantes, los eventos de la oferta turística que la ciudad organiza y la información recabada por las encuestas aplicadas a los gerentes de estos hoteles que proporcionan pistas para el acercamiento a los datos.

El presente trabajo tiene como propósito contribuir para la generación de los primeros datos sobre ocupación hotelera de la localidad de San Nicolás de los Arroyos. Desde la hospitalidad se entiende que los datos y la información certera son la base para una

---

<sup>3</sup> La ciudad de San Nicolás cuenta con 18 hoteles, que disponen de 1.174 plazas, según los datos del EMPTSN (Flores, 2008)

planificación adecuada y permiten diseñar estrategias para el crecimiento. Teniendo esto en mente se emprende esta tarea y vela por la utilización fidedigna de los resultados para que puedan ser utilizados para trabajar e implementar los cambios necesarios por parte del estado y de los prestadores de servicio de origen privado.

Se considera de gran importancia tener antecedentes mes a mes de los visitantes de la ciudad, ya que de esta manera es posible lograr un desarrollo y/o crecimiento de la localidad. Es esencial para dar este paso el consenso que propondría una buena sinergia entre los actores sociales de la actividad turística en San Nicolás (Alojamientos, gastronómicos, agencias, agentes de servicio, autoridades municipales, transportes, etc)

Esta investigación permitirá reconocer debilidades turísticas (fechas, eventos, meses puntuales) en los cuales la ciudad se ve con un bajo índice de ocupación hotelera y por consiguiente de visitantes, con la finalidad de que se pueda trabajar para atraer turistas en esas oportunidades. Así como poner en valor las actividades que motivan la presencia de una mayor cantidad de visitantes y pueden potenciarse para su aprovechamiento.

Se suma a lo ya mencionado, La Encuesta de Ocupación Hotelera <sup>4</sup>(EOH) realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos y la Secretaría de Turismo de la Nación tiene como primer antecedente el año 2004 y a fecha de hoy se realiza un conteo en los principales destinos turísticos del país y demás ciudades y provincias. Esta encuesta nos informa sobre 49 localidades a nivel nacional pero no cuenta con la presencia de la ciudad de San Nicolás de los Arroyos entre ellas.

Este mismo organismo explica la importancia de los datos que produce su intervención de la siguiente manera:

El objetivo principal de la EOH es relevar información de los establecimientos hoteleros y parahoteleros para elaborar indicadores que permitan medir, desde la óptica de la oferta, la evolución de la actividad y el empleo del sector; así como la oferta y utilización de la infraestructura y evolución de las tarifas; y desde la demanda, el ingreso de viajeros, su origen y permanencia. Por lo tanto, se elaborarán series de información de la ocupación de plazas y habitaciones de los establecimientos hoteleros y parahoteleros, el ingreso de turistas residentes en el país y de los no residentes, como así también la permanencia promedio de cada viajero en cada localidad (EOH, 2020)

---

<sup>4</sup> [https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/eoh\\_aspectos\\_metodologicos.pdf](https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/economia/eoh_aspectos_metodologicos.pdf)

Por todos los motivos antes mencionados se puede evaluar la relevancia de esta investigación que tiene por finalidad dejar un relevamiento turístico, con una perspectiva que comprende los últimos siete años y por lo tanto accede a conocer y analizar la evolución histórica de la ciudad por medio de datos estadísticos de ocupación hotelera.

### **3.1 - Descripción del recorte del objeto de estudio**

La delimitación del objeto de estudio se corresponde con el problema de investigación, por ese motivo se circunscribe a la información sobre la ciudad de San Nicolás de los Arroyos, su ocupación hotelera y los eventos organizados por la municipalidad que pueden haber impactado o no sobre la tasa de ocupación y/o sobre los perfiles de visitantes.

Para abordar este recorte se organiza la información de la siguiente manera: En primer término se describen algunas características básicas de la localidad de San Nicolás de los Arroyos, luego se detalla la agenda de eventos propuesta por la municipalidad desde 2017 a 2023 y por último se señala el total de establecimientos hoteleros, de los que se desprenden en particular aquellos que constituyen la muestra para la tasa de ocupación y por separado aquellos que han respondido a la encuesta.

#### **3.1.1 - La ciudad de San Nicolás de los Arroyos**

San Nicolás de los Arroyos se presenta como una ciudad con características únicas que la vuelven un sitio de gran atractivo turístico y con un amplio margen para el desarrollo de su potencial.

El primer elemento que llama la atención es su localización. Está situada en el extremo norte de la provincia de Buenos Aires, su ubicación es estratégica ya que se encuentra en el centro del país, a 69 km de Rosario y 236 km de la Ciudad de Buenos Aires, a la vera del río Paraná y con un acceso directo desde la Autopista Buenos Aires - Rosario (Perez J., 2019, p. 4)

Su relieve aporta elementos que aumentan su atractivo, San Nicolás ha sido denominada “de los Arroyos” por sus límites naturales, la ciudad se extiende a la vera del Río Paraná, adornada por un paisaje de barrancas, islas y bañados. Cuenta con una amplia diversidad de flora y fauna autóctona que a modo de ejemplo conviven en la reserva natural del

Parque Rafael de Aguiar, pero son posibles de ser apreciadas en cada uno de los entornos naturales de la ciudad.<sup>5</sup>

De todas maneras, el Parque Rafael de Aguiar no representa la única alternativa cuando se trata de naturaleza, en los últimos años uno de los lineamientos en los que ha estado trabajando el municipio, en especial desde el año 2017, es "San Nicolás de cara al río",<sup>6</sup> que busca a través de la obra pública favorecer la vinculación entre la ciudad y el río Paraná, incorporando y acercando la trama urbana hacia los espacios abiertos y naturales del borde costero. Esta integración sirve para aumentar la cantidad de espacios verdes y mejorar la calidad de vida de los vecinos, repercutiendo asimismo en el embellecimiento de la ciudad y ofreciendo al visitante nuevas atracciones que destacan la belleza natural del entorno.

San Nicolás de los Arroyos es también un destino de turismo corporativo debido a que la ciudad se encuentra circundada por industrias, posee su propio parque industrial pero además es la sede de la industria siderúrgica y metalúrgica del país. Tal como lo describe (Flores, 2008)

La instalación del complejo siderúrgico y metalúrgico SOMISA. (Sociedad Mixta Siderar Argentina) en 1947 por la ley 12.987 del gobierno de Juan Domingo Perón. Diez años más tarde, se inauguró la central termoeléctrica San Nicolás para abastecer el denso cordón industrial que iba creciendo paulatinamente a partir de nuevos establecimientos que iban conformando un área cada vez más dinámica, extendiéndose hasta cercanías de la ciudad de Rosario (p. 4).

Este cordón industrial moviliza una demanda por turismo receptivo para acomodar a aquellos que despliegan relaciones laborales y/o comerciales con las mencionadas compañías. Por lo tanto su presencia impacta en la ocupación de los establecimientos hoteleros de la ciudad.

Desde el punto de vista histórico San Nicolás de los Arroyos también proporciona una riqueza digna de conocerse, la ciudad fue fundada en 1748 por el matrimonio Juana Paulina de Ugarte - Rafael de Aguiar<sup>7</sup>. La antigüedad de su existencia le otorga una riqueza histórica y

---

<sup>5</sup> Extraído parcialmente de <https://www.sannicolasciudad.gob.ar/>

<sup>6</sup> <https://www.sannicolasciudad.gob.ar/areas/obras-publicas/sndecaraalrio>

<sup>7</sup>

<https://www.sannicolasciudad.gob.ar/partido/ciudad#:~:text=La%20ciudad%20de%20San%20Ni,col%C3%A1s,la%20Ciudad%20de%20Buenos%20Aires.>

anecdótica que sería preciso destacar. Pero además la ciudad fue escenario clave en la conformación de la República Argentina, ya que en 1852, se firmó allí el pacto preexistente que sentó las bases de la Constitución Nacional. Hoy, la Casa del Acuerdo de San Nicolás funciona como museo, archivo y biblioteca de la Nación, siendo también el monumento de mayor importancia histórica en la visita de los turistas a la ciudad<sup>8</sup>.

En cuanto a acontecimientos más recientes es necesario mencionar un hito que conjuga la historia y la fe y que ha modificado la identidad de San Nicolás de los Arroyos. En 1983, la ciudad se conmovió con la aparición de la Virgen del Rosario <sup>9</sup>hecho que significó un parteaguas para habitantes y visitantes. Un año después del milagro, se comenzó la construcción del Santuario sobre la Costanera Alta, obra que fue realizada con el aporte único de sus fieles. Este suceso cambió la historia de la ciudad, a partir de la aparición de la virgen, cada año el Santuario recibe a miles de peregrinos y devotos de María<sup>10</sup>.

En base a lo relatado se podría caracterizar a San Nicolás de los Arroyos como un destino que ofrece una gran variedad de facetas al visitante. La ciudad compone una trama que combina historia, naturaleza y fe.

A la anterior descripción es preciso añadir las nuevas ofertas que se han materializado en los últimos años. Las iniciativas desplegadas por el municipio han dotado a la ciudad, en poco tiempo, de nuevos atractivos para el visitante, dentro de estas nuevas áreas de interés turístico se destacan la agenda cultural, los deportes, arte, aire libre, infraestructura, digitalización y tradiciones. Desarrollos que son abordados en el siguiente apartado.

### **3.1.2 - Acciones de Gobierno respecto del turismo**

En la presentación del caso de análisis, así como en la relevancia de la investigación se han desarrollado los argumentos que sustentan la importancia de los datos para la planificación turística. Sin embargo, más allá de la carencia de datos sobre el impacto que las acciones de gobierno pudieron haber tenido sobre la ocupación hotelera, es preciso mencionarlas. Las mismas podrían haber modificado no sólo la ocupación y su estacionalidad

---

<sup>8</sup> <https://www.sannicolasciudad.gob.ar/>

<sup>9</sup>

<https://www.infobae.com/sociedad/2023/09/24/me-tienen-olvidada-pero-he-resurgido-la-historia-de-devocion-a-la-virgen-de-san-nicolas-a-40-anos-de-su-aparicion/>

<sup>10</sup> <https://descubrisannicolas.com.ar/actividades/ver/santuario-virgen-del-rosario>

sino también el perfil de visitantes que pudieron ser atraídos por estos cambios y la cantidad de tiempo que los mismos se alojan en San Nicolás de los Arroyos.

En 2017, durante la gestión del intendente, contador Manuel Passaglia, se iniciaron grandes obras que buscaron en primer término mejorar la ciudad y como segundo objetivo fomentar el turismo receptivo, y que se supone inciden en la cantidad de visitantes en fechas puntuales. Estas obras son: el Estadio San Nicolás, el Predio Ferial y el Autódromo. Para comprender los motivos que sustentan la idea de que estas obras pueden influir en la cantidad de visitantes a la ciudad es preciso conocer un poco más sobre las mismas.

El Estadio San Nicolás, inaugurado el 19 de octubre del 2019, marcó un antes y un después en la historia del fútbol nicoleño, convirtiéndose en una oportunidad de crecimiento para los que practican este deporte y un gran atractivo para quienes lo disfrutan. Esta obra intenta ubicar a la ciudad y la zona en la mirada de todo el país, siendo escenario de los eventos deportivos más importantes. Se encuentra sobre Av. Dámaso Valdés y Av. Rucci, en el kilómetro 234 de la autopista de la Ruta nacional 9, que une Buenos Aires con Rosario. Su ubicación estratégica permite un rápido acceso, facilitando el ingreso y la evacuación del predio. Cuenta con una capacidad para 25.000 espectadores que puede incrementarse a 35.000 utilizando el campo de juego. Es, de esta manera, uno de los principales escenarios deportivos de la región. A partir de 2020, el Estadio San Nicolás fue designado sede de la Copa Argentina de Fútbol siendo este un gran acontecimiento para la ciudad cada vez que se disputa en la misma.

El Predio Ferial y Autódromo San Nicolás son una obra que ocupa un lugar en la agenda de los negocios nacionales e internacionales del agro, así como también en la agenda automovilística del país, logrando mayor reconocimiento fuera de la región y un beneficio económico reflejado de manera directa en el consumo hotelero y gastronómico nicoleño. El Predio Ferial y Autódromo San Nicolás está ubicado en el kilómetro 225 de la autopista que une Buenos Aires con Rosario. Desde 2017 el Predio recibe cada año a Expoagro, la exposición agropecuaria a cielo abierto más grande de Latinoamérica que por primera vez decidió instalarse en una sede estable. En octubre de 2018 se inauguró oficialmente el circuito. Su modernidad, tecnología y la ventaja de estar ubicado dentro de un predio ferial de 90 hectáreas, lo transforman en un autódromo único en el país. El diseño fue creado para poder recibir a todas las categorías nacionales, y permite también la realización de eventos deportivos internacionales y corporativos.

A estas obras de gran envergadura y que transformaron la base de infraestructura de la ciudad, permitiendo a San Nicolás de los Arroyos convertirse en ciudad anfitriona de eventos

masivos, se sumó la puesta en valor del patrimonio natural que resultó en el embellecimiento del Eco Parque, las Playas, los Parques, los Miradores y las Bajadas con el objetivo de poner San Nicolás de cara al río.

El Eco Parque es un lugar único donde cada uno de los visitantes se puede encontrar con la naturaleza a pocos metros de la ciudad. La transformación de este espacio verde en un Ecoparque, fue un proceso que encaró el Municipio entre el año 2020 y 2021. El Eco Parque es un lugar ideal para conectarse con el entorno natural autóctono.

Además, a pocos metros del acceso al Parque, se encuentra la Estación Descubrí donde se puede acceder al alquiler de diferentes tipos de bicicletas, tablas de SUP y kayaks para descubrir el Eco Parque de una manera diferente y además este espacio se encuentra abierto todos los días, de 07:00 a 21:00.

En cuanto a Las Playas aunque son el atractivo más importante que junto con el ecoparque sostienen el proyecto de poner la ciudad de cara al río, están momentáneamente clausuradas por la provincia de Buenos Aires. Conocidas como El Arenal y Barranquitas estas playas son los espacios que ofrece San Nicolás para disfrutar de la temporada de verano. Tanto en El Arenal como en Barranquitas se ofrecen sombrillas, reposeras y camastros para alquilar y en el parador pueden comprarse bebidas y alimentos. En tanto que las canchas deportivas pueden utilizarse de manera gratuita. En Barranquitas se realizan actividades acuáticas como SUP, kayak, inflables y gomones. También se pueden tomar clases de Wakeboard, Sky Acuático, kayaks, SUP y realizar travesías a cargo de Be Water.

La Costanera Alta y Escalinatas representan una obra de construcción que ha sido uno de los hitos de gestión pública en la búsqueda por poner a San Nicolás de cara al Río. Ahora, los nicoleños tienen la posibilidad de disfrutar de su ciudad mirando hacia el Arroyo Yaguarón y hacia el Río Paraná. A esta obra se suma la Costanera Baja y Empedrado que corresponde a un plan integral que lleva adelante el municipio con el objetivo de que todos los nicoleños disfruten de los espacios públicos de la ciudad, al aire libre y en contacto con la naturaleza. Para ello, se inició la puesta en valor de todo el paseo costanero, que abarca desde la rotonda de Alameda 2 de Marzo y Belgrano, hasta el Parque Rafael de Aguiar.

Otro emprendimiento de gran envergadura se refiere al entorno del santuario. El Santuario de la Virgen del Rosario, es uno de los principales lugares de peregrinación del país y un espacio muy emblemático de San Nicolás. La celebración anual, durante la semana del 25 de septiembre, congrega a decenas de miles de peregrinos de la Argentina y la región que

visitan la ciudad. La obra de puesta en valor del entorno del Santuario, permitió embellecer y refuncionalizar este sector, creando mejor infraestructura para los comerciantes de la zona y más comodidades para los peregrinos que lo visitan.

Una vez que se han detallado algunas de las transformaciones más importantes, tanto de infraestructura como del entorno natural, que sufrió la ciudad de San Nicolás de los Arroyos, en los últimos siete años, resulta de utilidad adentrarse en la oferta de actividades que el municipio puso a disposición de lugareños y visitantes. Por ese motivo a continuación se transcribe la información brindada por la directora de Cultura de la ciudad respecto de las fechas de inauguración de algunas de estas nuevas ofertas:

- Autódromo: 6/10/2018
- Playa El Arenal: 30/01/2021
- Bus Turístico: 05/09/2021
- Barco turístico: 06/11/2021 - YA NO FUNCIONA
- Eco Parque: 4/12/2021
- Murales de Ron: El primero 21/08/2021 y el segundo 20/02/2022
- Playa Barranquitas: 8/12/2022

Además de las obras de infraestructura y el patrimonio natural también se organizó de a poco la oferta de una movida agenda cultural, turística y deportiva para los residentes y los que visiten la ciudad. En la actualidad hay eventos sobre los que empieza a haber información que están ligados a la agenda cultural del municipio.

A continuación se transcribe la agenda de los años 2017 a 2023 facilitada por la Dirección de Turismo de San Nicolás de los Arroyos y complementada por lo publicado en la Página Web <sup>11</sup>

<b>Agenda 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023</b>	
<b>Cultura de estación:</b> es un ciclo de eventos de verano. Todas las semanas se suman nuevas propuestas de actividades para disfrutar las noches al aire libre, en distintos puntos de la ciudad. Son	2019, 2020, 2021, 2022, 2023

<sup>11</sup> <https://www.sannicolasciudad.gob.ar/>

eventos gratuitos que engloban actividades gastronómicas, culturales y didácticas.	
<b>Día de los Enamorados:</b> Ya son tres ediciones que el 14 de febrero se festeja el día de los enamorados como parte de <b>Cultura de estación.</b>	2022 y 2023
<b>Festival Rico:</b> En febrero y en octubre, son 4 noches en las que más de cuarenta locales presentan sus productos para dar a conocer la oferta gastronómica de la ciudad. Además se presentan artistas locales y nacionales.	2020, 2021, 2022 y 2023
<b>Expoagro:</b> En marzo, es la mayor muestra agroindustrial a cielo abierto de la región. Allí se conocen las últimas tendencias sobre maquinaria agrícola, insumos, servicios y ganadería. Durante cuatro días se concentran compradores, vendedores, entidades financieras y rondas de negocios. Ha sido bautizada La Capital Nacional de los Agronegocios.	2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023
<b>San Patricio:</b> en marzo. Espectáculos musicales de folklore irlandés y música celta, foodtrucks y barras cerveceras.	2021, 2022 y 2023
<b>Apertura nuevo espacio Teatro:</b> en el foyer del teatro se abre un nuevo espacio interactivo que une historia y teatro con tecnología. Visitas virtuales 360° del teatro, la ciudad y su historia.	2023
<b>Booooooin:</b> en julio y el último año también en septiembre en el Palacio Municipal. Se habilita un espacio cada fin de semana para que los niños	2022 y 2023

puedan disfrutar de una gran superficie inflable y visitar las cuatro salas temáticas de gran atractivo audiovisual.	
<p><b>Competencia Nacional de SUP<sup>12</sup></b></p> <p>La Playa El Arenal fue escenario principal de la primera competencia de SUP de nuestra ciudad, el sábado 18/3/2023 correspondiente a la 1º fecha del Campeonato Argentino. Fue la primera competencia de SN Extremo 2023. Más de 200 participantes de todo el país disfrutaron de este importante encuentro deportivo.</p>	2023
<p><b>Semana Santa/ Cierre de temporadas playas</b></p> <p>Nuevos horarios para disfrutar de las playas hasta Semana Santa con distintas actividades.</p>	2023
<p><b>Festival “Estar Bien”</b></p> <p>En la Laguna Descubri San Nicolas son jornadas de deportes, recreación y esparcimiento con diversas propuestas para todas las edades. Ya se realizaron en tres ocasiones. Con actividades como boxeo, funcional, yoga, crossfit, zumba, entre otras. En tanto que los más chicos tienen su espacio con dibujos para colorear, camas elásticas y camping literario. Además, a lo largo del predio, los nicoleños pudieron realizar meditación, sonoterapia, reiki, calistenia, parkour, entre muchas otras propuestas.</p>	2022 y 2023
<b>Track day Argentina</b>	2021, 2022 y 2023

<sup>12</sup> El STAND UP PADDLE SURF ( SUP ) , es un DEPORTE NÁUTICO relacionado estrechamente con el surf. Se rema de pie encima de una tabla de surf de gran tamaño.

Ya se realizaron varias ediciones de esta categoría que congrega a miles de fanáticos de los autos en el Autódromo de San Nicolás donde cualquier persona con un auto en condiciones puede ser piloto por un día.	
<b>Visitas educativas: teatro</b>  Dentro de SN Modo Excursión, un programa para que los más chicos puedan descubrir San Nicolás con visitas educativas.	2023
<b>Día de la bandera Estadio</b>  Imponente celebración por el Día de la Bandera en el Estadio San Nicolás	2023

<b>Playa Blanca</b>  Fiesta que congrega a miles de nicoleños y de visitantes de ciudades de cercanía en el predio ferial/autódromo de San Nicolás.	2021, 2022 y 2023
<b>Turismo Nacional</b>  El Autódromo San Nicolás fue el centro de atención del automovilismo a nivel nacional con la octava fecha del Turismo Nacional correspondiente al Campeonato Argentino 2023. Ante una multitud de fanáticos que llegaron desde todos los puntos del país, los autos de la categoría giraron en el circuito “Juan María Traverso” en una carrera apasionante.	2023
<b>Día de las Infancias</b>	2023

<p>Durante el sábado 5 y domingo 6 de agosto, San Nicolás vivió dos tardes en el Eco Parque con juegos y actividades en el marco de la celebración por el Día de las Infancias. Chicos y grandes disfrutaron de un espacio repleto de actividades para compartir en familia de un fin de semana diferente.</p> <p>El punto de encuentro fue la Laguna Esmeralda, dentro del Eco Parque y, además del gran parque inflable de Loop y las actividades deportivas, quedó habilitado “El Yaguarón”, el juego más grande que tiene en la actualidad la ciudad. Esta nueva atracción se refiere a una de las leyendas más importantes de San Nicolás y la región y cuenta con toboganes, escaleras y una gran superficie donde los chicos pueden jugar y divertirse.</p>	
<p><b>WODLAND. Competencia Internacional de Crossfit</b></p> <p>Se desarrolló el viernes 15 de septiembre en la Laguna Descubrí y el sábado 16 y domingo 17 en el Estadio Unico de San Nicolás, congregando a cientos de aficionados a este deporte.</p>	2023
<p><b>SN EXTREMO. Skatepark</b></p> <p>El Skatepark fue inaugurado el 13 de diciembre de 2014 y con las excelentes características que posee es considerado por profesionales de este deporte, como la mejor pista del país, por sus dimensiones y la variedad de sus obstáculos. Skate, rollers, BMX, calistenia, slackline y breakdance son algunas de las actividades que se desarrollan en las distintas competencias de SN EXTREMO.</p>	2018, 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023

<p><b>Virgen del Rosario</b></p> <p>Miles de peregrinos de todo el país y de países limítrofes viven la emoción del aniversario de la aparición de la Virgen del Rosario en San Nicolás cada 25 de septiembre. Los fieles de la Virgen copan la renovada zona del Santuario para realizar la vigilia y compartir la misa central. Peregrinaciones de diversas ciudades llegan a San Nicolás para vivir la tradicional vigilia del 24 y, llegada la medianoche, cantar el feliz cumpleaños en medio de aplausos, alegría y emoción.</p>	<p>2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023</p>
<p><b>Mes de la primavera</b></p>	<p>2021, 2022 y 2023</p>
<p><b>FIT (Feria Internacional de Turismo)</b></p> <p>La propuesta fue recrear las experiencias que los turistas podrán vivir en la ciudad con su gastronomía, espectáculos culturales y ambientaciones temáticas. La ciudad de San Nicolás presentó ya en varias ocasiones consecutivas, su patrimonio turístico al mundo en la Feria Internacional de Turismo. Con el acompañamiento de la Cámara Hotelera Gastronómica y sus socios.</p>	<p>2019, 2020, 2021, 2022, 2023</p>
<p><b>Turismo Carretera</b></p> <p>El 6 y 7 de octubre del 2018, se desarrolló un evento que marcó significativamente a los nicoleños y la mirada del país hacia San Nicolás de los Arroyos. A partir de ese momento, las categorías nacionales más importantes comenzaron a disputar sus fechas en un autódromo que, a un año de su inauguración, ya se convirtió en uno de los más importantes de Argentina. En el año de su inauguración, el autódromo se convirtió en el más convocante de Argentina, con 35 mil</p>	<p>2018, 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023</p>

<p>espectadores en el SuperTC2000 y más de 80 mil asistentes en el Gran Premio Coronación del Turismo Carretera. El TC2000 y TC Pista también eligieron San Nicolás para disputar sus carreras llegando por primera vez en 2019 con una gran convocatoria.</p> <p>El Track Day Argentino, las Picadas de ¼ de milla, las Categorías Agrupadas Federadas y el SuperBike Argentino, son otras de las categorías que desembarcaron. Además, las marcas más importantes eligen el Autódromo de San Nicolás tanto para realizar eventos privados para sus clientes como eventos abiertos al público, como lo hicieron Porsche y Toyota.</p>	
<p><b>Halloween</b></p> <p>Son dos años consecutivos que la Municipalidad de San Nicolás organiza la celebración de Halloween y ambas ediciones fueron un éxito. Durante este fin de semana, cientos de familias nicoleñas disfrutaron de la celebración organizada en el Monte de Eucaliptus. Con una puesta en escena imponente, niños disfrazados para la ocasión. Se vive un clima familiar, con los árboles iluminados, un ingreso con luces, foodtrucks y un escenario con pantallas gigantes donde los dj 's locales musicalizan la noche.</p>	<p>2022 y 2023</p>
<p><b>Mes de navidad</b></p> <p>Comienza el viernes 8 de diciembre, el tradicional árbol de la Costanera se ilumina y de esta manera se da la bienvenida a la época más mágica del año.</p> <p>El último año, el viernes 15 y sábado 16 de diciembre, se celebró una nueva edición de La Hora de la Navidad. Durante dos noches, la Plaza Mitre se llena de música y espectáculos. Además, durante todo el</p>	<p>2018, 2019, 2021, 2022 y 2023</p>

<p>mes, distintos puntos de la ciudad se ambientan para la ocasión.</p> <p>Una vez más, Papá Noel salió a recorrer los barrios y las delegaciones.</p> <p>Los más chicos pueden saludarlo y dejarle su cartita para las fiestas.</p>	
<p><b>Festival verte</b></p> <p>El Estadio San Nicolás recibió a miles de personas que disfrutaron del primer festival de música en la ciudad con la presencia de reconocidos artistas como Nicki Nicole y Rusherking. Yami Safdie, cantante con más de 600 millones de seguidores en las redes sociales, fue la encargada de abrir el show.</p> <p>La segunda edición del festival verte contó con la presentación del reconocido grupo de cuarteto la K'onga.</p>	<p>2022, 2023</p>
<p><b>Copa Argentina</b></p> <p>A partir de 2020 el Estadio San Nicolás fue designado sede de la Copa Argentina de Fútbol.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Defensores de Belgrano vs Douglas Haig</li> <li>● Newell's Old Boys vs Sportivo Peñarol</li> <li>● Rosario Central vs Boca Unidos</li> <li>● Talleres vs Atlético de Rafaela</li> <li>● Colón vs Argentinos Juniors</li> <li>● Newell's Old Boys vs Sarmiento</li> <li>● Tigre vs Independiente</li> <li>● Sarmiento vs Temperley</li> <li>● Argentinos Juniors vs San Telmo</li> </ul>	<p>2020, 2021, 2022, 2023</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>● Banfield vs Unión</li> <li>● Aldosivi vs Newell's Old Boys</li> <li>● Newell's Old Boys vs Claypole</li> <li>● Colón vs Colegiales</li> <li>● Unión vs Almagro</li> <li>● Rosario Central vs Central Norte</li> </ul> <p>Estos fueron los 15 encuentros disputados por Copa Argentina en la ciudad bonaerense de San Nicolás de los Arroyos.</p>	
---	--

Hay grandes diferencias entre los eventos mencionados en la agenda, algunos de ellos son, en su gran mayoría, aprovechados por los habitantes de la ciudad y tal vez por vecinos de zonas aledañas, sin embargo otros logran convocar a visitantes de distintos puntos del país.

Un dato no menor es que la mayoría de los visitantes que concurren a estos eventos son considerados excursionistas<sup>13</sup>, es decir personas que visitan un destino pero no pernoctan en él y en estos casos, frecuentes en San Nicolás, de visitantes que solo están de “excursión”, es evidente que tampoco tienen un aporte significativo a la economía local. Sin embargo es difícil precisar si una porción, aunque sea menor, de estos visitantes se transforma en una parte de los que constituyen la ocupación hotelera.

Por otra parte es sabido que algunos de estos eventos convocan otro tipo de visitante que permanecen en la ciudad por varios días, tal es el caso de Expoagro en el mes de marzo, que resulta una gran atracción y moviliza el turismo corporativo.

Para tener una idea más clara de la cantidad de participantes en estos eventos se obtuvieron los siguientes datos sobre la concurrencia aproximada que fueron facilitados por la Dirección de Turismo.

- Autódromo: Alrededor de 60.000 personas (categoría Turismo Carretera)
- Expoagro: alrededor de 100.000 visitantes en la edición 2023.

<sup>13</sup> Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (RIET 2008, párr. 2.13). Web de la OMT (Organización Mundial del Turismo) <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#T>

- Festival Verte: alrededor de 15.000 asistentes
- Santuario: Alrededor de 500.000 personas (40 aniversario de la aparición de la Virgen).
- Booooooin y Loop: más de 45 mil niños en vacaciones de invierno.
- Bus Turístico: 605 pasajeros (de mayo a noviembre 2023)

### 3.1.3 - Los Hoteles

Actualmente la ciudad cuenta con 17 establecimientos hoteleros<sup>14</sup> definidos como: “aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, apart hotel y boutique” que proveen servicios a los visitantes” . Estos 17 hoteles reúnen 577 habitaciones, que a su vez tienen una capacidad de 1.359 plazas disponibles. Además cabe destacar que los hoteles afiliados a la Cámara Hotelera/Gastronómica de San Nicolás y zona de influencia en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos también son 17 establecimientos, sin embargo uno de ellos es un departamento de alquiler temporario, por lo tanto es un solo hotel el que no está afiliado a la misma.

Dentro de esta oferta se encuentran los que constituyen las dos muestras del presente trabajo. La primera de ellas que provee el detalle de ocupación y la segunda que utiliza la encuesta aplicada a los gerentes y/o propietarios para complementar la información.

Dado que los datos correspondientes a la ocupación en los años de 2017 a 2023 fueron proporcionados por el San Nicolás Plaza Hotel y el Yaguarón en particular, se presentan las características más salientes de estos establecimientos reconocidos por todos los habitantes y que se encuentran implantados en la ciudad desde hace muchos años.

En el apartado **3.1.3.3** se abordan los hoteles que constituyen la muestra de la encuesta, el perfil de estos establecimientos estará acotado debido a la cláusula de confidencialidad de los datos presente en la mencionada encuesta.

---

<sup>14</sup> La cantidad de establecimientos hoteleros ha variado desde el trabajo de Flores citado en pág.5 que toma datos de 2008 cuando eran 18 y ha pasado a ser de 17.  
[https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/eoh\\_aspectos\\_metodologicos.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/eoh_aspectos_metodologicos.pdf)  
 Establecimientos hoteleros

### **3.1.3.1 - Hotel Plaza San Nicolás**

San Nicolas Plaza hotel abrió sus puertas en 1998 y ya va por una tercera generación familiar dedicada a la hotelería. Está emplazado en De la Nación 144, una de las calles principales de la ciudad. Se encuentra estratégicamente ubicado cerca de las principales instituciones comerciales, financieras, gubernamentales, y religiosas. Posee una moderna infraestructura y equipamiento en las habitaciones. Es un hotel corporativo de 3 estrellas superior con 73 habitaciones. Cuenta con diferentes tipos de habitaciones, hab Estandar, hab Mini Suite, hab Superior y hab Suite. Con desayuno buffet incluido en la tarifa y cochera sujeta a disponibilidad.

Los precios de las habitaciones y la categorización de 3 estrellas superior apuntan a un perfil de visitante con un nivel de ingresos medio-alto o alto y además lo habilitan para recibir visitantes que se acercan a la ciudad con fines laborales corporativos durante los días de semana.

Los servicios que este hotel ofrece además del alojamiento son: restaurante, gimnasio, salas de conferencias, salón de usos múltiples, piscina, café havanna y spa. El servicio lo utilizan durante la semana laboral grupos corporativos que vienen a la ciudad por trabajo, por lo general a grandes empresas como Siderar, AES o empresas portuarias. Durante los fines de semana lo utilizan turistas que vienen a conocer la ciudad o turistas de paso que se dirigen a otro destino.

El objetivo del San Nicolás Plaza Hotel, tal como ellos mismos lo mencionan en su página web, es ser reconocido por los huéspedes más exigentes que visiten la ciudad como el hotel céntrico más importante de la misma.

### **3.1.3.2 - Hotel Yaguarón**

El Hotel Yaguarón abrió sus puertas en 1966 y se encuentra en el centro de la ciudad, ubicado en calle Mitre 401 a pocas cuadras de la peatonal, la catedral, el río Paraná y del Santuario de la Virgen del Rosario.

Es un hotel emblemático de la ciudad de 3 estrellas que cuenta con 54 habitaciones con aire acondicionado, caja fuerte, minibar y secador de pelo. El desayuno está incluido en la tarifa y también se admiten mascotas. Otros servicios que ofrece incluyen wifi de alta velocidad gratuito, sauna, pileta de temporada al aire libre, solárium, bar, sala de juegos, centro de fitness y estacionamiento privado gratuito.

Tal como la tarifa lo revela la población objetivo de este hotel responde a un grupo social medio ya que sus precios resultan accesibles para este segmento poblacional. El equipamiento y los servicios apuntan al turismo de ocio ya que ofrece una variedad de opciones para disfrutar del tiempo libre.

### **3.1.3.3 - Hoteles Encuestados**

Los hoteles encuestados corresponden casi a la totalidad del universo de establecimientos hoteleros presentes en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos. En todo momento se mantendrá la confidencialidad de sus respuestas. La muestra releva 15 hoteles y un establecimiento parahotelero, siendo esta muestra el 88% de los hoteles presentes en la ciudad. A continuación se mencionan cada uno de los establecimientos a los que fue aplicada la encuesta en orden aleatorio: Hotel Plaza San Nicolás, Hotel Yaguarón, Nuevo Hotel Belgrano, Micerino Flat, Igueldo Hotel Boutique, Hotel Tony, Hotel Torino, De Los Arroyos Apart Hotel, Hotel Colonial San Nicolás, Apart Centro Deptos, Hotel Río, Nuevo Hotel San Martín, Hotel San Nicolás, Hotel San José, Hotel Riberas y Hotel El Salvador completan la muestra, reuniendo estos establecimientos 550 habitaciones y 1.279 plazas disponibles. Los únicos dos hoteles que no están en la muestra son Hotel Español y Hotel L'Petit.

### **3.2. - Situación problemática**

En función del objetivo del trabajo, los datos, proporcionados por dos establecimientos hoteleros locales, se combinan con la encuesta aplicada a la mayor parte de los hoteles de la ciudad. Las preguntas presentes en ese instrumento apuntan a recoger, tanto nuevos datos sobre la ocupación, como interpretaciones de los gerentes y/o dueños respecto de la variación mensual y anual de esta tasa. Además se incluyen algunas preguntas sobre el impacto de los eventos, que la municipalidad ofrece, en el aumento o disminución de la ocupación.

Es un objetivo ambicioso que se aborda de manera exploratoria porque la ausencia de datos representa un gran impedimento que dificulta la planificación del turismo en la ciudad.

Por ese motivo algunos de los interrogantes que este trabajo intenta responder son los siguientes:

- ¿Qué ocurre con la ocupación hotelera de San Nicolás y cuales son sus variaciones semanales, mensuales, anuales e interanuales? ¿qué pasó con la ocupación posterior a la pandemia?, ¿volvió a su nivel anterior o no?
- ¿Qué impacto tienen/tuvieron los eventos que se celebran en la ciudad: Expoagro, el automovilismo, los festivales, etc. o incluso la peregrinación religiosa sobre la ocupación hotelera?
- ¿Estos eventos han modificado el perfil de visitantes que pernoctan en la ciudad?

Tal como Mendicoa ( 2003) sostiene: “en el planteamiento de un problema de investigación no es necesario que sea una pregunta única global, sino que se puede plantear en una o más preguntas sobre el tema que se desea estudiar, porque muchas veces sucede que al intentar colocar todo en una sola pregunta el objetivo de la investigación se desvíe” (p, 33)

Al tratarse ese trabajo de una inmersión exploratoria de la realidad turística de la localidad parece pertinente mantener estas preguntas por separado hasta el momento de poder reunir los datos.

#### 4. Objetivos de investigación

Este estudio aborda la tarea de reunir y analizar los primeros datos sobre ocupación hotelera en San Nicolás de los Arroyos, con este fin se recoge información de 2017 a 2023 sobre dos hoteles en particular. A esta información se añade la brindada por la aplicación de una encuesta a la mayor cantidad de establecimientos hoteleros que estuvieron dispuestos a responder. De esta manera se pretende formular un cuadro de situación del turismo en cuanto a la ocupación hotelera, sus variaciones y el impacto de los eventos que ofrece la ciudad sobre la misma, el cual permitirá reconocer debilidades turísticas (fechas, eventos, meses puntuales) en los cuales la ciudad se ve con un bajo índice de ocupación hotelera y por consecuente de visitantes, con el propósito de que se pueda trabajar para atraer turistas en esas oportunidades.

#### **4.1 - Objetivo general**

Formular un cuadro de situación del turismo receptivo en San Nicolás de los Arroyos desde 2017 a 2023 a partir del análisis de las variaciones en la tasa de ocupación hotelera.

#### **4.2 - Objetivos específicos**

- Determinar tasas de ocupación en San Nicolás de los Arroyos para los hoteles Plaza y Yaguarón en los años 2017 a 2023.
- Complementar datos de ocupación hotelera de otros establecimientos de la misma localidad.
- Identificar algunos motivos que expliquen las variaciones en la ocupación.

## 5. Marco teórico

La motivación que originó el presente trabajo, presentada en los primeros apartados, tiene una relevancia teórica que aún no fue abordada. ¿De dónde surge la necesidad de tener datos concretos y realizar una investigación en San Nicolás de los Arroyos acerca de la ocupación hotelera y delinear perfiles de visitantes? ¿Cuál es el motivo para intentar un análisis del impacto de los eventos y las propuestas gubernamentales?

Como fundamento de esta búsqueda se halla una concepción del Turismo como un área que requiere profesionalizarse y utilizar las poderosas herramientas que el conocimiento y la tecnología puede proveer para una gestión más eficiente de los recursos.

Tal como Feijóo, et al ( 2021) lo expresan: “El turismo es un fenómeno social producto de otro fenómeno social: el tiempo libre institucionalizado que se consolidó gracias a los avances de la civilización moderna”. A su vez, este tiempo liberado y los usos que nuestras sociedades hacen del mismo, continúa desarrollando un mercado a nivel mundial que no cesa de expandirse.

Como lo expresa Bull (1991)

El turismo no es ni un fenómeno ni un simple conjunto de industrias. Es una actividad humana que abarca el comportamiento humano, el uso de recursos y la

interacción con otras personas, economías y entornos. También implica el movimiento físico de los turistas a lugares distintos de donde viven habitualmente. Aunque la mayor parte del turismo de todo el mundo es una forma de esparcimiento que implica, por tanto, el uso discrecional del tiempo de una persona, hay algunas formas de turismo que inevitablemente están vinculadas a obligaciones, como a las necesidades del trabajo o de la salud. (p. 39.)

En el rumbo de profesionalizar la actividad turística en Argentina, es oportuno pensar en un camino en donde una estrategia marcada por la mejora continua sea la protagonista a través de la adopción de políticas de calidad basadas en la estandarización de procesos que se regulen por los principios de la organización, sus valores, su misión y su visión. Pero ¿cómo desarrollamos criterios de mejora continua? Es un beneficio de la evaluación sobre lo hecho, lo que se está haciendo y los planes a futuro.

Por estos motivos es que es preciso valorar la posesión de datos que permitan actuar adecuadamente. Montilva (1999:25) expresa este hecho de la siguiente manera:

La función de la información es incrementar el conocimiento de un hecho u objeto y reducir la incertidumbre de quien la utiliza. Dentro del marco organizacional, la función de la información es servir de elemento de apoyo en el proceso de toma de decisiones, permitiendo al usuario ganar un conocimiento más profundo de lo acontecido, lo que acontece y lo que pueda acontecer en la organización.

El destino turístico se ha definido como un conglomerado de localidades, atractivos y servicios ubicado en un área geográfica delimitada y con cultura propia, en la cual una red social de operadores turísticos públicos y privados colabora con la comunidad y con agentes externos para producir una experiencia turística que resulta satisfactoria para los visitantes, generando una imagen que motiva a los residentes externos a visitarlo (Amaya, 2012).

Cualquier destino turístico requiere de un conocimiento experto, pero sobre todo de datos en los que basar los posibles análisis. Sin desmerecer los constantes esfuerzos de todos los involucrados (gobierno y privados) por atraer turismo a San Nicolás de los Arroyos, es pertinente pensar que la estratégización de las actividades turísticas se orienta por medio de la previa evaluación/medición de la cantidad de turistas y sus comportamientos. Estos estudios pueden ser muy provechosos para advertir diferentes estacionalidades de la actividad de la ciudad y prepararse de una forma diferente frente a la información que los datos nos puedan arrojar para trabajar por una estabilización turística durante todo el año.

Es sabido que “La Estadística aplicada al Turismo es en la actualidad una ciencia que es necesario utilizar como herramienta de trabajo para el desarrollo del Turismo, así como para analizar situaciones y tomar decisiones que se apoyen en datos”. (UDIMA)

Asimismo, las mediciones/evaluaciones proporcionan información valiosa para la planificación de la actividad turística y de las distintas organizaciones. Como dijera Peter Drucker en algún discurso rememorando los dichos del famoso matemático William Thomson Kelvin del siglo XIX: lo que no se puede medir no se puede controlar, lo que no se puede controlar no se puede gestionar, lo que no se puede gestionar no se puede mejorar.

En este sentido la principal falencia en la planificación de las distintas actividades, eventualidades y la diferenciación de las distintas estacionalidades por las que atraviesa el destino San Nicolás de los Arroyos tiene su origen en la falta de antecedentes estadísticos que denotan tendencias sobre los visitantes y el comportamiento de los turistas.

La actividad turística no es sencilla de ser medida y evaluada porque presenta algunas particularidades por su condición de servicio, la principal es su intangibilidad, que deriva en el perecimiento, ya que los servicios turísticos no se almacenan, su heterogeneidad, dada la gran interacción de personas que implica el servicio, que influirá en las normas o estándares de calidad que se impongan y, por último, la simultaneidad, puesto que los servicios se consumen al mismo tiempo que se producen (Gazzera et al, 2010).

Sin embargo, los indicadores son un instrumento estratégico para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos, se utilizan como elementos fundamentales para la promoción del turismo sostenible y como instrumentos que pueden responder a los problemas más importantes de la planificación y gestión de los destinos. Se trata de identificar indicadores que proporcionen la información necesaria para comprender mejor los impactos de la actividad turística con respecto al entorno cultural y natural en el que se desenvuelve y del que es ampliamente dependiente (OMT, 2005).

Estos indicadores son los que reúnen información posible de ser abordada y analizada. Feijóo, et al (2021) lo expresan de la siguiente manera: : “Se denomina indicadores a ciertas expresiones que relacionan variables o atributos estadísticos con el objeto de proveer información oportuna, adecuada, confiable y comparable para el análisis y el monitoreo de una determinada problemática”.(p.193).

Dicho en otras palabras, este mismo autor se puede afirmar que los indicadores son signos de un estado de situación que permiten analizar debilidades y fortalezas para utilizarlos en la gestión, son instrumentos claves en un proceso continuo. La intervención, la acción

requiere relacionar variables, es decir acudir a los indicadores para tomar decisiones respecto de la ejecución de un proyecto o actividad porque cada territorio ofrece una realidad diferente.

En síntesis (Feijoó, et al, 2021)

“La planificación turística debe verse como un proceso participativo, racional y ordenado, que conozca las dinámicas territoriales con el fin de establecer los lineamientos estratégicos que delimiten los programas, proyectos y actividades a realizar en los territorios para alcanzar un desarrollo turístico sostenible”. (p, 185).

Incluir la racionalidad en la planificación turística es reconocer el impacto de esta área en las economías locales y regionales. En el caso de San Nicolás de los Arroyos es imposible actualmente medir el impacto que tiene la presencia de los visitantes en los consumos de la ciudad o incluso cuántos de los empleos terminan siendo sostenidos por ellos. Pero lo cierto es que (Gallicchio, 2005) “El fin del desarrollo local es elevar la calidad de vida de cada ciudadano y ciudadana que viven ese territorio, contribuir al desarrollo del país y enfrentar adecuadamente los retos de la globalización”.

Una vez que se han dejado asentadas las razones que sostienen esta necesidad de tener datos cabe preguntarse ¿cuál sería la información básica que es preciso recolectar? En el ámbito del turismo, existen diversas variables que nos brindan una visión completa de un destino turístico, la posibilidad de describir con datos ciertos, tanto cuantitativos como cualitativos, estas variables es lo que en definitiva conforma un cuadro de situación determinado. Algunas de estas variables son:

**La dinámica y organización de la actividad turística:** cómo se estructura y opera la industria turística en el destino. Esto incluye diferentes actores, como hoteles, agencias de viajes, restaurantes y atracciones turísticas.

**Calidad de la oferta:** Evalúa la calidad de los servicios y productos turísticos disponibles en el destino. Esto abarca desde la infraestructura hotelera hasta las experiencias culturales y recreativas que se ofrecen a los visitantes. Además, se toma en cuenta la imagen y la reputación del destino en el mercado turístico.

**Comercialización de la oferta:** Analiza cómo se promociona y comercializa el destino en diferentes segmentos de mercado. Esto incluye estrategias de marketing, publicidad, relaciones públicas y campañas dirigidas a grupos específicos de turistas.

**Alianzas entre actores:** Las colaboraciones entre gobierno, empresas privadas, ONGs y comunidades locales son esenciales para el éxito del destino turístico. Estas alianzas pueden impulsar el desarrollo sostenible, la conservación del patrimonio y la creación de experiencias para los visitantes.

Para arribar a la conformación de este panorama general de San Nicolás de los Arroyos, teniendo en cuenta las mencionadas variables, sería necesario emprender un sinnúmero de investigaciones. Por lo tanto, se han seleccionado algunas de estas variables para abordar la construcción de un primer cuadro de situación.

Los actores seleccionados son los establecimientos hoteleros, en cuanto se hace un relevamiento de los mismos, poniendo de manifiesto algunos datos tales como su categoría y su tasa de ocupación de habitaciones anual. Esta tasa de ocupación es analizada en función de poder construir algunos primeros parámetros de estacionalidad de la demanda.

En cuanto a su categoría se usa el sistema que asigna estrellas tomando en cuenta factores como infraestructura, servicios, comodidades y atención al cliente. Aunque los detalles pueden variar, algunos parámetros comunes para la clasificación de hoteles en Argentina son<sup>15</sup>:

- 1 Estrella: Hoteles básicos con servicios limitados.
- 2 Estrellas: Hoteles económicos con instalaciones más completas.
- 3 Estrellas: Hoteles de nivel medio con comodidades adicionales.
- 4 Estrellas: Hoteles de alta calidad con servicios superiores.
- 5 Estrellas: Hoteles de lujo con instalaciones de primer nivel y atención personalizada.

Para abordar la estacionalidad de la tasa de ocupación es necesario tener en cuenta una gran cantidad de factores, tal como Cardona (2014) señala:

La estacionalidad puede deberse a factores naturales o institucionales (...), en especial al clima (...), pero también puede deberse a presiones sociales, temporadas deportivas (esquí o surf) y a la inercia o tradición (Butler, 1994). Una parte significativa de los destinos turísticos basados en atractivos turísticos de tipo climático, por ejemplo, destinos de nieve (...) y muchos de sol y playa padecen un gran problema de

---

<sup>15</sup> Extraídos de Secretaría de Turismo argentina

estacionalidad (Butler, 1994). En otros casos, las normas y prácticas sociales (periodos de vacaciones, peregrinaciones religiosas, ferias o congresos, etc.) pueden generar estacionalidad. El tipo de turistas (Spencer & Holecek, 2007) y su origen (Fernández & Mayorga, 2008; Volo, 2010) es muy importante para determinar las pautas estacionales (p, 447)

San Nicolás de los Arroyos es una localidad cuya estacionalidad no depende específicamente del clima, si bien se encuentra a la vera del río Paraná y se ha procedido a mejorar los espacios naturales que rodean la costa, no se podría decir que este es el factor que atrae a la mayor cantidad de visitantes. Por lo tanto resulta fundamental comenzar a desentrañar las características de la demanda turística. .

La amplitud de los factores involucrados en la estacionalidad como tema excede los límites de este trabajo sin embargo la variación de la tasa de ocupación mensual provee algunos indicios que pueden comenzar a explicarse si se recurre a la agenda de eventos que la ciudad propone a los visitantes.

Estas propuestas, que en su mayoría son eventos programados, se definen como fenómenos espaciales y temporales con características únicas en relación a un espacio, personas involucradas y sistemas organizativos. Los acontecimientos se clasifican de acuerdo a diversos criterios como el sector involucrado, alcance geográfico, tipologías de actividades desarrolladas, entre otros (Ortega Nuere e Izaguirre Casado, 2010).

Los eventos son, cada vez con mayor frecuencia, considerados como estrategias de desarrollo turístico para los destinos, en especial cuando su atractivo no se funda en un particular entorno natural o un clima que convoque por ejemplo, a deportes invernales. Tal como Sepulveda (2022) lo menciona:

La celebración de eventos permite, entre las repercusiones más importantes, incrementar el número de turistas, ampliar la duración de la estancia, fomentar el crecimiento económico y potenciar la consolidación de la imagen del destino. Además, la organización de eventos potencia la regeneración urbana con el desarrollo de infraestructuras y, en relación con las fechas de celebración, brindan la posibilidad de reducir la estacionalidad turística, debilidad que presentan muchos destinos turísticos (González Reverté y Morales Pérez, 2012). Por consiguiente, es que cada vez son más los destinos que buscan posicionarse o reposicionarse dentro del mercado turístico desarrollando dicha modalidad (p, 6)

Sin lugar a dudas esta fue la estrategia de la Secretaría de Turismo local que amplió la oferta de este tipo de atracciones y que, a lo largo de los años, ha construido infraestructura para sostener este avance. En apartados precedentes se han abordado estas cuestiones detallando la agenda que San Nicolás propone a visitantes y locales, así como las obras que se emprendieron.

Dentro de este espectro se destacan las obras correspondientes al desarrollo de eventos deportivos a través de la construcción del Estadio San Nicolás, el Predio Ferial y el Autódromo. Según Fernández Alles (2014) “El turismo deportivo está referido a todas aquellas actividades relacionadas con el deporte que se realizan fuera del lugar habitual de residencia”. Esta autora señala que la demanda de esta modalidad turística ha aumentado considerablemente en todo el mundo y ha generado una creciente celebración de eventos deportivos por parte de las ciudades para atraer turistas deportivos.

En este sentido, uno de los eventos que se destaca es el que convoca a los amantes del automovilismo. Si bien es imposible precisar cuánto impactó esta oferta sobre la tasa de ocupación o como menguó los efectos de la estacionalidad, resulta prudente mencionar que la investigación de Sepulveda (2022) referida a este mismo fenómeno en la provincia de La Pampa nos advierte lo siguiente:

De acuerdo con información brindada por la Secretaría de Turismo de La Pampa, durante la celebración de los eventos, los porcentajes de ocupación son mayores al 85%. En ocasiones se han completado las plazas de alojamiento, por lo que se procedió a habilitar opciones de alojamiento extrahotelero desde el organismo. La estadía realizada por los turistas, en su gran mayoría, coincide con la cantidad de días de duración del evento (p, 61)

En esa misma tesis Sepulveda (2022) nos provee de otros datos interesantes respecto de los visitantes al señalar que el perfil del asistente al evento deportivo del Turismo Nacional implica a personas de sexo masculino con edades, en su mayor parte, entre los 29 y 55 años. Dadas las características del acontecimiento, los espectadores suelen ir acompañados por amigos y familiares. La estadía en el destino consiste entre dos y tres días, vinculada a la duración del evento. Además de este perfil que corresponde a los espectadores pasivos se añade el conjunto de visitantes que forman parte de los participantes y organizadores del evento. Las carreras son acontecimientos que presentan un importante carácter turístico y recreativo. A modo de ejemplo se citan algunos datos aportados por esta tesis sobre cómo afectan la tasa de ocupación hotelera en el caso de la provincia de La Pampa: “los asistentes,

entre los hoteles seleccionados, el 52% eligió establecimientos de tres y cuatro estrellas, el 28% alojamientos de una estrella” (p,52)

Otras ofertas deportivas son las que conciernen al Estadio San Nicolás. Esta obra de infraestructura cuenta con una capacidad para 25.000 espectadores distribuidos en sectores de gradas, plateas y palcos y es uno de los principales escenarios deportivos de la región<sup>16</sup>. Fue inaugurado en 2019, y a partir de 2020 fue designado sede de la Copa Argentina de Fútbol. No existen datos sobre el impacto que tuvo en la ocupación hotelera, a lo largo de estos años, la realización de los eventos en el estadio, sin embargo la afluencia de público ha sido numerosa y la capacidad del mismo remite a un número importante de visitantes a la ciudad.

Sería inadecuado caracterizar turísticamente a San Nicolás de los Arroyos solamente por los eventos que la ciudad aloja ya que desde 1983 la identidad de esta localidad se ha transformado también en un sinónimo de fe a partir de la aparición de la Virgen. Tal como lo señala Flores (2008):

El arribo del turismo religioso como actividad novedosa, redefine por un lado el exiguo perfil turístico que ya tenía la ciudad de San Nicolás, y por otro lado introduce nuevas formas de producción de un espacio que no solo muta materialmente, sino también simbólicamente. La ciudad industrial organizada en torno a SOMISA y su imaginario de “la ciudad del acero”, se desvanece a partir (...) del desarrollo del turismo religioso, dando lugar a la valorización de la zona del Santuario y las representaciones espaciales de la nueva “Ciudad de María”. (p, 9)

Es imposible estimar el efecto en las tasas de ocupación hotelera que conlleva el fenómeno de las peregrinaciones al Santuario, porque no hay datos específicos al respecto, sin embargo es preciso mencionar siguiendo a Salgado (2003) que “ el turismo religioso puede ser una oportunidad significativa para el desarrollo del turismo, ya que los turistas con motivos religiosos se revelan más fieles a los destinos turísticos que visitan que los turistas con otras motivaciones”.

Este hecho se refleja en la cobertura mediática que recibe la peregrinación que se realiza cada año<sup>17</sup>. El Santuario de la Virgen del Rosario se ha convertido en uno de los

---

<sup>16</sup> <https://sannicolasciudad.gob.ar/estadiosannicolas>

<sup>17</sup>

<https://www.diarioelnorte.com.ar/comienzan-las-peregrinaciones-por-el-40o-aniversario-de-la-virgen-del-rosario/>  
<https://www.minutouno.com/sociedad/san-nicolas/virgen-masiva-peregrinacion-39-anos-su-aparicion-n5543881>

principales lugares de peregrinación del país y la celebración durante la semana del 25 de septiembre, congrega a decenas de miles de peregrinos de Argentina.

Esta transformación del perfil de la ciudad no es azarosa, tal como Torres, K., Alvarado, N., Alfonso, N. (2021) lo señalan:

La valoración del patrimonio cultural ayuda a que lugares y ciudades puedan ser mayormente visitados o percibidos como destinos turísticos. Alvarado *et al.* (2019) consideran que muchas ciudades que comienzan a ser valoradas patrimonialmente por su representación de la historia o de algún suceso religioso importante presentan transformaciones en su espacialidad de cara a las representaciones que se les atribuyen.

San Nicolás de los Arroyos que originalmente fuera la ciudad del acuerdo que sentó las bases de la organización Nacional en 1852 y luego se transformara en la ciudad del acero ha sufrido una nueva mutación, se ha convertido en la ciudad de María y es probable que este último cambio lograra la revalorización de su patrimonio cultural. Es imposible saber si la municipalidad local hubiera desarrollado la nutrida agenda de eventos que en la actualidad ofrece al visitante de no haber sufrido el impacto de las peregrinaciones de manera previa.

En definitiva, tal como Aulet y Hakobyan (2011) afirman “el turismo religioso es uno de los nichos del mercado turístico en crecimiento. Los principales destinos de esta tipología turística son los lugares santos que representan lugares de devoción y peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico-cultural. (p. 63)

Para retomar el tema de la variación en las tasas de ocupación hotelera es necesario mencionar que el reciente desarrollo teórico se ocupa de explicar algunos de los motivos que podrían dar cuenta del aumento de la misma, sin embargo hasta ahora no se han abordado los motivos que podrían explicar la disminución de esta variable.

Al buscar explicaciones sobre la variación de la tasa de ocupación resulta muy complejo dar una respuesta porque implica un abordaje multivariado, por ese motivo la encuesta pide a los propios protagonistas, como una primera aproximación a este tema, significar estas variaciones de alguna manera. Los participantes a quienes se aplica la encuesta atribuyen estos cambios a diferentes factores, en el caso del aumento de la ocupación se mencionan algunos de los eventos que se han desarrollado en este marco teórico pero cuando se trata de una disminución de la tasa de ocupación los encuestados aluden a

factores tales como la crisis económica del país, sin embargo, tal como Feijóo et al (2021) lo expresan:

El turismo y la economía tienen una vinculación muy estrecha... Y esto tiene que ver, básicamente, dada la dependencia de la demanda turística a las variables y factores económicos, como los ingresos, la variación de precios y el tipo de cambio. Pero también depende de otros factores tales como el contexto de la economía mundial, los impactos políticos, socioculturales, ambientales y también el marketing. (p, 221)

En el caso de estos últimos años en particular, resulta preciso mencionar el impacto que la pandemia ha tenido en nuestras sociedades en cuanto a los cambios de las rutinas y los comportamientos. Hay una multitud de estudios que abordan los múltiples impactos de este fenómeno y aunque no es objetivo de este trabajo analizar los datos de los años 2020 - 2021 porque constituyeron un desplome del turismo a nivel mundial, sería negligente desdeñar la posibilidad de algún tipo de influencia residual en las representaciones sociales que dificultan la movilidad fuera de los hogares.

Luego de desarrollar los posibles motivos que explicarían las variaciones en la ocupación, ya sea su aumento como su disminución, surge un último interrogante, que se encuentra directamente relacionado con la información precedente. ¿Qué tipologías de visitantes están delineando estas variaciones en la ocupación?.

Aunque esta pregunta excede, en alguna medida, los límites de este trabajo, ocurre que como resultado del mismo aparecen nuevos datos que comienzan a mostrar ciertos perfiles de visitantes y sería imprudente pasar por alto esta ramificación de la investigación. Por lo tanto se reúne la información disponible para abordar este último desafío.

Con respecto a las tipologías de perfiles de visitantes, es preciso mencionar que los datos recogidos por la ocupación hotelera y las encuestas realizadas no permiten una categorización exhaustiva de los visitantes. Por ese motivo se realiza un primer acercamiento exploratorio a este tema y se definen categorías que surgen del análisis de los datos al cruzar la información obtenida con la agenda de eventos y las actividades ofrecidas por la ciudad. De esta manera la clasificación que surge utiliza la motivación del visitante como único criterio.

La importancia de esta identificación de perfiles de visitantes reside en que (Lopez y Sastre, 2021):

La segmentación de los visitantes reporta beneficios a ambas partes de la interacción turística. A los colectivos públicos y privados del destino les permite conocer las necesidades y preferencias de los diferentes grupos para enfocar sus acciones de marketing y promoción turística junto con el diseño de productos y servicios turísticos adecuados a cada clase de segmento, mientras que a los visitantes la segmentación los provee de una amplia oferta de destinos, servicios y productos turísticos ajustados a sus deseos y expectativas. (p, 4)

Ahora bien, tal como estos mismos autores sugieren, la búsqueda del criterio para segmentar es lo que resulta complejo. Si nos referimos a los motivos que impulsan a un viajero es posible decir que (Lopez y Sastre, 2021, p.:4) “puede haber tantas razones para viajar como viajeros”. Sin embargo este criterio resulta útil en alguna medida cuando las motivaciones se pueden agrupar bajo algún concepto más abarcativo.

Esta selección de la motivación como criterio para clasificar a los visitantes se fundamenta tal como dicen (Lopez y Sastre, 2021) en su investigación que hacen sobre la ciudad de Cuenca en España:

La utilización de la motivación como criterio psicográfico junto con el estudio de las características sociodemográficas y del viaje se muestra como una estrategia válida en el proceso de segmentación e investigación del mercado turístico. Así, las relaciones de congruencia expuestas entre las motivaciones más valoradas y los adjetivos más utilizados (como exploración de la imagen de destino) sugieren la importancia de conocer dicha imagen en la atracción de visitantes. De esta manera, aquellos aspectos más conocidos o característicos del destino serían motivaciones en sí mismas para visitar Cuenca. Esta relación debe animar a cuidar los principales atractivos turísticos de la ciudad y a potenciar otros para ampliar la oferta a visitantes con motivaciones distintas. (p, 16)

Tal como esta última cita sugiere hay una estrecha relación entre los aspectos característicos del destino turístico y las motivaciones de los visitantes. Esta argumentación respalda, de alguna manera, el intento por delinear algunos perfiles de visitantes a San Nicolás de los Arroyos basados en los motivos que los impulsan a trasladarse a esta localidad.

Para finalizar es preciso decir que este recorrido teórico anuda una gran cantidad de conceptos y que los mismos son la base desde la que se conforma esta estructura conceptual que sostiene la formulación de un primer estado de situación del turismo receptivo en San

Nicolás de los Arroyos. La perspectiva de la ocupación hotelera permite diferenciar a los visitantes que pernoctan en la localidad de aquellos que simplemente son excursionistas y da indicios para explicar, a través de las variaciones de la tasa de ocupación, algo de la estacionalidad así como también de la transformación de este destino turístico en una ciudad que atrae una gama cada vez más variada de visitantes.

## 6. Diseño metodológico

### 6.1 - Perspectiva metodológica

El presente trabajo intenta formular un primer cuadro de situación sobre la ocupación hotelera en San Nicolás de los Arroyos. La falta de estudios e investigaciones previas, así como el tipo de acceso a los datos en alguna medida determinan que el tipo de diseño a realizar sea transeccional exploratorio. En palabras de Hernandez Sampieri (2018) “*El propósito de los diseños transaccionales exploratorios es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos*” ( p,155).

### 6.2 - Tipo de investigación

Por la naturaleza de este acercamiento a la realidad es necesario señalar que la metodología de esta investigación es mixta, lo que implica en palabras de Hernández Sampieri (2018) “la recopilación y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para hacer inferencias producidas a partir de toda la información recopilada” (p. 612)

Tal como este mismo autor refiere, este enfoque permite complementar dos acercamientos diferentes al objeto de estudio, uno, el de los datos objetivos plasmados en

gráficas o tabulaciones y el segundo que es el subjetivo, la interpretación de los propios protagonistas sobre algunos de los datos.

La riqueza de esta perspectiva metodológica es que permite la recolección de los datos reales y objetivos a los que se pudo acceder y al mismo tiempo permite complementar estos datos con los resultados de una encuesta cuyas preguntas impulsan a los protagonistas de esa realidad a indicar algún tipo de interpretación de la propia realidad, como dice Hernandez Sampieri (2018) “Asimismo, el enfoque mixto puede utilizar los dos enfoques para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema” (p, 755) quien completa la explicación de esta metodología de la siguiente manera:

“ Diseños de aplicación independiente, pero cuyos resultados se complementan. Consiste primero en aplicar un enfoque y luego el otro, de manera relativamente independiente, dentro del mismo estudio. Uno precede al otro y los resultados se presentan de manera separada o en un solo reporte”.(p, 764)

Se parte de la base de que las cifras disponibles serían un indicador confiable de la ocupación hotelera, aunado a ello, se revisaron las coincidencias con las respuestas a las preguntas sobre tasa de ocupación de la encuesta. Una vez concluido su estudio cuantitativo, se procedió a realizar encuestas a informantes clave acerca de los significados que atribuyen a las variaciones en la ocupación incluyendo preguntas generales y abiertas.

En síntesis, para definir concretamente el tipo de investigación es necesario ajustarse a ciertos criterios. Por lo tanto es adecuado señalar que en cuanto a sus objetivos es una investigación básica, también conocida como teórica porque realiza un estudio con el objetivo de obtener información sobre determinado fenómeno, sin la intención de intervenir en el mismo. En base a su profundidad es de tipo exploratoria, como fue explicitado en un apartado anterior. La metodología que utiliza es mixta. En cuanto a la manipulación de la variable es no experimental y en cuanto a la temporalidad es transversal.

### **6.3 - Universo y muestra**

El presente trabajo delimita dos tipos de muestra diferentes. Esta decisión metodológica está determinada por la posibilidad de acceso a los datos. En primer término se utilizan los registros de ocupación de los años 2017 a 2023 de los hoteles Plaza San Nicolás y Yaguarón para el acceso a información detallada que constituye una muestra aproximada del 20.90% del universo de plazas hoteleras disponibles en la ciudad de San Nicolás.

La muestra en este caso es no probabilística, porque (Sampieri, 2006) “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (p, 176). Al ser de tipo no probabilístico la muestra se sabe que “seleccionan individuos o casos típicos sin intentar que sean estadísticamente representativos de una población determinada” (p, 189). Sin embargo, en un universo tan acotado como el de la presente investigación la representatividad de los datos provistos por estos dos hoteles se incrementa.

En segundo término se toma como una segunda muestra la encuesta aplicada a los gerentes y/o propietarios de los establecimientos hoteleros de esta localidad que fue respondida por los responsables de 15 hoteles y un establecimiento parahotelero, que representan el 88% del total del universo de plazas disponibles en esta localidad.

En este caso la muestra es probabilística porque la encuesta fue enviada a todo el universo de establecimientos hoteleros de la ciudad y (Sampieri, 2006) “ todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis” (p, 175).

La unidad de análisis de la encuesta encuadra solamente a los hoteles de 2 a 4 estrellas y un establecimiento parahotelero. La cobertura geográfica es el núcleo urbano de San Nicolás de los Arroyos.

Para abordar este trabajo se requiere la inclusión de algunas definiciones conceptuales, por ese motivo las mismas se incluyen a continuación:

Establecimientos hoteleros: aquellos categorizados como hoteles de 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas, aparts y boutiques.

Establecimientos parahoteleros: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfasts, hosterías, residenciales, hostels, etcétera.

#### **6.4 - Variables y operacionalización (o dimensionalización)**

Las variables que se exploran en este estudio son:

1- La Tasa de ocupación de habitaciones definida conceptualmente como:

Tasa de ocupación de habitaciones (TOH): relación en porcentaje entre el total de habitaciones o unidades ocupadas y el total de habitaciones o unidades disponibles en el mes de referencia

<sup>18</sup>.

Para los propósitos del presente trabajo la tasa de ocupación fue agrupada en las respectivas tablas utilizando los siguientes criterios:

-Ocupación en días hábiles (domingo a jueves) y Fin de semana (viernes y sábados)<sup>19</sup>

-Tasa de Ocupación mensual

-Tasa de Ocupación anual

Esta variable se utiliza también en la encuesta para complementar la información pero como los datos tienen un nivel menor de detalle se la operacionaliza a través de cuatro preguntas diferentes que permitan analizar los datos y efectuar una comparación con los obtenidos de los dos hoteles.

-Tasa de ocupación TOH anual escalada con los ítems

10% al 20%, 31% al 40%, 41% al 50%, 51% al 60%, 61% al 70%, 71% al 80%, 81% al 90%, 91% a 100%

-Variación de la ocupación entre los días de semana y fines de semana.

ítems

Es igual

Es mayor en fines de semana

Es mayor en días de semana

-Ocupación y estacionalidad: meses de mayor demanda,

ítems: Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre

-Variación de la ocupación anual entre años previos a la pandemia con el de 2023.

Items

---

<sup>18</sup> Definición provista por EOH (Encuesta de ocupación Hotelera).

<sup>19</sup> [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh\\_12\\_23B3E7A99401.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh_12_23B3E7A99401.pdf)

Subió

Bajó

Se mantuvo

No lo sé

2 - Categoría del establecimiento

Operacionalizada a través de los siguientes ítems:

1 estrella

2 estrellas

3 estrellas

4 estrellas

5 estrellas

Apart Hotel

Otro

3 - Cantidad de habitaciones

4 - Cantidad de plazas

5 - Impacto de la agenda de actividades municipal en la ocupación:

ítems

No tienen ningún impacto

Influyen mucho en la ocupación

Algunas influyen en la ocupación

6 - Eventos que influyen en la ocupación

7 - Factores que explican el descenso de la ocupación.

Ítems:

El perfil de San Nicolás de los Arroyos como destino

Acciones municipales insuficientes o mal gestionadas

Las dificultades económicas de empresas locales

Insuficientes atractivos turísticos

Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad

Falta de difusión

Otros

## **6.5 - Técnicas de recolección de datos**

La recolección de datos se realiza a partir de dos técnicas diferentes, para determinar la tasa de ocupación desde 2017 a 2023 y sus variaciones se procesan y tabulan dos fuentes secundarias: los registros de ocupación provistos por los hoteles Plaza San Nicolás y Yaguarón. Estos registros surgen de sus sistemas de facturación y fueron entregados en planillas impresas.

La segunda recolección de datos es una fuente primaria conformada por una encuesta que se aplica a todos los gerentes/ dueños de establecimientos hoteleros de la ciudad que acepten responder. Esta encuesta, solicita de los informantes claves, datos concretos así como la atribución de significados a determinadas variaciones en la ocupación.

## **6.6 - Técnicas de análisis de datos**

### **6.6.1 - En cuanto a la ocupación**

Los dos hoteles que constituyen la muestra entregaron los registros de la ocupación detallada por día. Para trabajar con estos datos se realizó una tabulación de los mismos formando una matriz de datos en dos columnas que se corresponden con la suma de la ocupación de domingo a jueves considerados día de semana y la de fin de semana que corresponde a viernes y sábado. Si bien las variables investigadas por la EOH<sup>20</sup> son más abarcativas creemos que resulta de interés metodológico ceñirse a las definiciones que este ente utiliza respecto de la separación entre día de semana y fin de semana "A continuación, se

---

<sup>20</sup> [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh\\_12\\_23B3E7A99401.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh_12_23B3E7A99401.pdf)

consignan las definiciones y conceptos utilizados en la elaboración de los indicadores presentados (...) Fines de semana: noches de viernes y sábados del mes de referencia” (p.16) .

Esta manera de reunir los datos tiene una segunda justificación y es que se corresponde con la hipótesis previa de dos primeros perfiles de visitante a diferenciar, el correspondiente al turismo corporativo y al turista de ocio. De todas maneras, tal como se puede ver en los cuadros, se buscaron datos más generales como los porcentajes de ocupación en totales mensuales y anuales que eran datos inexistentes y además podrían aportar otro tipo de información al análisis de los perfiles de visitantes.

La descripción de este apartado se lleva a cabo de la siguiente manera: en primer término se analizan los datos obtenidos del hotel Plaza San Nicolás para los años 2017-2023 y en segundo término se examinan los mismos datos correspondientes al Hotel Yaguarón.

Este tipo de información no justifica el uso de un programa estadístico para el análisis de la matriz de datos porque los resultados son visibles a un primera mirada, simplemente se trata de ubicar los porcentajes distinguidos (por altos o bajos) y puntualizar este hecho para luego buscar algún tipo de explicación a la variación encontrada.

#### **6.6.1.1 - Hotel Plaza San Nicolás**

Respecto de la ocupación en general de este hotel se puede decir que en los últimos 7 años el porcentaje más alto es de 57,79 % en el 2017<sup>21</sup>, cifra que implica que en ningún momento el hotel estuvo a plena capacidad de ocupación. Pero además ese es el techo anual que esta categoría presenta. Los meses de marzo, abril, mayo y octubre son los que superan el promedio anual por una gran diferencia en este año. En cuanto a una posible correlación entre ocupación y perfil de visitantes es posible mencionar que en 2017 los días de semana presentan una ocupación superior a los fines de semana y esto ocurre en todos los meses del año con excepción de noviembre y diciembre. Este dato podría indicar que el turismo corporativo fue mayor al de ocio. Y que con el comienzo del verano esta diferencia se modifica y el turismo de ocio se vuelve más importante. Los meses de marzo y mayo de 2017 presentan una ocupación superior al 70% y este dato se explica a través de que AES Argentina Generación S.A., empresa que se dedica a la generación y distribución de energía eléctrica, realizó una parada de mantenimiento en la planta de generación de energía térmica en San Nicolás, para lo cual solicitaron soporte de la empresa Mitsubishi durante los meses de marzo,

---

<sup>21</sup> cuadro 1

abril y mayo, en donde un gran grupo de ingenieros extranjeros de entre 50 y 60 personas se alojaron en base single. Sumado esto a la Expoagro, evento que se realiza en el mes de Marzo en la ciudad y que convoca a miles de personas antes, durante y después del encuentro más grande del agro de la región, que con el montaje y la organización previa conlleva unos 15 días del mes de marzo en San Nicolás con una mayor demanda en la ocupación hotelera.

En 2018 la ocupación total cayó 10% respecto al año anterior, esto podría deberse a factores macroeconómicos o a algún otro motivo que podría ser respondido por la encuesta. En este año la comparación entre día de semana y fin de semana repite los datos anteriores e incluso se amplía la brecha entre estos dos indicadores. La ocupación total del fin de semana baja significativamente en comparación con 2017, lo que significa un menor nivel de turismo de ocio. Y en este año el mes de marzo y abril nuevamente se destacan por una ocupación más elevada que el resto, este dato se explica por la realización de expoagro y algún otro evento, queda a confirmar por lo arrojado por las encuestas.

En 2019 la ocupación total es del 50.35%, situándose en una cifra menor al 2017 pero mayor a 2018. En este año se sigue manteniendo la diferencia entre días de semana y fin de semana. Se destacan los meses de marzo y abril en días de semana, tal como ocurrió los años anteriores. Además del evento del agro ya mencionado anteriormente que se realiza en marzo, el hotel fue ocupado por un congreso de anestesiología que incrementó considerablemente la ocupación durante 4 días y por otra gran reserva del grupo Mitsubishi entre los meses de marzo y abril, que luego de la investigación, todo indicaría que regresan por grandes trabajos de reparación y mantenimiento en una planta energética de la ciudad cada 1 año y medio aproximadamente.

El 2020 inicia con un repunte en la ocupación, los meses de enero y febrero sumados superan al rango obtenido en 2017, en febrero, mes con más ocupación en el año 2020, llegando a 62.97%, se realizó la reestructuración del puerto de San Nicolás, lo que incrementó la ocupación en el hotel y los eventos en el mismo. A partir de marzo la ocupación baja significativamente, hecho que se explica por las medidas tomadas por la pandemia de COVID 19 que justifica la caída de la ocupación a un total anual de 17.52%.

El 2021 continúa la tendencia del 2020 a lo largo de todo el año, con una recuperación muy lenta a excepción de los meses de marzo y abril que hubo otra parada de Mitsubishi, a cargo de la empresa SERVINDLIZ S.A. Dedicada a la construcción, mantenimiento y rehabilitación de plantas generadoras de energía y plantas industriales, hospedándose entre marzo y mayo. Se podría agregar que las vacunas fueron aprobadas entre mes 12-2020 y mes 2-2021 pero esos datos no clarifican demasiado el análisis de estos, ya que el tiempo que llevo

la aplicación de las dosis necesarias y el levantamiento de restricciones a la circulación no implicó la finalización del efecto cultural y psicológico ni su impacto sobre el turismo que se mantuvo a lo largo de todo este año

Los valores del 2022 y 2023 respecto de la ocupación anual son 41.65% y 40.29% es decir que no se pudieron recuperar los valores de ocupación pre pandemia de 47.59% y 50.35 % respectivamente<sup>22</sup>. Como es sabido, la pandemia de 2020 resultó un gran golpe para todo el sector hotelero pero, las cifras del 2022 y 2023 señalan, además, que los porcentajes de ocupación en estos años rondaron en menos de un 42% <sup>23</sup>.

El 2022 la ocupación no muestra una diferencia sustancial entre los días de semana y el fin de semana. Este dato, sumado al de la baja generalizada de este año, podría indicar que se ha perdido turismo corporativo por algún motivo. Se destaca abril del 2022 como el único momento en que la ocupación superó el 85% y no hay casi diferencia entre fin de semana y días hábiles. El cual se explica por otra parada de Mitsubishi, a cargo de la empresa SERVINDLIZ S.A que ocuparon un gran número de habitaciones durante todo abril.

En 2023 la ocupación de día de semana vuelve a ser mayor que la de fin de semana pero por una diferencia menor y a pesar de una baja general en la ocupación, se destacan los fines de semana de julio y de septiembre, en donde tuvieron lugar el fin de semana del 28, 29 y 30 de julio el Turismo Nacional, categoría de la ACTC (Asociación Corredores de Turismo Carretera), en septiembre alojaron al equipo de fútbol Universidad Católica de Chile que disputaba un encuentro amistoso el 9 de ese mismo mes en el Estadio Único de San Nicolás vs River Plate, y las actividades en el autódromo se hicieron de nuevo presente durante septiembre con el fin de semana del 16 con la llegada del Track Day, el 23 y 24 con el Superbike Bonaerense y con el Turismo Carretera el 30. Además se sumaron desde el 16 de ese corriente mes al 22 el congreso nómada de fotografía y luego el reconocido aniversario de la virgen maria el 25.

Si tratamos de correlacionar ocupación con turismo religioso, se observa que el mes de septiembre (por el 25 de la virgen) y las distintas actividades y peregrinaciones que se realizan en el santuario durante ese mes no arrojan un dato diferencial que implique una relación con una ocupación elevada.

En cuanto al promedio mensual de los 7 años los meses de marzo y abril son aquellos que retienen los porcentajes más elevados de ocupación.

---

<sup>22</sup> cuadro 1

<sup>23</sup> cuadro 3

**Cuadro 1: H.P S.N. Porcentaje de ocupación 2017-2018-2019**

<b>HOTEL PLAZA SAN NICOLÁS</b>									
<i>OCUPACIÓN SEMANAL (DOMINGOS A JUEVES), FINES DE SEMANA (VIERNES A SÁBADOS) Y MENSUAL</i>									
	<b>2017</b>			<b>2018</b>			<b>2019</b>		
	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>
<b>ENERO</b>	51,64%	46,23%	<b>50,24%</b>	41,57%	34,55%	<b>39,77%</b>	46,93%	31,00%	<b>42,82%</b>
<b>FEBRERO</b>	66,78%	56,34%	<b>63,80%</b>	49,25%	33,74%	<b>44,81%</b>	51,30%	41,95%	<b>48,63%</b>
<b>MARZO</b>	71,48%	62,40%	<b>70,97%</b>	56,35%	55,86%	<b>56,21%</b>	66,60%	50,28%	<b>61,33%</b>
<b>ABRIL</b>	65,41%	60,41%	<b>64,34%</b>	61,64%	32,27%	<b>52,83%</b>	71,23%	66,95%	<b>70,09%</b>
<b>MAYO</b>	72,60%	67,81%	<b>71,37%</b>	43,90%	36,82%	<b>42,07%</b>	59,40%	57,08%	<b>58,73%</b>
<b>JUNIO</b>	59,95%	46,27%	<b>59,54%</b>	40,76%	30,14%	<b>37,21%</b>	47,03%	32,42%	<b>42,65%</b>
<b>JULIO</b>	43,52%	39,73%	<b>44,01%</b>	49,20%	35,79%	<b>45,74%</b>	51,52%	39,39%	<b>48,39%</b>
<b>AGOSTO</b>	55,03%	42,98%	<b>51,92%</b>	55,85%	40,18%	<b>51,30%</b>	48,27%	40,28%	<b>45,69%</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	51,03%	40,28%	<b>47,44%</b>	55,12%	41,86%	<b>51,14%</b>	53,99%	43,50%	<b>51,19%</b>
<b>OCTUBRE</b>	65,25%	64,38%	<b>65,05%</b>	56,46%	50,00%	<b>54,79%</b>	42,53%	43,67%	<b>42,82%</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	55,28%	72,26%	<b>59,77%</b>	49,64%	50,69%	<b>49,95%</b>	45,75%	52,60%	<b>48,04%</b>
<b>DICIEMBRE</b>	40,57%	50,55%	<b>45,69%</b>	45,99%	45,81%	<b>43,97%</b>	47,47%	48,80%	<b>44,10%</b>
<b>PROMEDIOS</b>	<b>58,21%</b>	<b>54,14%</b>		<b>50,48%</b>	<b>40,64%</b>		<b>52,67%</b>	<b>45,66%</b>	
<b>OCUPACIÓN ANUAL</b>									
	<b>2017</b>			<b>2018</b>			<b>2019</b>		
	<b>57,79%</b>			<b>47,50%</b>			<b>50,35%</b>		

**Cuadro 2: PH.P S.N. Porcentaje de ocupación 2020-2021**

<b>HOTEL PLAZA SAN NICOLÁS</b>						
<i>OCUPACIÓN SEMANAL (DOMINGOS A JUEVES), FINES DE SEMANA (VIERNES A SÁBADOS) Y MENSUAL</i>						
	<b>2020</b>			<b>2021</b>		
	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>
<b>ENERO</b>	60,40%	46,27%	<b>56,30%</b>	10,50%	10,00%	<b>10,34%</b>
<b>FEBRERO</b>	67,74%	52,36%	<b>62,97%</b>	9,66%	10,79%	<b>9,98%</b>
<b>MARZO</b>	39,31%	29,28%	<b>36,72%</b>	45,38%	37,84%	<b>43,44%</b>
<b>ABRIL</b>	6,97%	7,19%	<b>7,03%</b>	64,90%	75,80%	<b>68,17%</b>
<b>MAYO</b>	6,59%	3,97%	<b>5,74%</b>	11,21%	14,46%	<b>12,15%</b>
<b>JUNIO</b>	3,80%	2,40%	<b>3,42%</b>	7,97%	10,62%	<b>8,68%</b>
<b>JULIO</b>	2,62%	3,35%	<b>2,83%</b>	13,44%	16,85%	<b>14,54%</b>
<b>AGOSTO</b>	5,73%	3,35%	<b>5,04%</b>	16,02%	23,63%	<b>17,98%</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	5,29%	3,60%	<b>4,84%</b>	17,31%	41,44%	<b>23,74%</b>
<b>OCTUBRE</b>	6,26%	4,52%	<b>5,70%</b>	30,01%	50,82%	<b>36,72%</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	11,65%	9,08%	<b>10,96%</b>	34,12%	44,52%	<b>36,89%</b>
<b>DICIEMBRE</b>	9,47%	12,33%	<b>10,21%</b>	34,68%	49,01%	<b>38,84%</b>
<b>PROMEDIOS</b>	18,82%	14,81%		24,60%	32,15%	
	<b>2020</b>			<b>2021</b>		
	<b>17,52%</b>			<b>26,84%</b>		

**Cuadro 3: PH.P S.N. Porcentaje de ocupación 2022-2023**

<b>HOTEL PLAZA SAN NICOLÁS</b>						
<i>OCUPACIÓN SEMANAL (DOMINGOS A JUEVES), FINES DE SEMANA (VIERNES A SÁBADOS) Y MENSUAL</i>						
	<b>2022</b>			<b>2023</b>		
	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>
<b>ENERO</b>	28,65%	50,84%	<b>35,09%</b>	24,78%	25,00%	<b>24,83%</b>
<b>FEBRERO</b>	44,25%	55,48%	<b>47,46%</b>	42,74%	48,46%	<b>44,37%</b>
<b>MARZO</b>	56,88%	46,75%	<b>54,26%</b>	48,26%	31,51%	<b>43,39%</b>
<b>ABRIL</b>	87,46%	85,20%	<b>86,71%</b>	34,12%	36,84%	<b>34,93%</b>
<b>MAYO</b>	38,71%	36,13%	<b>38,05%</b>	41,16%	49,66%	<b>43,35%</b>
<b>JUNIO</b>	30,02%	44,18%	<b>33,79%</b>	49,84%	31,20%	<b>44,25%</b>
<b>JULIO</b>	27,01%	28,63%	<b>27,53%</b>	37,92%	57,99%	<b>43,75%</b>
<b>AGOSTO</b>	35,02%	48,29%	<b>38,44%</b>	31,33%	32,02%	<b>31,51%</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	33,47%	36,53%	<b>34,38%</b>	47,26%	60,68%	<b>51,74%</b>
<b>OCTUBRE</b>	38,48%	55,10%	<b>43,31%</b>	38,54%	46,92%	<b>40,70%</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	34,31%	35,28%	<b>34,57%</b>	40,41%	48,12%	<b>42,47%</b>
<b>DICIEMBRE</b>	23,62%	35,75%	<b>27,53%</b>	40,31%	36,17%	<b>38,97%</b>
<b>PROMEDIOS</b>	<b>39,82%</b>	<b>46,51%</b>		<b>39,72%</b>	<b>42,05%</b>	
	<b>2022</b>			<b>2023</b>		
	<b>41,65%</b>			<b>40,29%</b>		

**Cuadro 4: H.P S.N. Porcentaje de ocupación mensual 2017- 2023**

<b>HOTEL PLAZA SAN NICOLÁS</b>	
<i>OCUPACIÓN SEMANAL (DOMINGOS A JUEVES), FINES DE SEMANA (VIERNES A SÁBADOS) Y MENSUAL</i>	
	<b>PROMEDIO MENSUAL</b>
ENERO	37,06%
FEBRERO	46,00%
MARZO	52,33%
ABRIL	54,87%
MAYO	38,78%
JUNIO	32,79%
JULIO	32,40%
AGOSTO	34,55%
SEPTIEMBRE	37,78%
OCTUBRE	41,30%
NOVIEMBRE	40,38%
DICIEMBRE	35,62%
PROMEDIOS	
	<b>PROMEDIO ANUAL</b>
	40,28%

### 6.6.1.2 - Hotel Yaguarón

En 2017 el total de ocupación es de 48,12% . Los primeros 4 meses del año los totales mensuales superan la media anual por más de 10 puntos como mínimo. Lo que denota que es un establecimiento más de ocio y que se ve reflejado en los meses de calor. Además en enero y febrero tuvieron pasantes de Ternium, el mayor fabricante de acero en Argentina que posee una planta de grandes dimensiones en las inmediaciones de la ciudad, grupos de pasantes de 30 a 40 personas se alojaron durante esos meses. En marzo se repite la mención sobre la Expoagro. En cuanto a una posible correlación entre ocupación y perfil de visitantes es posible mencionar que en 2017 la ocupación del fin de semana es un poco superior a la de los días de semana.

En 2018 la ocupación total es de 45.61%, en este caso son los primeros 3 meses del año los que muestran significativa diferencia de la media de ocupación. En donde podemos observar que en marzo hizo pretemporada un equipo de fútbol sumado como todos los años al evento del agro. En este año la ocupación de fin de semana sigue siendo un poco más alta que la de domingos a jueves aunque la diferencia disminuye respecto del año anterior, esto podría indicar que el turismo de ocio en relación a 2017 ha disminuido.

En 2019 la ocupación total es de 39.77%, el mes de mayo es el único que presenta un incremento sobre la media de más de 10%. No hay ningún evento específico que explique este incremento, solamente muchos tripulantes marítimos por el puerto de la ciudad, y un grupo numeroso que ocasionalmente llega a la ciudad con motivos por el aniversario de la coronación de la virgen que se celebra los días 25 de mayo. En 2019 también se mantiene la tendencia anterior respecto de diferencias días hábiles/fin de semana.

El 2020 inicia con una ocupación similar a la de 2019 para los meses de enero y febrero. A partir de marzo la ocupación baja significativamente, hecho que se explica por las medidas tomadas por la pandemia de COVID 19 que implica la caída de la ocupación a un total anual de 8.38%. Los meses que la ocupación del establecimiento está en 0% es porque fue cedido al municipio para alojar casos positivos de covid de baja gravedad, los cuales no contaban con las condiciones necesarias para hacer el aislamiento en sus domicilios. Situación que se dio durante 10 meses, desde abril del 2020 hasta enero del 2021.

El 2021 continúa la tendencia 2020 a lo largo de todo el año, con una recuperación muy lenta a partir de septiembre

En 2022 la ocupación total es de 43.16% y los meses de enero, febrero y abril tienen un incremento sobre la media de más de 10%. En este año hay una marcada diferencia de casi 20% entre la ocupación de fin de semana que resulta mucho más alta que la de día de semana.

En 2023 baja la ocupación total a 33.25%, el mínimo histórico sin pandemia y el único dato saliente es marzo que el porcentaje sube pero no llega a 10% de diferencia con el promedio anual. Continúan las diferencias entre fin de semana y de domingos a jueves y esa diferencia es de un 10%, siendo de domingos a jueves 30.31% y de viernes a domingos 40.93%.

Los picos más altos de ocupación en todos estos años son los de marzo de 2017 y 2018 que aun así no superan el 68% pero sí se sitúan por encima del promedio.

En cuanto a los promedios mensuales de 2017 a 2023 los meses que presentan un porcentaje más alto son enero, febrero y marzo. Además de los eventos ya mencionados que explican el aumento de la ocupación en el mes de marzo, en enero y febrero la ocupación se ve afectada porque la localidad de San Nicolás resulta un punto estratégico para pernoctar para aquellos turistas provenientes del norte que se dirigen a las costas argentinas.

**Cuadro 5: H.Y S.N. Porcentaje de ocupación 2017-2018-2019**

<b>HOTEL YAGUARÓN SAN NICOLÁS</b>									
<i>OCUPACIÓN SEMANAL (DOMINGOS A JUEVES), FINES DE SEMANA (VIERNES A SÁBADOS) Y MENSUAL</i>									
	<b>2017</b>			<b>2018</b>			<b>2019</b>		
	DOMINGOS A JUEVES	VIERNES A SÁBADOS	MENSUAL	DOMINGOS A JUEVES	VIERNES A SÁBADOS	MENSUAL	DOMINGOS A JUEVES	VIERNES A SÁBADOS	MENSUAL
<b>ENERO</b>	57,25%	64,12%	<b>59,02%</b>	56,52%	58,80%	<b>57,11%</b>	42,67%	38,20%	<b>41,52%</b>
<b>FEBRERO</b>	59,17%	57,87%	<b>58,80%</b>	53,89%	61,81%	<b>56,15%</b>	27,32%	38,66%	<b>30,56%</b>
<b>MARZO</b>	68,52%	65,43%	<b>67,62%</b>	64,90%	65,37%	<b>65,05%</b>	49,25%	42,59%	<b>47,10%</b>
<b>ABRIL</b>	61,64%	57,82%	<b>60,49%</b>	49,75%	38,43%	<b>46,73%</b>	34,34%	37,50%	<b>35,19%</b>
<b>MAYO</b>	39,61%	45,37%	<b>41,10%</b>	35,27%	48,15%	<b>38,59%</b>	52,78%	47,74%	<b>51,31%</b>
<b>JUNIO</b>	32,89%	31,28%	<b>32,41%</b>	43,89%	41,67%	<b>43,15%</b>	28,48%	25,72%	<b>27,65%</b>
<b>JULIO</b>	32,07%	41,57%	<b>34,83%</b>	40,18%	39,12%	<b>39,90%</b>	36,96%	37,73%	<b>37,16%</b>
<b>AGOSTO</b>	36,55%	35,19%	<b>37,28%</b>	38,21%	37,86%	<b>38,11%</b>	33,86%	32,96%	<b>33,57%</b>
<b>SEPTIEMBRE</b>	43,52%	46,67%	<b>44,57%</b>	41,09%	35,80%	<b>39,51%</b>	38,72%	47,69%	<b>41,11%</b>
<b>OCTUBRE</b>	43,96%	55,32%	<b>46,89%</b>	36,55%	50,70%	<b>40,20%</b>	39,86%	60,19%	<b>45,10%</b>
<b>NOVIEMBRE</b>	46,04%	72,69%	<b>53,15%</b>	38,27%	38,48%	<b>38,33%</b>	37,78%	48,89%	<b>41,48%</b>
<b>DICIEMBRE</b>	36,60%	54,26%	<b>42,29%</b>	41,08%	54,73%	<b>45,04%</b>	42,11%	50,23%	<b>44,21%</b>
	46,49%	52,30%		44,97%	47,58%		38,68%	42,34%	
	<b>OCUPACIÓN ANUAL</b>								
	<b>2017</b>			<b>2018</b>			<b>2019</b>		
	<b>48,12%</b>			<b>45,61%</b>			<b>39,77%</b>		

**Cuadro 6: H.Y S.N. Porcentaje de ocupación 2020-2021**

<b>HOTEL YAGUARÓN SAN NICOLÁS</b>						
<i>OCUPACIÓN SEMANAL (DOMINGOS A JUEVES), FINES DE SEMANA (VIERNES A SÁBADOS) Y MENSUAL</i>						
	<b>2020</b>			<b>2021</b>		
	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>DOMINGOS A JUEVES</b>	<b>VIERNES A SÁBADOS</b>	<b>MENSUAL</b>
<b>ENERO</b>	35,02%	37,04%	35,60%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>FEBRERO</b>	39,63%	36,34%	38,69%	26,57%	35,19%	29,03%
<b>MARZO</b>	32,53%	16,90%	28,49%	13,45%	33,80%	18,70%
<b>ABRIL</b>	0,00%	0,00%	0,00%	24,69%	28,81%	25,93%
<b>MAYO</b>	0,00%	0,00%	0,00%	9,34%	16,05%	11,29%
<b>JUNIO</b>	0,00%	0,00%	0,00%	8,42%	17,59%	10,86%
<b>JULIO</b>	0,00%	0,00%	0,00%	12,87%	19,44%	14,99%
<b>AGOSTO</b>	0,00%	0,00%	0,00%	18,44%	24,07%	19,89%
<b>SEPTIEMBRE</b>	0,00%	0,00%	0,00%	29,21%	56,02%	36,36%
<b>OCTUBRE</b>	0,00%	0,00%	0,00%	33,16%	63,70%	43,01%
<b>NOVIEMBRE</b>	0,00%	0,00%	0,00%	33,84%	62,04%	41,36%
<b>DICIEMBRE</b>	0,00%	0,00%	0,00%	38,72%	57,82%	44,27%
	8,93%	7,52%		20,73%	34,54%	
	<b>2020</b>			<b>2021</b>		
	<b>8,38%</b>			<b>24,56%</b>		
	<b>DE ENERO A MARZO</b>			<b>SIN ENERO</b>		
	<b>34,26%</b>			<b>26,88%</b>		

**Cuadro 7: H.Y S.N. Porcentaje de ocupación 2022-2023**

<b>HOTEL YAGUARÓN SAN NICOLÁS</b>						
<i>OCUPACIÓN SEMANAL (DOMINGOS A JUEVES), FINES DE SEMANA (VIERNES A SÁBADOS) Y MENSUAL</i>						
	<b>2022</b>			<b>2023</b>		
	DOMINGOS A JUEVES	VIERNES A SÁBADOS	MENSUAL	DOMINGOS A JUEVES	VIERNES A SÁBADOS	MENSUAL
ENERO	49,41%	74,90%	56,81%	31,40%	39,82%	33,57%
FEBRERO	50,56%	65,97%	54,96%	35,93%	43,29%	38,03%
MARZO	43,00%	48,38%	44,38%	45,37%	37,04%	42,95%
ABRIL	55,28%	63,15%	57,90%	31,31%	23,46%	28,95%
MAYO	26,57%	45,37%	31,42%	25,60%	43,29%	30,17%
JUNIO	34,09%	56,25%	40,00%	26,99%	30,86%	28,15%
JULIO	37,30%	50,56%	41,58%	25,50%	54,11%	33,81%
AGOSTO	36,96%	58,33%	42,47%	21,90%	25,46%	22,82%
SEPTIEMBRE	38,45%	52,26%	42,59%	38,98%	55,00%	44,32%
OCTUBRE	31,06%	66,25%	41,28%	24,64%	44,68%	29,81%
NOVIEMBRE	29,29%	63,66%	38,46%	25,92%	51,39%	32,72%
DICIEMBRE	21,69%	39,63%	27,48%	30,16%	42,78%	34,23%
	37,81%	57,06%		30,31%	40,93%	
	<b>2022</b>			<b>2023</b>		
	43,16%			33,25%		

**Cuadro 8: H.Y S.N. Porcentaje de ocupación mensual 2017- 2023**

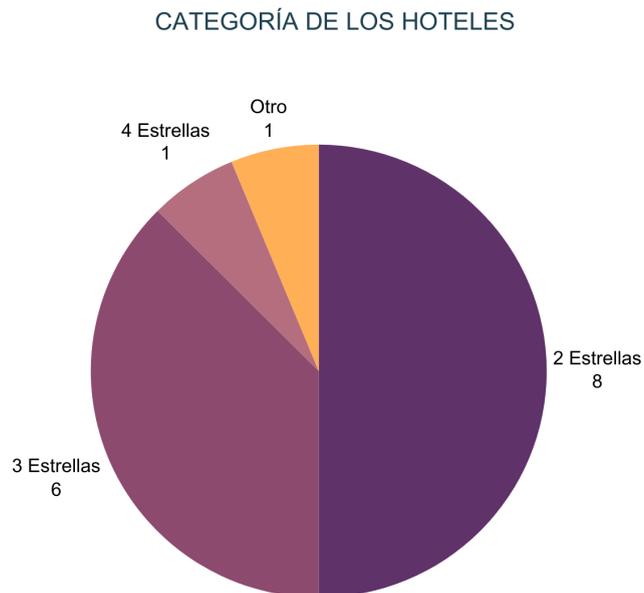
<b>HOTEL YAGUARÓN SAN NICOLÁS</b> <small>OCUPACIÓN SEMANAL (DOMINGOS A JUEVES), FINES DE SEMANA (VIERNES A SÁBADOS) Y MENSUAL</small>	
	<b>PROMEDIO MENSUAL</b>
ENERO	40,52%
FEBRERO	43,75%
MARZO	44,90%
ABRIL	36,46%
MAYO	29,13%
JUNIO	26,03%
JULIO	28,90%
AGOSTO	27,73%
SEPTIEMBRE	35,49%
OCTUBRE	35,18%
NOVIEMBRE	35,07%
DICIEMBRE	33,93%
	<b>PROMEDIO ANUAL</b> 34,69%

### 6.6.1.3 - Encuesta Otros establecimientos

La encuesta<sup>24</sup> Fue administrada por Encuestas online - Encuestas.com luego de comunicarse con cada uno de los hoteles de manera personal y fue respondida por 15 establecimientos hoteleros de los 17 con los que cuenta la ciudad y un parahotelero.

En cuanto a las categorías, existen 8 establecimientos de 2 estrellas, 6 de 3 estrellas, hay 1 de 4 estrellas y el restante no se rige por esta definición porque es un establecimiento de alquiler temporario (que también forma parte de la cámara hotelera de la ciudad). Lo que significa que la mayor parte de la oferta hotelera se ubica en establecimientos que oscilan entre ser económicos o de nivel medio , con instalaciones más completas o incluso con comodidades adicionales<sup>25</sup>.

**Gráfico 1 - Categorización de los hoteles**



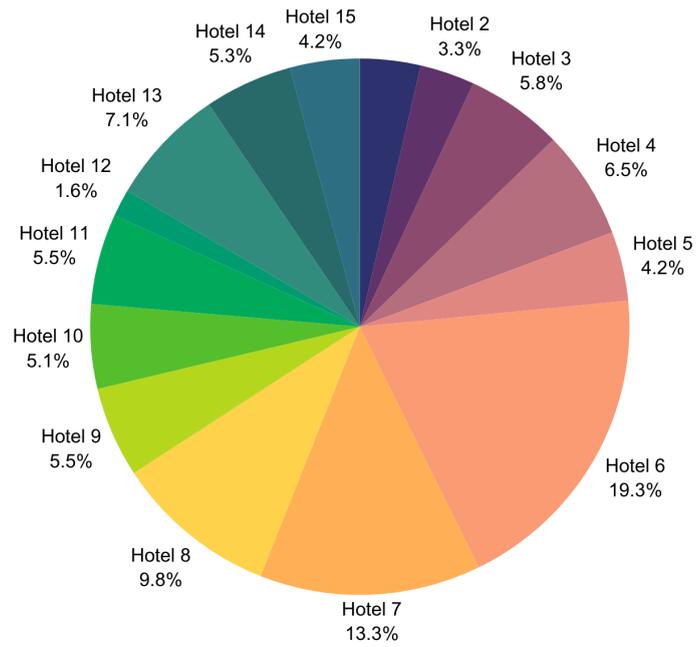
<sup>24</sup> En Anexo 3

<sup>25</sup> Categorías detalladas en marco teórico con datos de Secretaría de Turismo

Con respecto a las habitaciones y las plazas las respuestas son de los 15 hoteles encuestados y arrojan un total de 550 habitaciones y de 1.279 plazas disponibles.

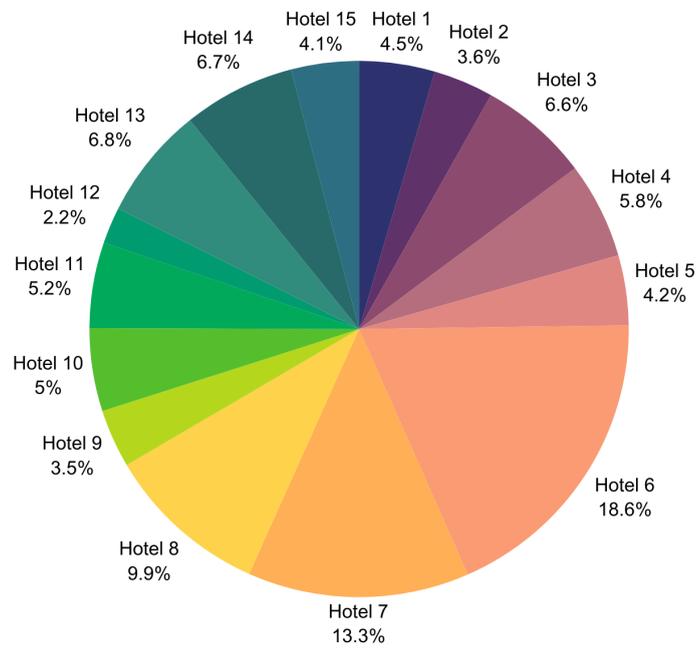
**Gráfico 2 - Habitaciones disponibles**

HABITACIONES DISPONIBLES SOBRE 15 HOTELES ENCUESTADOS



### Gráfico 3 - Plazas disponibles

PLAZAS DISPONIBLES SOBRE 15 HOTELES ENCUESTADOS

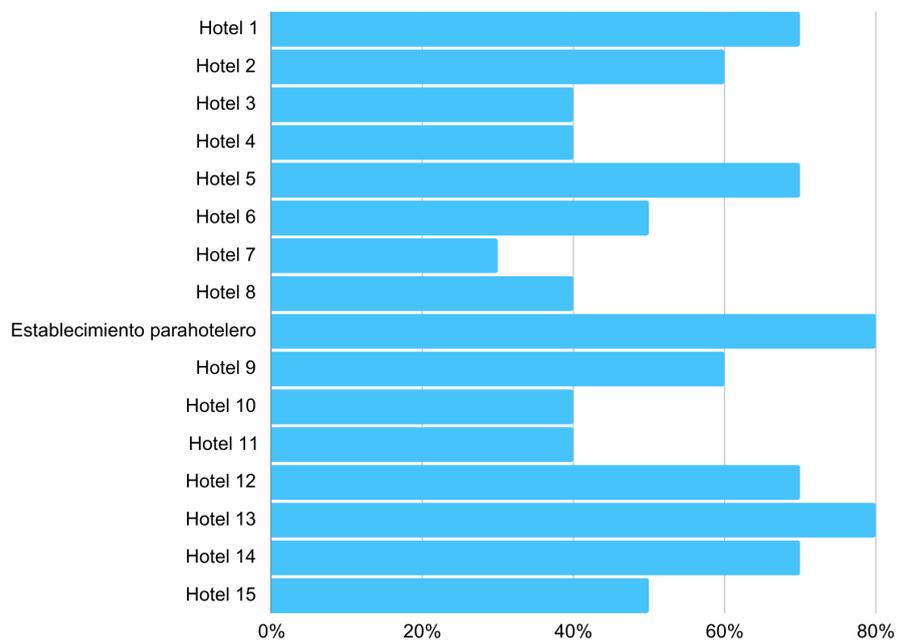


El porcentaje de ocupación anual de todos los establecimientos promedia entre un 46.63% y un 55.63%. 5 hoteles comentan tener una ocupación entre el 31% al 40%, lo que corresponde al 31.3% de la muestra y 4 dicen tener una ocupación entre el 61% al 70% siendo el 25% de los encuestados.

Es el establecimiento de alquiler temporario y el Hotel N°13 el que declara el mayor porcentaje de ocupación anual ubicándose en el rango entre 71% y 80%.

#### Gráfico 4 - Porcentaje anual

¿QUÉ PORCENTAJE DE OCUPACIÓN ANUAL SUELE TENER SU ESTABLECIMIENTO?



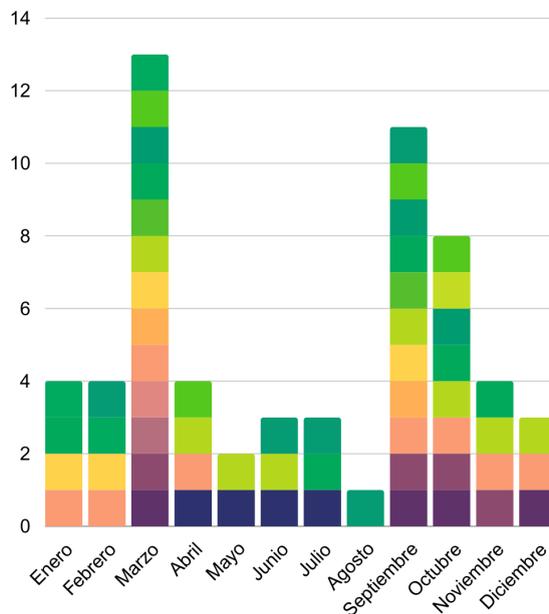
Respecto de los meses con más alto porcentaje de ocupación las respuestas se distribuyen de la siguiente manera:

Mes	Cant de hoteles	Mes	Cant de hoteles	Mes	Cant de hoteles
Enero	4	Mayo	2	Septiembre	11
Febrero	4	Junio	3	Octubre	8
Marzo	13	Julio	3	Noviembre	4
Abril	4	Agosto	1	Diciembre	3

Estos datos indican que la ocupación sufre grandes variaciones por estacionalidad y que los meses de marzo y septiembre son de un nivel más alto de ocupación así como también indican que el mes de menor ocupación resulta ser Agosto.

**Gráfico 5 - Distribución anual de la demanda**

¿EN QUÉ MESES EXPERIMENTA MAYOR DEMANDA?

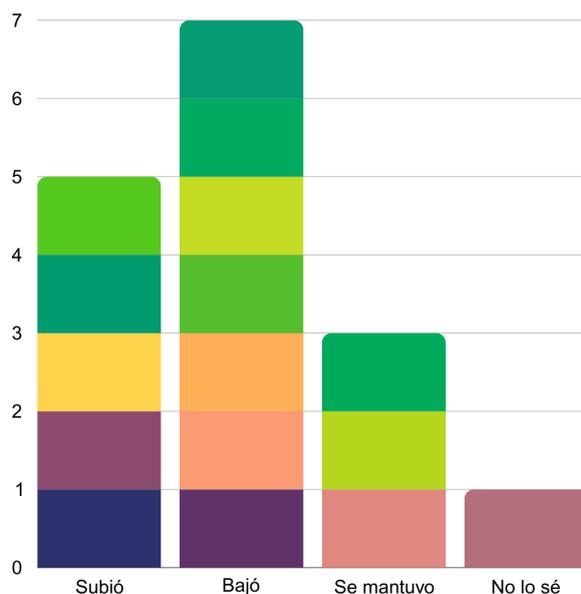


Al ser preguntados por las variaciones en la ocupación que han notado en los últimos 7 años, es decir de 2017 a 2023 (exceptuando los dos años de la pandemia) las respuestas son variadas pero permiten inferir una baja en la ocupación en casi todos los casos, Sin embargo resulta interesante señalar que incluso cuando el impacto de los eventos de la ciudad y las acciones de gobierno aparecen en otra pregunta, algunos de ellos se adelantan y los mencionan en esta respuesta como justificativo que evitó que la ocupación haya caído aún más. Solo uno de los encuestados menciona un aumento del turismo corporativo.

Las respuestas de esta pregunta se relacionan con otra donde se pregunta el porcentaje de ocupación y su comparación entre los años previos a la pandemia y 2023, de los 15 sostienen 7 que bajó, 5 que subió, 3 que se mantuvo y hay 1 respuesta no lo sé.

**Gráfico 6 - Tasa de ocupación comparando pre y post pandemia**

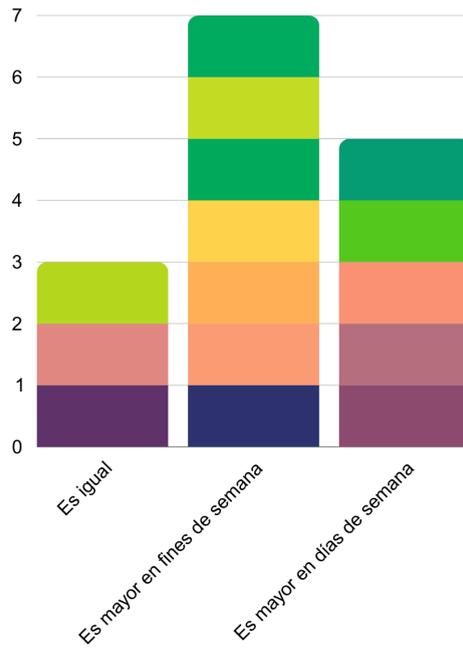
COMPARANDO EL % DE OCUPACIÓN ANUAL PREVIO A LA PANDEMIA CON EL DE 2023, LA MISMA:



Respecto de la relación de la ocupación días hábiles/fin de semana, 3 sostienen que la ocupación es igual, 7 que es mayor en fines de semana y 5 que es mayor en días de semana.

**Gráfico 7 - Variación de la ocupación entre semana y fin de semana**

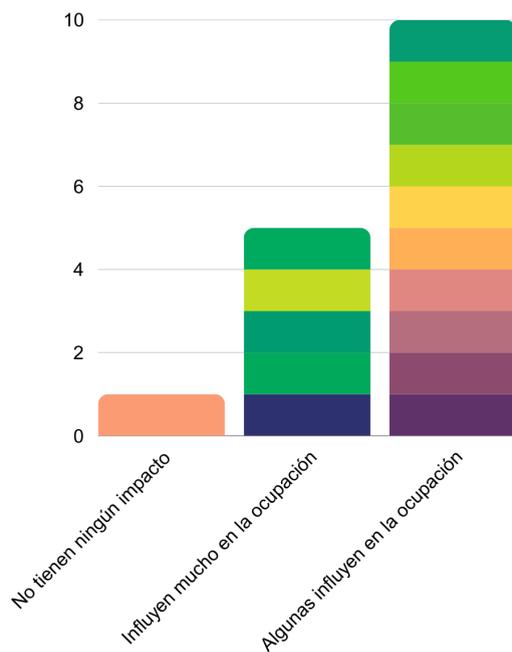
¿CÓMO VARÍA LA OCUPACIÓN ENTRE LOS DÍAS DE SEMANA Y FINES DE SEMANA?



Cuando la pregunta se refiere al impacto de la agenda turística lanzada por el gobierno y a los eventos que tienen lugar en San Nicolás solo uno de los establecimientos menciona que no tienen ningún impacto en la ocupación, 10 de las respuestas sostienen que algunas actividades influyen y 5 que influyen mucho.

**Gráfico 8 - Impacto de la agenda municipal**

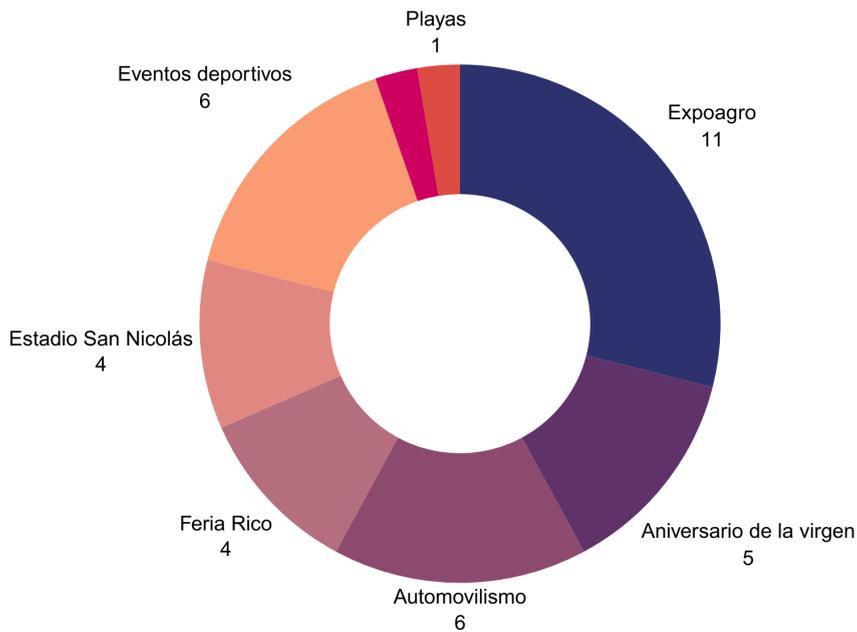
¿QUÉ IMPACTO TIENE LA AGENDA DE ACTIVIDADES MUNICIPALES EN LA OCUPACIÓN DE SU ESTABLECIMIENTO?



Al solicitarles que mencionen estos eventos los más nombrados en orden decreciente son: Expoagro, Automovilismo, Eventos deportivos, Aniversario de la Virgen, Festival Rico, Actividades en el Estadio único de San Nicolás, playas y actividades acuáticas.

**Gráfico 9 - Eventos con mayor impacto en la ocupación**

¿QUÉ EVENTOS REALIZADOS EN LA CIUDAD CONSIDERA QUE INFLUYEN SIGNIFICATIVAMENTE EN EL AUMENTO DE LA OCUPACIÓN DE SU ESTABLECIMIENTO?



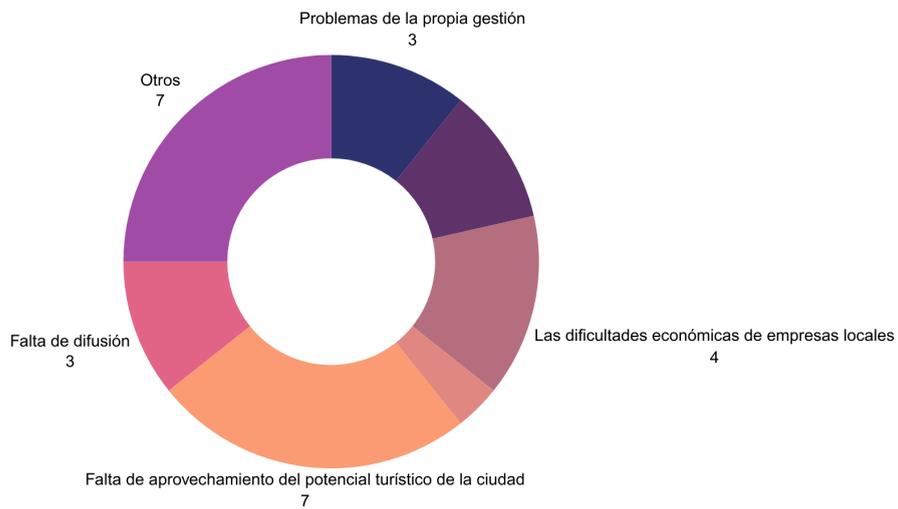
Las últimas dos preguntas se refieren a los motivos que podrían explicar, según los encuestados, la baja en la ocupación y cómo esto puede responder a más de un factor se permite elegir múltiples opciones como respuesta y además agregar algún comentario. Surge como dato que la baja se atribuye a:

Motivos de la baja en la ocupación (predeterminado)	cantidad de respuestas
El perfil de san Nicolás de los Arroyos como destino	3
Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad	7
Las dificultades económicas de empresas locales	4

Problemas de la propia gestión	3
Falta de difusión	3
Insuficientes atractivos turísticos	1
Otros	7

**Gráfico 10 - Factores que explican la baja en la ocupación**

¿A QUÉ FACTORES ATRIBUYE LAS EVENTUALES BAJAS QUE PUEDE TENER SU ESTABLECIMIENTO EN LA OCUPACIÓN?



En la categoría Otros se mencionan algunos motivos que complementan o amplían los anteriores:

-Falta de presencia de Turismo corporativo...

-Situación económica general (4 veces)

-Es un hotel con varios años y debido a la economía no se ha podido mejorar y darles más servicios

-Desilusión por la cancelación de las playas isleñas

-Muchas atracciones como museos cierran los fines de semana, falta de acceso de personas mayores a internet para comprar pasajes o reservar entradas, desconocimiento y falta de difusión del potencial de la ciudad para mini vacaciones o escapada de fin de semana.

## 7 - Análisis conjunto de resultados

El presente capítulo aborda el análisis de los hallazgos y para ello reúne tanto la tasa de ocupación de los dos hoteles a lo largo de los últimos siete años, como las respuestas

obtenidas en las encuestas aplicadas a todos los establecimientos hoteleros que respondieron las mismas.

En cuanto a la ocupación es posible confirmar que ninguno de los establecimientos funciona a plena capacidad, el promedio de ocupación declarado por los 15 hoteles se encuentra entre un 46.63% y un 55.63% y es el establecimiento parahotelero de alquiler temporario y el hotel N°13, el que declara el mayor porcentaje de ocupación anual. Esta información se corrobora con el dato en detalle de los hoteles Plaza y Yaguarón que arrojan porcentajes similares al promedio. Por lo tanto sería adecuado mencionar que hay un gran potencial para el desarrollo de San Nicolás de los Arroyos como ciudad que ofrece turismo interno.

Respecto de la evolución histórica de la ocupación surge de los hoteles Plaza y Yaguarón que desde 2017 a 2023 ha descendido el porcentaje, siendo el año 2017 el mejor. La presencia de turismo corporativo, en el caso del hotel Plaza, justifica estos números.

La encuesta en parte parece contradecir ese dato porque de los 15 encuestados 5 afirman que la ocupación subió y otros 7 que bajó. Sin embargo, cuando esta respuesta es analizada junto con otra que apunta a la variación desde 2017 a 2023 parece que la ocupación disminuyó pero cambió el perfil de visitantes y se lograron atraer a otros tipos de turistas a la ciudad. La mención de los eventos deportivos, automovilísticos, expoagro y la agenda cultural podría implicar que la baja en la ocupación anual, de no haber ofrecido estas nuevas atracciones, habría sido mucho más pronunciada.

La percepción del impacto positivo de las acciones de gobierno parece corroborarse cuando se analiza la variación mensual de la ocupación. El mes de marzo es un ejemplo de esto porque tanto para los hoteles Plaza y Yaguarón como para casi todos los encuestados resulta un mes de alta ocupación. En marzo se desarrolla Expoagro que atrae a gran cantidad de visitantes y esto se refleja en la cantidad de pernотaciones. Además algunas de las alzas en la ocupación de los hoteles Plaza y Yaguarón han sido explicadas por eventos automovilísticos o deportivos puntuales. Otro mes que se destaca es septiembre, el aniversario de la Virgen influye en la ocupación hotelera. Se podría decir que no afecta a todos los establecimientos de la misma manera porque en el caso del hotel Plaza San Nicolás y Yaguarón, el mes de la Virgen no registra grandes diferencias en ningún año, sin embargo según 11 de los encuestados este mes se distingue de otros. Esta información permite inferir que no todos los visitantes son peregrinos que permanecen en la ciudad durante el día y luego se marchan, algunos de ellos son los que conforman la clientela de los hoteles en este mes. El mes de octubre también es nombrado como un momento distintivo en el alza de la ocupación y

el festival Rico que se celebra en ese mes desde el año 2020 quizás también podría apoyar este hecho.

En cuanto a los motivos de la baja ocupación, los encuestados le atribuyen a la falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad un lugar importante, esta respuesta quizás debería analizarse relacionándola con la que indica como dificultad el perfil de San Nicolás de los Arroyos como destino. El análisis en detalle de este dato excede el presente trabajo pero se podría inferir que hay una sensación de un potencial aún inexplorado para la actividad turística y también una inconformidad con el perfil por el que es reconocida la ciudad. Y a esta información se une la de aquellos que señalaron la falta de difusión como el motivo de la baja.

En segundo lugar se menciona la situación económica general, que quizás explica esta disminución de la ocupación y se complementa con las dificultades económicas de empresas locales, dato que se replica cuando refieren a la baja del turismo corporativo. Lo que además se ve claramente en la baja del hotel Plaza San Nicolás es la baja de la ocupación de días de semana en los años posteriores a la pandemia.

Finalmente se marca una última respuesta y se refiere a casos particulares en que los establecimientos mencionan problemas en la propia gestión. Alguna aclaración al respecto sostiene que por dificultades económicas el hotel no pudo actualizar sus instalaciones como para brindar un servicio adecuado a los turistas.

En cuanto al perfil de visitantes surge la diferencia entre las pernoctaciones de día de semana y fin de semana que en general se corresponden con el turismo corporativo y el turismo de ocio. Este dato se ve modificado por los eventos que la ciudad ofrece y se llevan a cabo en los días de semana. Sin embargo los números parecieran indicar que hay algunos establecimientos hoteleros cuya ocupación depende de manera más estrecha del turismo corporativo que otros. Lo que podría significar que algunos hoteles han logrado construir un perfil acorde con el cliente corporativo, en base a su imagen y los servicios que brindan, y probablemente han fidelizado su clientela a lo largo del tiempo.

En base a todo el desarrollo anterior se puede inferir que se comienzan a delinear algunos perfiles de visitantes que solamente serán mencionados de manera muy acotada porque es un tema sobre el cual es preciso investigar en profundidad y con otras herramientas.

Perfiles de visitantes:

Visitante corporativo: se aloja en la ciudad durante los días de semana, con probable conexión con las empresas locales o que circundan la ciudad. Su presencia depende de la situación económica más general y de la coyuntura de las empresas locales pero pueden ser atraídos a partir de actividades de su interés. El mes de marzo y Expoagro dan cuenta de que nivel de influencia puede tener en la ocupación la organización de eventos de esta naturaleza en la ciudad.

Visitante religioso: se verifica que parte de los considerados peregrinos pernoctaron en la ciudad durante el mes de septiembre, aniversario de la Virgen. Este acontecimiento pareciera favorecer una ocupación más alta de lo habitual y aporta, además del flujo de dinero en gastos cotidianos para los comerciantes, un nicho para ser explotado por los establecimientos hoteleros.

Visitante de ocio: esta categoría general que se comprueba como fundamental por las menciones del aumento de ocupación de fin de semana. La oferta de diversos eventos influye en la ocupación, tal como los encuestados señalaron, sin embargo es imposible precisar el rango de esta influencia, salvo en los eventos masivos. de todas maneras la oferta de actividades variadas de continuo configura parte del atractivo de la ciudad para quienes buscan descansar, pasear y disfrutar de los entornos naturales y participar quizás de alguno de estos eventos. Más allá del turista de ocio en sentido general se puede diferenciar al menos algunas subcategorías internas dentro de esta categoría tan amplia, aquellos que son adeptos a:

- Automovilismo
- Eventos deportivos
- Viajeros rumbo a otro destino
- Turismo Gastronómico
- Deportes acuáticos, fitness y bienestar
- Espectadores de museos, eventos musicales

Este análisis de los datos representa la primera información organizada sobre lo que ocurre en San Nicolás con la ocupación hotelera y los perfiles de visitantes que se acercan a la ciudad así como aborda, en la medida de lo posible, el impacto que las acciones de gobierno han representado para el sector turístico en los últimos siete años.

## 8 - Conclusiones

### Consideraciones Finales

El presente trabajo comenzó refiriendo la dificultad que implica para el sector turístico la ausencia de datos. Esta motivación fue la que condujo toda la investigación, la certeza de que sólo a partir de conocer una realidad es posible mejorar su funcionamiento y hacer propuestas superadoras. Al finalizar este trabajo sabemos que:

- Ningún establecimiento hotelero o parahotelero funciona a plena capacidad.
- El promedio anual en la tasa de ocupación se ubica entre un 46.63% y un 55.63%.
- El impacto de la Pandemia durante los años 2020-2021 fue devastador para la ocupación.
- Desde el año 2017 a 2023 la tasa de ocupación ha descendido y no recuperó el nivel de la pre pandemia.
- La crisis económica del país y el deterioro del poder adquisitivo explican, en parte, el descenso del turismo corporativo y de ocio.
- Se ha verificado que algunos de los eventos tienen un alto impacto en la ocupación hotelera y que su fortalecimiento puede ser un enorme acierto.
- Los meses de más alta ocupación son marzo, septiembre y octubre
- La suba de la ocupación en esos meses puede ser explicada por eventos como: Expo Agro, el aniversario de la Virgen y el Festival Rico pero además la convergencia de estos eventos con otros de tipo deportivo o automovilístico que confluyen en los mismos meses.
- La agenda de eventos está cambiando el perfil de los visitantes agregando nuevas facetas y posibilidades a partir de las nuevas ofertas.
- Los gerenciadore de los establecimientos hoteleros, en su mayoría, reconocen y valoran positivamente el impacto de los eventos sobre la ocupación pero consideran que aún persiste una falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad ya sea a partir de la falta de difusión o del perfil de San Nicolás como destino turístico.

En cuanto a un primer acercamiento a los perfiles de visitantes es necesario mencionar que con los datos disponibles resulta imposible confeccionar una tipología exhaustiva, por ese

motivo solamente se avanza en un primer paso que permite bosquejar las opciones descubiertas en el presente trabajo.

El cruce de los datos de ocupación detallada de los hoteles Plaza y Yaguarón, las encuestas aplicadas y la información proporcionada por la Dirección de Turismo respecto de la agenda de eventos de los últimos siete años permiten inferir las siguientes categorías:

#### **Turismo corporativo**

- Relacionados con empresas cercanas a la localidad
- Participantes de Expoagro
- Asistentes a otras propuestas laborales, seminarios y/o conferencias

#### **Turismo de ocio**

- Visitantes con intereses religiosos
- Los de fines de semana o vacaciones
- Automovilismo
- Asistentes a eventos deportivos
- Turismo gastronómico
- Viajeros rumbo a otro destino
- Deportes acuáticos, fitness y bienestar
- Espectadores de museos, eventos musicales y otras ofertas culturales

Por último, este trabajo pretende cerrar la presentación con una mirada expectante hacia el futuro del Turismo en San Nicolás de los Arroyos, por ese motivo se mencionan posibles líneas de acción a analizar: quizás sería prudente realizar campañas de publicidad focalizadas a algunos de los perfiles mencionados, también se podría trabajar en la formulación de paquetes ajustados a públicos objetivo específicos y sobre todo promover la difusión en ciudades aledañas que conviertan a esta localidad en su lugar preferido para participar en eventos y tomar un fin de semana de ocio sin recorrer demasiados kilómetros.

## Referencias bibliográficas

- Alvarado, N., Alfonso, N., & Argüello, J. (2019). Dinámicas de las fiestas religiosas en Chiquinquirá: un panorama por principio de representatividad. En A. Ospina (Ed.), Cultos, devociones y fiestas religiosas de Tunja y Boyacá (pp. 69-117). Búhos Editores. [https://www.academia.edu/41126153/Cultos\\_devociones\\_y\\_fiestas\\_religiosas\\_de\\_Tunja\\_y\\_Boyac%C3%A1\\_Andr%C3%A9s\\_Felipe\\_Ospina\\_Enciso\\_Editor](https://www.academia.edu/41126153/Cultos_devociones_y_fiestas_religiosas_de_Tunja_y_Boyac%C3%A1_Andr%C3%A9s_Felipe_Ospina_Enciso_Editor)
- Aulet, S., & Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. Revista Iberoamericana de Turismo, 1(1), 63-82. <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>
- Bull (1991) (p. 39. *Capítulo I Turismo, sociedad, educación y conocimiento científico*)
- Cardona, José Ramón *La Estacionalidad Turística y sus Potenciales Impactos Revista Rosa dos Ventos, vol. 6, núm. 3, julio-septiembre, 2014, pp. 446-468 Universidade de Caxias do Sul Caxias do Sul, Brasil*
- Drucker, P. (1954) *The Practice of Management*

- EOH (Encuesta de ocupación Hotelera) -  
[https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh\\_12\\_23B3E7A99401.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh_12_23B3E7A99401.pdf)
  
- Feijoó, J. L., Fabbroni, M. C., Marquez, M. P., Pedetti, M., Bonomi, A., Pacheco, P. C., ... Coppa, M. L. (2021). Fundamentos del turismo (1st ed.). Ugerman editor.
  
- Feijoó, Fabbroni, y otros (2021) Turismo, políticas y desarrollo. Indicadores para la gestión del turismo sostenible. Medición
  
- Feijoó, Fabbroni, y otros ( 2021) (*Capítulo IV Turismo, organizaciones y servicios*)
  
- *Fernández Alles, M.T. EL IMPACTO TURÍSTICO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS: UN ESTUDIO DE CASO Cuadernos de Turismo, nº 33, (2014); pp. 59-76*  
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/195651/160101>

- Flores, F. C. (2008) *De la Ciudad del Tratado a la del acero, y de la del acero a la de María Religión y Turismo. El Caso de San Nicolás de los Arroyos*. IX Congreso Argentino de Antropología Social. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales - Universidad Nacional de Misiones, Posadas.
- Flores, F. C. (2011) *¿Turistas o peregrinos? Prácticas en torno al fenómeno religioso en San Nicolás de los Arroyos*.
- Gallicchio, E. (2005). *Desarrollo local: hacia una nueva forma de desarrollo nacional y centroamericano*. San Salvador: Fundación Nacional para el Desarrollo.
- Gerrard, E. (2022) “Fortalecimiento de la gestión turística San Nicolás, ciudad anfitriona”.  
<https://www.diarioelnorte.com.ar/presentaron-proyectos-del-plan-de-fortalecimiento-y-capacitacion-del-sector-turistico/>
- Hernández Sampieri, R. *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa y cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill- educación, 2018

- Hernandez Sampieri, Collado y Lucio (2006) *Metodología de la investigación*. Cuarta edición por McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES  
<https://seminariodemetodologiadelainvestigacion.files.wordpress.com/2012/03/metodologia-de-la-investigacion-3b3n-roberto-hernandez-sampieri.pdf>
- López Díaz G. S. y Sastre Espada J. PERFIL, MOTIVACIÓN Y SATISFACCIÓN DEL VISITANTE TURÍSTICO. EL CASO DE CUENCA, CIUDAD PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD Ayana Revista de Investigación en Turismo | Año 1 | N° 02 Junio 2021 – Noviembre 2021
- Mendicoa, G. (2003). *Sobre tesis y tesisistas: Lecciones de enseñanza y aprendizaje*, Buenos Aires : Espacio,
- ORTEGA NUERE, C. e IZAGUIRRE CASADO, M. (2010). Los eventos: funciones y tendencias. Bilbao: Universidad de Deusto. Disponible en:  
[http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs\\_ocio/ocio39.pdf](http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio39.pdf).
- Peres, J. (2019) La actualidad de San Nicolás de los Arroyos, Ed. nnn Ciudad.
- Rocha et.al (2018) *“Desarrollo directivo a través de casos en vivo. Hoy: Los desafíos del turismo en San Nicolás”*.  
<https://riu.austral.edu.ar/handle/123456789/1662>

- Prof. Rocha, H (2020) “*Los desafíos de San Nicolás de los Arroyos a partir de la crisis del COVID - 19*”.
- Quadrini, M. A. (2022) “*Análisis del nivel de profesionalización del sector de alojamiento y gastronómico en San Nicolás de Los Arroyos, provincia de Buenos Aires*”
- Salgado, J. R. (2003) “*Turismo religioso: alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo*”. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* 6(316): 742-798
- Sepúlveda, T. (2022) *Eventos deportivos automovilísticos en las ciudades de Toay y Santa Rosa como oportunidad de desarrollo turístico*. BAHÍA BLANCA, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA Y TURISMO
- Soul, M. J. (2013) *De la "Ciudad del Acero" al "Desarrollo Local": Propuestas para una aproximación socioantropológica a las relaciones entre industria y ciudad en el caso de San Nicolás de los Arroyos*; Centro de Estudios Sociales Regionales; Facultad de Humanidades y Artes; Universidad Nacional de Rosario; Centro Argentino de Información Científica y Tecnológica; Avances del CESOR; 10; 10; 2013; 173-196.



## **Anexo 3 Encuesta Hoteles Formato**

### **ENCUESTA HOTELERA SAN NICOLÁS DE LOS ARROYOS**

Esta encuesta es con fines académicos y tiene el objetivo de brindar un panorama general del sector hotelero en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos.

Les recuerdo que la encuesta es **totalmente confidencial**. La información recogida será analizada de forma agregada y nunca de forma individual.

#### **Establecimiento hotelero. Información básica**

1. Hotel al que pertenece:

2. Categoría del Hotel:

- 1 estrella
- 2 estrellas
- 3 estrellas
- 4 estrellas
- 5 estrellas
- Apart Hotel
- Otro

3. Cantidad total de habitaciones:

4. Cantidad total de plazas disponibles:

5. ¿Qué porcentaje de ocupación anual suele tener su establecimiento?

- 10% al 20%
- 31% al 40%
- 41% al 50%
- 51% al 60%
- 61% al 70%
- 71% al 80%
- 81% al 90%

### **Ocupación y estacionalidad**

6. ¿En qué meses experimenta mayor demanda?

- Enero
- Febrero
- Marzo
- Abril
- Mayo
- Junio
- Julio
- Agosto
- Septiembre
- Octubre
- Noviembre
- Diciembre

7. ¿Qué variaciones ha notado en la ocupación desde los años 2017 a 2023? (Se exceptúan los años 2020 y 2021 debido a la pandemia)
8. ¿Cómo varía la ocupación entre los días de semana y fines de semana?
- Es igual
  - Es mayor en fines de semana
  - Es mayor en días de semana
9. Comparando el % de ocupación anual previo a la pandemia con el de 2023, la misma:
- Subió
  - Bajó
  - Se mantuvo
  - No lo sé
10. ¿Qué impacto tiene la agenda de actividades municipal en la ocupación de su establecimiento?
- No tienen ningún impacto
  - Influyen mucho en la ocupación
  - Algunas influyen en la ocupación

11. ¿Qué eventos realizados en la ciudad considera que influyen significativamente en el aumento de la ocupación de su establecimiento?

12. ¿A qué factores atribuye las eventuales bajas que puede tener su establecimiento en la ocupación?

- Problemas de la propia gestión
- El perfil de San Nicolás de los Arroyos como destino
- Acciones municipales insuficientes o mal gestionadas
- Las dificultades económicas de empresas locales
- Insuficientes atractivos turísticos
- Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad
- Falta de difusión
- Otros

13. Si marcó otros puede agregar un breve comentario:

## Anexo 4 Imágenes encuesta tabulada

Hotels	Categoría	Habitaciones	Piadas disp.	¿Qué porcentaje de ocupación anual suele tener su establecimiento?	¿En qué meses experimenta mayor demanda?	¿Qué variaciones ha notado en la ocupación desde los años 2017 a 2023? (Se exceptúan los años 2020 y 2021 debido a la pandemia)
Hotel 1	2 estrellas	20	58	61% 70%	Abril-Mayo-Junio-Julio	Mayor motivación que sea extensa la estadia.
Hotel 2	2 estrellas	18	46	51% 60%	Marzo-Septiembre-Diciembre-Octubre	Ha bajado notablemente año a año
Hotel 3	2 estrellas	32	85	31% 40%	Marzo-Septiembre-Octubre-Noviembre	Mayor cantidad de concurrentes debido a eventos deportivos y culturales
Hotel 4	2 estrellas	36	74	31% 40%	Marzo	En esto no te puedo contestar hace tres años que estoy
Hotel 5	2 estrellas	23	54	61% 70%	Marzo	Se incrementó la ocupación de viajeros con interés turístico en la ciudad
Hotel 6	4 estrellas	106	238	41% 50%	Enero-Febrero-Marzo-Abril-Septiembre-Octubre-Noviembre-Diciembre	Más menos el 15%
Hotel 7	3 estrellas	73	170	21% 30%	Marzo-Septiembre	baja de ocupacion
Hotel 8	3 estrellas	54	126	31% 40%	Enero-Febrero-Marzo-Septiembre	ha crecido la ocupación corporativa, se nota un notable ascenso en la ocupación semanal
Establecimiento parahotelero	Otro			71% 80%	Marzo-Abril-Mayo-Junio-Septiembre-Octubre-Noviembre-Diciembre	
Hotel 9	3 estrellas	30	45	51% 60%	Marzo-Septiembre	Una gran variación, ya que antes de la pandemia el hotel estaba casi lleno en su totalidad, ahora no.
Hotel 10	3 estrellas	28	64	31% 40%	Enero-Marzo-Julio-Septiembre-Octubre-Noviembre	ha, pero en el caso de San Nicolás se comenzó a fomentar más el turismo en el año 2023 debido a eventos y fechas especiales
Hotel 11	3 estrellas	30	66	31% 40%	Marzo-Septiembre-Octubre	evento generado principalmente por los eventos importantes que la ciudad está haciendo, ejem Expo agro, carreras y eventos deportivos
Hotel 12	2 estrellas	9	28	61% 70%	Septiembre	Que disminuyó la ocupación en lo que se refiere durante la semana y fines de semana algunos
Hotel 13	2 estrellas	39	87	71% 80%	Marzo-Abril-Septiembre-Octubre	Nosotros comenzamos en 2022. Desde esa fecha nos mantuvimos estables con la demanda
Hotel 14	3 estrellas	29	86	61% 70%	Enero-Febrero-Marzo	Recién a fines de 2022, comenzó a mejorar la ocupación

¿Cómo varía la ocupación entre los días de semana y fines de semana?	Comparando el % de ocupación anual previo a la pandemia con el de 2023, ¿a qué se debe?	¿Qué impacto tiene la agenda de actividades municipal en la ocupación de su establecimiento?	¿Qué eventos realizados en la ciudad considera que influyen significativamente en el aumento de la ocupación de su establecimiento?	¿A qué factores atribuye las eventuales bajas que puede tener su establecimiento en la ocupación?
Es mayor en fines de semana	Subió	Influye mucho en la ocupación	Expoagro-Aniversario de la Virgen-	Otros
Es igual	Bajó	Algunas actividades influyen en la ocupación		Arroyos como destino-Otros-Las dificultades de empresas locales-Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad
Es mayor en días de semana	Subió	Algunas actividades influyen en la ocupación	Expoagro, automovilismo	Arroyos como destino-Las dificultades de empresas locales-Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad
Es mayor en días de semana	No lo sé	Algunas actividades influyen en la ocupación	Expo agro-Carreras autodromo partidos de futbol	Problemas de la propia gestión-Otros
Es igual	Se mantuvo	Algunas actividades influyen en la ocupación	Eventos empresarios (Expoagro) y deportivos	Las dificultades económicas de empresas locales
Es mayor en fines de semana	Bajó	No tiene ningún impacto	Feria Rico	El perfil de san Nicolás de los Arroyos como destino
Es mayor en fines de semana	Bajó	Algunas actividades influyen en la ocupación	Expoagro-Autodromo-Estadio San Nicolas-Santuario	Otros
Es mayor en fines de semana	Subió	Algunas actividades influyen en la ocupación	que se realizan en la costanera y traen artistas locales	Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad-Problemas de la propia gestión
Es igual	Se mantuvo	Algunas actividades influyen en la ocupación	Expo, automovilismo, paddle, futbol infantil, act. acuaticas	Otros
Es mayor en días de semana	Bajó	Algunas actividades influyen en la ocupación	El festival RICO, la expoagro	Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad
	Se mantuvo	Influye mucho en la ocupación	celebración Virgen de San Nicolás, Autódromo y eventos deportivos	Problemas de la propia gestión-Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad
Es mayor en fines de semana	Subió	Influye mucho en la ocupación	Carreras de autódromo, Expo agro, fútbol en el estadio	Otros
Es mayor en fines de semana	Bajó	Influye mucho en la ocupación	deportivos y recreativos Eventos programados con fechas especiales	Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad- Falta de difusión-Otros
Es mayor en días de semana	Subió	Algunas actividades influyen en la ocupación	Expoagro, día de la virgen, torneos de handball, paddle, fútbol	Falta de difusión
Es mayor en fines de semana	Bajó	Influye mucho en la ocupación	Expoagro, eventos varios en el estadio único, expoagro	Falta de difusión-Falta de aprovechamiento del potencial turístico de la ciudad

13
Si marcó otros puede agregar un breve comentario:
Falta de presencia de Turismo corporativo...
Situación económica general
Es un hotel con varios años y debido a la economía no se ha podido mejorar y darles mas servicios
Economía nacional
deterioro de los ingresos familiares. hay desilusion por la cancelacion de las playas isleñas
Situación económica marca mucho la ocupación
si si no es feriado, si lo fuera pasaría al día martes, explotar todo lo bello que tiene San Nicolás los fines de semana de aquí y que no conocen San Nicolás para una escapada está lindo o bien unas mini vacaciones en fin de semana