

Desarrollo del turismo colaborativo en la ciudad de Bahía Blanca, Argentina

Development of collaborative tourism in Bahía Blanca City, Argentina

Eileen Maite de Uribe Echevarria* , Cecilia Alejandra Rodríguez y Brenda Laura Jonke

Universidad Nacional del Sur, Argentina

Resumen

El turismo colaborativo consiste en un fenómeno reciente, el cual prescinde de los clásicos intermediarios que suelen intervenir en la organización de un viaje y, además, promueve la aparición de nuevos prestadores de servicios turísticos. Las TICs permiten generar los contactos previos necesarios entre demandantes y oferentes para concretar acuerdos de contratación y uso de los mismos. El área de estudio corresponde a la ciudad de Bahía Blanca, posee una ubicación estratégica, al sudoeste de la provincia de Buenos Aires, y una amplia conectividad con otras regiones del país. Debido a la importancia que representa, se realiza una indagación y análisis sobre el desarrollo de este nuevo fenómeno en dicha localidad.

Palabras clave: turismo, consumo, TICs, plataformas *online*, economía colaborativa.

Abstract

Collaborative tourism is a recent phenomenon that does without the traditional intermediaries that usually participate in a trip organization. In addition, it promotes the development of new providers of tourist services. ICTs, through different platforms and digital applications, allow generating the necessary prior contacts between users and suppliers in order to reach hiring and use agreements, fostering another type of relationship between tourists and residents. The study area comprises Bahía Blanca City, a site with a strategic location to the southwest of Buenos Aires province, and a wide connectivity with other regions of the country. Due to the importance this city has, a research and analysis were conducted on the development of this new phenomenon in said locality.

* maite.deuribe@uns.edu.ar

Keywords: *tourism, consumption, ICTs, online platforms, collaborative economy.*

Recibido 20 marzo 2018 / Revisado 02 agosto 2018 / Aceptado 04 septiembre 2018

1. Introducción

El turismo se caracteriza por su gran dinamismo. Constantemente, presenta cambios que son generados por causas de distinta índole. Uno de los principales hechos que ha impactado en la actividad es el surgimiento y desarrollo de las TICs (Tecnología de la Información y la Comunicación). Estas posibilitaron la creación de nuevos canales de distribución de sus servicios, la diversificación de su oferta, transformando al turismo en un fenómeno en rotundo crecimiento y expansión.

Ha generado también notables cambios en el comportamiento de los turistas, quienes actualmente buscan y prefieren nuevas experiencias de viaje, distintas a las enmarcadas dentro de las propuestas tradicionales. Es decir, aspiran a realizar viajes más personalizados, que permitan mayor flexibilidad y en los que se priorice la relación con la cultura local o con el residente.

En este contexto, surge y comienza a desarrollarse el turismo colaborativo que, si bien consiste en una nueva forma de viajar, ha mostrado un gran crecimiento en la última década, sobre todo en el último quinquenio. A diferencia del tradicional, en esta nueva modalidad, se prescinde de los clásicos intermediarios que facilitan la organización de un viaje, como por ejemplo las agencias de viaje. A su vez, aparecen prestadores alternativos que, en cierta manera, reemplazan a los hoteles, taxis, guías, restaurantes y demás servicios turísticos tradicionales.

En este sentido, para la contratación y posterior prestación de los servicios se realizan acuerdos en forma directa entre el turista y los residentes. Estos son generados por las facilidades que brindan las TICs, dado que posibilitan el contacto y la comunicación entre demandantes y oferentes, favoreciendo un vínculo más cercano entre ambas partes. Ante esta situación, emerge la necesidad de estudiar la nueva modalidad en aras de explorar y conocer cuáles son sus características distintivas con respecto al turismo tradicional y su alcance, tanto a nivel global como a escala local.

Al no existir información relacionada con el desarrollo del consumo y el turismo colaborativo en la localidad de Bahía Blanca, fue necesario llevar a cabo una investigación exploratoria que permitiera obtener datos de utilidad. El objetivo general fue indagar sobre la incidencia y posible desarrollo del turismo colaborativo en la ciudad. En relación a los objetivos específicos, se pretendió comprender cuáles son sus alcances y principales características; explorar de qué manera la tecnología sirve como herramienta para la actividad turística y conocer la oferta de servicios vinculada a esta modalidad e indagar sobre el perfil de la demanda en la mencionada ciudad. Para poder llevar a cabo el estudio, la información fue obtenida de diferentes fuentes: recopilación de documentación en diversos soportes (editado en papel y digital); relevamiento y evaluación de la

oferta turístico-recreativa *online* y encuestas semiestructuradas a usuarios de plataformas colaborativas.

2. Economía colaborativa

A partir del desarrollo de las TICs, principalmente de Internet, el sector turístico ha demostrado una gran adaptación a lo que este nuevo entorno demanda. Es así como se generan nuevos modelos de negocio que modifican las estructuras de los canales de distribución y reforman los procesos que se llevan a cabo en la actividad turística (de Pablo Redondo y Juberías Cáseres, 2004).

Como se mencionó anteriormente, la economía colaborativa o, también llamado, consumo colaborativo, es un fenómeno reciente cuyo surgimiento y desarrollo se encuentran impulsados en gran medida por las TICs y la Web 2.0. Esta tendencia se ha popularizado gracias a la utilización de plataformas web como Uber y Airbnb.

En inglés, el término se conoce como “*Sharing economy*” (economía compartida) y es definido de la siguiente manera:

The sharing economy is a broad term for an emerging set of business models, platforms and exchanges. The sharing economy is about sharing the knowledge of goods and services to better Exchange them. These exchanges are leveraged by ubiquitous and cheap knowledge made available through disruptive technology. The distinguishing characteristics included centralised exchange, a focus on Access over ownership of resources, firms be coming the facilitator of Exchange (rather than acting as a producer), and mechanisms of self-governance (Allen, 2014, p. 4)¹.

De la reciente definición, se pueden extraer algunas de las características distintivas de la economía colaborativa. En primera instancia, hace referencia al conjunto de modelos, plataformas e intercambios que surgen de manera emergente, lo que indica que se trata de un fenómeno amplio e incipiente. Luego, se menciona que consiste en un intercambio de bienes y servicios, pero de manera descentralizada, enfocándose en el acceso al bien, más que en la propiedad del mismo. Es decir, se prioriza el uso sobre la propiedad.

Alrededor de este tema parece estar creándose una nueva estructura de relaciones económicas que no se basa en la acumulación de posesiones, sino que se soporta en la especialización y/o minimización de los bienes propios, poniendo los mismos a disposición de otros usuarios, vía un intercambio sea éste o no monetario, lo cual, abre las puertas a la transformación de la economía clásica en economía digital (García Oroiz, 2016, p. 7).

¹ [La economía compartida es un término amplio para un conjunto emergente de modelos comerciales, plataformas e intercambios. La economía compartida trata de compartir el conocimiento de bienes y servicios para un mejor intercambio de los mismos. Estos intercambios son aprovechados por el conocimiento omnipresente y barato disponible, a través de la tecnología disruptiva. Las características distintivas incluyen el intercambio descentralizado, enfocándose en el acceso sobre la propiedad de los recursos, en las empresas como facilitadoras del intercambio (más bien actuando como productoras) y en mecanismos de autogobierno] (Traducción de los autores).

La definición precedente también hace mención al uso de la tecnología, aspecto de suma relevancia, ya que a través de Internet estos intercambios pueden realizarse de una manera más práctica y rápida lo que permite generar información basada en la experiencia.

En este sentido, puede decirse que es un modelo de negocio en el que se dan intercambios de bienes y servicios entre diferentes personas, oferentes o demandantes, en el que se prioriza el uso o acceso a un bien sobre la propiedad del mismo. Asimismo, se caracteriza porque las TICs son fundamentales para su desarrollo.

La economía colaborativa presenta potenciales oportunidades para los usuarios. Por una parte, los servicios ofrecidos suelen ser menos costosos que los que se pueden adquirir por medios tradicionales o, en algunos casos, gratuitos, por lo que constituye un ahorro de dinero para el usuario demandante. Por otra parte, resulta beneficioso también para aquellos que desean ofrecer algún servicio, como por ejemplo brindar alojamiento en una habitación en desuso de su vivienda con el consecuente ingreso extra de dinero.

Un aspecto fundamental, que permite el desarrollo de este fenómeno, es la confianza. Las plataformas *online* disponen de sistemas de valoraciones que ayudan a los usuarios a generarla. Utilizan diversos mecanismos que permiten proporcionar información detallada y extensa mediante los perfiles personales, reseñas y comentarios, así como también ofreciendo métodos de pago seguro (Sánchez de la Viña López-Urrutia, 2015). No obstante, en algunas ocasiones estos mecanismos no son suficientes para construir una buena reputación del servicio ofrecido, ya que no siempre toda la información que se presenta en Internet es segura y real. Las empresas propietarias de las plataformas *online* realizan grandes esfuerzos por filtrarla. De esta manera, importan dos factores. Por un lado, la cantidad de valoraciones, a un mayor número de opiniones mayor confianza. Por otro lado, el carácter de esas opiniones, es decir, si son negativas o positivas (Melián González, Bulchand Gidumal y González López-Valcárcel, 2010, p. 18).

En este sentido, las TICs son relevantes, puesto que son el medio por el cual los usuarios pueden hacer llegar un comentario basado en su experiencia para poder ayudar a otros a tomar una decisión. Es así como la suma de las diferentes opiniones puede crear una buena o mala imagen de determinado bien o servicio. En ese sentido, la tendencia indica que las personas que utilizan frecuentemente Internet son más influenciadas por los comentarios de otros usuarios que por la propia publicidad sobre bienes y servicios.

Las diferentes propuestas, dentro de la economía colaborativa, no sólo han transformado la forma en que los individuos hacen un uso más eficiente de sus recursos y posesiones, sino que también han influenciado su estilo de vida, mediante la filosofía del compartir, de tal manera que condicionó también la manera de viajar (Sánchez de la Viña López-Urrutia, 2015).

3. Turismo colaborativo

Se entiende al turismo colaborativo como "...la aplicación de la economía colaborativa al consumo y la prestación de servicios turísticos como alternativa a la industria turística tradicional" (Martínez Giménez, 2014, p. 9). Este fenómeno también es conocido como turismo P2P (*peer to peer*), lo que significa "entre iguales" o "de par a par". Es decir, forma parte de la economía colaborativa, en tanto presenta sus mismas características.

Es importante volver a destacar la importancia de la confianza y los sistemas de valoraciones ya que, al tratarse de una actividad dedicada a la prestación de servicios, una buena imagen es indispensable. Por otro lado, es esencial determinar si el oferente es confiable dado que el vínculo generado mediante el turismo colaborativo es diferente al establecido por el tradicional. A través de los perfiles personales, se puede conocer a los prestadores de servicios de alojamiento, de restauración, entre otros. Es decir, a mayor cantidad de información disponible, más confianza.

En ocasiones, puede que no sea real por lo que en algunas plataformas existe la posibilidad de verificar los datos. Estos sistemas de valoraciones constituyen un elemento fundamental, puesto que, a partir de las experiencias de usuarios que ya han utilizado el servicio, se construye una imagen en torno al mismo y al prestador. Relacionado a esto, existe lo que se conoce como Sistema de Evaluación entre Iguales (SEI), el cual consiste en que ambas partes emitan juicios cuando se completa una transacción, pudiendo así ser valorados.

No obstante, no alcanza solamente con brindar un servicio de calidad, sino que es esencial el buen trato personal (Martínez Giménez, 2014). Con respecto a los usuarios que contratan servicios, sobretodo en el caso del alojamiento, deberán también mantener una buena reputación, siendo respetuosos y cumpliendo con las condiciones de convivencia que se dispongan. Es indispensable que el buen comportamiento y la confianza estén presentes tanto en el oferente como en el demandante. En este sentido, el SEI se vuelve una herramienta de suma relevancia.

Como se mencionó anteriormente, las TICs juegan un rol fundamental en el turismo colaborativo. Internet ha propiciado de manera significativa la autoplanificación de los viajes, es decir, algunos usuarios los organizan personalmente, sin acudir a las agencias. Existen diversas páginas web o aplicaciones que pueden ser descargadas en dispositivos móviles (*smartphones* y *tablets*), las mismas constituyen plataformas específicamente diseñadas para el turismo colaborativo y posibilitan el contacto entre oferentes y demandantes. En ocasiones, los contactos pueden generarse también en redes sociales, como Facebook, en el que se pueden crear páginas o grupos de compra-venta o de alquiler. Para aquellas personas que utilizan Internet frecuentemente, el uso de estas plataformas es sencillo, puesto que generalmente están organizadas de manera tal que se puedan aplicar filtros en relación a las afinidades propias de cada usuario.

No obstante, lo que hace al turismo colaborativo un fenómeno distinto no es el uso de las TICs ni la facilidad de utilización de las plataformas, sino las motivaciones propias de los turistas. El ahorro de dinero es una de las principales

para su práctica (Bustamante Lisbona, 2015), sin embargo, no es la más importante. Existen otras de carácter social, destacándose la autenticidad de la experiencia como la más relevante:

Una de las principales motivaciones que impulsan a las personas a inclinarse por esta nueva tendencia es la búsqueda de autenticidad en el destino visitado. Así, el viajero colaborativo busca conocer de primera mano a las personas y culturas locales, sin los filtros que suponen los viajes organizados (Sánchez de la Viña López-Urrutia, 2015, p. 33).

Se considera que, a través de la práctica del turismo colaborativo, los viajeros pueden llegar a tener una experiencia de viaje más auténtica en relación al destino visitado:

Existe la convicción entre usuarios de que alojarse en las casas de los habitantes locales, conocer su entorno y compartir las experiencias con ellos ofrece una vivencia mucho más "real" del destino turístico que el modelo hotel-restaurante-visita guiada (Martínez Giménez, 2014, p. 16).

Es por ello que consiste en una forma de viajar más consciente, una manera más humana de hacer turismo, debido al intercambio cultural que se genera entre turistas y residentes, favoreciendo la integración del viajero en la comunidad del destino. Los anfitriones pueden brindar a sus huéspedes información distinta de la que podrían obtener por los medios tradicionales. Esto constituyen un gran valor, ya que, en general, estos viajeros se muestran interesados en conocer e integrarse a la cultura local, evitando las experiencias destinadas a los turistas de masas (Sánchez de la Viña López-Urrutia, 2015).

A su vez, se trata de una modalidad de viaje más sostenible, pues propicia el uso eficiente de los bienes y los recursos. Consiste en un modelo que integra de forma equilibrada lo ambiental, lo social y lo económico. El turismo colaborativo, así como la economía colaborativa, favorecen al uso sostenible y eficiente de los recursos, lo que deriva en una reducción de generación de residuos y contaminación (Sánchez de la Viña López-Urrutia, 2015). Se trata de un fenómeno que genera ahorro energético, por ejemplo, al compartir el auto, ya que contribuye al ahorro de combustible y genera menos contaminación atmosférica, o al compartir una vivienda, porque evita que se aloje en un hotel y se ahorre en la energía invertida para la climatización o la iluminación, entre otros (Martínez Giménez, 2014).

3.1. Turista colaborativo

El turista colaborativo presenta ciertas características que lo distinguen del tradicional. Estas particularidades pueden ir variando y no necesariamente están presentes en todas las personas que practican esta modalidad. A modo orientativo, se mencionan a continuación algunas de ellas.

En cuanto a sus motivaciones, conocer la cultura local desde una perspectiva diferente y profunda es lo que le da un valor distintivo a esta forma de viajar. También suele tratarse de viajeros con un buen manejo de las TICs, ya que

las mismas son indispensables para la organización de un viaje utilizando las plataformas digitales. Es una clase especial de consumidor, conocedor de Internet, que está al tanto de las opiniones publicadas en la red y, a su vez, comparte sus propias experiencias (Gómez Encinas, 2013, p. 68).

El nivel de gasto general que realiza suele ser menor, si se compara con el turista tradicional. Esto nace no sólo desde el deseo de ahorrar, sino que, al alojarse en la casa de un local, disponen de cocina, lo que modera los gastos en restauración. Al compartir vehículo, reducen también costos en el transporte, a la vez que evitan tener que buscar estacionamiento en lugares concurridos.

Por último, se trata de personas que son fieles al sistema colaborativo, es decir, que prefieren y sostienen esta manera de realizar sus viajes. Sin embargo, no suelen ser devotos del destino, en muchas ocasiones se buscan conocer destinos diferentes y alejarse del turismo de masas (Bustamante Lisbona, 2015).

Algunas de estas características también están presentes en la descripción del consumidor actual, donde las TICs constituyen un papel elemental y las motivaciones ya no son ir a “ver” algo, sino “hacer” algo. No obstante, estas características son generales y pueden variar según la ciudad, el país o la región, puesto que en cada caso la situación social-cultural difiere.

3.2. Servicios ofrecidos a través del turismo colaborativo

Son variados los servicios que se pueden ofrecer y contratar a través de plataformas colaborativas. El sector turístico, es quizás, el que mayor cantidad de alternativas presenta. Si bien no todos los servicios están necesariamente vinculados de manera directa al turismo, contribuyen al desarrollo de la actividad.

3.2.1 Alojamiento

Existen diferentes modalidades a la hora de ofrecer un servicio de alojamiento a través de las plataformas colaborativas. Una de las más conocidas es brindar una habitación, o espacio desocupado en una vivienda, de manera gratuita. La plataforma representativa de este sistema es Couchsurfing. A través de la misma, se puede ofrecer un espacio donde alojarse, contactar con un local de otra ciudad para hospedarse en su vivienda o conocer viajeros y unirse a su comunidad. La plataforma cuenta también con un servicio de mensajería, para facilitar la comunicación, y de verificación de la información acerca de los usuarios. Para utilizar Couchsurfing, es necesaria la creación de un perfil de usuario, por el cual se brinda información acerca de la edad, intereses, idiomas que se manejan, lugares visitados, entre otros. Esta plataforma se basa en un sistema de referencias que construye confianza entre los usuarios (Couchsurfing, ca. 2016). Mediante la exploración de este portal es posible percibir el vínculo residente-turista generado en el turismo colaborativo.

Otra plataforma digital mundialmente conocida es Airbnb. En ella, también se genera un contacto entre personas que tienen disponible un espacio para alquilar y las que lo necesitan. La particularidad que la distingue de Couchsurfing es que se cobra un alquiler por el uso del espacio y, generalmente, el anfitrión no convive con el turista, impidiendo que se genere ese vínculo

especial cuando ambas partes comparten la vivienda. Fue fundada en el año 2008, en San Francisco, Estados Unidos, y en la actualidad cuenta con más de 160 millones de huéspedes alrededor de 65.000 ciudades en más de 191 países. A través de la misma, no sólo pueden alquilarse espacios (en su mayoría departamentos enteros), sino que también pueden contratarse experiencias dependiendo de los intereses propios (Airbnb, ca. 2017).

El intercambio de casas conforma otra opción que ofrece el turismo colaborativo. En él, dos partes, generalmente familias, intercambian sus viviendas por un período de tiempo determinado. Las plataformas más utilizadas para esta actividad son: Intervac, Home Exchange y Knok. En algunas de ellas, también se pueden alquilar departamentos (Intervac, ca. 2016; Home Exchange, ca. 2016; Knok, ca. 2016).

Existe también una opción que permite intercambiar trabajo por alojamiento, por lo que se puede ahorrar en la estadía a cambio de unas horas de trabajo semanal. Worldpackers, es un sitio *online* que ofrece alojamiento en *hostels*. El trabajo varía desde la fotografía, la educación, el arte hasta colaborar en la recepción del alojamiento. A cambio, la plataforma recibe una comisión por establecer el contacto entre el turista y el *hostel* (Worldpackers, ca. 2016).

Dependiendo de la plataforma que se utilice, así como del lugar en donde se presta el servicio de alojamiento, existen diferentes opciones vinculadas al pago de los mismos. En algunos casos son gratuitos, en otros, se debe abonar una comisión a la empresa que gestiona la plataforma *online* o también puede ocurrir que se pague tanto al anfitrión como a la empresa propietaria de la plataforma donde se genera el contacto. A continuación, en la Figura 1 se detallan las diferentes maneras de acceder al servicio de alojamiento a través del turismo colaborativo.

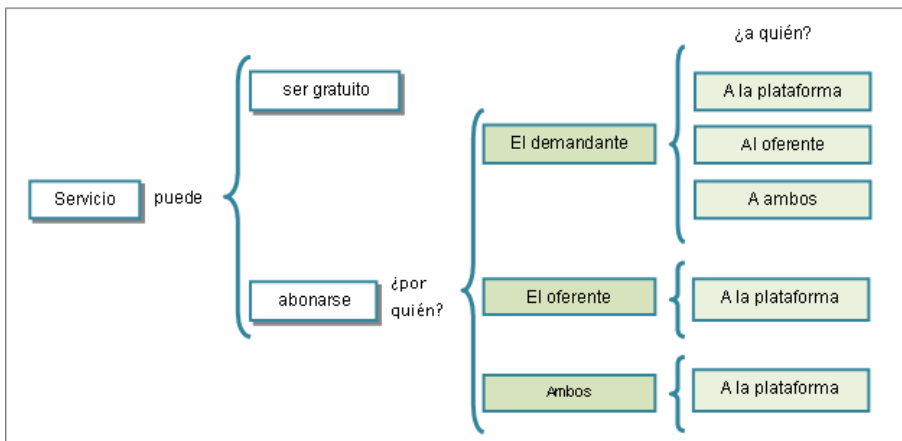


Figura 1. Modalidad de pago de los servicios ofrecidos en plataformas colaborativas

Fuente: elaboración propia sobre la base de Mendes Izard y Giménez Abad (2016).

A través de las plataformas colaborativas, es posible también contratar el servicio de transporte. Existen diversas alternativas de acuerdo a la distancia o ámbito geográfico a recorrer, la forma de realizar el viaje, la operatoria del mismo, entre otros aspectos.

En lo que respecta a viajes de larga distancia, una de las opciones más conocidas a nivel mundial es Carpooling. Permite, a través de plataformas y redes sociales, poner en contacto a propietarios de vehículos que quieran realizar un viaje, con potenciales pasajeros que vayan al mismo destino en aras de, trasladarse juntos y compartir los gastos, lo que resulta beneficioso para ambas partes (Sánchez de la Viña López-Urrutia, 2015). Además de generar un ahorro de dinero para ambas partes, reduce la concentración del tráfico y la contaminación ambiental y permite que se forjen relaciones sociales entre los viajeros.

En Argentina, Jump in es una de las plataformas más populares y utilizadas. Allí, ingresando el lugar de origen y el de llegada, se pueden visualizar diferentes opciones para realizar el trayecto. También habilita la posibilidad de seleccionar viajes en los que participen sólo mujeres, de modo que las mismas puedan sentirse más seguras (Jump in, ca. 2016).

En cuanto a traslados dentro de una misma localidad, Uber es la alternativa más representativa. La compañía ofrece viajes con conductores particulares, en este sentido constituye una competencia directa con el servicio de taxis. La aplicación permite visualizar el tiempo de espera, la capacidad del auto, el costo del servicio previo a su contratación, así como también información del conductor y los detalles de vehículo. El pago se realiza de manera inmediata a través de tarjeta de crédito, por lo que no se necesita dinero en efectivo. Una vez finalizado el viaje es requisito obligatorio calificar al conductor y al servicio (Uber, ca. 2016).

En relación a la forma y operatoria del viaje, las plataformas Carpooling y Uber presentan diferencias. En el primero de los casos, si bien se aspira a compartir el viaje y los gastos del mismo con otras personas, es probable que el trayecto se realice de todos modos, independientemente de existir o no interesados en hacerlo. Por otro lado, con Uber, el servicio de traslado se brinda de manera privada y debe existir un usuario que solicite el mismo; como se mencionó, opera de manera similar a un taxi.

3.2.2 Restauración

El servicio de restauración no es el más desarrollado bajo esta modalidad, sin embargo, existen propuestas que combinan las TICs con la gastronomía autóctona de los destinos. Una plataforma conocida a nivel internacional es Eatwith. En ella se ofrecen diferentes menús autóctonos en 50 países alrededor del mundo. Siguiendo los lineamientos del turismo colaborativo, permite compartir la mesa en un almuerzo o cena, poniendo en contacto a personas de diferente procedencia, nacionalidad o cultura y enriqueciendo la experiencia gastronómica.

Otra alternativa que opera de manera similar es la plataforma CookApp, creada en Argentina. A través de la misma, se pueden visualizar los distintos menús ofrecidos junto a un detalle de los platos, descripción de la experiencia que se propone y cuáles son las reglas de la casa. Indica también precios, políticas de

cancelación, ubicación de la vivienda y características de la misma. Por último, se encuentran las opiniones de otras personas, lo que ayuda a otros usuarios a tomar una decisión.

3.2.3 Experiencias en el destino

El turismo colaborativo también permite a los residentes brindar un servicio de visitas guiadas en las ciudades. A nivel internacional, este servicio es prestado por una red de voluntarios llamados *greeters* por lo que suele ser gratuito y, habitualmente, recomienda sitios alternativos a los incluidos en los típicos circuitos locales. También aconsejan al turista en caso de que ocurra algún problema. En Argentina, a este grupo de voluntarios se llama Cicerones. Se encargan de brindar un servicio gratuito de guías no profesionales, dando a conocer lugares y paseos poco frecuentados en la ciudad de Buenos Aires (Global Greeter Network, ca. 2016; Cicerones, ca. 2016).

Por otro lado, este servicio también puede ser pago. Una plataforma muy utilizada es Vayable. Permite el desarrollo de visitas guiadas en diferentes ciudades alrededor del mundo. Se brinda información sobre la actividad a realizar, en ocasiones a través de un video y datos sobre el guía. Por último, se encuentran las opiniones de otros usuarios que ya han utilizado el servicio.

En septiembre de 2016, la plataforma Trip4real, que ofrecía este mismo servicio, pasó a manos de Airbnb, por lo que actualmente no solo ofrece servicios de alojamiento, sino que también experiencias en el destino.

3.3. Principales conflictos

Si bien el turismo colaborativo es un fenómeno incipiente, se ha extendido con rapidez a diferentes áreas de la prestación de servicios. Las empresas turísticas tradicionales han manifestado su disconformidad con esta nueva modalidad de viaje, por considerarla una competencia desleal, ya que no se les demandan las mismas obligaciones y requisitos. En general, el marco regulatorio es aún escaso y, en algunos casos, nulo, hecho que agrava la situación.

Al igual que en muchas otras ciudades, en Buenos Aires también surgieron conflictos con la compañía de transporte Uber. Los taxistas reclamaron que se trataba de una competencia ilegal por falta de habilitación y que, debido a su funcionamiento, el sector perdió 40% de ingresos. La justicia porteña ordenó que Uber debía cesar la actividad, sin embargo, sigue operando libremente (Musse, 2016). Una gran cantidad de usuarios optan por esta nueva modalidad de traslado, principalmente por las tarifas más bajas, pero también porque conocen el servicio de otros destinos internacionales.

Para contrarrestar la situación, el gobierno porteño decidió lanzar una aplicación que opere de la misma forma que Uber. La misma fue aprobada en septiembre del 2016, pero recién en abril del 2017 comenzó a funcionar. Desde la página del gobierno de Buenos Aires se explica:

Muy pronto, BA Taxi nos va a permitir solicitar viajes a taxistas habilitados y tener acceso en tiempo real sobre el vehículo y su conductor, garantizando mayor seguridad y calidad del servicio. Además, permitirá georreferenciar los viajes, pagar con tarjeta de crédito y calificar la experiencia (Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, 2016).

En el caso del servicio de alojamiento, en diferentes ciudades del mundo han surgido inconvenientes, sobre todo con la plataforma Airbnb. La empresa justifica su actividad explicando que ellos solo generan el contacto, que los problemas que surjan con los departamentos son responsabilidad del usuario (Gobbi, 2016). El sector hotelero se ha mostrado disconforme con esta plataforma digital y otras similares, aludiendo que se trata de una competencia desigual, a causa de que no se le exigen las mismas normas de calidad.

Room Mate Hotels es una cadena hotelera que decidió expandirse aplicando ciertos conceptos de la economía colaborativa. Su estrategia comercial consistió en ofrecer también el alquiler de departamentos con los mismos servicios de traslado, comida y limpieza que brinda en sus hoteles. Como elemento diferenciador de las demás plataformas digitales, Be Mate², ofrece a los huéspedes un *City Mate*, es decir un conserje personal. Los departamentos publicados pueden ser de un propietario particular, de una agencia de viajes o de una empresa (Be Mate, ca. 2016).

En este contexto, las empresas del sector tradicional que deseen continuar operando de la manera que lo hacían, deberán adaptarse a las TICs e incorporar herramientas que les permitan generar ventajas. Con respecto a esto, Monteil dice:

Para hacer frente a esa nueva competencia, hay que instaurar una nueva cultura empresarial adaptada a la era de la economía colaborativa y de la 'hiper-conectividad'. Para que este movimiento se inscriba en la cadena de valor de las empresas, tendrían que ser creativas y atreverse a lanzar iniciativas (2014, p. 40).

En relación al aspecto legal, se deben tener en cuenta dos grandes dificultades al momento de analizar su marco normativo. Por un lado, la diversidad de leyes que rigen en cada país o región y, por otro, el hecho de que la mayoría de las normativas están orientadas a regular las actividades del turismo tradicional, dejando de lado lo que ocurre en la actualidad con las nuevas tendencias.

Como se mencionó anteriormente, han surgido conflictos entre el sector tradicional y empresas como Airbnb y Uber, que operan como mediadoras, pero donde los usuarios deben pagar por los servicios. Es un tema de amplia discusión si este tipo de plataformas forman parte de la economía colaborativa o no, pero lo que es claro para todos es la necesidad de generar un marco legal para estas actividades. En algunos lugares del mundo, debido a los conflictos con el sector tradicional, se han comenzado a regular. En ciertos casos, se prohibió la

² Be Mate es el nombre de la plataforma que alquila departamentos, propiedad de la cadena hotelera Room Mates.

actividad, mientras que, en otros, se intentó equiparar la situación entre el sector tradicional y el de las empresas mediadoras.

Es fundamental comprender que distintos sectores y actividades ya forman parte de la economía y turismo colaborativo, por lo que es un trabajo muy complejo generar un marco normativo general. Tal vez, lo más apropiado sea un marco regulatorio a nivel sectorial, teniendo en cuenta a las diferentes actividades y partes involucradas, para que se genere un equilibrio entre los intereses de las mismas. En este sentido, es deseable que cada gobierno opte por regularizar a la economía colaborativa basándose en los intereses de la comunidad y considerando que se trata de diversas actividades, con diferentes características, ya que no es lo mismo regular el sistema inmobiliario que el del transporte.

4. Análisis del caso

4.1. Caracterización del área de estudio

La ciudad de Bahía Blanca se encuentra ubicada al sudoeste de la provincia de Buenos Aires, a los 44' Latitud Sur y 62º 16' Longitud Oeste de Greenwich (Figura 2). La misma corresponde al partido homónimo que limita con los partidos de Villarino, Tornquist, Coronel Pringles y Coronel Suarez; y con la Costa Atlántica. La superficie del partido es de 2.300 km². Dentro del mismo, se encuentran las localidades de Bahía Blanca, Ingeniero White, General Daniel Cerri y Cabildo.

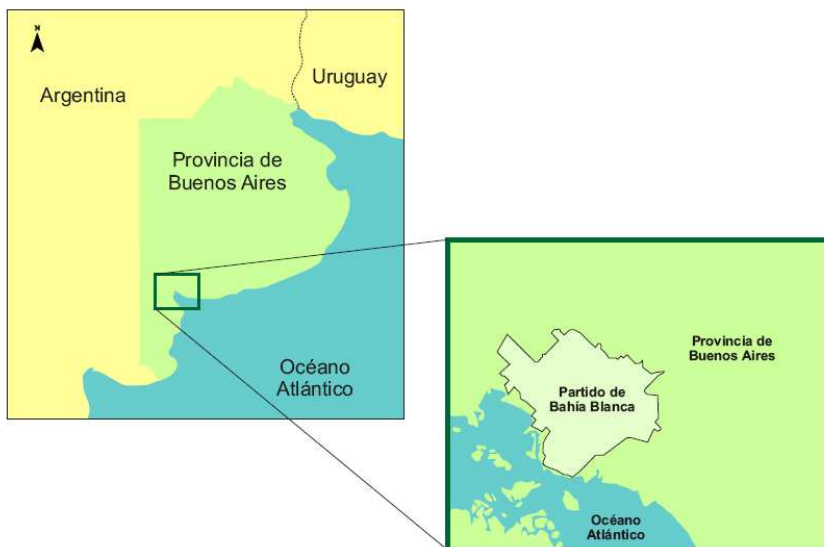


Figura 2. Ubicación del área de estudio

Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Maps, 2016.

Acorde al Censo Nacional realizado en el año 2010, la población de Bahía Blanca es de 301.572 habitantes, de las cuales el 65,9% de las personas corresponden al intervalo comprendido entre los 15 y 64 años. Teniendo en cuenta el censo anterior del año 2001, se constata un crecimiento de aproximadamente un 6%. En relación a la cantidad de viviendas, los datos muestran un total de 102.037 viviendas habitadas y 22.684 deshabitadas (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010).

Las actividades que permiten el desarrollo de la ciudad son variadas. Por un lado, se destaca el trabajo industrial y portuario. Se destaca el puerto de aguas profundas de Ingeniero White que, además, forma parte de sus atractivos turístico-recreativos. Por otro lado, la ciudad es un centro comercial y financiero que provee bienes y servicios a una amplia zona de influencia. Constituye un nodo de comunicaciones y transporte, conectando el norte de la Patagonia con la Pampa. Por último, la educación también forma parte de las principales actividades dentro de la ciudad, ya que en la misma se encuentra la Universidad Nacional del Sur, la Universidad Tecnológica Nacional, institutos de investigación como el Centro Científico Tecnológico CONICET Bahía Blanca, la Universidad Provincial del Sudoeste, y distintos institutos terciarios.

Desde la gestión del municipio, se desprenden distintos organismos que actúan como equipos de trabajo. Los más relevantes en relación al tema de interés son el Instituto Cultural y la Secretaría de Innovación Tecnológica y Desarrollo Colectivo. El primero se encarga de las actividades culturales de la ciudad, así como de su área turística, generando propuestas tanto para los viajeros como para los residentes (Municipio de Bahía Blanca, 2016). El segundo organismo mencionado, la Secretaría de Innovación Tecnológica y Desarrollo Creativo, posee como función al desarrollo de actividades vinculadas a la tecnología y la innovación que impulsen al desarrollo sustentable de la ciudad articulando los sectores económicos, sociales y políticos (Municipio de Bahía Blanca, 2016). De manera simultánea, se han creado distintas aplicaciones compatibles con dispositivos móviles (*smartphones* y *tablets*) con el fin de impulsar el desarrollo de la ciudad.

En cuanto al clima, el mismo es templado con temperaturas variables y moderadas. La media es de 15°C, en el verano puede superar los 35°C, mientras que en el invierno suele haber temperaturas bajo los 0°C. Las precipitaciones también son moderadas, siendo el promedio de 650 mm anuales.

Finalmente, es relevante mencionar que la ciudad de Bahía Blanca funciona como centro de escala, debido a su ubicación estratégica y a las múltiples carreteras que la conectan con el centro y el sur del país: RN 33, 35, 3 Norte, 3 Sur y 22; RP 51 (Figura 3). A su vez, cuenta con un aeropuerto nacional, una estación de trenes y una de ómnibus.



Figura 3. Accesibilidad de Bahía Blanca

Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Maps, 2016.

4.2. Oferta de turismo colaborativo en Bahía Blanca

4.2.1 Alojamiento

A fin de determinar la situación de Bahía Blanca en relación a las actividades vinculadas al turismo colaborativo, se llevó a cabo un relevamiento de las principales plataformas digitales. El primer paso consistió en analizar aquellas que permiten el contacto entre oferentes y demandantes del servicio de alojamiento, ya sea de manera onerosa o gratuita. Los portales seleccionados fueron Airbnb y Couchsurfing.

En el caso de Airbnb, al momento de realizar la primera observación en agosto del 2016, se encontraron 45 anuncios de alquiler. Aplicando filtros, se pudo obtener información acerca de los servicios que ofrece cada uno de los anfitriones. La última parte del análisis se realizó en marzo de 2018, arrojando un total de 113 anuncios. En la mayoría de los casos, los alojamientos ofrecidos contaban con *wifi*, cocina y TV (Tabla 1).

Puede observarse que el número de alojamientos ofrecidos en marzo de 2018 supera notablemente los anuncios de 2016.

Gracias al uso de los filtros del portal, se pudo también constatar los tipos de propiedad que se ofrecían en agosto del 2016. Se presentaban tres opciones: casa, departamento y *Bed & Breakfast (B & B)*, siendo la mayoría departamentos (Figura 4).

Tabla 1. Servicios ofrecidos en los anuncios de alojamiento a través de la plataforma Airbnb en Bahía Blanca

Servicios ofrecidos	Cantidad de anuncios que ofrecen el servicio	
	agosto 2016	marzo 2018
Wifi	42	105
Piscina	8	7
Cocina	42	104
Accesibilidad para discapacitados	7	-
Desayuno	13	23
TV	40	101

Fuente: elaboración propia sobre la base de Airbnb, ca. 2018.

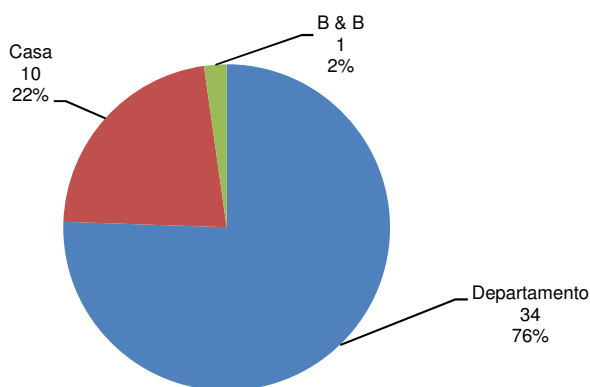


Figura 4. Tipos de alojamientos ofrecidos a través de Airbnb en Bahía Blanca - agosto 2016

Fuente: elaboración propia sobre la base de Airbnb, ca. 2016.

En marzo de 2018, se encontraban categorías diferentes a las del primer análisis (Figura 5).

Otro dato que pudo obtenerse a través de la aplicación de filtros, fue el idioma que hablan los anfitriones. En ambos periodos analizados, la mayoría de los oferentes manejan el español, mientras que, en segundo lugar, se encuentran aquellos que se desenvuelven en inglés (Figura 6).

El espacio que se alquila puede variar de un departamento o casa entera, a una habitación privada o compartida (Tabla 2).

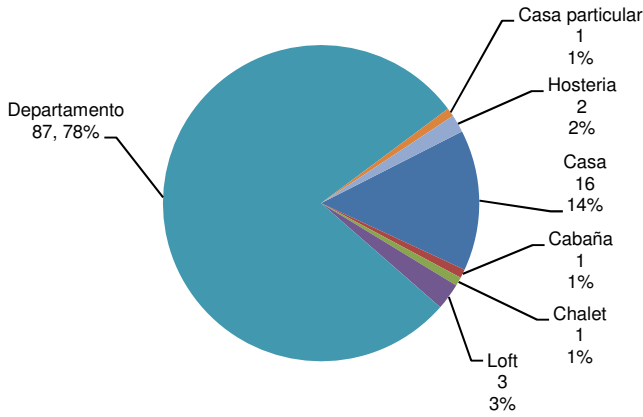


Figura 5. Tipos de alojamientos ofrecidos a través de Airbnb en Bahía Blanca - marzo 2018

Fuente: elaboración propia sobre la base de Airbnb, ca. 2018.

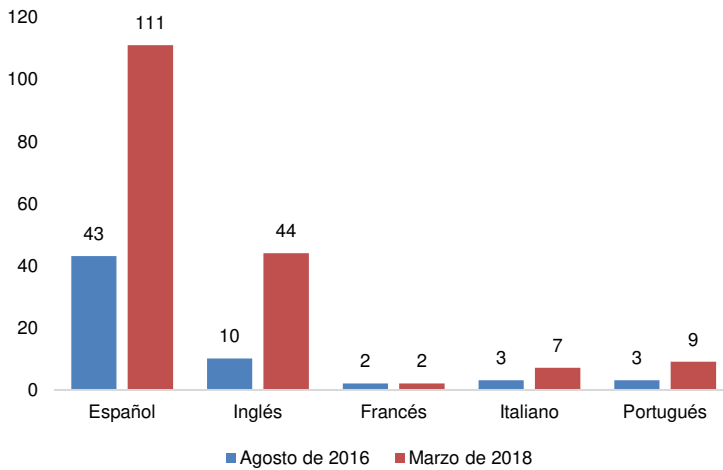


Figura 6. Idioma de los anfitriones de Airbnb en Bahía Blanca

Fuente: elaboración propia sobre la base de Airbnb, ca. 2018.

Tabla 2. Tipo de habitación ofrecida a través de Airbnb en Bahía Blanca

Tipo de habitación ofrecida	Cantidad de anuncios que ofrecen ese tipo de habitación	
	agosto 2016	marzo 2018
Apartamento o casa entera	38	-
Habitación privada	6	-
Habitación compartida	1	-

Fuente: elaboración propia sobre la base de Airbnb, ca. 2018.

En la mayoría de los casos, los anuncios ofrecen un departamento o casa entera, lo que demuestra que no necesariamente se genera un contacto diario con el anfitrión. Para marzo de 2018, ya no se disponía de esa información para realizar el análisis.

Por último, se pudo determinar la ubicación de los alojamientos ofrecidos a través de Airbnb en Bahía Blanca (agosto 2016). En su mayoría se encontraban en la zona centro y en el barrio Universitario (Figura 7).

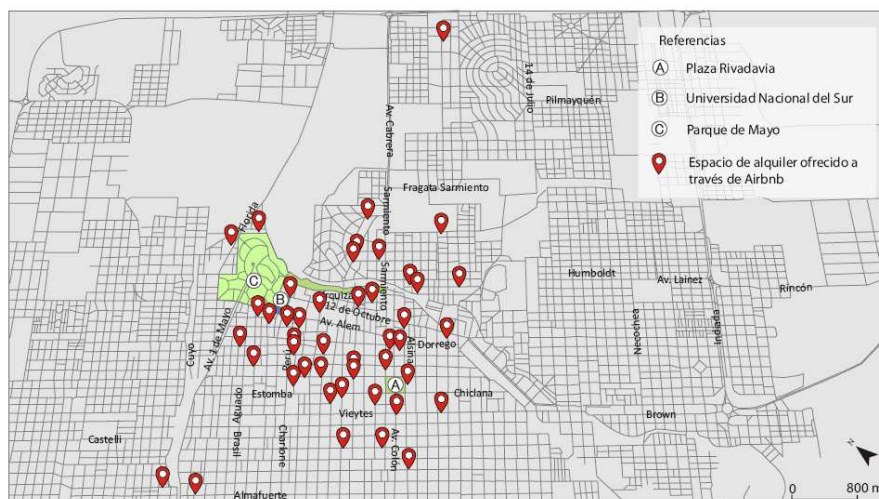


Figura 7. Ubicación de los espacios a alquilar a través de la plataforma Airbnb en Bahía Blanca

Elaboración propia sobre la base de Airbnb y Google Maps, 2016.

Con respecto al portal Couchsurfing, también se pudieron aplicar ciertos filtros para precisar la búsqueda y explorar su situación en la ciudad. No obstante, fueron diferentes a los utilizados para el caso de Airbnb. El número total de anuncios en agosto de 2016 era de 1.969, de los cuales no todos permitían la posibilidad de brindar alojamiento. En marzo de 2018, se realizó nuevamente un análisis que mostró 2.633 anuncios. Couchsurfing permitió visualizar cuales de los anfitriones estaban disponibles para ofrecer alojamiento en sus hogares (Tabla 3).

Tabla 3. Información de los anfitriones de Couchsurfing de Bahía Blanca

	agosto 2016	marzo 2018
Acepta invitados	233	472
Puede aceptar invitados	864	2.161
Quiere conocer gente	229	305
Tiene una verificación	26	51
Tiene recomendaciones	352	435

Fuente: elaboración propia sobre la base de Couchsurfing, ca. 2018.

Se detectaron tres grandes grupos de oferentes: los que brindan un espacio, los que es posible que ofrezcan un lugar a los viajeros y, por último, aquellos que quizás no tengan la posibilidad de compartir un espacio de su casa, pero que le interesaría encontrarse con viajeros. Se puede observar que el número de anfitriones confirmados o posibles creció del primer al segundo análisis. También, dentro de la misma clasificación se pudo observar cuántos usuarios verificaron sus datos y cuántos tienen recomendaciones, ya sea como viajeros o como anfitriones.

En lo que respecta a la modalidad de alojamiento, fue posible obtener los datos a través de un filtro (Tabla 4).

Tabla 4. Tipo de espacio ofrecido

	agosto 2016	marzo 2018
Habitación privada	61	96
Habitación pública	1.053	1.063
Habitación compartida	105	124

Fuente: elaboración propia sobre la base de Couchsurfing, ca. 2018.

En la mayoría de los casos, se ofrecían “habitaciones públicas”, es decir, espacios comunes de la vivienda, como por ejemplo el living. Esta categoría puede resultar confusa, ya que no se describe el lugar que se ofrece. En cuanto a las cifras, no existe una variación significativa.

La convivencia con personas desconocidas puede resultar conflictiva si no se aclaran las preferencias del dueño del hogar. Couchsurfing permite acceder a esta información a través de la aplicación de un filtro, mostrando restricciones vinculadas principalmente a la admisión de niños, de mascotas y a la accesibilidad para personas discapacitadas que se movilizan en silla de ruedas (Tabla 5).

Tabla 5. Preferencias de los anfitriones

	agosto 2016	julio2017
Tiene niños en casa	22	32
Admite niños	176	228
No admite mascotas	1.163	1.204
Admite mascotas	90	145
Es accesible en silla de ruedas	57	81

Fuente: elaboración propia sobre la base de Couchsurfing, ca. 2018.

4.2.2 Transporte

Varias son las plataformas digitales que permiten a los usuarios poder compartir sus viajes hacia otras ciudades entre las que aparece Jump in. En este sentido, los viajes que han sido ofrecidos por este medio fueron variados, conectando a Bahía Blanca con destinos como Mar del Plata, Buenos Aires, Neuquén, Goya, Rosario, Puerto Madryn y Tandil.

Otra plataforma digital de Carpooling es Coviajero, mediante la cual se ofrecieron tanto viajes desde Bahía Blanca hacia otros destinos (Rio Cuarto, Buenos Aires, Puerto Madryn, Villa La Angostura, Trelew, San Carlos de Bariloche, Lima, Cipoletti, Necochea, Comodoro Rivadavia, Mar del Plata, Tres Arroyos, Las Grutas, General Roca Rio Colorado, Ezeiza, Trenque Lauquen, Chillán, Santa Fe y La Plata); como desde otros destinos (Las Grutas, Buenos Aires, Trelew, San Carlos de Bariloche, Necochea, Cipoletti, Balcarce, Tres Arroyos, Mar del Plata, La Plata, Rio Colorado, Neuquén, Trelew, Ezeiza, Comodoro Rivadavia, Venado Tuerto y Tandil) a la ciudad.

La cantidad de viajes realizados varían dependiendo de los meses (Tabla 6).

Tabla 6. Viajes realizados a través de la plataforma Coviajero (Bahía Blanca)

	Fecha	Cantidad
2016	octubre	2
	noviembre	1
	diciembre	1
2017	enero	3
	febrero	-
	marzo	-
	abril	-
	mayo	5
	junio	2
	julio	1
	agosto	7
	septiembre	-
	octubre	2
	noviembre	-
	diciembre	3
2018	enero	-
	febrero	2
	marzo	1

Fuente: elaboración propia sobre la base de Coviajero, ca. 2018.

Los meses que registran mayor cantidad de viajes son enero, mayo, agosto y diciembre del 2017. En lo que respecta al periodo entre febrero del 2017 y abril 2017, se visualiza un descenso.

En el siguiente mapa (Figura 8), se muestran los destinos de los viajes que se realizaron a través de la plataforma, tanto los que parten como los que se dirigen a Bahía Blanca.

En la red social Facebook, también existe un grupo llamado Carpooling Bahía Blanca el cual, en septiembre del 2016, reunía a 4.435 miembros. La mayoría de los viajes eran desde Bahía Blanca hacia Buenos Aires o La Plata y viceversa. En algunas pocas ocasiones, se hicieron publicaciones acerca de viajes a Bariloche, Tandil, Necochea, Villa Regina, Cipoletti, Neuquén y Roca. En la actualidad (marzo de 2018), el grupo está conformado por más de 17.000 miembros, lo que muestra un crecimiento significativo en relación al primer

análisis. Cabe mencionar que, al tratarse de un grupo dentro de una red social, no existe un sistema de valoraciones como en las plataformas digitales o portales colaborativos específicos.

Con respecto a los viajes que se ofrecen dentro de una misma ciudad, la plataforma más conocida es Uber. No obstante, en Argentina, solo opera en la ciudad de Buenos Aires, por lo que el servicio no ha llegado a Bahía Blanca aún, ni tampoco existen noticias de una posible inserción en la ciudad.



Figura 8. Viajes publicados en Coviajero (Carpooling)

Fuente: elaboración propia sobre la base de Coviajero, ca. 2017.

4.2.3 Restauración

Para llevar a cabo el análisis de la situación en Bahía Blanca respecto de los servicios de restauración que se ofrecen a través de plataformas colaborativas, en primera instancia se tuvo en cuenta al sitio web Eatwith. Opera en alrededor de 200 ciudades en 50 países. Uno de los países en donde se ofrece este servicio es Argentina, no obstante Buenos Aires es la única ciudad del país donde funciona.

Además, se analizó la plataforma digital CookApp. En lo que respecta a Argentina, por el momento, solo se ofrecen comidas compartidas en las ciudades de Buenos Aires y Mar del Plata. Sin embargo, se anuncia que próximamente se podrá utilizar la plataforma en otras ciudades, como Mendoza, Córdoba, Rosario, La Plata, Salta y Bahía Blanca. Por lo que se puede deducir que en breve los residentes bahienses podrán ofrecer a los turistas una comida típica local.

4.2.4 Experiencias en destino

Como ya ha sido desarrollado, existen también plataformas que representan un espacio para contactar a los turistas con personas del lugar que brindan un servicio similar al de un guía turístico. La plataforma analizada fue Vayable, en la que se encontraron, principalmente anuncios sobre actividades para realizar en Buenos Aires, aunque también había algunas publicaciones sobre Iguazú, Córdoba, la Patagonia, Jujuy, Mendoza, entre otros destinos. Entre las actividades se encontraron, por un lado, propuestas de turismo aventura y, por otro, de tipo cultural o religioso. Sin embargo, de los 85 anuncios hallados en octubre del 2016, ninguno ofrecía recorridos por la ciudad de Bahía Blanca. En marzo del 2018, se detectaron 75 anuncios aunque tampoco se vinculaban a la ciudad.

4.3. Características de la demanda del turismo colaborativo en Bahía Blanca

Para indagar acerca de las características de la demanda, cabe mencionar la dificultad encontrada en la obtención de datos significativos que permitan llevar a cabo un análisis integral de todos los servicios. Considerando que el caso del alojamiento es el que presenta mayor desarrollo en cuanto a su oferta, se procedió a sondear únicamente esta prestación. Por una parte, para conocer ciertos parámetros vinculados a la demanda de Airbnb se tuvieron en cuenta los comentarios realizados acerca de los departamentos y casas ofrecidos.

De un total de 1.007 comentarios acerca de los 131 alojamientos ofrecidos en agosto del 2018, se obtuvieron los siguientes datos: el 97,5% de los usuarios estuvieron conformes con el servicio de alojamiento brindado, destacando la limpieza, la veracidad de las fotografías, la ubicación, entre otros aspectos.

En cuanto al idioma en que se expresaban estas evaluaciones, la mayoría se encontraban en español (88,97%). Sin embargo, también se visualizaron comentarios en inglés (7,45%), portugués (2,08%), alemán, francés, italiano, neerlandés y ruso (con menos del 1% cada uno).

Por otra parte, se exploró la plataforma Couchsurfing. Para dicho análisis, se obtuvieron datos a través de la página web y de encuestas realizadas a usuarios que se alojaron a través de ella. Con la información disponible en su página web, se pudo obtener una aproximación acerca de la edad de los turistas y su lugar de procedencia. El rango etario de las personas encuestadas estuvo comprendido entre los 19 y los 43 años, y provenían de diferentes partes del país y de distintos continentes. En cuanto a las ciudades argentinas, se pudieron identificar San Carlos de Bariloche, Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. Por su parte, los viajeros internacionales provenían principalmente de Alemania, Austria, Bélgica, Brasil, Chile, Colombia, Corea del Sur, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Lituania, México, Polonia, Rusia, Turquía, Ucrania y Uruguay.

A partir de las encuestas realizadas, fue posible adquirir más información acerca de aquellas personas que se alojaron en la ciudad de Bahía Blanca durante el año 2016 y principios del 2017. La encuesta fue remitida por medio de la página web de Couchsurfing a distintos usuarios. De las 58 personas a las que se les envió, solo 20 de ellas respondieron el pedido. Es necesario aclarar que el número de encuestados no llega a ser representativo, pero igualmente permite una aproximación al conocimiento de ciertos aspectos de la demanda de este portal.

El grupo de encuestados estuvo compuesto por personas de distintas ocupaciones y profesiones, como estudiantes, profesores, periodistas, fotógrafos, *freelancers*, entre otros. En cuanto al lugar de procedencia, los países fueron variados: Argentina (Lanús, Santa Fe y Rosario), Brasil (Porto Alegre), Canadá (Montreal), Chile (Santiago de Chile), Colombia (Medellín, Bucaramanga), Eslovaquia (Bratislava), Estados Unidos (Seattle), Francia (París), México (Ciudad de México, Ensenada, Monterrey, Villahermosa), Rusia (San Petersburgo) y Ucrania (Olyshva, Rivne). Los encuestados expresaron haber recibido un excelente trato por parte del anfitrión y, en algunas pocas ocasiones, se declaró que fue muy bueno. Se trata de personas que continúan utilizando este medio para conseguir alojamiento en sus viajes, a la vez que manejan plataformas y/o aplicaciones similares, como, por ejemplo, Airbnb y Uber; plataformas de Carpooling, Workaway (para aprender idiomas); y Warmshower (alojamiento para cicloturistas).

A partir de esto, se infiere que se trata de personas que adhieren a los principios del turismo colaborativo y que sostienen este comportamiento incentivados por la idea de compartir con otros y generar un vínculo distinto con el residente. En cuanto a la motivación del viaje, en la mayoría de los casos, la ciudad fue visitada en tanto conformaba un punto intermedio en la ruta hacia el destino final de los viajeros. En pocas ocasiones, el interés estuvo vinculado a conocer la localidad y, solo en un caso se asoció a motivos educativos.

5. Conclusiones finales

El turismo colaborativo, enmarcado en la economía colaborativa, constituye un fenómeno que en los últimos años ha crecido de manera significativa. Ambos conceptos se encuentran relacionados y poseen características que los distinguen

de la economía tradicional. Por un lado, se oponen al consumo de masas y al concepto de propiedad. Además, incentivan otro uso y aprovechamiento de los bienes y servicios. En otras palabras, se basan en una filosofía que implica compartir, permitiendo, en la mayoría de los casos, generar un ahorro de dinero para las personas que adhieren a esta modalidad. Por otra parte, mayormente vinculado al turismo colaborativo, se destaca la motivación de generar experiencias de viaje distintas a las propiciadas por la modalidad tradicional. Compartir el transporte, el alojamiento o una comida es posible gracias al soporte brindado por las TICs que permiten una mejor comunicación y mayor contacto entre los viajeros.

El turismo colaborativo brinda la posibilidad de ofrecer un diverso abanico de servicios a partir de portales web y aplicaciones para dispositivos móviles, en cuanto al precio, a las particularidades de los espacios o vehículos utilizados, a las modalidades de compartir viajes, entre otras. A nivel general, algunos de los servicios han presentado mayor éxito en cuanto a su desarrollo, mientras que en otros aun es incipiente.

La filosofía del compartir, de la cual forma parte el turismo colaborativo, radica en la importancia del uso de un bien por encima de la posesión del mismo. Es así como se genera un beneficio para el ambiente, ya que se aprovechan los recursos de manera más eficiente. Otro aspecto fundamental de esta forma de viajar es la confianza brindada, principalmente, por los datos e información ofrecida y obtenida a través de la tecnología, en los portales colaborativos.

En lo que respecta a Bahía Blanca, el servicio que presenta mayor oferta a través de portales colaborativos es el alojamiento. Dos de las principales plataformas digitales a nivel internacional cuentan con usuarios locales que alquilan o prestan gratuitamente un espacio. En segundo lugar, el transporte es la prestación que presenta mayor oferta, generándose diferentes espacios para desarrollar el Carpooling. No obstante, se trata de plataformas digitales que no cuentan con un sistema de evaluaciones, sino que algunas se desarrollan dentro de las redes sociales. En cuanto al resto de los servicios, la oferta es nula, sin embargo, presenta posibilidades de que se genere un desarrollo incipiente.

De acuerdo a la información recabada, se puede inferir que la demanda de turismo colaborativo en la ciudad es variada, con características diferentes, pero con la constante motivación de búsqueda de autenticidad de los destinos y fiel al uso de portales colaborativos. Como fue expresado anteriormente, es necesario profundizar su estudio en pos de lograr un análisis más preciso y minucioso acerca de los usuarios de turismo colaborativo a nivel local.

Finalmente, teniendo en cuenta principalmente los aspectos analizados de la oferta, y en menor medida de la demanda, sumado a las características de la ciudad (ubicación estratégica y accesibilidad), es posible deducir que se encuentran dadas las condiciones para favorecer su desarrollo a nivel local. Para ello, será necesaria, entre otras cuestiones, la regulación de la modalidad. En este sentido, se deberán atender los distintos intereses y necesidades de las partes intervinientes (ciudadanos, turistas y el sector tradicional) y considerar la diversidad de servicios involucrados, los cuales deberán ser contemplados de manera independiente.

Bibliografía

- Airbnb. (ca. 2017). *Alquileres vacacionales, casas, experiencias y lugares*. Recuperado de <https://www.Airbnb.com.ar/?logo=1>
- Airbnb. (ca. 2016). *Bahía Blanca, Buenos Aires*. Recuperado de https://www.Airbnb.com.ar/s/Bah%C3%ADa-Blanca--Buenos-Aires/all?query=Bah%C3%ADa%20Blanca%2C%20Buenos%20Aires&adults=&children=0&infants=0&guests=0&place_id=ChIJvQIT3Ku87ZUREXoeJI3Y0XY&refinement_paths%5B%5D=%2Ffor_you
- Allen, D. (2014). *The sharing economy: How over-regulation could destroy an economic revolution*. Institute of Public Affairs. Recuperado de https://ipa.org.au/portal/uploads/Sharing_Economy_December_2014.pdf
- Be Mate. (ca. 2016). *Sobre nosotros*. Be Mate. Recuperado de <https://es.bemate.com/ayuda/sobre-nosotros>
- Bustamante Lisbona, B. (2015). *Diversificación del producto turístico: turismo P2P*. (Trabajo final de grado). Universidad de Málaga. Facultad de Turismo. España.
- Cicerones. (ca. 2016). *Buenos Aires Greeters*. Recuperado de <http://cicerones.org.ar/>
- Couchsurfing. (ca. 2018). *Encuentra alojamiento en Bahía Blanca con anfitriones locales*. Recuperado de https://www.couchsurfing.com/members/hosts?placeid=ChIJvQIT3Ku87ZUREXoeJI3Y0XY&search_query=Bah%C3%ADa+Blanca
- Couchsurfing. (ca. 2016). *Safety Basics*. Recuperado de <http://www.couchsurfing.com/about/safety/>
- Covijero. (ca. 2017). *Busca un viaje*. Recuperado de <https://www.covijero.com.ar/index.php/searchresult?s=0&lat=0&lng=0&e=0&late=0&lng=0&d=0&dd=0&t=2&cs=0&ce=0&smoker=-1&gender=-1>
- Covijero. (ca. 2018). *Busca un viaje*. Recuperado de <https://www.covijero.com.ar/index.php/searchresult?s=0&lat=0&lng=0&e=0&late=0&lng=0&d=0&dd=0&t=2&cs=0&ce=0&smoker=-1&gender=-1>
- De Pablo Redondo, R. y Juberías Cáceres, G. (2004). *Impacto de las nuevas tecnologías en el sector turístico*. Recuperado de http://www.littec.ungs.edu.ar/SSI2004/5_Pablo%20Redondo%20y%20Juberias%20Caceres.pdf
- García Oroiz, J. (2016). *Informe sobre economía colaborativa*. Recuperado de http://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf
- Global Greeter Network. (ca. 2016). Recuperado de <https://globalgreeternetwork.info/>
- Gobbi, J. (2016). *Airbnb, el fin de un capítulo*. Blog de viajes. Recuperado de <https://www.blogdeviajes.com.ar/2016/12/12/Airbnb-fin-capitulo/>
- Gobierno de la ciudad de Buenos Aires. (2016). *BA Taxi: próximamente una nueva aplicación móvil en la ciudad*. Recuperado de <http://www.buenosaires.gob.ar/noticias/llega-taxi-ba-la-ciudad>
- Gómez Encinas, L. (2013). Prácticas del consumo turístico en el entorno multicanal de la sociedad telemática. *Nómadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 38(2), 175-191.

- Google Maps. (2016). *Mapa de Bahía Blanca, Argentina en Google Maps*. Recuperado de <https://www.google.com.ar/maps/@-38.7426426,-62.2469408,12z?hl=es>
- Google Maps. (2016). *Mapa de Provincia de Buenos Aires, Argentina en Google Maps*. Recuperado de <https://www.google.com.ar/maps/@-37.8772,-62.155273,6z?hl=es>
- Home Exchange. (ca. 2016). *Here's how Home Exchange works*. Recuperado de <https://www.homeexchange.com/en/how-it-works/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010*. Buenos Aires: INDEC. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/censos_provinciales.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135&p=06&d=056&t=0&s=0&c=2010
- Intervac. (ca.2016). *The original Home Exchange service*. Recuperado de <https://www.Intervac-homeexchange.com/>
- Jump in. (ca. 2016). *Términos y condiciones*. Recuperado de <https://jumpin.com.ar/page/3/trminos-y-condiciones>
- Knok. (ca. 2016). *Intercambio de casa, alquiler de departamentos, y guía de viaje para familia*. Recuperado de <https://www.Knok.com/es/>
- Martínez Giménez, A. (2014). *Turismo P2P. Análisis de un fenómeno en alza*. Zaragoza, España: Universidad Zaragoza.
- Melián González, S., Bulchand Gidumal, J. y González López-Valcárcel, B. (2010). La participación de los clientes en sitios web de valoración de servicios turísticos. El caso de Tripadvisor. *Revista de Análisis Turístico*, (10), 17-22.
- Mendes Izard, B. y Giménez Abad, M. (2015). *Generación de confianza en el "mundo real" a través de interacciones en el "mundo virtual" en el contexto de la economía colaborativa. El caso de Airbnb*. Universidad Pontificia Comillas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Monteil, M. (2014). *Desde el consumo de masas hasta el consumo colaborativo: lo que la crisis ha cambiado en el comportamiento del consumidor*. (Tesis de grado). Universidad Pontificia Comillas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Municipio de Bahía Blanca. (2016). *Instituto Cultural*. Recuperado de <http://www.bahiablanca.gov.ar/equipos-de-trabajo/cultura/>
- Municipio de Bahía Blanca. (2016). *Secretaría de Innovación Tecnológica y Desarrollo Creativo*. Recuperado de <http://www.bahiablanca.gov.ar/equipos-de-trabajo/innovacion/>
- Musse, V. (2016). La mayor protesta de taxistas contra Uber se apoderó de la 9 de Julio. *La Nación*. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1907475-la-mayor-protesta-de-taxistas-contra-Uber-se-apodero-de-la-9-de-julio>
- Sánchez de la Viña López-Urrtia, M. (2015). *Turismo colaborativo*. (Tesis de grado) Gijón, España. Universidad de Oviedo.
- Uber. (ca. 2016). *Acerca de Uber. Nuestra historia. Visión de nuestro futuro*. Recuperado de <https://www.Uber.com/es-AR/about/>
- Worldpackers. (ca. 2016). *Voluntariado e Intercambio Internacional*. Recuperado de <https://www.Worldpackers.com/es>