



CAPÍTULO II

Marco Teórico

Este capítulo abordó conceptos y definiciones, así como fragmentos e investigaciones relacionadas con los hoteles de paso, moteles, hoteles por hora, hoteles del amor, hoteles de corta estancia y albergues transitorios en diferentes países como Japón, México Estados Unidos y Argentina.

Se recopilaron diferentes escritos de autores de los diversos servicios de alojamiento antes mencionados y su relación en cuanto a:

- Funcionamiento
- Imagen
- Precio
- Mercado
- Habitaciones
- Rentabilidad



2.1 Definiciones y conceptos

Una de las clasificaciones para los hoteles, se realiza en función del lugar en el que se encuentre, así, están los hoteles de ciudad, de playa, entre otros. Otro tipo de clasificación se define en base a los distintos servicios que ofrece o funciones que cumple, además del hospedaje, como pueden ser: Clase de Negocios, Bed & Breakfast, Petits Hotels o Hoteles de servicios limitados, Hotel Boutique, Gran Lujo y más. Pero la clasificación más común utilizada no sólo en México, sino internacionalmente, es referente a la asignación de estrellas, que pueden ser desde uno hasta cinco, categorías varían dependiendo el país (Movimientos, 2007).

En cuanto a la clasificación de los hoteles Gutiérrez (2007), nos dice que cada comunidad autónoma legisla en su territorio la ordenación del turismo. No obstante, aunque algunos aspectos pueden variar de unas regiones a otras, las normas y características de los establecimientos hoteleros suelen ser bastante similares. Así, los hoteles en general deben estar dotados en todas las comunidades de infraestructuras que garanticen las condiciones necesarias de seguridad y calidad. Además, según señala la Asociación de Empresarios de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE), el servicio de estos negocios deberá cuidar que las habitaciones estén perfectamente dispuestas y limpias en el momento de ser habitadas por los clientes.



Cherbenco (2006), afirma que dentro de la clasificación de hoteles encontramos los de servicios limitados, estos proporcionan habitaciones privadas con baño, funcionales e higiénicas. El mobiliario y la decoración son los mínimos requeridos y de escasa categoría. Las tarifas son muy reducidas en comparación a hoteles de primera clase. Para lograr estas tarifas este tipo de hoteles se ubican en inmuebles baratos y su costo de construcción es relativamente bajo; los materiales y detalles de construcción no son de primera, esto para abaratar los costos. Además se eliminan los servicios de alimentos y bebidas y se emplea a un reducido número de personal.

Según Snyder (2006), existen también hoteles donde la estancia es por menos de una noche, es todo un concepto que se relaciona entre si. Los padres que trabajan no siempre pueden encontrar el tiempo o el aislamiento oportuno para tener un momento de intimidad . Y en un mundo donde el divorcio es un problema actual, los padres necesitan de mayores oportunidades para satisfacer sus necesidades como pareja. De acuerdo con Trisha Pugal presidente/CEO de la asociación de hoteleros de Wisconsin, es completamente legal alquilar habitaciones del hotel por hora. Esta es la característica del mercado que los dueños de estos establecimientos persiguen (Snyder, 2006).

Por otro lado también mencionaremos a los hoteles del amor también conocidos como hoteles boutique o fashion hotel, es un tipo de hotel típico de Japón que ofrece privacidad y discreción para parejas, sólo por estancias muy cortas, regularmente por dos horas durante el día y la noche completa solo se dará después de las 10 pm. Existen otros nombres procedentes del inglés para



designar estos hoteles, como romance hotel, fashion hotel o boutique hotel (Japan Guide, 2002)

Según Rodríguez (2006), el concepto de hotel del amor es un establecimiento en el que las habitaciones se pagan por fracciones de tiempo, en lugar de por noches completas, que suele estar altamente automatizado y que suele ser utilizado por parejas jóvenes sin casa propia para poder tener intimidad y practicar el sexo. A veces, incluso, acuden parejas ya casadas para darle a su intimidad un toque más exótico y sobre todo, teniendo en cuenta lo finas que son las paredes de las casas japonesas, para poder hacer lo que quieran sin que los vecinos, o sus propios familiares, escuchen absolutamente nada.

De acuerdo con Cardona (2007), en los hoteles del amor, los clientes disfrutan de su total intimidad y lujo, las habitaciones están dedicadas al confort y privacidad de las parejas. El origen de estos hoteles proviene de los salones de té en Japón que eran usados como prostíbulos. Hoy en día, la mayoría de estos hoteles son frecuentados por parejas en busca de la intimidad que no pueden encontrar en su vida diaria.

También encontraremos como otro servicio de hospedaje los moteles y estos son establecimientos hoteleros de carretera, generalmente formados por pequeños apartamentos independientes que ofrecen alojamiento y otros servicios como venta de alimentos, bebidas, cigarrillos y más (Espasa-Calpe, 2005).

Se considera motel a todo establecimiento hotelero que, situado en las proximidades del eje de una carretera, facilita alojamiento para estancias que, normalmente, no rebasen las 24 horas, en departamentos o estancias con



entrada independiente desde el exterior cada uno de ellos y con garaje adjunto o, al menos, cobertizo adjunto o próximo (comunidad-valenciana, 2006). También lo definiremos como un hotel que intenta proveer alojamiento de corta estancia para viajeros, sus habitaciones son accesibles al área de estacionamiento. (Encarta, 2007)

Por otro lado el termino hotel de paso en México es un establecimiento que renta sus habitaciones con el objeto de que sus clientes pasen en el solo algunas horas. El termino es empleado sin importar la arquitectura o los detalles decorativos ya que puede ser cualquier edificio informal pero con facilidades para el transito y aparcamiento de automóviles (Díaz, 2007).

2.2 Hoteles del amor en Japón

Rodríguez (2006), dice que tendríamos que remontarnos al período Edo (1600-1868). para encontrar los orígenes de estos hoteles, cuando se crearon establecimientos junto a algunos templos budistas y a santuarios sintoístas para ofrecer así un respiro carnal a las místicas y ascéticas vidas de los monjes y peregrinos, o para ofrecer un lugar de encuentro para amantes. En aquellos momentos, se hablaba de otebiki-chaya o de deai-chaya (casa de té de encuentros).

Tras la Segunda Guerra Mundial, comenzaron a aparecer hostales familiares con un número reducido de habitaciones, que se utilizaban para el sexo. Estos establecimientos recibieron el nombre de hoteles de citas (tsurekomi yado, en japonés), aunque eran más parecidos a prostíbulos que a los hoteles del amor actuales. Este tipo de hoteles de citas tuvieron su mayor esplendor tras la



promulgación de la ley anti-prostitución en 1958. Sin embargo, el término hotel del amor que tan popular es hoy en día no se adaptó hasta la aparición, en la década de 1970, de un establecimiento de este tipo en Osaka llamado Hotel Love. Este lugar tenía un anuncio giratorio en su azotea, con las palabras love y hotel, y de la lectura en el orden equivocado de los dos términos surgió el nombre para definir este concepto de hotel (Rodríguez, 2006).

Actualmente el negocio de estos hoteles, aunque muy importante y con un gran volumen de ingresos totales, no está exento de problemas. Gran parte de ellos surgieron en los años 80 y 90, cuando construir y acondicionar una sola habitación costaba más de 100 millones de yenes (alrededor de 680.000 euros), y por ello, hay pequeñas cadenas de hoteles y propietarios que se ven con graves problemas financieros para subsistir y hacer frente a los pagos de esas inversiones millonarias. ¿Qué opciones tienen estas pequeñas cadenas? No muchas: hacer una re-estructuración profunda del hotel, o cerrarlo y venderlo a algún fondo de inversión (Rodríguez, 2006).

Stuhlmann (2004), afirma que la principal atracción de un hotel del amor es la atmósfera, el confort, el espacio y las más alta tecnología instalada no sólo dentro de las habitaciones sino en toda la estructura de el hotel. También es un lugar donde la higiene es algo muy importante en este tipo de establecimientos y en la actualidad no sólo es un servicio que se le ofrece a parejas para obtener un momento de intimidad como lo era en el pasado, el mercado se ha diversificado un poco más y podemos ver parejas o grupos de amigos que van a disfrutar de los más nuevos aparatos como pantallas de plasma con DVD, una amplia selección de video juegos y sistemas de karaoke.



En el hotel del amor Gang Snowman de Osaka, por ejemplo, tienen en una habitación, una cama con esposas en el lugar donde tradicionalmente se ubican los pies y las manos. En la azotea cubierta del mismo negocio han colocado un Cadillac de los años 70 en el que el asiento de atrás se ha sustituido por una bañera. Unos sensores hacen que los faros del coche se enciendan y se apaguen cuando detectan movimientos rítmicos de los pasajeros (Cabana, 2007).

Según Rodríguez (2006), existen hoteles del amor modernos con muchas comodidades que demandan los huéspedes. Las habitaciones suelen ser calurosas y con mucha humedad, lo que se presta a despojarse de la ropa con rapidez y a utilizar el jacuzzi a menudo. Están perfectamente aisladas, por lo que no se escucharán ruidos provenientes de otras habitaciones. La limpieza, además es perfecta. Zapatillas de baño, toallas, secadores de pelo, productos de cuidado facial, cepillos, rastrillos, cepillos de dientes, son comunes en las habitaciones, además de las máquinas dispensadoras de preservativos, y a veces, hasta de juguetes sexuales que se pueden encontrar en los vestíbulos, las habitaciones suelen contar, además de con grandes bañeras de hidromasaje, con refrigerador y hornos de microondas, y una extensa colección de DVDs de pornografía en su mayoría. También se pueden encontrar habitaciones temáticas o para más atrevidos con muebles para sexo.

Con el tiempo se han ido implementando nuevos servicios en los hoteles del amor con el fin de obtener mayor comodidad de sus huéspedes. Se empezó a ofrecer el servicio de lockers en los hoteles para que las parejas guardarán ahí algunos juguetes sexuales u objetos que difícilmente podrían guardar en casa,



con esto se lograban aparte de dar un servicio extra, retención del cliente para que regresara con frecuencia al negocio (Joi ito, 2003).

En algunos hoteles del amor a la hora de pagar existe otra maquina dentro del cuarto en donde tienes que meter la tarjeta que te han facilitado al entrar y pulsar el botón de total. Todos los extras que hayas consumido en tu tiempo de amor pasarán inmediatamente a tu cuenta y se tiene que llevar dinero en efectivo o tener saldo suficiente en la tarjeta de crédito porque la puerta de la habitación no abrirá hasta que la deuda haya quedado saldada de alguna forma (Cabana 2007).

La gran mayoría de los hoteles del amor son fácilmente identificables, porque casi todos suelen tener unos nombres bastante peculiares, y una estética exterior de lo más exagerada y recargada, con grandes letreros de neón y decoraciones. En cualquier caso, se puede hacer una distinción entre los hoteles destinados a una clientela más joven, que son los de decoraciones más extravagantes, casi como si fueran parques temáticos, y los que intentan atraer a una clientela más madura, que suelen ser un poco menos recargados (Rodríguez 2006).

Rodríguez (2006), dice que en los hoteles del amor las habitaciones se cobran por fracciones de tiempo, suelen estar altamente automatizados y suelen ser utilizados por parejas jóvenes sin casa propia para poder tener intimidad y practicar el sexo. La definición que se ha hecho es la más genérica posible. Sin embargo, no todos los usuarios de estos hoteles son este tipo de clientes, también se pueden encontrar grupos de amigos y familias en estos hoteles con el simple hecho de disfrutar de las habitaciones. Entre ellos se puede hablar de



hombres de mediana edad que tienen aventuras fuera del matrimonio y aprovechan la existencia de estos lugares para no tener que reservar una habitación en un hotel estándar y mantener así el anonimato. Otro grupo de usuarios frecuentes son los hombres que acuden con chicas menores de edad, en lo que se conoce como enjo kōsai o cita compensada, o grupos de amigos, o incluso familias.

Los fines de semana y en las navidades, los hoteles del amor son ocupados por parejas, en otras ocasiones las parejas van a estos hoteles con sus hijos. Algunas parejas mayores celebran en estos establecimientos sus aniversarios de boda, mientras que los hombres de negocios asisten a estos hoteles para tomar un baño o alojarse sólo por una noche, también han llegado a ser usadas estas habitaciones por grupos de estudiantes jóvenes para hacer pequeñas reuniones e incluso fiestas (Ikjeld, 2004).

Dodd (2004), afirma que un hotel del amor tiene, de media, 78,8 estancias por habitación por mes, es decir, alrededor de 2,6 parejas cada noche, todos los días del mes, así que los ingresos por habitación mensualmente son muy elevados y van muy por encima de los costos que se generan al rentarlas. Se puede observar que una vez descontados los costos, las empresas propietarias de estos hoteles tienen ganancias antes de impuestos muy considerables. Pero a pesar de esas altas cifras, como es complicado conseguir préstamos para continuar las actividades, muchas de estas empresas se encuentran atadas de pies y manos por las deudas asociadas a los precios originales del suelo sobre el que se levantan sus hoteles, por lo que muchas están cerrando los negocios para poder sanear sus cuentas.



Los precios de los hoteles del amor en Japón van variando dependiendo la estancia en las habitaciones. La primera tarifa es de estancia, y es para pasar la noche completa, esta es la más cara de todas. La habitación no estará disponible después de las 10 de la noche, así que si el cliente quiere la habitación antes de esa hora, tendrá que pagar un extra. La segunda tarifa es de descanso, para pasar de una a tres horas, y que puede reservarse en cualquier momento. Finalmente, la tercera tarifa o de tiempo libre se ofrece durante el día, es cuando hay menos clientela, y por esa razón habrá unos descuentos muy fuertes sobre la tarifa de estancia breve o descanso. También se tiene que mencionar que en días fuertes como fines de semana o días de descanso podrían subir algún porcentaje los precios. En algunos hoteles se puede encontrar a la entrada maquinas en la pared con imágenes de cada tipo de habitación con sus precios con botones para seleccionar la que desee, el cliente oprime el botón y posteriormente se dirige a una ventanilla a realizar el pago y después a tomar su habitación (Hotelchatter, 2005).

Como en todo negocio, uno no se puede quedar anclado en el pasado, y menos si se habla de un hotel del amor. Hay quien dice que un hotel de este tipo necesita una renovación cada tres años. Los administradores de estos hoteles consideran que el sexo femenino es hoy más susceptible de gastar dinero en estos establecimiento, por lo que es necesario adaptar las decoraciones de estos hoteles a los gustos de las mujeres, dejando de lado aquellas habitaciones de los años 80 con camas giratorias, espejos en los techos, murales con imágenes de Cupido por toda la habitación y colores chillones por todas partes. Sin embargo, este afán por redecorar los interiores del hotel ha convertido a estos establecimientos en lugares mucho más ordinarios (Rodríguez ,2006).



Si no se conoce el fenómeno de los hoteles del amor, es posible pensar que se exagera al decir que muchos son como pequeños parques temáticos, quizás por la ausencia de un marco de referencia occidental con el que compararlos. Pero la realidad es que estos hoteles son tan interesantes como atracción que hay parejas que acuden simplemente a disfrutar de todas las comodidades que ofrece la habitación, e incluso se pueden ver hasta grupos de amigos o familias yendo a estos hoteles con el mero objetivo de disfrutar de las habitaciones (Rodríguez, 2006).

Según Rodríguez (2006), Todos los cambios promovidos por las nuevas leyes han alcanzado incluso a la nomenclatura de estos establecimientos. Por supuesto siguen siendo hoteles del amor, y hay japoneses que todavía utilizan la abreviatura *rabuho* para referirse a ellos, pero hoy en día es más normal escuchar a un japonés hablando de un hotel temático, de un *fashion hotel* o de un *couple hotel* o incluso de un *boutique hotel*. Y es que la sociedad japonesa siempre ha asociado el concepto de hotel del amor con prácticas no muy bien vistas, así que los empresarios prefieren llamar a sus hoteles de otras formas para evitar esta asociación de ideas. Lo que ocurre es que todo el mundo es consciente de que estos nuevos nombres se siguen refiriendo al concepto tradicional de *love hotel*, así que es cuestión de tiempo que los dueños de estos establecimientos vuelvan a buscar otros nombres para sus hoteles.

2.3 Hoteles de paso y Moteles en México

Así como en México los hoteles de paso entraron en la década de los cuarenta, en el resto del mundo, nos dice Vázquez (2004) que la aparición de estos se dio en la década de los años sesenta. Indudablemente, la liberación



sexual de estos años, con su generalización de las relaciones extramatrimoniales, se convirtió en un detonante de la inversión en los hoteles de paso en nuestro país. Así pues, el sociólogo José Carlos Chinchilla afirma que el acelere de los hoteles de paso corresponde a un proceso de urbanización iniciado en esta década, y en el que cada vez más personas tiene acceso al automóvil. Para el año 2004 unos mil 400 hoteles de paso ofrecieron aproximadamente unos setenta mil cuartos.

Díaz (2007), nos dice que como amenidades en los hoteles de paso en México podemos encontrar: camas de agua, ceniceros, rollos de papel sobre el buró, caramelos con teléfono y dirección del establecimiento, jabones, toallas, shampoo en pequeñas botellas o sobres de plástico, botellas de agua, una carta con los alimentos y bebidas que ofrecen, televisión con canales pornográficos y espejos en las paredes y techos, la ubicación y el lugar también determinan el gusto de los clientes.

Vázquez (2004), dice que de lunes a viernes una sola habitación puede rentarse hasta cuatro veces y aunque el tiempo máximo que se les da a los clientes es de hasta de doce horas, éstos casi nunca ocupan el tiempo otorgado, por lo que el cuarto será rentado muchas más veces de las esperadas. Los fines de semana, cuando la afluencia de huéspedes es mayor, el negocio crece. El tiempo máximo es de seis horas y la habitación llega a rentarse hasta ocho veces. Así, un buen sábado para un hotel de 15 habitaciones con un precio de 350 pesos, el dueño obtendrá 42 mil pesos. Evidentemente, no todos los sábados se obtiene esta suma. Sin embargo, los insumos regulares que necesita el hotel son mínimos, por lo que la ganancia mensual será siempre muy buena. Al respecto, la



sexóloga Mariana Méndez afirma que los hoteles de paso son un gran negocio porque en nuestra sociedad la sexualidad continúa siendo muy limitada. Pero en cuanto exista un destape o una liberación sexual, estos hoteles dejarán de ser prohibidos para convertirse en lugares comunes, o incluso en lugares poco frecuentados. Si el sexo no fuera un tabú, estos sitios no tendrían el éxito que tienen.

A partir del gobierno de López Obrador, muchos delegados comenzaron a ejercer la ley sobre los hoteles de paso en México DF, asegurando que los hoteleros incurren en infracciones, como cobrar por hora e influir en la prostitución. Por su parte, los líderes hoteleros nacionales niegan que en sus organizaciones tenga cabida la motelería, Durante seis décadas, la organización que rige esta industria llevaba el nombre de Asociación de Hoteles y Moteles del DF, pero Menchelli, su presidente actual, decidió eliminar en el 2001 la nomenclatura moteles (Vázquez, 2004).

Vázquez (2004), dice que Ulises Terrazas, asesor de la Dirección General de Servicios Urbanos del Distrito Federal se ha opuesto firmemente al cierre de este tipo de lugares. Por un lado, representan una fuente de trabajo necesaria en la ciudad. Pero lo más importante sin duda, es que estos sitios, más allá de ser amorales son funcionales para la sociedad, y abruptamente agrega, aquellos que se oponen y que han luchado por eliminarlos, están respondiendo a principios partidistas, y porqué no decirlo, principios vinculados a grupos cristianos. Eso en un estado laico no se puede permitir.

Los hoteles de paso pueden ser clasificados en centrales y periféricos. Generalmente, de su ubicación depende el estrato social al que están dirigidos.



Así, los hoteles de paso que localizamos en colonias centrales de la Ciudad de México, son utilizados por clases bajas y son más propensos al sexo servicio donde la mayoría no son moteles, pues no cuentan con estacionamiento directo a la habitación. Por su parte, los ubicados en la zona periférica de la ciudad, son utilizados mayormente por clases medias y altas. Así, las salidas a las carreteras como Cuernavaca y Pachuca, son zonas en las que se ha explotado excesivamente el negocio de los hoteles de paso tipo motel, complejos horizontales que permiten desarrollar la intimidad en secreto (Vázquez, 2004).

Vázquez (2004), dice que la proliferación de los hoteles de paso no demuestra únicamente el gran negocio que representan. Actualmente, éstos denotan el comportamiento sexual de los ciudadanos. En una sociedad moralista que se rige por códigos religiosos, los hoteles de paso se convierten en una válvula de escape para poder satisfacer placeres y necesidades.

Existen también algunas complicaciones por parte de las autoridades para que estos negocios operen de manera legal en México. Los hoteles de paso se mantienen al margen de una serie de regulaciones que la autoridad sí aplica a los de tipo turístico, lo que ubica a este tipo de establecimientos como una competencia desleal, denunció el presidente de la Asociación de Hoteles Turísticos del Estado de México, Marco Antonio Martínez Almazán Estableció que en su agrupación no se aceptan a los llamados hoteles de paso, pero reconoció que hay empresas de doble entrada, pues por una puerta reciben al turismo y por la parte posterior operan los llamados auto hoteles que ofrecen intimidad por unas horas (Portal digital, 2005).



El negocio de los hoteles de paso es ideal para una sociedad en la que el discurso sexual está ligado al secreto y la clandestinidad. La sociedad mexicana se maneja por los rieles paralelos de una doble moral; una máscara que presenta ante su grupo de pertenencia para evitar así murmuraciones y rumores, pero que oculta una personalidad diferente, un ser humano con necesidades, miedos y deseos, afirma el Dr. Mortera, investigador del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (Vázquez, 2004).

Vázquez (2004), afirma que la abundancia de estos sitios corrobora la funcionalidad que representan para la sociedad. Lugares en donde circulan tabúes como la prostitución, la infidelidad, el sexo premarital y la drogadicción, son rechazados públicamente, pero a la vez son consentidos y tolerados por quienes los utilizan, es decir, la misma sociedad que permite su reproducción.

Díaz (2007), nos dice que datos de la asociación hotelera hasta el 2007 indican que en la ciudad de México Existen alrededor de mil cuatrocientos hoteles de paso y aunque el termino no es aceptado por la Asociación Mexicana de Hoteles y moteles (AMHM A.C), si lo es para aquellos que conforman el negocio redondo.

Los moteles que conocemos actualmente en México son un concepto copiado de los moteles que existen en la actualidad en los Estados Unidos, estos negocios nacieron por la necesidad de alojar a viajeros que circulaban por carreteras donde no había alguna población próxima. En la década de los veinte los viajeros se paraban a un costado de las carreteras y pasaban la noche durmiendo dentro de sus automóviles, ya para los años treinta en el estado de Kentucky se abrió el primer motel con pocas habitaciones, espacio para aparcar



el automóvil y en la habitación algunas facilidades como para tomar café o calentar comida (State, 2006).

A pesar de que en la última década el sector motelerero en Puebla, México ha crecido más de un 300 por ciento, está en crisis debido a que ha aumentado la oferta y disminuido la demanda. El 20 por ciento de dicho sector se ha visto obligado a bajar sus tarifas hasta en un 25 por ciento o a mantener las mismas en cuatro años seguidos, además de ofrecer nuevos servicios para permanecer en el mercado, aseveró Manuel Domínguez Gabián, presidente de la Asociación Poblana de Hoteles y Moteles. Sin embargo, aunque el negocio de moteles ya no es tan rentable, ningún inmueble se ha declarado en quiebra ni ha cerrado sus puertas. Y las autoridades municipales continúan dando permisos para su apertura (Hernández, 2008).

Debido a la sobre oferta de moteles según Hernández (2008), los dueños de estos negocios han tenido que adoptar nuevas estrategias de mercadotecnia para poder atraer a la clientela y mantener su establecimiento en el mercado. Actualmente los empresarios se han visto obligados a ofrecer nuevos servicios y dejar a un lado sólo la idea de rentar un espacio para que las parejas pasen un rato agradable. Ahora, para ganar la preferencia de los usuarios, los empresarios ofrecen el servicio de vinos, alimentos, perfumería, farmacia, café y antojitos. En un motel se puede comprar desde un Pepto bismol hasta condones, agua, cervezas y sopas instantáneas. En el mercado, la clasificación de moteles es igual a la de hoteles, hay desde una hasta cinco estrellas. Dependiendo la clase es el servicio.



2.4 Albergues transitorios en Argentina

En Argentina existen establecimientos donde la renta de habitaciones es solo por algunas horas y donde las parejas asisten a ellos para obtener relaciones sexuales con el nombre de Telos, este en un nombre adoptado para los albergues transitorios comunes en este país. La sexóloga Claudia Groisman, autora de *Sexualidades y afectos*, dice: Antes un gran motor de la pasión era la prohibición. Ahora, en la época de la caída de las transgresiones, la vieja modalidad sexual del encuentro de a dos pierde intensidad y hay que agregar otros elementos. ¿Qué puede hacer un matrimonio para sentir que vive una relación clandestina? Ir a un telo (Sánchez, 2007).

Uno de los albergues transitorios pioneros en Buenos Aires es el JJ, de Núñez. Ya cuando abrió, en 1974, cada una de las habitaciones era diferente. Por entonces era bien telo (nombre con el que se conoce a estos establecimientos), los cuartos y la entrada eran oscuras describe su gerente, pero la gente se fue acoplando y ahora quiere que haya luz natural. Además, se vio que dentro de la clientela vienen muchos matrimonios. Y el telo, con su aire de cabaret, era un poco agresivo para la mujer (Núñez, 2006).

Núñez (2007), afirma que se denominan actividades toleradas aquellas que por su índole no son honorables ni reconocidamente útiles. Para el Código de Habilitaciones de la Ciudad, la definición que encuadra a los albergues transitorios es la misma desde hace 30 años. Sin embargo, estos establecimientos bautizados cariñosamente como Telos, están en pleno cambio.



Algunos de los 176 que hay habilitados en Buenos Aires se están reciclando como hoteles de diseño, donde ya no hay hule bajo las sábanas, luces de colores u olor a telo, esa mezcla de desinfectante con desodorante de ambientes barato.

Un albergue transitorio es la opción más segura que adopta la población de Buenos Aires, Argentina. Esta alternativa es utilizada, aunque se disponga libremente de un departamento, cuando las personas acaban de conocerse en la calle o en un lugar público de esparcimiento. Estos negocios son en general limpios; las habitaciones tienen baño privado y los adicionales varían según los precios o categoría del albergue (hidromasajes, camas de agua, servicio de bebidas en la habitación, circuito de TV con videos pornográficos, entre otros). Los encuentros ocasionales en saunas, cines y video cruising, se concretan en relaciones sexuales en el mismo (Lugargay, 2007).

Sánchez (2005), nos dice que al igual que pasó con los bares y restaurantes, ahora el diseño llegó a los albergues transitorios, asegura Daniel Fridman, dueño del sitio www.alberguestransitorios.com y especialista en el tema. Como el público lo pide, hay una gran cantidad de hoteles que se están modernizando y adoptando nuevos estilos, más minimalistas. Los espacios son más grandes y con luz natural y los alfombrados se están cambiando por pisos de madera. Además, se incorpora servicio de Internet y plasmas. Algunos albergues rediseñan parte de sus habitaciones y dejan algunas al uso tradicional, porque hay clientes que todavía la prefieren.



2.5 Historia del Grupo Hotelero Familiar

La historia de los Hoteles de paso del grupo familiar, comenzó con una propiedad de 52 cuartos que abrió sus puertas al público en octubre de 1987 en el Estado de México. A este le dieron el nombre de Hotel Oriente, Esta propiedad operaba anteriormente como renta de condominios a pequeñas familias. La idea de la transformación a hotel de paso fue influenciada por conocidos y socios Españoles.

Para febrero de 1994 esta familia abrió el segundo negocio con el nombre de Hotel Huatulco, este ubicado en Calzada Zaragoza de México DF. Basándose en la experiencia y éxito que la familia fue obteniendo al operar estos negocios, comenzó a expandirse de una manera acelerada, para la llegada del 2007, ya se contaba con una cadena de seis hoteles siendo los primeros cinco en el Estado de México y DF y el último en la Ciudad de Puebla.

Así mismo hoy en día están en desarrollo dos proyectos más que intentaran inaugurarse para este año en la Ciudad de México y a su vez un proyecto más en la Ciudad de Querétaro, que aun se encuentra interrumpido por trámites de licencias.

Para finalizar cabe mencionar que este grupo hotelero, pretende seguir expandiéndose al interior de la republica, busca continuar evolucionando sus servicios día a día, para satisfacer las necesidades de quien los demanda.