

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **TATIANA LIZETH CAÑAS BARRIGAS** C.I. **1724232523** autor del trabajo de graduación intitulado: **"Turismo p2p, un diagnóstico multidimensional desde la oferta de viviendas de uso turístico en la ciudad de Quito"**, previa a la obtención del grado académico de **LICENCIADA EN ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 30 de noviembre de 2018



Tatiana Lizeth Cañas Barrigas

C.I. 1724232523

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mgtr. Pablo Torres director de esta disertación, certifico que la Srta. Tatiana Lizeth Cañas Barrigas ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "Turismo p2p, un diagnóstico multidimensional desde la oferta de viviendas de uso turístico en la ciudad de Quito", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Mgtr: Pablo Torres

Quito, 30 de noviembre de 2018

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERIA Y TURISMO

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE “INGENIERA EN
ECOTURISMO Y GUÍA DE TURISMO NACIONAL”**

**“TURISMO P2P, UN DIAGNÓSTICO MULTIDIMENSIONAL DESDE LA OFERTA DE
VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE QUITO”**

AUTORA: TATIANA LIZETH CAÑAS BARRIGAS

DIRECTOR: MGTR. PABLO TORRES

QUITO, 2018

DEDICATORIA

Me arrollarán quizás entre su espuma,
más negar que me amaste y que te amé,
negar que fui tu hijo y que en tus brazos
se pasó como un sueño mi niñez.
Eso nunca lo haré, Madre Querida,
eso nunca lo haré.

A Dios y a mi Lolita por proteger y bendecir siempre mi vida.

A mis padres por apoyarme y confiar siempre en mí, por ser mi inspiración y por luchar día a día para que yo pueda alcanzar mis metas. Por ser el pilar y el ejemplo en mi formación personal y profesional.

A mis hermanos, Ita y Jr. por ser mi ejemplo y por cuidar siempre de su hermana menor.

A mi prima, Chela, por cuidar de mí desde que tengo memoria y a Mathy por alegrar mis días.

Y a mi abuelita Ramona, por todo el cariño y protección que recibí. Su recuerdo anima mi corazón.

A todos, con mucho cariño.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis padres por darme el empujón para continuar, gracias por no dejarme decaer.

A mis profesores, que han contribuido para mí formación, por tener confianza en mi capacidad profesional.

A la Dra. Patricia Carrera, por exigirme al máximo, por su ayuda y paciencia. Por abrirme puertas que me han ayudado a mejorar como profesional y como ser humano.

Al Mgtr. Pablo Torres, mi director, por guiarme y por toda la paciencia brindada para la realización de este trabajo de investigación.

A mis amigas, Gaby y Kathy por acompañarme en este camino, por el apoyo y el amor siempre brindado.

A mi crew querida, por estos años universitarios.

Y a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador por brindarme las herramientas necesarias para poder ser un profesional al servicio de los demás.

Este trabajo ha sido posible gracias a todos ellos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CAPITULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Justificación	2
1.3. Planteamiento del problema	5
1.4. Objetivos	7
1.4.1. General	7
1.4.2. Específicos	7
1.5. Marco Teórico	8
1.5.1. Cambio tecnológico, globalización cultural y desarrollo	8
1.5.2. El pos-turismo como nuevo paradigma en el desarrollo turístico	9
1.5.3. Teoría de innovación disruptiva	11
1.5.4. Origen del turismo p2p	12
1.5.5. Aportaciones Finales	13
1.6. Marco Referencial	13
1.6.1. Viviendas de uso turístico en las principales ciudades del mundo	13
1.6.2. Principales plataformas de turismo p2p	17
1.6.3. Estudios de Turismo p2p en Ecuador	17
1.7. Marco Metodológico	18
1.7.1. Fases de la evaluación	19
1.8. Mapeo de actores	21
1.9. Teoría de cambio	22
1.10. Alcance de la evaluación	24
1.11. Guía encuestas y entrevistas	25
1.11.1. Caracterización y cálculo de la muestra	25
1.11.2. Procedimiento de recolección de datos	26
1.11.3. Tabla de análisis de datos	26
2. CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	27
2.1. Delimitación del área de estudio en el Distrito Metropolitano de Quito	27
2.1.1. Ámbito Geográfico	27
2.1.2. Ámbito Socio - económico	28
2.1.3. Ámbito Ambiental	29
2.1.4. Ámbito Cultural	30

2.2.	Importancia del turismo para el DMQ: breve panorámica.....	32
2.3.	Estado del sector Alojamiento en la ciudad de Quito	34
2.4.	El DMQ y su relación con las TIC'S	37
3.	CAPITULO III: RESULTADOS	39
3.1.	Oferta de Alojamiento p2p en el DMQ	39
3.1.1.	Páginas Web de modalidad p2p para alojamiento en el DMQ	39
3.2.	Oferta de Airbnb en Quito	44
3.2.1.	Determinantes de la oferta	49
3.3.	Resultados de encuestas y entrevistas	63
3.3.1.	Anfitriones	63
3.3.2.	MINTUR.....	65
3.3.3.	Sector Hotelero	67
3.3.4.	Sector Académico	68
3.3.5.	Sector Intermediación	70
3.3.6.	Sector Operación.....	70
3.3.7.	Nivel de tolerancia de Actores	72
4.	CAPÍTULO IV	73
4.1.	Conclusiones	73
5.	BIBLIOGRAFÍA.....	77
6.	ANEXOS.....	84
6.1.	Anexos Capítulo I.....	84
6.2.	Anexos Capítulo II.....	95
6.3.	Anexos Capítulo III.....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Estado del turismo p2p en otros países	15
Tabla 2: Plataformas de oferta de Turismo p2p	17
Tabla 3: Tarifa Promedio por Habitación Disponible	35
Tabla 4: Tasa de Ocupación Hotelera	35
Tabla 5: Tarifa por habitación ocupada en el DMQ	35
Tabla 6: Capacidad Hotelera por habitaciones totales	36
Tabla 7: Ofertas disponibles de Alojamiento Turístico p2p en el DMQ para el mes de julio de 2018.....	43
Tabla 8: Análisis de los factores exitosos para la promoción y comercialización de productos y servicios en Airbnb	46
Tabla 9: Calificación a los Anfitriones	48
Tabla 10: Estadísticos de Políticas de Cancelación	48
Tabla 11: Estadísticos índice de respuesta	49
Tabla 12: Tipo de Alquiler de las viviendas p2p	49
Tabla 13: Idiomas de Atención en las viviendas colaborativas	50
Tabla 14: Servicios Complementarios Ofertados en Airbnb en la ciudad de Quito	50
Tabla 15: Servicios Complementarios Ofertados en viviendas p2p en la ciudad de Quito por Tipo de Alquiler	51
Tabla 16: Estadísticos de N° de plazas de alojamiento colaborativo p2p.....	52
Tabla 17: Estadísticos de Tarifa promedio por pax	52
Tabla 18: Estadísticos Tarifa por persona según el Tipo de Alquiler	53
Tabla 19: Temporalidad de reservas y disponibilidad de viviendas p2p	58
Tabla 20: N° de Establecimientos Hoteleros Formales por Categorías	58
Tabla 21: N° de Viviendas p2p según AirDNA	59
Tabla 22: ADR, RevPAR, Ingresos y N° de Reservas de viviendas p2p en el DMQ	60
Tabla 23: Índice de Ocupación de viviendas p2p en la ciudad de Quito	61
Tabla 24: Resultados de Indicadores evaluados en Anfitriones.....	63
Tabla 25: Resultados Nivel de tolerancia	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapeo de actores.....	22
Figura 2: Teoría de cambio	23
Figura 3: Alcance de la evaluación.....	24
Figura 4: Percentiles del Índice de Ocupación de viviendas p2p en el DMQ.....	62
Figura 5: Estancia del turista por viaje.....	62
Figura 6: Porcentaje de Visitas a perfiles de ofertas p2p en Quito	63
Figura 7: Nivel de Tolerancia	72

RESUMEN

La comprensión y condescendencia que ha surgido en la sociedad entorno a temas sociales y culturales, junto con el avance tecnológico de los últimos años, han ocasionado cambios en exigencias, necesidades y comportamientos del mercado. Es indiscutible que la oferta de todos los componentes turísticos como: alojamiento, transporte, intermediación, operación, alimentación y entretenimiento deba sufrir alteraciones de acuerdo a los cambios en el mercado. Por este motivo surgen nuevas alternativas turísticas relacionadas a temas de sostenibilidad, responsabilidad ambiental, consumo colaborativo e inteligente. Así nace una nueva modalidad turística conocida como turismo p2p, peer to peer, o colaborativo, donde se da mayor importancia al compartir bienes frente al poseerlos (Díaz, Gutiérrez, y García, 2015). El modelo p2p se desarrolla desde el concepto de “economía colaborativa” misma que busca optimizar recursos que están infrautilizados, de forma gratuita o por una tarifa accesible.

En este sentido, se tomará como objeto de estudio a la plataforma Airbnb, misma que fue concebida bajo la idea de consumo colaborativo. Airbnb es una plataforma de alojamiento que permite que un turista pueda vivir la experiencia de viaje de modo totalmente distinto al tener la posibilidad de contactarse y residir durante su estancia con residentes del destino. Su modelo de negocio desbloquea activos y la capacidad sobrante, se dice que aleja a los turistas e incluso a las sociedades del hiper consumo. También se dice que impulsa la productividad, el espíritu empresarial, la comprensión intercultural, la innovación y crea nuevos tipos de relaciones que cambian la manera en que consumimos, socializamos, nos movemos y vivimos (O’ Regan y Choe, 2017). Sin embargo, esta modalidad ha generado mucha controversia en el mercado, sobre todo en el sector alojamiento. Esto ocurre ya que los modelos de negocio han sido desarrollados bajo vacíos o ambigüedades legales, así como también se ha soportado durante su desarrollo el incumplimiento de la legislación tradicional del sector turístico como aspectos tributarios y laborales, además de que no garantiza un conjunto de derechos para el consumidor.

En este contexto, y frente a la necesidad de investigar esta modalidad turística que es considerada por muchos el futuro del sector, se justifica el desarrollo del presente tema de investigación el cuál será el levantamiento y análisis de una línea base de la oferta de turismo p2p en el Distrito Metropolitano de Quito a partir de la plataforma de Airbnb destinada a alojamiento.

ABSTRACT

The new social and environmental understanding that has emerged in society, together with the technological advance of recent years, has brought changes in demands, needs and market behavior. Therefore, it is indisputable that the supply of all tourism components such as accommodation, transportation, intermediation, operation, feeding and entertainment suffer changes as well. For this reason, new alternatives related to issues of sustainability, environmental responsibility, collaborative and intelligent consumption arised. In this way, not only a new business model was born, but also a new tourism modality known as p2p tourism, peer to peer, or collaborative, where is more important share belongings than own them. (Díaz, Gutiérrez, and Garcia, 2015). The p2p model is developed from the concept of "collaborative economy" that seeks to optimize resources that are underused, for free or for an accessible rate.

In this sense, the Airbnb platform, which was conceived under the idea of collaborative consumption, will be taken as the object of this study. Airbnb is an accommodation platform that allows tourist to live the travel experience in a completely different way by having the possibility to contact and live during their stay with residents of the destination. Its business model unlocks assets, it is said that it moves away tourists and even societies from hyper-consumes. It is also said that collaborative tourism boost productivity, entrepreneurship, intercultural understanding, innovation and create new types of relationships that change the way we consume, socialize, move and live (O 'Regan and Choe, 2017). However, this modality has caused a lot of controversy in the market, especially in the accommodation sector. This occurs because the collaborative business models have been developed under legal ambiguities or gaps, as well as they have been enduring the breach of traditional legislation in tourism sector as tax and labor aspects, in addition, that they do not guarantee a set of rights for consumers.

In this context, and in front of the need to investigate this tourist modality that is considered by many as the future of the sector, the development of the present research topic is justified, which will be a lifting and analysis of a baseline of the p2p offer in the Metropolitan District of Quito from the Airbnb platform for accommodation.

1. CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

El turismo fue considerado como una industria sin chimeneas por largos años, esto se debió a que se observaba únicamente los beneficios económicos: de generación de trabajo, de ingreso de divisas y de la circulación de capital por turismo interno. Para algunos países en desarrollo, el turismo recibe una importancia incuestionable ya que se presenta como una alternativa para enfrentar la crisis económica experimentada en sectores productivos como la agricultura o la industria (Tarlombani, 2005).

En diferentes escenarios han surgido nuevos emprendimientos que confían en el turismo como el medio para diversificar la economía, se observa incluso como gestores políticos persiguen con entusiasmo el desarrollo del turismo y, por medio de incentivos, crean infraestructuras con la expectativa de atraer inversiones y, así, generar crecimiento económico, crear puestos de trabajo, entre otros beneficios.

Sin embargo, en las últimas décadas, la situación económica, social y medio ambiental a nivel mundial se agrava paulatinamente, ocasionando así un cambio en la visión, comportamiento y formas de consumo en la sociedad.

A inicios de los 80's, la crítica sobre el turismo se intensificó debido a que ocasiona impactos ambientales y socioculturales negativos sobre las comunidades anfitrionas. Ahora, por el cambio en las formas de consumir de la sociedad, el turista evade destinos de oferta homogenizada y de alta concentración espacial y elige alternativas donde exista conformidad con elementos naturales, sociales y locales, y que promuevan las experiencias de contacto entre los visitantes y la población receptora (Tarlombani, 2005).

En consecuencia de los cambios en las tendencias del mercado surgen nuevas alternativas relacionadas a temas de sostenibilidad, responsabilidad ambiental, colaboración, y consumo inteligente, las que han tomado importancia en los últimos años. Es indiscutible que debido a los cambios en exigencias, necesidades y comportamientos, la oferta de todos los componentes turísticos como: alojamiento, transporte, intermediación, operación, alimentación y entretenimiento debían sufrir cambios también.

Además, gracias a la introducción de las TIC, como el resultado de la revolución de la sociedad de la información, el sector turístico experimenta grandes cambios no solo como fuente de información y medio de interacción y promoción, sino también en la configuración del producto (Rodríguez, 2014).

La tecnología tiene un papel estratégico en la remodelación de la cadena de valor en la industria y, en el proceso, los consumidores se están adaptando gradualmente a los nuevos valores, estilos de vida y nuevos productos turísticos, que han sido rediseñados por las nuevas tecnologías (Farkhondehzadeh, Robot Karim, Roshanfekar, Azizi, y Hatami, 2013, p. 568)

En todo el mundo, se observa una tendencia importante en compartir, intercambiar, prestar, comerciar, y alquilar bienes a través de las nuevas tecnologías sociales, presionados por los imperativos económicos, sociales y ambientales antes mencionados (O' Regan y Choe, 2017).

Debido a cambios sociológicos y tecnológicos profundos, surge no solo un nuevo modelo de negocio, sino incluso una nueva modalidad turística conocida como turismo p2p, peer to peer, o colaborativo, donde se da importancia al compartir bienes frente al poseerlos (Díaz, Gutiérrez, y García, 2015). Esto no significa que las empresas p2p no puedan perseguir la obtención de réditos económicos, “la diferencia radica en que el beneficio financiero ya no es la finalidad del afán empresarial sino un medio para el propósito verdadero: prestar la aportación más grande posible al bienestar” (Salesa Amarante y Martínez Quintana, 2016, p. 4). La Economía colaborativa busca aportar al cumplimiento de las siguientes metas: recirculación de bienes, optimización de activos, intercambios de bienes y servicios, y la construcción de conexiones sociales (Salesa Amarante y Martínez Quintana, 2016). En síntesis, la economía colaborativa busca optimizar recursos que no están utilizados, de forma gratuita o por una tarifa accesible.

Dentro de este contexto se lleva a cabo la presente investigación, misma que busca levantar una línea base del estado del turismo p2p en el Distrito Metropolitano de Quito, a través de la evaluación del estado de la actividad turística utilizando la plataforma colaborativa Airbnb.

1.2. Justificación

En el presente estudio se utiliza la plataforma de Airbnb como ejemplo para medir a la modalidad de turismo p2p en su segmento de alojamiento. Se ha seleccionado esta

plataforma para el estudio por 3 razones concretas: 1) ya que es una de las más utilizadas a nivel mundial, 2) ya que su oferta es 100% de alojamiento colaborativo y no de actividades complementarias como entretenimiento o transporte, y 3) ya que es la plataforma con mayor número de ofertas publicadas para el DMQ para alojamiento colaborativo.

El modelo de negocio que utiliza Airbnb desbloquea los activos y la capacidad sobrante inmobiliaria, aleja a los turistas e incluso a las sociedades del hiper consumo. Este modelo fomenta mercados sostenibles al tener en cuenta las consecuencias ambientales, sociales y económicas del consumo. También impulsa la productividad, el espíritu empresarial, la comprensión intercultural y la innovación y crea nuevos tipos de relaciones que cambian la manera en que consumimos, socializamos, nos movemos y vivimos (O' Regan y Choe, 2017).

Airbnb fue fundado en San Francisco en el 2008, bajo una retórica igualitaria y anti jerárquica que une huéspedes con anfitriones que alquilan sus casas y habitaciones por una módica tarifa. Airbnb es un proveedor de alojamiento que no posee propiedades, pero ofrece más de 2 millones de plazas en más de 190 países del mundo. En el 2015, la plataforma obtuvo \$ 7.5 mil millones en reservas brutas aproximadamente; estas son pruebas tangibles de que Airbnb se ha convertido en una de las compañías de viajes p2p en línea más grandes del mundo, con más de 40 millones de personas alquilando alojamientos a través de la plataforma entre 2008 y 2015. (Airbnb, 2016)

A partir de los valores empresariales de Airbnb se concluye que:

- (1) al ser muy poco frecuente las oportunidades para que el turista experimente una relación real con la comunidad receptora, el turismo p2p presenta a la interacción diaria del turista con la comunidad residente como el componente más importantes de la modalidad,
- (2) frente a un mercado turístico donde los beneficios de la actividad se concentran en pocos actores del sector, por lo general en grandes cadenas hoteleras, la modalidad ostenta un modelo de negocio donde se impulsa el espíritu empresarial en las comunidades receptoras y donde la distribución de los beneficios económicos es más eficiente,
- (3) frente a un sector turístico irresponsable, que parte del consumismo, el turismo p2p propone que la actividad se desarrolle con base en un consumo

responsable desde la economía colaborativa con la idea del compartir sobre el poseer,

- (4) frente a un sector donde el turista tiene muy poco o inexistente comprensión cultural de la comunidad receptora, la modalidad presenta un modelo de negocio donde se fomenta la socialización y se genera sentido de pertenencia a la comunidad,
- (5) frente a un sector de intermediación muy poco flexible con los requerimientos del turista ya que se planifica y gestiona la actividad a su conveniencia, el turismo p2p propone un modelo de negocio donde el turista es el que planifica su propio viaje sin intermediarios,
- (6) en un sector donde la comunicación entre el turista y la comunidad receptora es ineficiente, la modalidad propone el uso de tecnología para mejorar la conectividad, comunicación y confianza, y finalmente,
- (7) frente a un sector que es muy poco inclusivo, esta modalidad propone un modelo de negocio basado en la inclusión, donde todos puedan acceder a todas partes.

(Airbnb, 2016)

La plataforma ha sido alabada por ser un innovador disruptivo en el mercado que brinda acceso a experiencias sociales y culturales a los turistas, desbloquea la demanda latente del mercado y ofrece un potencial crecimiento en un mercado por lo demás competitivo y saturado. Se considera a Airbnb como un medio virtual que irrumpe los modelos comerciales calificados como "anticuados" y de "faltos de innovación" propagados por elementos arraigados y monopólicos dentro del sector del alojamiento (O' Regan y Choe, 2017).

Sin embargo, esta modalidad genera mucha controversia en el mercado, sobre todo en el sector alojamiento. Esto ocurre ya que los modelos de negocio como el de Airbnb, que responden a un turismo p2p, fueron desarrollados bajo vacíos o ambigüedades legales. No se cumple con la legislación turística tradicional, ni con aspectos tributarios ni laborales, además, no se garantizan derechos para el consumidor como integridad física, seguridad alimenticia, seguro de riesgos, transparencia en la información y otros estándares de calidad.

Además del aspecto legal, es pertinente conocer si los objetivos de la modalidad se están alcanzando, o son solo tácticas de publicidad que buscan atraer a clientes con conciencia social y ambiental. ¿Se logra mayor interacción turista-comunidad-residente, se incentiva el espíritu emprendedor, se aporta a un turismo responsable, etc.?

En este contexto, y frente a la necesidad de indagar sobre esta plataforma digital que ofrece alternativas de alojamiento no formal y que es considerada por muchos el futuro del sector, se presenta la siguiente investigación que pretende levantar una línea base de la oferta de alojamiento p2p en el DMQ a través del análisis de la plataforma Airbnb. Finalmente se puede mencionar que los estudios de las plataformas p2p son escasos, no solo en Ecuador sino a nivel Latinoamericano, esto a pesar de que esta modalidad con Airbnb funciona ya desde hace 10 años. De este modo el estudio contribuirá a determinar cuál es el rol que desempeña la modalidad p2p en el sector turístico. Además, se conocerá el punto de vista de los stakeholders que intervienen en este modelo turístico colaborativo.

1.3. Planteamiento del problema

Como se ha mencionado, la economía colaborativa penetra con fuerza en el mercado turístico, sobre todo en el sector hospitalario, siendo las plataformas y redes sociales la catapulta de esta modalidad. Airbnb en la actualidad es una de las empresas turísticas más importantes a nivel mundial con más de 40 millones de personas que han hecho uso de sus servicios entre el 2008 y el 2015 y ha crecido hasta convertirse en una marca global por un valor de más de \$30 billones en el 2016 (O' Regan y Choe, 2017).

Por esta razón, Salesa y Martínez (2016) mencionan que la modalidad p2p es el futuro del sector turístico, “según la evolución el turismo colaborativo lejos de ser una moda pasajera ha venido para quedarse como demuestra la afiliación de empresas colaborativas en la Organización Mundial del Turismo”.

Este escenario abrió un campo de oportunidades para las cadenas hoteleras tradicionales para adaptarse y mejorar su valor de marca. Por esta razón, grandes hoteles como Marriott Internacional apostó también al home sharing al lanzar al mercado su nueva marca Tribute mediante un programa piloto de 6 meses con la compañía Hostmaker. Este programa es un híbrido entre las experiencias de calidad de un hotel, y las experiencias de vivienda compartida. Las viviendas que quieran ser parte del portafolio de Tribute Home en Londres, deberán pasar rigurosas normas de seguridad,

protección y diseño antes de ser admitidas. Por otro lado, los clientes en Tribute Home podrán incluso acceder a los programas de fidelización de la cadena hotelera (Mest, 2018).

Muchos son los beneficios del turismo p2p, como menciona Gurran y Phibbs (2017) la modalidad puede: mejorar la distribución del ingreso turístico, apoyar el espíritu emprendedor, incentivar un turismo más responsable, proporcionar mayor flexibilidad en la planificación del viaje, e incluso mencionan la contribución para aumentar de turismo de una localidad ya que se aumenta el número de plazas, en otras palabras, aumentar el suministro de habitaciones con una nueva forma de alojamiento económico debería fomentar las visitas en un destino y por lo tanto generar un impacto positivo en la economía turística en general.

Sin embargo, a nivel mundial no todos los aportes son positivos, existen casos en San Francisco, Paris, Barcelona, Madrid, Ámsterdam, Berlín, Londres, Nueva York, entre otras ciudades donde los vecinos se quejan por problemas de ruido o por conflictos con los anfitriones e invitados, así como también expresan inquietudes de seguridad (Ayuntamiento de Madrid, 2017). Además, como menciona Guttentag (2013) en estas grandes ciudades, con suministros de vivienda limitados, una gran cantidad de alquileres a corto plazo pueden incluso tener un impacto negativo en los mercados de vivienda locales. Por ejemplo, en San Francisco se está reduciendo el suministro de viviendas residenciales y, por lo tanto, están aumentando las rentas. Adicionalmente, O' Regan y Choe (2017) generaron una discusión desde una visión de cultura capitalista ya que creen que las esferas íntima, social y cultural están siendo arrastradas a la esfera de lo comercial, que la relación social se está convirtiendo en un objeto de marketing y de intercambio.

A todas estas problemáticas, como indica el Ayuntamiento de Madrid (2017), también se suma el hecho de que la modalidad no cumple con la normativa legal tradicional del sector, obteniendo así problemáticas legales, tributarias, y laborales. Estas inobservancias por falta de regulación de las nuevas ofertas de alojamiento llevan a la vulneración de los derechos de los anfitriones, relacionado a temas laborales como cobertura de salud, seguro contra lesiones, vacaciones pagas, horas de trabajo máximas, un ingreso estable, seguridad en el trabajo, etc.; y de los turistas al no garantizar calidad ni seguridad en el servicio. Además, Guttentag (2013) alude a que la modalidad

convierte a la compañía y a los turistas en “free riders” ya que se benefician de los esfuerzos de promoción turística de los destinos, y también les da a los alquileres de Airbnb una ventaja competitiva sobre el alojamiento tradicional, afectando mayormente a alojamientos Bed&Breakfast como pensiones u hostales. Sin embargo, no solo el sector hotelero se puede ver afectado, sino también el sector intermediación, operativo o de transporte. Así es como se ha creado un conflicto entre varios stakeholders en el mercado turístico.

En el Ecuador, los establecimientos hoteleros deben cumplir requerimientos tales como la constitución y legalización de la empresa, requerimientos de capacidad operativa y técnica, especificaciones de acuerdo al tipo de establecimiento, además de las respectivas inspecciones previas a la emisión del Permiso Único de Funcionamiento. Y al no existir ningún estudio del estado de situación de la modalidad en la ciudad de Quito, es difícil conocer cómo se desarrolla la modalidad para poder normarla y evitar impactos negativos. Aquí el trabajo toma un propósito, al buscar determinar cuál es la magnitud del impacto de la modalidad y al analizar los criterios de todos los actores involucrados. Como ya se mencionó, la tendencia no se puede negar ni prohibir, pero si se debe comenzar a regular con miras a evitar posibles problemáticas.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Evaluar el estado de la oferta de la modalidad turística p2p de alojamiento a través de la plataforma Airbnb en la ciudad de Quito, observando los componentes del sistema turístico: alojamiento, operación e intermediación

1.4.2. Específicos

- Comparar y calificar las variables estratégicas de promoción y comercialización de las ofertas de alojamiento p2p en la plataforma Airbnb.
- Determinar la magnitud de la oferta de servicios de alojamiento en la ciudad de Quito con el modelo turístico p2p.
- Evaluar los efectos a corto plazo de la ejecución del turismo p2p sobre los componentes del sistema turístico a través de la identificación de opiniones de los principales stakeholders que intervienen en la actividad.

1.5. Marco Teórico

Dado que el objeto de estudio es la oferta de alojamiento en la plataforma Airbnb como empresa virtual de la modalidad p2p, es necesario plantear algunos parámetros que sirvan de ejes teóricos en los que se pueda apoyar este trabajo. Por lo tanto, se identificará el origen de esta reciente modalidad de turismo, desde la revolución tecnológica, sus implicaciones en la globalización y su efecto sobre el desarrollo; desde el origen del pos turismo como un nuevo paradigma, donde el turismo p2p se desenvuelve; y la visión del turismo p2p desde una perspectiva de cultura capitalista y de teoría de innovación disruptiva.

1.5.1. Cambio tecnológico, globalización cultural y desarrollo

Los avances en el terreno de la información durante los últimos años son importantes, sin embargo, estos se derivan de procesos sociales, económicos y políticos. Si antes la tecnología era parte de la cultura, ahora la cultura se encuentra envuelta por la tecnología (Gómez, 2000). Estos profundos cambios a nivel micro y macro han forjado indudablemente el escenario de la globalización cultural (Li y Jung, 2018).

A pesar de la notable dificultad para determinar el alcance y la influencia en todos los sectores de las tecnologías de información y comunicación (TIC), se puede visualizar el dominio de la tecnología en todos los ámbitos de la vida diaria. Esto nos demuestra las posibilidades de crear una sociedad en red, donde el fenómeno de exclusión sea reducido al mínimo.

El rápido y continuo desarrollo de redes informáticas y tecnológicas digitales ha instituido nuevas formaciones de audiencias y públicos mundiales. La información, tecnología y por lo tanto medios de comunicación son el centro de producción de las sociedades, éstas están interconectadas, poseen una economía de la información y habitantes constantemente interactivos (Gómez, 2000). Se entiende que ha iniciado una época en la que los antiguos medios de comunicación han abierto caminos para dar auge a un nuevo sistema de información y comunicación que pone énfasis en la creación de nuevos actores y rompe esquemas tradicionales para la transmisión de información de un solo interlocutor a múltiples receptores.

Gracias a la tecnología en red y a los teléfonos móviles se reconfiguran dos coordenadas: el espacio y el tiempo. Prueba de esto es el internet, ya que la comunicación con interlocutores a kilómetros de distancia se puede llevar a cabo en

pocos segundos, cambió así el sentido tradicional del espacio. Si la geografía física no cambia, si lo logra hacer la geografía psíquica. El tiempo, por otra parte, también se altera en la pantalla; varios minutos en el tiempo real, para un computador pueden ser tan solo segundos (Gómez, 2000).

Esta mejora en la conectividad es indispensable no solo para la reconfiguración de los sistemas económicos, políticos y tecnológicos como una intensificación de la globalización, sino también para la reforma de la identidad sociocultural. En este sentido, Tomlinson (como se citó en Li y Jung, 2018) define a la globalización como una red de interconexiones e interdependencias que se desarrolla rápidamente y que altera el contexto de la construcción de significados, afectando así, el sentido de identidad de las personas, la experiencia de lugar y la relación de uno mismo con este. Giddens (como se citó en Silva, 2008) señala que la globalización es un proceso que anula y deja sin efecto las distancias espaciales y las divisiones territoriales, produciendo una especie de reorganización del tiempo, distancia y espacio de las relaciones globales. Así es como se puede hablar de las TIC como herramienta para la globalización. Además, se puede añadir que el avance de la ciencia y la tecnología es inherente a la condición humana, no hay desarrollo humano sin desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación. El resultado es que las tecnologías emergen como instrumentos transversales a la sociedad, es decir, penetran y se integran prácticamente en todas las actividades y hoy no es posible prescindir de ellas (Silva, 2008).

En este sentido, el desarrollo tecnológico hace que la globalización sea indetenible, vital y necesaria. No debe ser vista siempre como un enemigo a enfrentar, en ciertos aspectos nos amenaza y en otros presenta oportunidades. El reto de las TIC se orienta a ampliar las bases de la democracia, a través de sistemas cada vez más creativos y participativos.

1.5.2. El pos-turismo como nuevo paradigma en el desarrollo turístico

En este tejido de revolución tecnológica, globalización y desarrollo inicia el pos-turismo como un nuevo paradigma económico, que puede ser pensado desde la perspectiva del alineamiento del carácter humano con el tecnológico.

En el libro *Posturismo: Turismo y posmodernidad* de Molina (2006) se propone por primera vez este paradigma. Molina expone tres etapas de desarrollo turístico y empresarial: el preturismo, con el grand tour como exponente durante los s xvii y xviii;

el turismo industrial con sus tres etapas: el turismo industrial temprano, el turismo industrial maduro y el turismo posindustrial y; el postturismo, etapa en la cual se generan productos competitivos con capacidad creciente de inserción en el mercado gracias a su base tecnológica, que es un componente más de un sistema socio técnico conformado por la fuerza de trabajo, la organización para el trabajo y la gestión.

Para Molina, (como se citó en Bezerra, Melo, y Rocha, 2012) las nuevas tecnologías reconfiguran el turismo, y por lo tanto, es necesario un nuevo paradigma turístico que teorice y conceptualice al turismo desde el desarrollo tecnológico. Este paradigma afirma que las tecnologías adquieren importancia en el sector turístico cuando comienzan a cambiar radicalmente los productos, los servicios e incluso la estructura organizacional de las empresas que observan en las tecnologías una herramienta para mejorar su eficiencia, eficacia y productividad.

La tecnología incluso ha invertido la secuencia de oferta de un producto o servicio en el mercado turístico. Comúnmente, en una empresa tradicional el esquema del proceso es: **producto** → **servicio** → **experiencia del cliente**, mientras que en una empresa pos-turística el esquema de la oferta cambia a: **experiencia del cliente** → **servicio** → **producto** (Bezerra et al., 2012).

En el pasado las empresas industriales enfocaban su esfuerzo en el desarrollo del producto bajo un evidente contexto fordista, las posindustriales se enfocan en la calidad, siendo este un elemento diferenciador y un requisito para competir en el mercado. En la actualidad, las empresas posturísticas se orientan al diseño y operación de experiencias, superando el desarrollo del producto o servicio, pero sin descuidarlo (Molina, 2006). Este es el caso del turismo p2p, donde la participación del cliente ha aumentado considerablemente en la configuración de un producto que parte de la experiencia del turista.

El profesional en turismo en la era de la información debe estar dotado de conocimientos volcados a la planificación, implementación y operación de productos pos-turísticos dejando de ser una mera pieza en el engranaje organizacional y pasa a desempeñar un papel clave en la gestión de negocios turísticos y en el proceso de innovación tecnológica (Bezerra et al., 2012).

Así, las TIC son esenciales para la acumulación de capital, al estar conectadas con nuevas oportunidades de negocio, aumento del comercio y de la inversión, aunque a

veces existan riesgos involucrados. Estos hechos apuntan a una relación efectiva entre las TIC y el crecimiento económico para el turismo.

1.5.3. Teoría de innovación disruptiva

El rumbo innovador de alojamiento adoptado por Airbnb y otras empresas de turismo p2p se puede ver mejor a través del lente de la teoría de innovación disruptiva propuesta por Clayton Christensen en 1995. Esta teoría describe un proceso donde un producto logra transformar un mercado, a veces incluso hasta el punto de destronar a empresas dominantes (Guttentag, 2013).

Un ejemplo de teoría disruptiva es Netflix, presentada en 1997, al inicio esta plataforma no era atractiva para los clientes de Blockbuster que alquilaban películas, por lo general, nuevas versiones. Blockbuster estaba seguro que las dos compañías cubrirían necesidades diferentes para sus clientes “diferentes”. Netflix tenía una interfaz exclusivamente en línea y un gran inventario de películas que atraía a unos pocos grupos de clientes, cinéfilos que no se preocupaban por las nuevas producciones. Finalmente, Netflix no serviría a un segmento más amplio del mercado sin la decisión de Blockbuster de ignorar a este competidor, sin duda un error estratégico (Christensen, Raynor, y McDonald, 2015).

La teoría propuesta explica sobre un nuevo producto que inicialmente atrae a un segmento pequeño del mercado hasta que crea un mercado completamente nuevo. Dicho mercado, en un inicio, tiene un tamaño y márgenes de utilidad limitados por lo que no es preocupación para empresas líderes, estas prefieren concentrarse en mercados más rentables. No obstante, con el tiempo, el producto disruptivo mejora, convirtiéndose más atractivo para un mayor número de clientes y atrae a un creciente porcentaje del mercado principal; este cambio ocasiona mayor atención de las empresas líderes, pero para entonces, el producto disruptivo puede estar tan arraigado que éstas compañías luchan por competir (Guttentag, 2013).

Por lo general, los clientes tradicionales no están dispuestos a cambiar a la nueva oferta simplemente porque es menos costosa, estos más bien esperan hasta que su calidad se eleve lo suficiente como para satisfacerlos. Una vez que eso ocurre acogen el nuevo producto y aceptan felizmente un precio más bajo. Así es como la disrupción hace bajar los precios en un mercado. La teoría de la disrupción predice que cuando un participante ataca directamente a los competidores líderes del mercado, ofreciendo

mejores productos o servicios, los líderes acelerarán sus innovaciones para defender sus negocios (Christensen et al., 2015).

1.5.4. Origen del turismo p2p

En la trayectoria del pensamiento económico, se habla de cómo la sociología del ocio y el consumo y la globalización afectan las tendencias del mercado y por lo tanto la oferta turística.

La sociología del ocio y del consumo habla de la presencia de variables externas que influyen en las decisiones de los consumidores. El entorno de la demanda es una de las variables que inciden en la compra, con sus características económicas y demográficas; la familia que proporciona a sus miembros una estructura de creencias, valores, actitudes y normas de conducta que dirigen sus actividades; los colectivos humanos, que condicionan los comportamientos de sus integrantes; la cultura, al ser una variable impuesta por la sociedad, aprendida y compartida a través de un proceso de socialización; y los estratos sociales como aquellos que manifiestan actitudes, criterios, características o estilos de vida (Henaó y Córdova, 2017). Estas variables han moldeado las exigencias de los consumidores y por lo tanto también a la oferta turística.

La globalización dirige la situación social de nuestro planeta. Desde el surgimiento de este concepto se ha facilitado el contacto entre las personas, logrando conocer sus formas de vida, ideas y valores. En consecuencia, todos y cada uno de los contextos sociales que nos rodean pasan a ser indispensables al momento de elegir un destino o un producto. La globalización ha cambiado completamente los conceptos de ocio y turismo, al crear nuevos destinos y nuevos turistas (Pérez, 2007).

De este modo, cobra sentido la creación de plataformas p2p gracias a la emergente tendencia de responsabilidad social, ética, consumo inteligente, sostenibilidad, etc. que han sido el resultado de la situación social y económica mundial de las últimas décadas. Esto acompañado del avance tecnológico ocasiona un cambio en el comportamiento y en las formas de consumir de la sociedad. Las plataformas p2p fueron creadas al entender estos cambios sociológicos y tecnológicos de efectos profundos.

Como ocurre en otros sectores de consumo colaborativo, esta práctica del intercambio de plazas de alojamiento entre particulares se ha venido desarrollando históricamente de manera informal, entre familiares y amigos, no siendo hasta la difusión de Internet y, concretamente, su evolución hacia la interoperabilidad en la primera década del siglo XXI,

reduciendo radicalmente los costes de transacción y extendiendo de forma ilimitada las redes de intercambio, cuando se produce un salto de escala de esta modalidad hasta la situación actual (Díaz et al., 2015).

1.5.5. Aportaciones Finales

Finalmente, la actividad de turismo p2p deberá centrarse en concebir y contribuir con información que permita el análisis que ayude a conectar con la realidad social en la que se desenvuelve, para impedir un crecimiento desordenado y sin regulación de viviendas para alquileres de corta estancia dirigidos a turistas y para evitar conflictos entre los stakeholders involucrados.

1.6. Marco Referencial

El objeto de estudio del presente trabajo es la plataforma p2p Airbnb destinada a alojamiento. A continuación, una aproximación referencial para determinar cómo Airbnb ha desarrollado y gestionado la actividad p2p a nivel nacional e internacional.

1.6.1. Viviendas de uso turístico en las principales ciudades del mundo

A nivel internacional, al hablar de impactos positivos de Airbnb, podemos mencionar el estudio llevado a cabo en San Francisco entre abril de 2011 y mayo de 2012 por Ryan Lawler. Éste estimó que los huéspedes de Airbnb gastaron \$56 millones en la ciudad, la mayoría en gastos no relacionados con alojamiento, como alimentos y bebidas (\$ 11.8 millones), ventas al por menor (\$ 10.8 millones) y entretenimiento (\$ 5.7 millones); se estima un promedio de gasto por viaje de \$1100 frente al gasto promedio por viaje en clientes de hoteles de \$840. Lawler también encontró que los huéspedes de Airbnb se quedaron un promedio de dos días más que el turista promedio de 5.5 días frente a 3,5 días en huéspedes de hoteles tradicionales. Además, el estudio encontró que los huéspedes de Airbnb eran propensos a visitar y gastar dinero en áreas fuera del núcleo turístico, en parte porque muchos de los huéspedes de Airbnb se quedaron en esas áreas (Guttentag, 2013, pg. 17). Sin embargo, también se han obtenido resultados negativos con la ejecución de esta modalidad, como se verá a continuación:

- En el estado de Texas-USA se comparó los listados de Airbnb con los ingresos trimestrales de los hoteles, se encontró que un aumento del 1% en los listados de Airbnb ocasionaba una disminución del 0.05% en los ingresos hoteleros (Gurran y Phibbs, 2017).

- En relación a problemáticas en el sector inmobiliario, se llevó a cabo un estudio en la ciudad de Sydney por Gurrán y Phibbs (2017). En el estudio se comprobó que un total de 1,268 propiedades están disponibles para el alquiler de vacaciones a través de Airbnb. Estas propiedades equivalen al 144% de las existencias de alquiler vacantes de la ciudad para residentes. Se espera que esto llegue a afectar sustancialmente a la disponibilidad y los costos del alquiler en la ciudad.
- Con respecto a la discriminación, un estudio llevado a cabo en California por O' Regan y Choe (2017) revela la prevalencia de la discriminación racial por parte de los anfitriones, esto en contradicción con los valores que promulga Airbnb.
- Con respecto al incumplimiento de la normativa turística, por ejemplo, en Nueva York los huéspedes de alojamientos tradicionales pagan un total de 14.75% en impuestos, 8.88% en impuestos a las ventas y 5.88% en impuestos de ocupación y en San Francisco los huéspedes pagan un total de entre 15% y 5.5%, dependiendo del área de la ciudad (Guttentag, 2013). No obstante, Airbnb en el 2013 no cobraba tales impuestos de alojamiento, lo que hacía que la compañía y sus anfitriones "pasajeros gratuitos" se beneficiaran de los esfuerzos de promoción turística de los destinos (Guttentag, 2013). Por esto, para el 2014 Nueva York adoptó una enmienda donde los propietarios se ven en la obligación de pagar y recolectar las tasas hoteleras mismas que equivale al 5,875% sobre el precio de la estancia, más una tarifa adicional por habitación alquilada de entre 50cts. y 2\$. (Ayuntamiento de Madrid, 2017)

Muchos han intentado buscar soluciones a dichas problemáticas, unos apoyando el desarrollo de esta modalidad, y otros más bien, proponiendo restricciones para su control como se verá a continuación:

Tabla 1: Estado del turismo p2p en otros países

























Ciudad	Nº de viviendas en Airbnb	Posición frente a la problemática	Decisiones tomadas
Ámsterdam	13.849 ofertas	Amigable	<p>Una de las ciudades pioneras en la regulación de viviendas de uso turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La normativa turística no aprueba más de 4 huéspedes a la vez en un departamento. Es necesario una licencia de funcionamiento, otra para expender bebidas alcohólicas. Deben cobrar la tasa turística. ✓ Para mantener la paz, evitar molestias y riesgos de seguridad para la comunidad o el turista la normativa permite el arriendo para un máximo de 4 personas en periodos de 1 noche y 2 meses. Su incumplimiento ocasiona multas de hasta 18.000€ o la pérdida de la vivienda si el ofertante no posee licencia. ✓ Se otorgan licencias con una duración de 10 años a viviendas que pudieron alquilar sus servicios entre 7 noches y 6 meses. En la actualidad ya no se conceden estas licencias para apartamentos o viviendas de nueva construcción. Las multas por incumplimiento de las condiciones son de hasta 18.000€. ✓ Se articuló un acuerdo del Ayuntamiento con la plataforma Airbnb, el cual planteaba que la plataforma se encargaría de recaudar el 5% del importe de la estancia, así como también el informar a los anfitriones sobre la normativa legal que deben cumplir.
Paris	55.723 ofertas	Neutra	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Para segundas residencias, en sectores que tienen más de 200.000 habitantes, se requiere una autorización administrativa y un permiso de quien administra el edificio en representación de los propietarios. Se debe arrendar viviendas completas por un periodo mínimo de un año y en caso de querer hacerlo para periodos inferiores, se debe registrar la vivienda con fines comerciales. Si las ganancias por alquiler son mayores a los 32.600 €/año, cambian a un régimen impositivo especial de beneficios industriales y comerciales. En caso de arrendamientos ilegales las sanciones pueden ser mayores a 25.000 €.

Ciudad	Nº de viviendas en Airbnb	Posición frente a la problemática	Decisiones tomadas
Paris	55.723 ofertas	Neutra	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Para residencias habituales, no se puede arrendar más de 5 habitaciones a la vez, por lo tanto, no se debe albergar más de 15 personas en conjunto y por un periodo máximo de 4 meses. Se puede arrendar la vivienda completa para periodos de máximo 90 días. Además, es necesario registrar la vivienda para conocimiento del Ayuntamiento. ✓ Los ofertantes de viviendas vacacionales deben cumplir obligaciones que se exige al sector turístico, tales como: detector de humos, seguridad de otras instalaciones como una piscina, entre otros. ✓ Los turistas deben cancelar una tasa turístico-administrativa de 0,83€ por persona y día, dicha tasa que es recaudada por Airbnb para el Ayuntamiento. Además, antes de hacer la reservación, los turistas son informados por la página de sus deberes y obligaciones.
Berlín	15.323	Restrictiva	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La gentrificación es un impacto negativo que genera el turismo, por ello la normativa de la capital alemana se preocupa por cuidar la composición social de la ciudad, por lo que generó limitaciones administrativas y fiscales para arrendamientos de viviendas de modalidad p2p. ✓ Las autoridades municipales solo entregan permisos de funcionamiento en caso de que sea imprescindible para el medio de vida de su propietario. ✓ Si el propietario desea recibir una licencia deberá pagar 225€ además del valor de 5€/ por cada m² de vivienda que se dispone para el alquiler. El pago de obligaciones fiscales dependerá de la situación económica del arrendatario. Si las ganancias superan los 24.500€ el deberá pagar una tasa por actividades económicas. Si no se cumple la normativa, existen sanciones entre 500 y 1.500 € por mes de infracción.
FUENTE: (Ayuntamiento de Madrid, 2017)			

1.6.2. Principales plataformas de turismo p2p

La modalidad p2p no solo se ha introducido en el sector alojamiento, sino también en otros sectores como transporte, alimentación e incluso entretenimiento como se especifica en la tabla a continuación.

Tabla 2: Plataformas de oferta de Turismo p2p

Alojamiento:		Transporte:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Airbnb  ✓ Wimdu  ✓ HomeAway  ✓ Nightswapping  ✓ Couchsurfing  ✓ BeMate  ✓ Booking  	<ul style="list-style-type: none"> ✓ HouseTrip  ✓ FlipKey  ✓ Housecares  ✓ AlterKeys  ✓ Wonowo  ✓ HomeExchange  	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Uber  ✓ Cabify  ✓ Blablacar  ✓ Clickandboat  ✓ Areavan  ✓ ZipCar 
Entretenimiento:		Alimentación:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Spinlister  ✓ Trip4real  ✓ Free Touring  	<ul style="list-style-type: none"> ✓ TripAdvisor  	<ul style="list-style-type: none"> ✓ EatWith 
<p>Elaboración propia Fuentes: (Riaza, 2017) (Salesa Amarante y Martínez Quintana, 2016)</p>		

1.6.3. Estudios de Turismo p2p en Ecuador

De la investigación documental que se llevó a cabo el último trimestre del 2017, se encontró un trabajo de titulación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil elaborado por Elva Icaza y Karen Pacheco en el 2016, bajo el nombre de “Análisis del turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil. Caso Airbnb”. Ésta tuvo como objetivo analizar el turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil. En la investigación se entrevistó a varios

anfitriones, a un especialista en el campo hotelero y a un especialista en el Servicio de Rentas Internas. Se obtuvo como resultado que el turismo colaborativo se lo considera en Guayaquil como competencia desleal porque los establecimientos informales de alojamiento no cumplen con todos los requisitos estipulados por la ley turística, laboral y tributaria. En el estudio se pudo observar que la diferencia entre los precios de los hoteles y Airbnb si resulta significativa para el consumidor. Los anfitriones afirman que esta diferencia es una ventaja para atraer más turistas al Ecuador (Icaza y Pacheco, 2017).

1.7. Marco Metodológico

La revisión de repositorios y literatura turística reveló que no existen estudios previos para este fenómeno en el DMQ, por lo tanto, la investigación fue de tipo exploratorio - descriptivo ya que se levantó una línea base que permitió determinar un fenómeno desconocido actualmente en la ciudad y también describió los componentes de la oferta de la modalidad p2p en la capital.

En el libro *Evaluación: una introducción teórico-metodológica* de Stockmann y Meyer (2016, p. 2) se considera a la evaluación como un instrumento que sirve para “medir, examinar y valorar cambios sociales observados sumativamente y así generar datos formativamente para la conducción racional de procesos”. De este modo en el presente trabajo, basado en el enfoque evaluativo de los autores señalados, la evaluación será considerada como instrumento de generación de conocimiento y control, que permite tomar decisiones para mejorar un proceso, proyecto o política que se desarrolla en el presente y, que podrá influenciar procesos futuros.

El enfoque propuesto por Stockmann y Meyer hace uso de supuestos conceptuales de la investigación de ciclo de vida, parte de conceptos teóricos organizacionales que se prestan para el análisis de interrelaciones entre los programas y sus ámbitos de impacto y utiliza conceptos de un modelo innovativo-difusivo. Así, la evaluación puede ser aplicada a varios campos, pueden ser objetos de valoración leyes, productos, servicios, organizaciones, procesos, programas, proyectos, hechos sociales, etc. Como mencionan los autores, las funciones u objetivos de la evaluación son 4: 1) obtención de conocimiento: para valorar dicho conocimiento y facilitar las decisiones a la administración sobre una base racional, 2) la generación de control: que permite determinar si se cumplieron los objetivos establecidos en la planificación en base a los

criterios de pertinencia, eficacia, efectividad y sostenibilidad; 3) generar desarrollo: al ser los resultados revelados a todos los stakeholders, los procesos de aprendizaje permiten el desarrollo de futuros programas y 4) legitimar programas o medidas ejecutadas (Stockmann y Meyer, 2016).

El presente estudio corresponde a una evaluación “on-going” o de fase de implementación. Por lo tanto, cumple las funciones de una evaluación formativa: generar conocimiento y control. En base al enfoque señalado, se estructurará la evaluación de la siguiente manera:

1.7.1. Fases de la evaluación

1.7.1.1. Fase de planificación de la evaluación

Primero se utilizó la teoría de cambio (ToC) para analizar la modalidad p2p. En la teoría de cambio todas las intervenciones se analizan desde las necesidades, insumos disponibles, actividades, productos, e impactos que se busca alcanzar con la actividad y su interrelación causal (Monje, 2017).

Se continuó con un mapeo de actores, donde se especifica su interés y poder sobre la modalidad turística. Según Leiper, (como se citó en Jiménez, 2004) el Sistema se define por la existencia de un grupo de subsistemas, articulado a un Estado; de aquí establece normas jurídicas, políticas y socioeconómicas. El Sistema turístico, así mismo, es el conjunto de subsistemas que se rigen por leyes, normas y reglas de un Estado al que están sujetos. Los actores están directamente relacionados con los componentes turísticos propuestos por Leiper: localidad emisora, localidad receptora y ámbito de vinculación; para lo que se considera el intercambio de acciones en su marco político, histórico, económico, social y tecnológico.

A continuación se identificó el alcance de la evaluación al especificar la población, la unidad de estudio, el límite temporal y geográfico, el tipo de evaluación y los criterios de evaluación (MIDEPLAN, 2017).

Seguidamente, se determinó la magnitud de la oferta de turismo p2p en alojamiento a través de la sistematización de la oferta de Airbnb; este estudio se basó en la *Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos* propuesta por Orejuela y Sandoval (2002), la misma que define a la oferta a través de las siguientes variables: Insumos disponibles, precio, políticas y regulaciones gubernamentales, variaciones en

la temporalidad, precios de bienes complementarios o sustitutos. Se utilizó la observación para identificar que variables influyen en la promoción y comercialización de las viviendas vacacionales.

Para conseguir este objetivo, se tomó como base los documentos: *Success Factors for Destination Marketing Web Sites: A Qualitative Meta-Analysis* (Park y Gretzel, 2007) y el documento *Factores de calidad en sitios web de destinos turísticos: estado de la cuestión* (Tapia, 2015).

Como paso último para la fase de planificación, con base en los criterios de pertinencia, efectividad, eficacia e impacto, se establecieron indicadores ambientales, sociales y económicos que identificaron el estado de esta modalidad en la ciudad de Quito. Estos criterios de evaluación fueron establecidos por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (DAC). Mencionados criterios fueron utilizados para elaborar dos encuestas, una destinada para anfitriones y otra para los huéspedes. Se realizaron también 5 entrevistas a los siguientes actores del sector turístico del DMQ: ente estatal, representante del sector hotelero tradicional, representante del sector intermediación, representante del sector de operación, y a un representante de la academia.

El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) fue una herramienta base para establecer dichos indicadores. El ETIS es una herramienta de gestión, información y supervisión destinada a los destinos turísticos. El ETIS está diseñado como un proceso que busca evaluar la incidencia del turismo en un destino y de este modo contribuir para mejorar la gestión sostenible de los destinos (Comisión Europea, 2016).

Se elaboró una tabla de análisis y una guía de entrevistas. La tabla de análisis específica: indicador; tipo de datos, es decir si son cuantitativos o cualitativos; fuente de datos; método de recopilación de datos, y el método de análisis de datos.

1.7.1.2. Fase de levantamiento de datos

Para esta segunda fase se llevó a cabo una investigación documental sobre la modalidad a nivel internacional y nacional. Se continuó con un levantamiento de datos estandarizado al aplicar encuestas a través de la plataforma de Airbnb que permitió ponernos en contacto directo con anfitriones y huéspedes que hayan hecho uso de los servicios de hospedaje en el DMQ. Además, se utilizó la plataforma AirDNA, misma

que calcula datos importantes para el análisis de la oferta a través de uso de algoritmos. Finalmente, se aplicó entrevistas a actores claves de la actividad en base a la guía de entrevistas formulada en la fase anterior.

1.7.1.3. Fase de conclusión

A través de un análisis estadístico, se examinó la base de datos de la oferta de turismo p2p en alojamiento llevada a cabo durante la fase de planificación. Se presentó los resultados correspondientes a la oferta p2p en alojamiento en el DMQ. Se continuó con un análisis estadístico de los resultados obtenidos en encuestas a huéspedes y anfitriones; seguido por un análisis de contenido de las entrevistas a actores clave de la modalidad p2p en alojamiento.

Finalmente se desarrolló una zona de tolerancia para todos los actores de la actividad p2p en base al modelo propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1998). Este modelo sugiere que las expectativas de los clientes suelen tener dos niveles: uno del servicio deseado y otro del servicio adecuado. El nivel deseado es el servicio que el consumidor espera. Es una combinación de lo que el consumidor cree que puede ser y lo que debe ser la prestación del servicio. Por otro lado, el nivel de servicio adecuado es lo mínimo que el consumidor considera aceptable para la prestación de un servicio. Entre estos dos niveles de servicio deseado y apropiado, hay una zona de acordeón de tolerancia que varía de un cliente a otro y también de una situación a otra para el mismo consumidor (Rodrigues, 2001). Parasuraman, Zeithaml y Berry desarrollaron un instrumento que permite la medición de la calidad del servicio percibida a la cual llamaron herramienta SERVQUAL. Este instrumento les permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones, a través de 5 variables: confianza o empatía, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta, y tangibilidad (Duque, 2005).

Así es como se adaptó y aplicó dicha zona de tolerancia para todos los actores implicados en la actividad, teniendo en cuenta sus características heterogéneas.

1.8. Mapeo de actores

Se identificó a los actores que participan dentro del sistema turístico en la modalidad p2p o de consumo colaborativo. Después de un análisis de interés y poder, se les ubicó en 4 cuadrantes que indican la atención que se les debe prestar: mantenerlos en

atención cercana, mantenerlos satisfechos, mantenerlos informados o tan solo monitorear.

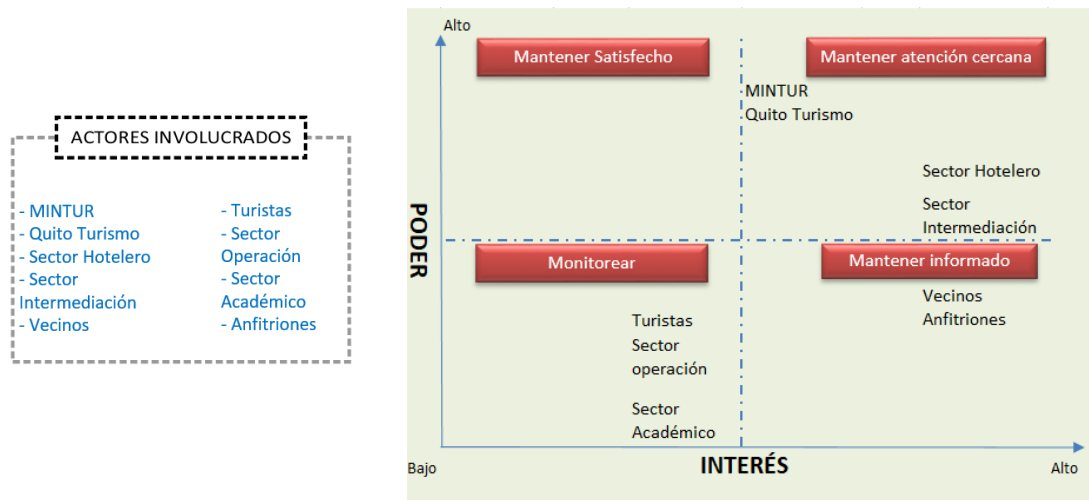


Figura 1: Mapeo de actores

1.9. Teoría de cambio

A continuación, se adjunta una ilustración con el análisis de teoría de cambio para la modalidad. La cadena de causalidad se ha llevado a cabo teniendo en cuenta las acciones de Airbnb a nivel mundial, no solo en el Distrito Metropolitano de Quito. Esto ayudó a identificar las necesidades, los insumos, las actividades, los productos, los resultados y finalmente los impactos que la modalidad buscar alcanzar.

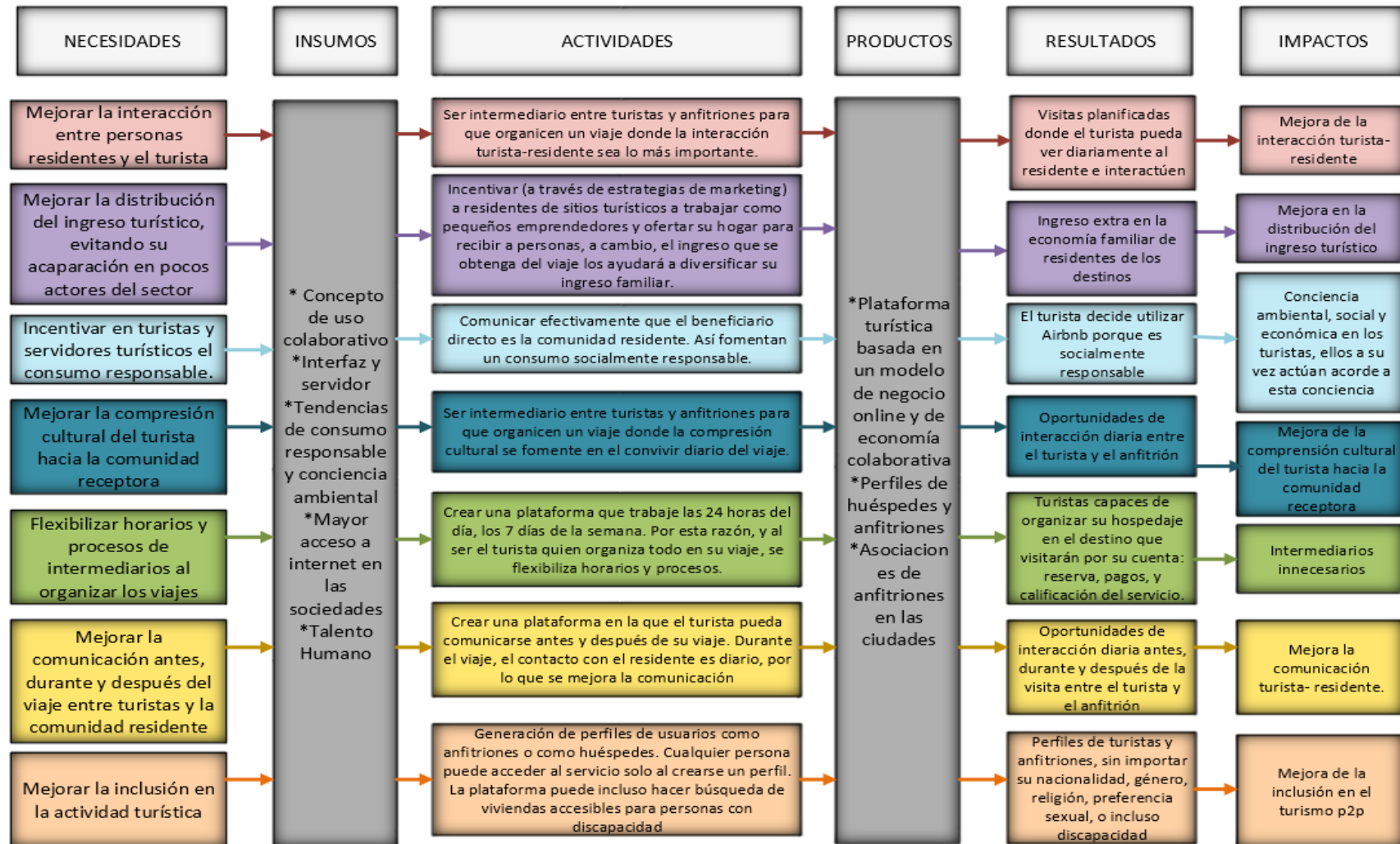


Figura 2: Teoría de cambio
(Elaboración propia)

1.10. Alcance de la evaluación

Con el objetivo de delimitar la evaluación, a continuación, se presenta los elementos que ayudaron a definir su alcance.

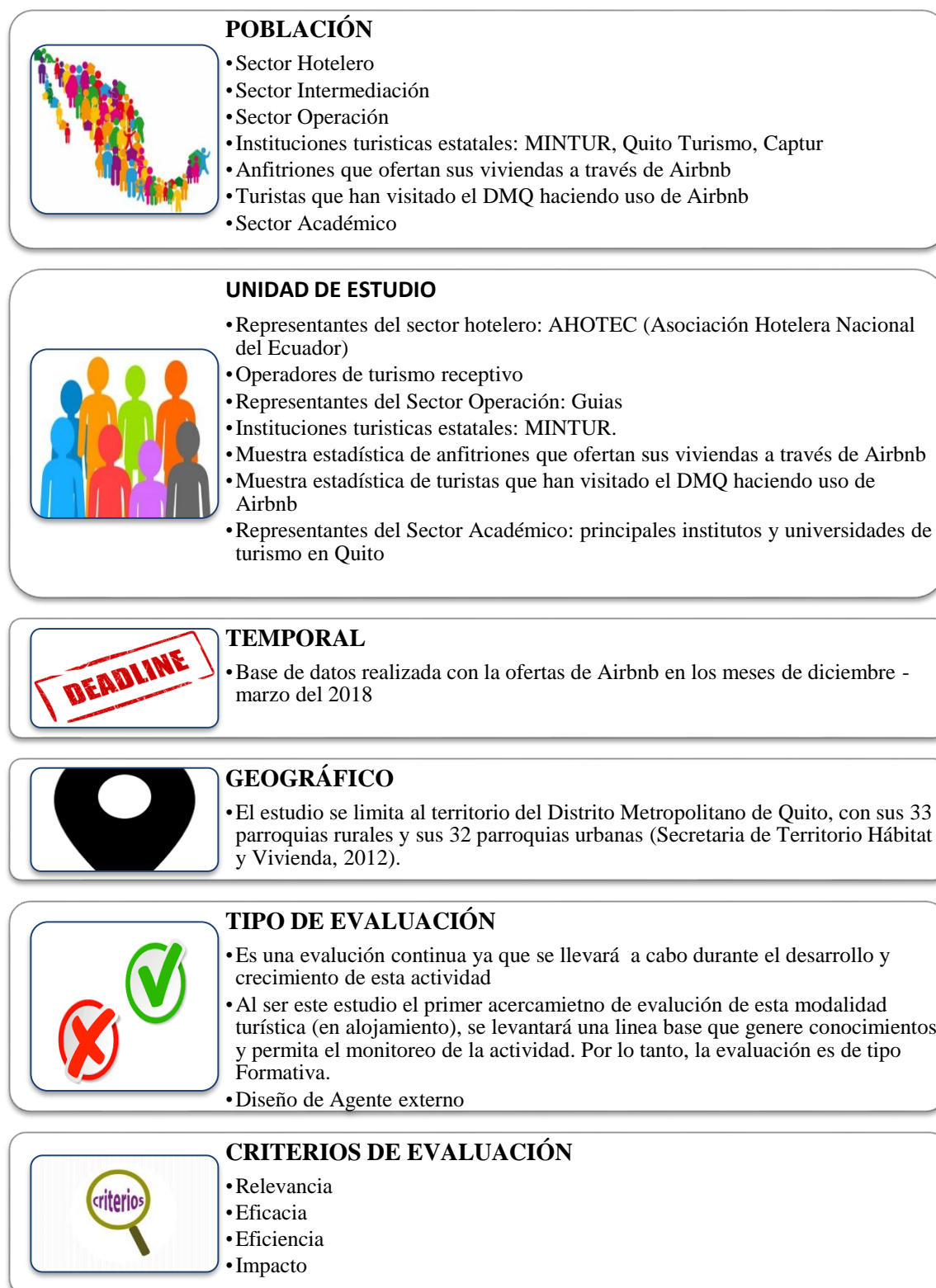


Figura 3: Alcance de la evaluación
(Elaboración propia)

1.11. Guía encuestas y entrevistas

En Anexo 1 se encuentra la correspondiente guía de encuestas y entrevistas donde se especifica preguntas, a qué ámbito pertenecen, indicadores y a qué criterios de evaluación responden.

1.11.1. Caracterización y cálculo de la muestra

Para definir la muestra de las encuestas que se llevaron a cabo a los anfitriones, se tomó en cuenta al universo de ofertas en Airbnb durante los meses de diciembre a marzo del 2018; identificando así a 709 viviendas en el Distrito Metropolitano de Quito ofertadas a través de Airbnb. Se estableció un margen de error del 10% (0.05), un nivel de confianza del 90% (1.64) y un estimador de la población de valor 0.5. Así se obtuvo una muestra de 62 encuestas para los anfitriones.

Donde:

- n= Tamaño de la muestra
- N= Tamaño de la población
- Z = Nivel de confianza deseado. p = Estimador de la proporción de la población
- q = Proporción de la población de referencia, que no presenta el fenómeno en estudio (1 -p)
- E = Error máximo admisible.

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)(E^2)+Z^2pq}$$

$$n = \frac{(709)(1.64)^2(0.5)(1-0.5)}{(709-1)(0.10^2)+(1.64)^2(0.5)(1-0.5)} \quad n = \frac{476.7316}{7.08+0.6724}$$

$$n = 61.49$$

Para definir la muestra de las encuestas que se llevaron a cabo a los turistas que visitaron el DMQ e hicieron uso de la plataforma de Airbnb, se tomó como universo el número de evaluaciones realizadas por turistas a anfitriones en el DMQ en la plataforma; identificando así un total de 11.519 turistas que visitaron el DMQ a través de Airbnb. Se estableció un margen de error del 10% (0.05), un nivel de confianza del 90% (1.64) y un estimador de la población de valor 0.5. Así se obtuvo una muestra de 67 encuestas que se deberán realizar a los turistas.

Donde:

- n= Tamaño de la muestra
- N= Tamaño de la población
- Z = Nivel de confianza deseado. p = Estimador de la proporción de la población
- q = Proporción de la población de referencia, que no presenta el fenómeno en estudio (1 -p)
- E = Error máximo admisible.

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)(E^2)+Z^2pq}$$

$$n = \frac{(11,519)(1.64)^2(0.5)(1-0.5)}{(11,519-1)(0.10^2)+(1.64)^2(0.5)(1-0.5)}$$

$$n = \frac{7,745.3759}{115.18+0.6724} \quad n = 66.86$$

Para las entrevistas se seleccionó representantes de cada sector, de acorde a las necesidades de la evaluación.

1.11.2. Procedimiento de recolección de datos

En recolección de datos, se usó los perfiles de anfitriones y turistas en la plataforma de Airbnb, y por este medio, se contactó con los mismos; se envió el enlace de los formularios de encuestas a través de un mensaje de contacto por Airbnb. Las encuestas se formularon en google Drive, herramienta que ayudó al levantamiento de la información por medio virtual.

1.11.3. Tabla de análisis de datos

Se elaboró una matriz de análisis de datos, la que especifica: indicadores, tipo de datos, fuente de datos, método de recopilación de datos y método de análisis de datos. Este cuadro se desarrolló para las dos encuestas, de turistas y anfitriones, y para las entrevistas destinadas al sector hotelero, intermediación, operación, académico y para el ente estatal. Ver anexo 2

2. CAPITULO II: DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

2.1. Delimitación del área de estudio en el Distrito Metropolitano de Quito

El Distrito Metropolitano de Quito (DMQ) es un destino con paisajes escénicos que agradan al visitante y a los residentes, contiene infinidad de contrastes culturales e históricos; su arquitectura es una mezcla estilos contemporáneo y colonial. El DMQ es un lugar de oportunidades, que para ser aprovechadas requieren estrategias de desarrollo y competitividad, formulados por el ente público – privado en la ciudad. El DMQ es uno de los nodos del sistema de centralidades del país: Quito y Guayaquil. Sin embargo, goza de una independencia gracias a sus condiciones de capital política-administrativa (Secretaria de Territorio Hábitat y Vivienda, 2012).

El DMQ se desarrolla en un contexto geográfico irregular, con una vasta diversidad de recursos naturales, pisos climáticos y ecosistemas; además de sus numerosos componentes culturales y patrimoniales. En este capítulo se describirá los componentes geográficos, culturales, ambientales, y sociales del DMQ que pueden influir en su desarrollo como destino turístico. A lo largo del capítulo se llevarán a cabo preguntas que relacionen el estado del Distrito Metropolitano de Quito con sus ofertas de Airbnb.

2.1.1. Ámbito Geográfico

El Distrito Metropolitano de Quito se ubica en la cordillera occidental de los Andes, en una depresión estrecha de menos de 20 kilómetros, asentado en las cuencas del río Guayllabamba que a su vez forma parte de la cuenca alta del río Esmeraldas; tiene una superficie de 423.000 ha y un rango altitudinal de 500 hasta los 4.790 msnm. Al ubicarse en la zona ecuatorial y por poseer un relieve irregular, se caracteriza por aspectos climáticos y ambientales muy peculiares. (FLACSO & PNUMA, 2011).

La ocupación del territorio en el DMQ responde a varios procesos sociales, por esta razón se conformaron tres sectores de fácil identificación: el área central urbana que se caracteriza por ser compacta e inconclusa, el área suburbana conformada por los valles aledaños a la urbe que es aún dispersa y subocupada, y las áreas no urbanizables donde se desarrollan actividades rurales y agropecuarias (FLACSO y PNUMA, 2011). No obstante, desde 1990 se ha observado un proceso de peri-urbanización hacia el área suburbana, es decir, hacia los valles próximos del área central urbana. La tasa de crecimiento 2001-2010 del área suburbana duplica el crecimiento de la ciudad, del 4.1% respecto a 1.5% (Concejo Metropolitano de Quito, 2012).

A pesar de lo mencionado anteriormente, se identifica un marcado “hipercentro” en la ciudad, el que concentra espacios de mayor inversión pública y privada y, por lo tanto, concentra también espacios de mejor calidad en infraestructura dejando sitios más vulnerables en otras zonas de la ciudad (Consejo Metropolitano de Quito, 2015).

El Distrito está organizado en 55 parroquias de las cuales 33 son rurales y 32 urbanas. Lo rural en el Distrito no es homogéneo, está ligado principalmente a actividades productivas en los sectores primarios y secundarios (Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda, 2012). Teniendo en cuenta la organización en el territorio del DMQ, ¿cómo están distribuidas las ofertas p2p de Airbnb?, y, ¿a qué se debe esta distribución de las ofertas?

2.1.2. Ámbito Socio - económico

El Distrito Metropolitano de Quito es un lugar muy próspero, sin embargo, concentra la riqueza en pocos actores; por esta razón, las diferencias sociales y económicas entre los sectores del DMQ han generado rupturas del tejido social. Como muestra de esto, se puede observar que el 89% de establecimientos en el Distrito son micro empresas que generan un 36% de empleo y que obtienen apenas un 2.3% de ventas del total para el DMQ; mientras que el 1% de los establecimientos representan a las grandes empresas que generan el 32% de empleo y obtienen un 88,2% de las ventas. A este hecho, se le suman la distribución inequitativa de recursos, servicios, bienes y equipamiento en los distintos sectores del Distrito, dejando más desprotegidas a zonas que tiene menor desarrollo de infraestructura y en donde existe más problemas sociales, esto a pesar de que son sectores con mayor concentración de población (Consejo Metropolitano de Quito, 2015).

En el Distrito, el 23.8% de la población económicamente activa trabaja en actividades de comercio, el 14% en el sector manufacturero, el 9% en el sector inmobiliario y empresarial, el 8% en construcción y el 7.3% en transporte y comunicación (FLACSO y PNUMA, 2011).

En el territorio del DMQ, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas (NBI) aqueja al 29.7% de la población y la pobreza extrema al 7% de la población. No obstante, si se analiza solo a las zonas rurales del DMQ, la pobreza por NBI alcanza al 40% de los habitantes y por pobreza extrema al 11.3% siendo este valor más que el doble del porcentaje en el área urbana. Además, en el DMQ un cuarto de la población

de infantes de 0 a 5 años de edad presenta desnutrición crónica y la protección de adultos mayores es limitada (Consejo Metropolitano de Quito, 2015).

Este escenario para el DMQ revela que el desempleo y la pobreza están concentrados en zonas rurales y urbanas marginales de la ciudad, y vislumbra la necesidad de fortalecer sistemas productivos de encadenamiento entre micro y macro empresas que permitan que la población alcance mayor independencia económica. ¿Ayuda Airbnb a una mejor distribución del ingreso turístico en el DMQ o podría llegar a hacerlo?

A este escenario, de problemas varios de las urbes que se entrecruzan, se suma la pérdida de población residente de algunas zonas del Distrito, ¿podría Airbnb ayudar a reducir esta pérdida de población residente o también llamada gentrificación?

2.1.3. Ámbito Ambiental

Las condiciones geográficas descritas anteriormente han permitido que el DMQ sea un espacio biodiverso; constatando así la existencia de 44 ecosistemas a lo largo de todo el Distrito, algunos de estos se encuentran bajo amenaza de desaparición al interior de sus límites debido a que aproximadamente el 75% de su territorio ha sido intervenido, ocasionando así, fragmentación de ecosistemas y simplificación de comunidades bióticas (FLACSO y PNUMA, 2011). El DMQ posee 1.899 especies de plantas, 1.384 especies de fauna de las cuáles 142 especies endémicas locales, 542 especies de aves, 94 especies de mamíferos, 77 de anfibios, y 46 de reptiles. En el territorio del DMQ se encuentran 3 áreas protegidas: la Reserva Ecológica Cayambe-Coca, la Reserva Geobotánica del Pululahua y las micro-cuencas de los ríos Mashpi, Guaycuyacu y Sahuangal (Consejo Metropolitano de Quito, 2012).

No obstante, la permanencia del actual modelo expansivo urbano no solo amenaza a la fragmentación de ecosistemas y a la pérdida de biodiversidad genética, sino que también limita la regeneración de procesos naturales ya que: se ha cambiado los usos del suelo, se ha reducido la frontera agrícola, se han ampliado los monocultivos, se han otorgado concesiones mineras y ha aumentado la contaminación industrial y domiciliaria. Se estima que la tasa de deforestación para el DMQ es del 7.1% anual (Secretaría de Territorio Hábitat y Vivienda, 2012).

La huella ecológica calculada para el DMQ es de 1,77 hag. (hectáreas globales), siendo esta 9% mayor a la media ecuatoriana que es de 1,62 hag. (Consejo

Metropolitano de Quito, 2015). El 56% de esta huella ecológica es ocasionada por el sector de transporte, por la alta contaminación ambiental, el ruido y la falta de calidad del combustibles (FLACSO & PNUMA, 2011). Los datos de matriculación de la AMT, revelan que para finales del 2016 el parque automotor poseía alrededor de 400.000 vehículos. El Director de la AMT, Fausto Miranda, mencionó que para finales del 2017 la cifra llegaría aproximadamente de los 432.000 vehículos (Romero, 2017). El alto número de vehículos en el parque automotor, más la escasa planificación de movilidad ha ocasionado grandes problemas en el tránsito de la ciudad.

Con respecto al uso del agua, se puede mencionar que su consumo por habitantes es de 240 litros por día; que los cauces hídricos más contaminados son los de los ríos Machángara, Monjas y San Pedro y que tan solo el 1% de las aguas residuales son tratadas por la Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento (EPMAPS). En cuanto a la presión sonora, se ha reportado en la administración zonal (AZ) Norte 92,5 Db, seguido de la AZ Quitumbe y Eloy Alfaro con 90dB y AZ Calderón y los Chillos con aproximadamente 81dB (Secretaria de Territorio Hábitat y Vivienda, 2012). Además, existe un insuficiente servicio de gestión de residuos ya que no hay una política integradora sobre la gestión de los mismos. No se tiene una mirada al aprovechamiento de residuos y no se cuenta con las tecnologías apropiadas para el manejo de residuos y lixiviados (Consejo Metropolitano de Quito, 2015).

Sería de gran ayuda conocer indicadores de impacto ambiental calculados para los turistas que visitan el DMQ a través de Airbnb, como por ejemplo: consumo de litros de agua diaria, o kg de desechos diarios generados. Esto permitiría un análisis y valoración más profunda de los impactos del turismo p2p en la ciudad.

2.1.4. Ámbito Cultural

El Distrito Metropolitano de Quito no es solo diverso en sus componentes naturales y físicos, sino también los es el origen e identidad de sus habitantes. La autodefinición étnica es una prueba de esta diversidad, según la cual 82,7% se identifica como mestizo y el 17,3% restante como montubio, mulato, afrodescendiente, indígena o blanco; esta diversidad de autodefinición étnica puede deberse a que su población tiene una multiplicidad de orígenes. Al ser Quito uno de los sectores del país con mayores niveles de inmigración, se ha podido constatar que el 35% de sus habitantes provienen de otras

provincias como Imbabura, Cotopaxi, Chimborazo, Loja y Manabí mayormente (Concejo Metropolitano de Quito, 2012).

Muchos autores han definido a la Quito como un destino con un tejido social vivo, esto debido a que tienen una larga tradición de formar asociaciones ya sean de viviendas barriales, deportivas, de grupos juveniles, etc. No obstante, también se está hablando de una pérdida de esta tradición en la sociedad contemporánea, por lo que se está caminando hacia una falta de integración y cohesión social y también, hacia un debilitamiento de mencionado tejido social (Consejo Metropolitano de Quito, 2015).

En cuanto a la oferta cultural del DMQ, el hipercentro en la ciudad es el sector con mayor concentración de la oferta; pocos son los sectores rurales con ofertas culturales, como Chillogallo o Cotocollao, que poseen plazas, edificaciones antiguas o casas de hacienda que son hoy bibliotecas o museos. Es indiscutible que la periferia urbana norte y sur no tienen ofertas culturales importantes. Otros polos de atracción cultural son San Antonio de Pichincha, por la presencia del Monumento Mitad del Mundo u otros más contemporáneos como Bellavista, que está muy cerca del hipercentro, por la presencia de la Capilla del Hombre (Secretaria de Territorio Hábitat y Vivienda, 2012).

A pesar del crecimiento urbano del Distrito, existen elementos y referentes geográficos como las laderas del Pichincha, el Itchimbia o el Panecillo que son protegidos como parte del imaginario y de la composición de la ciudad. Otros lugares que forman parte esencial en la cultura Quiteña son el Centro Histórico, la Mariscal o la Ferroviaria los cuales se han buscado conservar ya que son parte de la identidad de la ciudad (Concejo Metropolitano de Quito, 2012).

Las construcciones del Centro Histórico, donde hay mayor concentración de edificaciones patrimoniales, que aún son posesión de residentes no tienen condiciones funcionales, ambientales, estructurales y/o legales para garantizar su estabilidad; por esta razón existe una gran inversión privada en inmuebles que han dejado de ser utilizados como vivienda, incluso se puede llegar a hablar de un proceso de gentrificación (Secretaria de Territorio Hábitat y Vivienda, 2012). En este escenario, ¿está siendo Airbnb un medio para que los turistas conozcan de primera mano la cultura Quiteña?, ¿Las viviendas p2p ubicadas en el centro histórico están obteniendo réditos económicos significativos que les ayuden a su mantenimiento patrimonial?

2.2. Importancia del turismo para el DMQ: breve panorámica

Quito posee una estructura productiva muy diversa, lo que significa que su economía no solo depende de una industria o actividad; dicha estructura productiva está conformada por productos primarios como flores o productos agrícolas, secundarios como textiles o vehículos y terciarios como servicios profesionales o inmobiliarios, etc.(Consejo Metropolitano de Quito, 2015).

Gracias a la estratégica ubicación del DMQ y a que es la capital del país, turísticamente, Quito tiene mayores oportunidades de posicionarse como el segundo destino más visitado en el Ecuador después de Galápagos. Sin embargo, se encuentra en una posición de débil competencia frente a las principales capitales y ciudades de América Latina. Para cambiar este escenario, se ha declarado al turismo como eje que pueda concebir un impulso económico a través del ingreso de divisas, reducción del déficit fiscal y generación de empleo directo o indirecto, y este accionar cobra aún más sentido con el cambio de la matriz productiva nacional en el 2014. Como menciona el Alcalde del DMQ Mauricio Rodas, se busca

convertir a Quito en una ciudad de oportunidades, con un entorno que estimule la inversión, el emprendimiento, la innovación y el desarrollo productivo, apoyando de forma especial a las micro, pequeñas y medianas empresas, de tal forma que todos los quiteños puedan tener empleo de calidad [...] particular atención tendrá el apoyo a la industria del turismo, convencidos que las maravillas que Quito tiene para ofrecer deben traducirse en un mayor número de turistas que estimulen la economía de la Ciudad y generen mayor bienestar para miles de quiteños” (Quito Turismo, 2016).

Para que el turismo se convierta en una de las actividades no petroleras con mayor aporte al PIB del país es necesario la formulación de políticas integrales e intersectoriales, así como también la alineación de esfuerzos de política pública que movilicen a todos los actores públicos y privados para que el turismo sea un importante motor de desarrollo económico y social.

Actualmente, la actividad turística a nivel nacional está regulada por la Ley de Turismo vigente desde el 27 de diciembre de 2002 y modificada el 29 de diciembre de 2014 en el Registro Oficial Suplemento 733 (MINTUR, 2014); y con la finalidad de generar y aplicar los lineamientos de desarrollo y promoción turística en el Distrito se creó la Empresa Pública Metropolitano de Gestión de Destino Turístico publicada en el Registro Oficial No.186 del 05 de mayo de 2010 (Ávila, 2017).

Gracias al esfuerzo de profesionales de turismo, durante 5 años consecutivos (2013-2017), Quito ha obtenido el premio en los WorldTravelAward a South America's Leading Destination así como también obtuvo en el 2017 el premio a South America's Leading Meetings & Conference Destination (World Travel Awards, 2017). Adicionalmente, el DMQ ha generado otros reconocimientos internacionales como: uno de los destinos más elegidos por los viajeros en el 2015 otorgado por TripAdvisor; fue elegido también para el listado de Rising Stars Destination según GogoBot en el 2015; se encuentra en el top 10 de destinos de America Latina según Global Cities Index de Mastercard, International Living también eligió a Quito como uno de los destinos con el "Mejor Clima del Mundo"; entre otros reconocimientos (Quito Turismo, 2016).

A continuación, se presentará un pequeño resumen con algunos indicadores turísticos en el DMQ:

- La actividad turística genera en el DMQ más de \$1.000 millones de dólares, este valor calculado para turismo interno más turismo receptivo. Por lo que su aporte al PIB de la ciudad de Quito está entre 4% y 5% (Quito Turismo, 2016).
- Según Quito Turismo (2018), en el 2017 el distrito recibió a 652.912 turistas, por lo que, si la tasa de crecimiento se mantuviera en el 4%, para el 2018 Quito recibirá a 678.440 turistas. Las cifras de indicadores turísticos más actuales son de 4.87 días de estancia promedio, \$112.99 de gasto medio diario y \$ 550.09 de gasto medio por visita para enero de 2017. Y finalmente se registraron en el 2017 para el DMQ 5.231 establecimientos turísticos.
- 1 de cada 10 empleos generados en el DMQ provienen del sector turístico, convirtiéndose este, en el cuarto generador de empleo del Distrito con aproximadamente 50.000 empleos directos y 180.000 indirectos (Quito Turismo, 2018).
- Quito mantiene el décimo puesto en el ranking de América del Sur y el treceavo para América Latina como destinos para organizar eventos internacionales. Por motivación de viaje, los últimos datos oficiales son los del 2015 siendo: el 49% de los viajes por ocio, recreación y vacaciones; el 10% por negocios, el 3% por reuniones, congresos y conferencias, entre otras motivaciones con menor participación (Quito Turismo, 2018d).

Quito busca también posicionarse desde el 2013, nacional e internacionalmente, en el segmento de Turismo de Reuniones. Quito Turismo ha buscado organizar, promocionar y cautivar eventos internacionales a través de: workshops de asociaciones internacionales; participación en ferias especializadas como Fiexpo, Imex, Connections o IBTM; y a través de oficinas de relaciones públicas que promocionan el destino en los mercados prioritarios como EEUU, México, Canadá, Colombia, Perú, Inglaterra, Alemania y España (Quito Turismo, 2018). Así es como, a más tardar para el año 2022 buscarán obtener el 6% del mercado en Latinoamérica para congresos y convenciones. Al mismo tiempo, en el 2017 Quito Turismo expresó que busca aumentar el aporte del sector turístico al PIB de la ciudad al 8% (Ávila, 2017).

A pesar de todos los esfuerzos, todavía es necesario mejorar elementos del sistema turístico como, por ejemplo: en el manejo de TIC, en el desarrollo de estrategias y convenios entre diferentes stakeholders, en la capacitación de mano de obra, en la infraestructura turística, en la movilidad, etc; esto puede llegar a limitar el aporte del turismo en la economía de la ciudad y del país. ¿Podría Airbnb mejorar el ingreso turístico de la ciudad a través del aumento de plazas de alojamiento, o solo ocasionaría una sobre oferta hotelera? y en caso de mejorar el ingreso turístico, ¿cómo podría Quito Turismo medir este ingreso?

2.3. Estado del sector Alojamiento en la ciudad de Quito

Los servicios de Alojamiento en el Ecuador están normados por el Reglamento de Alojamiento Turístico cuyo Registro Oficial Suplemento vigente es el 465 del 24 de marzo del 2015, y su última modificación es del 18 de febrero de 2016. Mismo donde, en el art. 12 del capítulo III, clasifica al alojamiento turístico en: hotel, hostel, hostería, hacienda turística, lodge, resort, refugio, campamento turístico y casa de huéspedes. En el art. 17 del mismo capítulo, se especifica que es opcional que los establecimientos de alojamiento accedan a una calificación o distintivo “superior” catalogada de tres a cinco estrellas; estas categorías serán otorgadas siempre y cuando se cumplan con los requisitos obligatorios (MINTUR, 2016).

Según datos de Smith Travel Research STR, para el primer semestre del 2015, América reportó un aumento de más del 6.9% en ingresos por habitación disponible (RevPAR), obteniendo un valor por \$77.9; este aumento fue impulsado por el aumento de la tarifa diaria promedio (ADR) a más de 4.8%. Sin embargo, América del Sur

obtuvo un crecimiento negativo en el RevPAR con un -1.7% lo que representa a \$68.08, esto ocasionado por una disminución del -3.3% en la ocupación (STR GLOBAL, 2015). En el caso para la ciudad de Quito, a pesar de poseer una tasa de ocupación alta, tiene un RevPAR bajo generado por una tarifa baja (Cepeda, Ramia, Endera, y Villota, 2015). El RevPAR estimado del 2017 para el DMQ es de \$35.4. A continuación se adjunta una tabla con el RevPAR estimado por categorías (Quito Turismo, 2018).

Tabla 3: Tarifa Promedio por Habitación Disponible

Datos Hoteleros	2015 (ene-dic)	2016 (ene-dic)	2017 (estimado)
Tarifa Promedio Total	39.0	35.2	35.4
Lujo	71.3	63.1	63.8
Primera	39.2	35.4	35.5
Segunda	12.0	10.7	10.9

(Elaboración propia)

Fuente: (Quito Turismo, 2018)

La tasa de ocupación hotelera (TOH) en el DMQ ha sido liderada por los hoteles de lujo teniendo en promedio estimado para el 2017 un 46.97% de ocupación; sin embargo, existe una disminución de esta tasa, en comparación con años anteriores donde la tasa superaba el 70% de ocupación. La TOH de categoría primera y segunda, es menor a la de los de lujo, siendo 48.83% y 36.61% respectivamente (Quito Turismo, 2018).

Tabla 4: Tasa de Ocupación Hotelera

Datos Hoteleros	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
Tasa de Ocupación Hotelera (TOH) en DMQ	58,00	56,91	52,65	46,51	46,97
TOH categoría lujo	73,00	71,93	64,82	56,26	57,19
TOH categoría primera	61,43	61,06	55,38	48,26	48,83
TOH categoría segunda	42,69	40,79	40,02	36,57	36,61

Fuente: (Quito Turismo, 2018d)

La tarifa promedio por habitación ocupada o “Average Daily Rate” ADR del distrito es \$73.07; siendo este valor uno de los más bajos de la región (Cepeda et al., 2015). Y la estancia promedio es de 1.54 noches (Quito Turismo, 2018).

Tabla 5: Tarifa por habitación ocupada en el DMQ

Datos Hoteleros	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
Tarifa habitación ocupada en el DMQ	\$ 73,11	\$ 74,55	\$ 74,01	\$ 75,13	\$ 73,07
Tarifa en categoría lujo	\$ 111,72	\$ 108,37	\$ 109,77	\$ 111,32	\$ 111,57
Tarifa en categoría primera	\$ 67,14	\$ 71,13	\$ 70,75	\$ 73,19	\$ 67,08
tarifa en categoría segunda	\$ 25,49	\$ 30,03	\$ 29,81	\$ 29,26	\$ 25,48
Estancia promedio en Hoteles del DMQ	1,60	1,62	1,59	1,56	1,54
Estancia promedio en Hoteles de lujo	1,68	1,72	1,71	1,67	1,68
Estancia promedio en Hoteles de primera	1,70	1,58	1,55	1,55	1,53
Estancia promedio en Hoteles de segunda	1,38	1,52	1,48	1,43	1,42

Fuente: (Quito Turismo, 2018d)

En un estudio llevado a cabo por la Universidad San Francisco de Quito sobre el estado del sector Hotelero de la ciudad, se expresa notable preocupación por el crecimiento hotelero en el Distrito. Mencionan que del 2007 al 2014 se obtuvo un crecimiento del 1.08% anualmente, sin embargo, se conoce que para el 2016 se aumentaron 900 habitaciones las mismas que tienen respaldo de inversionistas locales e internacionales como “InterContinental Hotels Group, Wyndham, Accor o EuroBuilding”; y para el 2019 esperan obtener de 700 a 800 habitaciones adicionales (Cepeda et al., 2015). Con respecto al año anterior, se obtuvo un crecimiento negativo del -9% para el 2017; es decir, de 721 establecimientos hoteleros en el 2016 a 653 en el 2017, sin embargo, esto se debe a que se extrajo del catastro turístico a la tipología de motel. Para visualizar mejor el crecimiento del sector hotelero, se puede analizar el incremento de habitaciones y plazas, siendo para el 2017 13.357 habitaciones y 26.851 plazas en el DMQ (Quito Turismo, 2018). Es necesario un crecimiento en la demanda hotelera del DMQ para que no exista una sobre oferta; al momento el DMQ recibe 700.000 visitantes al año aproximadamente, por lo que se considera que, si se mantiene en expansión el sector, la demanda deberá crecer en un 17,4% para que las tasas de ocupación se mantengan (Cepeda et al., 2015). Esto no solo es un reto para el sector hotelero, si no el sector turístico en general ya que se debe aumentar el número de turistas que ingresan al DMQ.

Tabla 6: Capacidad Hotelera por habitaciones totales

	AÑO	N° de establecimientos	Incremento de Habitaciones	Incremento de Plazas
Capacidad Hotelera por habitaciones totales	2009	476	7.919	15.838
	2010	462	8.592	17.184
	2011	475	9.324	18.648
	2012	496	10.651	21.302
	2013	585	11.794	23.588
	2014	642	12.956	25.912
	2015	713	14.286	28.572
	2016	721	14.739	29.478
	2017	653	13.357	26.851

Fuente: (Quito Turismo, 2018)

En cuanto a la relación utilidad neta / ventas, los últimos datos disponibles son del año 2013; solo los hoteles de lujo y de primera clase obtienen un porcentaje positivo, 8% y 9% respectivamente. Sin embargo, hoteles de lujo pequeños y de clase turista obtienen considerables pérdidas del -17% y -2% respectivamente. El promedio general del sector hotelero en Quito es bajo, siendo del 5% de utilidad neta sobre las ventas

(Cepeda et al., 2015). En cuanto a la elasticidad de la demanda, se conoce que para todas las categorías es inelástica, lo que significa que disminuir la tarifa no estimulará el aumento suficiente de la demanda para compensar dicha reducción; además de ocasionar daños al RevPAR. También el aumento del ADR o tarifa promedio por habitación ocupada, se traducirá en una disminución en la ocupación (Cepeda et al., 2015).

2.4. El DMQ y su relación con las TIC'S

En el último estudio del INEC del 2016 sobre la relación del Ecuador y las TIC, se encuentran los siguientes resultados: a) el 11.5% de las personas en el Ecuador son analfabetas digitales, 9.9% menos que en el 2012, b) el 56,1% de los ciudadanos tienen teléfonos activos, y de este porcentaje, el 52.9 % poseen Smartphone, c) el 36% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet (44.6% en el área urbana y 16.4% en el área rural), d) y el 25,28% de la población acceden a redes sociales (INEC, 2016).

En el caso específico del DMQ, en el Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial aprobado el 2015, se plantea tres ejes temáticos para Quito: ciudad solidaria, ciudad de oportunidades, y ciudad inteligente (Quito Turismo, 2016). En este escenario, Quito ha comenzado a publicitar su imagen como destino inteligente en ferias internacionales como la World Travel Market (WTM) o en la Internationale Tourismus-Börse (ITM) en Berlín. En estos dos encuentros, se ha promocionado el plan de posicionamiento digital 2018 del DMQ mismo que posee varios elementos como: su Nueva Plataforma Digital lanzada al mercado en febrero del 2018 y su aplicación móvil (Quito Turismo, 2018c); su networking con medios de comunicación, blogueros y actores de la industria; y otras estrategias posicionamiento como el “city placement” que se llevó a cabo en el rodaje el videoclip de “Mamacita” de CNCO (Quito Turismo, 2018).

Adicionalmente, Quito Turismo llevó a cabo del 11 al 19 de abril varios seminarios de capacitación de TIC para servidores turísticos; estas capacitaciones se desarrollaron con el objetivo de enseñar el manejo de herramientas turísticas digitales como es el caso de la Nueva plataforma Digital y aplicación móvil GoUIO (Quito Turismo, 2018).

Sin embargo, existen críticas sobre si Quito debería ya promocionarse como una ciudad inteligente. Las ciudades inteligentes buscan, a través de la incorporación de las TIC, una cohesión que alcance un desarrollo económico, social y ambiental para

mejorar la calidad de vida de la ciudadanía. Los elementos que componen a las ciudades inteligentes son: competitividad (Smart Economy), participación (Smart Governence), manejo apropiado de recursos (Smart Environment), mejor capital social y humano (Smart people), eficiente movilidad (Smart mobility) y mejor calidad de vida (Smart living) (Alvarado, 2017). Quito aún no gestiona ni implementa los elementos anteriormente mencionados, por lo que aún no puede ser considerada como una ciudad inteligente. Aun así, no debe ser vista como un modelo inalcanzable, sino como una necesidad para satisfacer requerimientos actuales, donde las TIC juegan un papel determinante para lograr que la capital sea una ciudad resiliente.

3. CAPITULO III: RESULTADOS

3.1. Oferta de Alojamiento p2p en el DMQ

En esta sección, se determinará la magnitud de la oferta p2p en la ciudad de Quito, definiendo los determinantes de la oferta propuestos por Orejuela y Sandoval en la *Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos*, y que son: políticas y regulaciones gubernamentales, insumos disponibles, precios, variaciones en la temporalidad, y precios de bienes complementarios o sustitutos (Orejuela y Sandoval, 2002).

La oferta, como menciona Parkin (2014) es más que solo contar con los recursos y la tecnología para producir u ofrecer algo. Los recursos y la tecnología son uno de las restricciones que limitan a las posibilidades de la oferta. La oferta refleja una decisión de cuáles artículos son factibles de producir u ofrecer en el mercado en base a factores como: precios de producción, precio de bienes relacionados, precios esperados en el futuro, cantidad de proveedores, la tecnología, y condiciones naturales.

Al referirnos a la oferta en un destino turístico, podemos mencionar dos factores asociados: los cluster turísticos y las cadenas de producción. Un cluster turístico es una agrupación sectorial y geográfica de empresas, en las que la competitividad de cada una depende directamente de otras, y su eficiencia depende de los vínculos organizacionales entre ellas. Las cadenas productivas son la relación entre agentes (productores, proveedores y comerciantes), recursos y procesos en lo que se adopta una estrategia común para lograr uno o varios propósitos en el sector turístico (Jiménez, 2010).

Para el cluster de alojamiento colaborativo o p2p, se han encontrado varias plataformas operando en la ciudad de Quito, como: Airbnb, Couchsurfing, Booking, Homeaway, Wimdu, HouseTrip, FlipKey, entre otras. De este modo, en la primera parte de esta sección se determinará el número de ofertas que tiene Quito para cada una de dichas plataformas. No obstante, los componentes de la oferta se establecerán tan solo para Airbnb; determinando así, no una oferta de mercado, sino una oferta individual (de un solo ofertante). Adicionalmente, se dará una breve explicación sobre el funcionamiento de las plataformas utilizadas para ofertas de viviendas p2p en Quito.

3.1.1. Páginas Web de modalidad p2p para alojamiento en el DMQ

Con el objetivo de determinar el cluster p2p en la ciudad de Quito, se buscó viviendas a través de diferentes plataformas de alojamiento colaborativo a nivel mundial como Airbnb, Windu, Homeaway, Nightswapping, Couchsurfing, BeMate, Booking,

HouseTrip, FlipKey, Housecares, AlterKeys, Wonowo, Likibu y HomeExchange. De las 14 plataformas de búsqueda, 10 son utilizadas para ofertar servicios de alojamiento en el DMQ como se verá a continuación.

3.1.1.1. Couchsurfing:

Es una plataforma de turismo colaborativo que inició en el 2004. Actualmente la plataforma opera en más de 200.000 ciudades con una comunidad de aproximadamente 14 millones de personas (Couchsurfing International, Inc., 2017). Couchsurfing es una plataforma en la que las personas pueden poseer un perfil, parecido a una red social. El viajero, puede contactar con personas locales y hacer citas, no solo para alojarse en sus hogares, sino también para dar un paseo y conocer la ciudad. Esta es una de las pocas plataformas en las que no existe ningún intercambio monetario, y la que más se apega a lema del turismo colaborativo: compartir experiencias, cultura, conocimiento, y de este modo, aprender el uno del otro.

Para junio del 2018, se han registrado en el Ecuador 32.916 perfiles de anfitriones, y para Quito 13.630. Sin embargo, hay que recordar que no todas estas personas aceptan visitas en sus hogares, ya que también los anfitriones puedes contactar con visitantes para ir por un café o para guiarlos por la ciudad (Couchsurfing International, Inc., 2018).

3.1.1.2. Booking.com:

Es una de las más grandes empresas de e-commerce para alojamiento en el mundo, fue fundada en 1996 en Ámsterdam. La plataforma ofrece más de 28.812.832 opciones de alojamiento, en más de 136.165 destinos de 228 países; por esta razón la plataforma se puede encontrar en más de 40 diferentes idiomas. Booking.com busca “poner el mundo al alcance de todos” a través de tecnología que conecte ofertas variadas de alojamiento con los viajeros. En la plataforma se puede encontrar alojamientos para todo gusto; desde casas, departamentos o bed and breakfast, hasta resorts de lujo, casas en árboles o incluso iglús (Booking.com, 2018). No todas las ofertas de Booking.com son de alojamiento colaborativo.

En la actualidad, junio 2018, Booking oferta en Quito aproximadamente 750 alojamientos siendo este el destino en el Ecuador con mayor número de ofertas (Guayaquil tiene 294 alojamientos, Baños 136 alojamientos, Cuenca 227 alojamientos).

Sin embargo, comparado con otros destinos en América Latina, Quito no tiene tantas ofertas; Bogotá, por ejemplo, tiene 1.381 alojamientos (Booking.com, 2018).

3.1.1.3. HomeAway:

Es una start up que busca facilitar al mercado una plataforma completa, segura y de fácil uso para el alquiler de viviendas colaborativas, cuya base de operación está en Austin, Texas. El grupo HomeAway, Inc. es una red global de páginas de alquiler con más de 560.000 anuncios en más de 140 países. El Grupo HomeAway está conformado en América por otras páginas web como: CyberRentals, GreatRentals, A1Vacations, TripHomes, VRBO, Vacationrentals, entre otras (HomeAway, Inc., 2018b). Para junio del 2018, se registran en Quito 187 propiedades ofertadas a través de la plataforma (HomeAway, Inc., 2018).

3.1.1.4. Wimdu:

Es una plataforma de alojamientos colaborativos, fundada en el 2011 por Arne Bleckwenn y Hinrich Dreiling en Alemania. Wimdu basa su idea de negocio en los pequeños “descubrimientos locales” que convierten a las vacaciones en algo especial. La plataforma ofrece más de 350.000 propiedades en más de 150 países. Lo interesante de esta plataforma es que los criterios de calidad no se limitan a los comentarios de usuarios de las viviendas, sino que también consta con dos verificaciones: la primera una in situ que garantiza la calidad de la vivienda a través de un primer control de la propiedad, y la segunda que es una verificación 365, que es un control de las propiedades durante todo el año para asegurarse que se mantiene la calidad de las mismas. La verificación in situ más la verificación 365 y más los comentarios de los huéspedes conforman lo que Wimdu llama el *Triple Check* (Wimdu, 2018). Para la ciudad de Quito, en junio 2018, se han encontrado en 31 ofertas, de las cuales 16 son departamentos, 6 casas y 9 habitaciones privadas (Wimdu, 2018).

3.1.1.5. FlipKey:

Esta plataforma colaborativa fue creada en el 2007 y se unió a TripAdvisor Rentals en el 2009. TripAdvisor Rentals incluye también otras plataformas colaborativas como Holiday Lettings, Niumba, Vacation HomeRentals y HouseTrip. Las ofertas de FlipKey tienen mayor posibilidad de ser rentadas gracias a que también son exhibidas en la plataforma de TripAdvisor Rentals (FlipKey, Inc., 2018).

Durante la investigación, junio del 2018, se han encontrado 182 propiedades registradas en FlipKey en la ciudad de Quito, mismas que son 120 apartamentos, 2 villas, 2 cottages (casa de campo), 19 casas, 1 penthouse, 9 habitaciones privadas, 3 casas de huéspedes, entre otras. De las 182 ofertas, 36 de las ofertas de FlipKey en Quito tienen facilidades de acceso para sillas de ruedas, 29 permiten fumadores, 13 tienen piscinas, 62 tienen balcones o terrazas, 135 poseen internet, 19 tienen jacuzzi, 45 tienen área de BBQ, 16 poseen sauna, etc. (FlipKey, Inc., 2018).

3.1.1.6. HouseTrip:

Esta plataforma colaborativa se fundó en el 2005 con el objetivo de ayudar a que los viajeros encuentren el alquiler vacacional perfecto, y que los propietarios de alojamientos obtengan más reservas. En el 2013, HouseTrip obtiene el apoyo y se convierte en una plataforma de TripAdvisor Rentals. HouseTrip, al igual que otras plataformas de TripAdvisor Rentals, obtiene dos comisiones: la primera del 8 al 14,5% de la renta establecida por el propietario de la vivienda, misma que es cargada al viajero; y la segunda del 3% de la reserva que es cargada al propietario de la vivienda. Los alojamientos aquí ofertados se publican en la plataforma de HouseTrip y en la de TripAdvisor, obteniendo así, mayores oportunidades de ser visibles a la demanda (TripAdvisor, Inc., 2018).

En la ciudad de Quito, se han registrado 188 propiedades de oferta a través de HouseTrip, las cuales se encuentran en Alangasí, Cumbayá, Nayon, Puembo, San Antonio de Pichincha y Tumbaco. Del mismo modo, hay que recordar que las ofertas en esta plataforma no son todas de alojamiento colaborativo ya que también se ofertan espacios en hostales; sin embargo, la oferta por tipo de alojamiento es variada: desde apartamentos y casas enteras hasta casas de campo, villas o granjas (TripAdvisor, Inc., 2018).

3.1.1.7. HomeExchange:

Es una plataforma de intercambio de casas iniciada por el pionero Ed Kushins en 1992.. La plataforma conecta viajeros con ideas y gustos afines para realizar intercambios de hogares, de este modo el alojamiento para ambos viajeros se vuelve gratuito. La plataforma consta con más de 65.000 perfiles de personas interesadas en intercambios; se han llevado a cabo más de 1 millón de intercambios en más de 150









países (HomeExchange.com, 2018a). Para la ciudad de Quito, se han encontrado 7 usuarios interesados en realizar intercambios de vivienda (HomeExchange.com, 2018).

También existen buscadores de economía colaborativa en turismo, lo que significa que plataformas como Wonowo o Likibu buscan en plataformas como Booking, Airbnb, Homeaway, etc. simultáneamente con el objetivo de que el turista pueda encontrar con mayor facilidad la vivienda ideal para su hospedaje; sin embargo, Wonowo por ejemplo, no solo es destinada a alojamiento, sino también para otros servicios turísticos como transporte (Wonowo, 2016). Para la ciudad de Quito, en el buscador colaborativo de Likibu se han hallado 1026 propiedades (Likibu, 2018).

3.1.1.8. Airbnb

Para la ciudad de Quito, entre enero y marzo del 2018, se han inventariado 789 ofertas de viviendas p2p; sin embargo, después de analizarlas una por una, se encontraron algunas viviendas con más de una oferta en la plataforma. Esto significa que los anfitriones en Quito, por motivos varios, crearon varios perfiles de oferta para una misma vivienda. Por esta razón, eliminando perfiles duplicados, se ha obtenido una base de datos de 709 viviendas para Airbnb.

Tabla 7: Ofertas disponibles de Alojamiento Turístico p2p en el DMQ para el mes de julio de 2018.

Plataformas	Número de Ofertas
Couchsurfing 	13.630
Likibu  Likibu (buscador de oferta p2p)	1026
Airbnb 	789
Booking.com 	750
HouseTrip 	188
FlipKey 	182
HomeAway 	187
Wimdu 	31
HomeExchange	7
(Elaboración propia)	

3.2. Oferta de Airbnb en Quito

El estudio de la oferta turística es importante en la microeconomía de un destino, la teoría de la oferta analiza causas y motivaciones para que productores o empresarios ofrezcan cierta cantidad de productos o servicios a un precio y momento determinado (Méndez Morales, 2011).

De este modo, para poder determinar la oferta de Airbnb, se desarrolló una base de datos con los registros disponibles de cada anfitrión que operó en el DMQ entre enero y marzo del 2018. Es importante mencionar que según los datos calculados en AirDNA el DMQ tiene un total de 8.338 ofertas registradas en la plataforma, de las cuales 5.200 son alquileres activos, es decir, que los anfitriones han tenido registro de actividad en los últimos meses. Sin embargo, para el estudio se incluyó solo a los 709 alojamientos que estuvieron disponibles para reservas durante los meses de enero, febrero y marzo.

Se registró uno por uno los servicios que ofertan los alojamientos disponibles: tarifa por noche, los reviews de los visitantes, idiomas en los que se atiende al turista, barrios donde se ubican las viviendas, índices de respuesta, tipo de alojamiento, fechas de registro en la plataforma, número de plazas, número máximo de huéspedes, las políticas de comportamiento y políticas de cancelación.

Bai y Law, (como se citó en Tapia, 2015), han constatado que las características de una plataforma web influyen en la satisfacción de sus usuarios; la calidad del sitio web impacta directamente y positivamente en las intenciones de compra y reservas en línea.

En este sentido, otra tarea prioritaria para analizar la oferta, fue el determinar que variables son indispensables para la promoción y comercialización de la oferta p2p en Quito; para esto se utilizó los siguientes documentos: *Success Factors for Destination Marketing Web Sites: A Qualitative Meta-Analysis* (Park y Gretzel, 2007) y el documento *Factores de calidad en sitios web de destinos turísticos: estado de la cuestión* (Tapia, 2015).

Por consiguiente, para este estudio se establecieron 9 variables a analizar: facilidad de uso, capacidad de respuesta, cumplimiento, seguridad y privacidad, personalización, aspecto visual, calidad de la información, confianza, e interactividad. Estas variables han sido valoradas en una escala del 1 al 5, siendo uno el valor más bajo y 5 el más alto. Cabe mencionar que este análisis se basó la observación de la plataforma por parte del evaluador, mismo que ha intentado ser lo más objetivo posible. Esta actividad se llevó a

cabo ya que es necesario valorar la calidad del sitio web del destino Quito y de sus perfiles, así como la capacidad persuasiva de las estrategias de comunicación.

En la tabla N° 8, se visualiza el análisis de las mencionadas variables analizadas, junto con la justificación por la calificación otorgada. Después del análisis podemos sintetizar que la plataforma tiene puntajes altos en los componentes de facilidad de uso, aspecto visual, seguridad y privacidad, confianza e interactividad; esto se debe a que las políticas de privacidad y de cancelación son bastante rigurosas, protegiendo a turistas y anfitriones; y también se debe a que el diseño de la plataforma permite una excelente navegabilidad y comunicación. Sin embargo, en la variable de cumplimiento, los componentes de precisión de promesas de servicio o de facturación recibieron puntajes bajos ya que la plataforma no cuenta con ningún medio de verificación de la información que el anfitrión publica en la plataforma sobre la vivienda, por lo que se ha ocasionado duplicidad de ofertas de la misma vivienda.

En la base de datos elaborada con todas las ofertas disponibles en la plataforma de Airbnb entre los meses de enero y marzo de 2018 y una vez sustraído los perfiles duplicados, la base de datos posee un total de 709 viviendas como el universo de ofertas colaborativas a través de Airbnb. Estas 709 viviendas presentan las siguientes características:

- el 20,7% de los anfitriones (147) en la ciudad de Quito son Superhost. Estos son anfitriones que cumplen con ciertos objetivos de rendimiento en la plataforma como: completar al menos 10 reservaciones de alojamiento, mantener un índice de evaluación de 50% o más, mantener un índice de respuesta de 90% o más, no haber cancelado ninguna reserva, u obtener al menos el 80% de las evaluaciones 5 estrellas (Airbnb, 2018). De los 147 superhost del DMQ, el 79% se registraron en la plataforma en los años 2014, 2015, y 2016; dichos superhost están concentrados en los sectores de Iñaquito (27.9%), Centro Histórico (15%), La Mariscal (10.2%), y La Pradera (10.2%) Ver Anexo 4.2. y 4.3.
- Tan solo el 2% de los anfitriones poseen un cogestor de la vivienda

Tabla 8: Análisis de los factores exitosos para la promoción y comercialización de productos y servicios en Airbnb

FACTORES EXITOSOS DE EVALUACIÓN DE PÁGINAS WEB						
Análisis de Airbnb Quito						
	1	2	3	4	5	Comentarios
1. Facilidad de uso						
1.1. Accesibilidad					x	La plataforma posee una gran facilidad para acceder desde el navegador de google, tanto para anfitriones como para turistas, además que cualquier persona puede convertirse en usuario de la plataforma.
1.2. Navegabilidad					x	La plataforma posee una gran facilidad para que el usuario pueda desplazarse entre las páginas del sitio web de Airbnb, las interfaces ayudan a que el usuario responda: ¿En dónde estoy?, ¿en dónde he estado? y ¿a dónde voy?
1.3. Estructura lógica de la página				x		Airbnb posee un diseño muy lógico y de fácil entendimiento: descripción del departamento, servicios, plazas, reglas de departamento, cancelaciones, disponibilidad, etc. Sin embargo, durante la investigación, 3 veces se ha cambiado dicho diseño, lo que no siempre es tan recomendable.
2. Capacidad de respuesta						
2.1. Servicio de correo electrónico					x	El servicio de respuesta a través de correo electrónico no es inmediato, tarda de 24 a 48 horas la atención
2.2. Respuesta a las reservas en línea					x	El promedio de respuesta de los anfitriones en la ciudad de Quito es de 97,51% con una desviación estandar no muy dispersa de 8,25%
2.3. Información de contacto	x					Por políticas de privacidad, el turista no puede acceder a información de los anfitriones antes del pago de la reserva
2.4. Disponibilidad de funciones de ayuda					x	Las funciones de ayuda aceptan mensajes las 24h del día sin embargo, hay algunos medios más eficientes que otros por ejemplo Airbnbhelp que responden en menos de 2 horas de emitido el mensaje.
3. Cumplimiento						
3.1. Precisión de las promesas de servicio			x			La plataforma no cuenta con ningún medio de verificación si lo prometido por los anfitriones se cumple. Solo se limita a las reseñas que dejan los visitantes
3.2. Precisión de facturación	x					No posee procesos de facturación
3.4. Proceso de reservas en línea y confirmación					x	El proceso de reservas en línea es bastante sencillo y rápido gracias a la aplicación para celular; además que si un anfitrión tiene una solicitud de reserva la llega un mensaje de texto o un e-mail de inmediato, agilizando así, la reserva.
4. Seguridad y privacidad						
4.1. Protección de información durante la transacción					x	Airbnb tiene procesos muy rigurosos de protección de la información del turista durante el pago de la reserva, por esto es una de las plataformas colaborativas más utilizadas
4.2. Seguridad de las reservas en línea					x	La plataforma cuida tanto al turista como a los anfitriones con políticas de cancelación muy claras, mismas que pueden ser flexibles (reembolso del 100% si se cancela la reserva con un día de anticipación), moderadas (reembolso del 100% si se cancela la reserva con 5 días de anticipación), y estricta (reembolso del 100% si se cancela la reservación con 7 días de anticipación).
4.3. Declaración de privacidad					x	Las políticas de Airbnb son muy claras, y protegen la información del turista y de los anfitriones hasta que la transacción de la reserva este realizada.
4.4. Confidencialidad					x	Las políticas de Airbnb son muy claras, y protegen la información del turista y de los anfitriones hasta que la transacción de la reserva este realizada.

Continuación tabla 8.

FACTORES EXITOSOS DE EVALUACIÓN DE PÁGINAS WEB						
Análisis de Airbnb Quito						
	1	2	3	4	5	Comentarios
5. Personalización						
5.1. Atención personalizada o individualizada				x		En el caso de ser necesario, el turista puede comunicarse con el anfitrión directamente a través de la plataforma, en el caso de tener dudas; y los anfitriones pueden comunicarse con el personal técnico de la plataforma para solucionar inquietudes.
5.2. Personalización de ofertas	x					Las ofertas no son destinadas por segmentos del mercado
6. Aspecto visual						
6.1. Atrayente				x		La plataforma tiene distintas estrategias de promoción y comercialización eficientes. Ej. A través de publicidad de fb, con diseños muy atractivos.
6.2. Estética				x		La plataforma tiene un diseño muy estético y de fácil entendimiento.
6.3. Transmiten la imagen corporativa				x		La plataforma transmite con claridad la misión colaborativa de la plataforma.
7. Calidad de la información						
7.1. Precisión de la información			x			A pesar de que muchas ofertas de alojamiento tienen información muy certera, la plataforma no cuenta con medios de verificación de dicha información proporcionada por los anfitriones
7.2. Unicidad de la información		x				La plataforma no controla perfiles de anfitriones duplicados, por lo que no existe unicidad de la información de las ofertas de algunas viviendas en Quito. (789 perfiles en total, con un total de 80 duplicados)
7.3. Variedad					x	La oferta de alojamientos en la ciudad de Quito es muy variada, desde tiendas de campaña hasta departamentos lujosos.
8. Confianza						
8.1. Reconocimiento de marca				x		Airbnb es una de las plataformas de alojamiento colaborativo más conocidas a nivel mundial.
8.2. Credibilidad				x		La credibilidad depende también de los anfitriones, pero no existe ninguna medida tomada para controlar que lo que se ofrezca se cumpla.
9. Interactividad						
9.1. Preguntas frecuentes				x		Airbnb cuenta con una lista de preguntas frecuentes muy útiles para los anfitriones y turistas.
9.2. Foros				x		A través de su página Community Airbnb, anfitriones y turistas pueden formar foros de discusión, sin embargo, en Latinoamérica no se utiliza mucha esta plataforma
9.3. Chats en línea				x		plataforma
9.4. Comunidades virtuales				x		A través de su página Community Airbnb, anfitriones y turistas pueden formar comunidades en línea, sin embargo, en Latinoamérica no se utiliza mucha esta plataforma

(Elaboración propia)

- El 23.6% de las viviendas colaborativas de la plataforma se ubican en el barrio de Iñaquito, el 8.6% en el barrio de La Pradera, el 7.9% en el barrio de El Batán, el 7.1% en La Mariscal, el 6.6% en el Centro Histórico, el 6.5% en la González Suarez, entre otros sectores con menor frecuencia. Ver Anexo 4.3. Se puede resumir que la mayoría de las viviendas p2p en Airbnb del DMQ se ubican en barrios del hipercentro, los que concentran mayor inversión pública y privada.

- Como se observa en la tabla 9, el 45.7% de los anfitriones del DMQ poseen una puntuación de 5 estrellas, siendo esta el puntaje más alto de calificación que puede otorgar un turista; sin embargo, el 40,5% de los anfitriones no tiene ninguna calificación, lo que puede deberse a que no han tenido reservas, o que los turistas no han realizado la evaluación después de su viaje.

Tabla 9: Calificación a los Anfitriones

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	3,5 estrellas	2	,3
	4 estrellas	6	,8
	4,5 estrellas	90	12,7
	5 estrellas	324	45,7
	Sin calificar	287	40,5
	Total	709	100,0
(Elaboración propia)			

- Con respecto a las políticas de cancelación, el 51.6% de los anfitriones mantienen una política de cancelación flexible, seguido por el 27.2% de anfitriones con política moderada. Es decir, más de la mitad de los anfitriones del DMQ realizan un reembolso total del pago de Airbnb si la cancelación de la reserva se lleva a cabo al menos con 24 horas de anticipación. Ver tabla 10.

Tabla 10: Estadísticos de Políticas de Cancelación

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Estricta	149	21,0
	Flexible	366	51,6
	Moderada	193	27,2
	No especifica	1	,1
	Total	709	100,0
(Elaboración propia)			

- Como se observa en la tabla 12, el promedio del índice de respuesta de los anfitriones del DMQ es del 97.51%. Cabe mencionar que el 11.57% de los anfitriones, 82 ofertas, no tienen calculado un índice de respuesta; por esta razón se calculó datos estadísticos sobre los 627 anfitriones con información disponible. Es decir, el índice de 97,51% representa la rapidez y frecuencia con la que los anfitriones responden consultas y solicitudes de reserva en el DMQ.

Tabla 11: Estadísticos índice de respuesta

N	Válido	627
	Perdidos	0
Media		,9751
Mediana		1,0000
Moda		1,00
Desviación estándar		,08253
Varianza		,007
Mínimo		,33
Máximo		1,00
(Elaboración propia)		

3.2.1. Determinantes de la oferta

3.2.1.1. Insumos Disponibles

Se enlistará a continuación los servicios que se incluyen dentro de la oferta p2p o colaborativa en el DMQ a través de la plataforma Airbnb.

- El 74.33% de las ofertas colaborativas del distrito son departamentos enteros, el 22.14% son habitaciones privadas, el 2.96% casas enteras, entre otros tipos de alquiler con menor representación en la oferta p2p. Es decir, $\frac{3}{4}$ del grupo de anfitriones de DMQ no comparten vivienda con los huéspedes durante su visita, como se observa en la tabla 13.

Tabla 12: Tipo de Alquiler de las viviendas p2p

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Tienda	2	,3
	Casa Entera	21	3,0
	Departamento Entero	527	74,3
	Habitación Compartida	2	,3
	Habitación Privada	157	22,1
	Total	709	100,0
(Elaboración propia)			

- Como se observa en la tabla 14, el 68.5% de los anfitriones del DMQ afirman tener la habilidad de atender a turistas en otro idioma distinto al español. De este porcentaje, el 67.4% habla inglés, el 10.9% francés, el 6.9% alemán, el 5.2% italiano, el 5.2% portugués, entre otros idiomas como se ve en la tabla. De los 482 anfitriones que hablan inglés, 364 son aquellos que ofertan departamentos enteros; algo importante de mencionar es que en su mayoría los anfitriones que hablan otros idiomas, no son superhost, por ejemplo, de los 482 anfitriones que hablan inglés, 358 no son superhosts. Ver Anexo 5.1 y 5.2.

Tabla 13: Idiomas de Atención en las viviendas colaborativas

Idiomas		Respuestas		Porcentaje de casos
		Casos	Porcentaje	
	Alemán	49	6,9%	10,1%
	Chino	2	0,3%	0,4%
	Francés	78	10,9%	16,0%
	Holandés	11	1,5%	2,3%
	Inglés	482	67,4%	99,2%
	Italiano	37	5,2%	7,6%
	Japonés	1	0,1%	0,2%
	Noruego	4	0,6%	0,8%
	Portugués	37	5,2%	7,6%
	Ruso	9	1,3%	1,9%
	Sueco	1	0,1%	0,2%
	Ucraniano	4	0,6%	0,8%
Total		715	100,0%	147,1%

(Elaboración propia)

- El 95.3% de los anfitriones cuentan en sus viviendas con servicios de internet.
- Como se indica en la tabla 15 y 16, el 99.7% de los anfitriones ofertan servicios complementarios. El 95.6% de las viviendas con servicios complementarios ofertan cocina, el 80% ofertan tv, el 76.7% lavadora, el 71.1% estacionamiento, el 70.1% estudio, el 62% ascensor, etc.

Tabla 14: Servicios Complementarios Ofertados en Airbnb en la ciudad de Quito

Servicios complementarios		Respuestas		Porcentaje de casos
		Casos	Porcentaje	
	Ascensor	438	8,9%	62,0%
	Cocina	676	13,7%	95,6%
	Estacionamiento	503	10,2%	71,1%
	Piscina	57	1,2%	8,1%
	Chimenea interior	55	1,1%	7,8%
	Jacuzzi	61	1,2%	8,6%
	Gimnasio	176	3,6%	24,9%
	Estudio	501	10,2%	70,9%
	Acceso personas discapacitadas	60	1,2%	8,5%
	Tv	566	11,5%	80,1%
	Cable	202	4,1%	28,6%
	Netflix	45	0,9%	6,4%
	Admisión mascotas	70	1,4%	9,9%
	Aire Acondicionado	14	0,3%	2,0%
	Apto para familias y niños	59	1,2%	8,3%
	Apto para eventos	37	0,8%	5,2%
	Desayuno	104	2,1%	14,7%
	Calefacción	128	2,6%	18,1%
	Apto para fumadores	83	1,7%	11,7%
	Lavadora	542	11,0%	76,7%
	Secadora	407	8,3%	57,6%
	Portero	147	3,0%	20,8%
Total		4931	100,0%	697,5%

(Elaboración propia)

Tabla 15: Servicios Complementarios Ofertados en viviendas p2p en la ciudad de Quito por Tipo de Alquiler

	Ascensor	Cocina	Estacionamiento	Piscina	Chimenea	Jacuzzi	Gimnasio	Estudio	Acceso discapacitados	Tv	Cable	Netflix	Admisión mascotas	Aire Acondicionado	Apto para familias y niños	Eventos	Desayuno	Calefacción	Apto para fumadores	Lavadora	Secadora	Portero	Total
Tienda	0	2	2	0	1	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	2	1	0	2
Casa Entera	0	21	14	1	6	1	0	14	2	15	3	1	2	1	1	1	5	7	2	12	10	1	21
Departamento Entero	368	507	398	50	33	48	158	374	47	450	170	43	45	10	36	18	41	103	38	403	316	117	525
Habitación Compartida	0	2	2	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	2	0	2
Habitación Privada	70	144	87	6	15	12	17	109	11	98	29	1	23	3	22	17	55	18	42	123	78	29	157
	438	676	503	57	55	61	176	501	60	566	202	45	70	14	59	37	104	128	83	542	407	147	707
(Elaboración propia)																							

- El 50% de las viviendas p2p ofertan 1 habitación, el 50% superior oferta 2 habitaciones hasta un máximo de 5. En total, se han contabilizado 1.070 habitaciones disponibles durante la investigación en viviendas p2p para el DMQ. Ver Anexo 5.3.
- El 75% de los establecimientos registrados ofertan de 1 a 2 plazas, y el 25 % restante ofertan de más de 2 hasta 16 plazas. En total para el DMQ se han contabilizado 1.327 plazas de alojamiento colaborativo. Cabe recalcar que este número de plazas fue calculado para el número de ofertas disponibles en los meses de estudio. Teniendo en cuenta la contabilización de viviendas activas de AirDNA y si estimamos en base a la media de dos plazas por oferta, se puede afirmar que la oferta colaborativa de Airbnb aporta aproximadamente con 10.400 plazas de alojamiento. No obstante, el número de plazas ofertadas por varios anfitriones no concordaban con el número máximo de huéspedes que aceptaban en el hogar, como se verá en la tabla siguiente.

Tabla 16: Estadísticos de N° de plazas de alojamiento colaborativo p2p

		N° Max de Huéspedes	N° de Plazas ofertadas
N	Válido	709	709
	Perdidos	0	0
Media		3,22	1,87
Mediana		3,00	2,00
Moda		2	1
Desviación estándar		1,658	1,201
Varianza		2,748	1,443
Mínimo		1	1
Máximo		16	16
Suma		2286	1327
Percentiles	25	2,00	1,00
	50	3,00	2,00
	75	4,00	2,00
(Elaboración propia)			

3.2.1.2. Precios

Como se divisa en la tabla 18, la media ponderada de la tarifa por noche y por pax de las viviendas p2p en la ciudad de Quito es de \$33.60, sin embargo, existe una alta dispersión de los datos ya que se puede encontrar alojamientos desde \$9 hasta otros de \$350 la noche. Existe en la base de contabilización de viviendas un dato perdido ya que al anfitrión no había registrado en su perfil la tarifa por noche de la vivienda. El ADR de Airbnb es menos de la mitad del ADR del sector hotelero formal (\$73.07).

Tabla 17: Estadísticos de Tarifa promedio por pax

		Tarifa por noche
N	Válido	708
	Perdidos	1
Media		33,6045
Mediana		30,0000
Moda		25,00
Desviación estándar		22,12761
Varianza		489,631
Mínimo		9,00
Máximo		350,00
Percentiles	25	20,0000
	50	30,0000
	75	40,0000
(Elaboración propia)		

Puesto que la tarifa por pax varía según el tipo de alquiler, se procedió a hacer un análisis de tarifa por tipo de alquiler como se divisa en la tabla adjunta. La mayor dispersión de datos se da en las ofertas de casas, con una desviación estándar de \$72.13.

Tabla 18: Estadísticos Tarifa por persona según el Tipo de Alquiler

		Departamento entero	Casa	Habitación Compartida	Habitación Privada	Tienda
N	Válido	526	21	2	157	2
	Perdidos	1	0	0	0	0
Media		37,7072	46,6190	10,0000	18,5924	20,000
Mediana		35,0000	25,0000	10,0000	15,0000	20,0000
Moda		25,00	15,00 ^a	10,00	10,00	10,00 ^a
Desviación estándar		17,95863	72,13007	,00000	12,22595	14,14214
Mínimo		10,00	12,00	10,00	9,00	10,00
Máximo		130,00	350,00	10,00	120,00	30,00
Percentiles	25	25,0000	15,5000	10,0000	12,00	10,0000
	50	35,0000	25,0000	10,0000	15,00	20,0000
	75	45,0000	50,0000	10,0000	20,00	.
(Elaboración propia)						

3.2.1.3. Políticas y regulaciones gubernamentales

En el Art. 24 y 66 de la Constitución de la República del Ecuador del 2008 reconoce el derecho de las personas a vivir una vida digna y, por lo tanto, que tenga acceso, entre otros, al descanso y ocio, mismos que pueden ser practicados a través de actividades turísticas (Constitución del Ecuador, 2018). En este sentido, según la Ley de Turismo vigente, en el Art. 15 y 16 estipula que el Ministerio de Turismo es el ente, que conjuntamente con organismos sectoriales, deberá regular a nivel nacional, planificar, promocionar, levantar información estadística, controlar las actividades turísticas, entre otras competencias (Ley de Turismo, 2014). Bajo estos y otros antecedentes legales, surge con acuerdo ministerial 24 el Reglamento de Alojamiento Turístico, cuya última modificación fue el 18 de febrero de 2016. Mencionado Reglamento es el cuerpo normativo que especifica los parámetros a los cuales debe regirse la actividad de alojamiento en el país, dichos parámetros responden a estándares técnicos que buscan generar una oferta de calidad (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2016).

A pesar de existir este cuerpo legal que norma la actividad de alojamiento, no existe en ninguna sección normativa para viviendas colaborativas. No obstante, se hablará de las normas generales que todo establecimiento de alojamiento debe cumplir; además también se hablará de las normativas para establecimientos de categoría única, conformados por refugios, casa de huéspedes y campamentos turísticos, mismos que son la tipología que más se asemeja a la oferta colaborativa.

Normativa que todo establecimiento de alojamiento debe cumplir

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016), en el Art. 4 especifica que, para ejercer las actividades de alojamiento, los establecimientos deberán poseer registro de turismo y la licencia única anual de funcionamiento, así como sujetarse a demás normativa vigente.

En mencionado Reglamento, en el Art. 7 y 8 se especifica el proceso y los requisitos para obtener el Registro Turístico. El empresario debe seguir el sistema digital de la Autoridad Nacional de Turismo, mismo que cumplido todos los requisitos, emitirá un certificado de registro. A continuación, se enlista los requisitos necesarios para el registro.

- Escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos,
- Nombramiento del representante legal,
- Registro Único de Contribuyentes,
- Cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal,
- Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento
- Inventario valorado de activos fijos
- Pago del uno por mil sobre activos fijos
- Cumplir con disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual para el uso del nombre comercial

Para la adquisición de la Licencia Anual de Funcionamiento, la Autoridad Nacional de Turismo o el Gobierno Autónomo Descentralizado al que se haya transferido la competencia, deberá poseer una herramienta en línea que otorgue la mencionada Licencia. Se enlista a continuación los requisitos para su emisión:

- Registro de Turismo
- Pago de impuesto predial
- Activos de la empresa debidamente declarados en el impuesto a la renta
- Pagos por concepto de renovación de licencia, de ser el caso.
- Estar al día con el pago de obligaciones impuestas por ley.

Existen competencias que han sido transferidas a los Gobiernos Autónomos Descentralizados. Con base en la Constitución de la República y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, se creó el Sistema Nacional

de Competencias con el objetivo de organizar las instituciones y sus competencias según cada nivel de gobierno. En este sentido, en el Registro Oficial Suplemento 718 del 23 de marzo de 2016, titulado Facultades a Gobiernos Autónomos Desarrollo Actividades Turísticas, en los que corresponde a este estudio, se menciona en la Sección II las facultades de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales y Metropolitanos. En cuya circunscripción territorial deberá planificar, regular, controlar, y gestionar actividades turísticas (Art. 9, 10, 11, 12, 13). A continuación, se resumen las que atañen al estudio: Según el Art. 12 los GADs deberán,

[...] controlar que los establecimientos turísticos cumplan con la normativa nacional, cantonal, vigente [...] establecer mecanismo de protección turística [...] otorgar y renovar la licencia única anual de funcionamiento [...] Controlar y vigilar la prestación de servicios de los servicios que hayan obtenido la licencia (Consejo Nacional de Competencias, 2016)

Normativa de establecimientos similares a la oferta colaborativa

En los Art. 20, 21, 22, y 23 de la Sección II del Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) se habla de alojamientos de tiempo compartido o time sharing, mismos que estipulan que estos establecimientos deberán obtener el registro turístico y la licencia única de funcionamiento, además, deberán poseer contratos que incluyan cláusulas de fácil comprensión para los clientes.

El Reglamento de Alojamiento turístico (2016) posee un documento de anexos en los que se especifica las condiciones mínimas con las que se debe cumplir los establecimientos de alojamiento según su categoría. Según el Art. 12 de mencionado reglamento, los establecimientos de alojamiento pueden ser clasificados en: Hotel (H), Hostal (HS), Hostería (HT), Hacienda Turística (HA), Lodge (L), Resort (RS), Refugio (RF), Campamento Turístico (CT), y Casa de Huéspedes (CH). La clasificación que más se asemeja a las ofertas colaborativas son aquellos considerados dentro de la categoría única, mismo que son: RF, CT, y CH. Se adjunta en el Anexo 6 una tabla con los requisitos obligatorios para establecimientos de categoría única.

Normativas Laborales

El cuerpo legal que regula las actividades laborales es el Código del Trabajo; modificado por última vez el 26 de septiembre de 2012 con Registro Oficial Suplemento 167. En este cuerpo legal podemos encontrar estipulado cuales son los

derechos laborales de los trabajadores en el país (Congreso Nacional, 2012), no obstante en la oferta p2p, esta normativa no se cumple.

- Según el Art. 42 del Código del Trabajo en sus literales 31 y 32, menciona que es obligación de los empleadores [...] inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), así como también es derecho y obligación de los trabajadores pagar mensualmente los aportes individuales y patronales al IESS.
- Según el Art. 81 y 93, es derecho del trabajador recibir una remuneración íntegra que en ningún caso puede ser inferior a los mínimos legales.
- Se puede encontrar indistintamente en el Código del Trabajo algunos derechos del trabajador como: Art. 55: ser remunerado por trabajos extraordinarios y suplementarios, Art. 129: ser remunerado por comisiones, Art. 202: ser remunerado con fondos de reserva, Art. 97: ser remunerado con el porcentaje legal de utilidades, Art. 111: recibir el décimo tercero, Art. 113: recibir el décimo cuarto, Art. 216: poder acceder a jubilación y en el Art. 152: poder solicitar licencia de maternidad y paternidad.

Normativas Tributarias

Según lo estipulado por el Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyentes, con Registro Oficial Suplemento 427 y estado reformado, en el art. 2 se menciona que toda persona natural y sociedades que realicen actividades económicas en el país, deberán registrarse por única vez en el Registro Único de Contribuyentes, y conforme a lo dispuesto en los artículos 26, 28, y 32 de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social, cumplir con obligaciones tributarias, siendo las principales el IVA y el Impuesto a la Renta (SRI, 2006).

Pese a esto, no podemos hablar de evasión de impuestos, sino más bien de elusión. La evasión consiste en reducir o eliminar el pago de impuestos en base a métodos ilegales, mientras que la elusión se basa en la reducción o la eliminación de las obligaciones tributarias aprovechando los vacíos legales (Rodríguez, 2015); este es el caso de las viviendas colaborativas, ya que no tienen una normativa clara que las regule.

Problemática en la regulación de ofertas colaborativas

En el DMQ las viviendas colaborativas no cumplen con requisitos como el obtener la Licencia Única de Funcionamiento o el Registro en el Catastro Turístico. No cumplen

con requisitos mínimos de infraestructura como letreros o señalización, sistemas de iluminación de emergencia, zonas de evacuación, puntos de encuentro, salida de emergencia, extintores, mangueras, etc. Adicionalmente, los anfitriones no reciben los beneficios de ley otorgados a trabajadores, ni cumplen con sus obligaciones tributarias por realizar actividades económicas. Esto ocasiona no solo inseguridad para el anfitrión, sino para el turista, y para toda la actividad turística.

El art. 319 de la Constitución del Ecuador (2018), estipula que:

el Estado promoverá las formas de producción que asegure el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

En consecuencia, es el deber del Estado regular aquellas actividades económicas que estén violentando el derecho y las obligaciones de sus ciudadanos. Pero al mismo tiempo, el prohibir la actividad colaborativa no es una solución ya que se atentaría contra el derecho de los ciudadanos a trabajar; como se especifica en el art. 32, 33, 66 y 325 de la Constitución, el que menciona que el Estado deberá garantizar el derecho al trabajo, reconociendo todas las modalidades de trabajo ya sean en relación de independencia o autónomas que aporten para el sustento y cuidado humano. En esta medida, es necesario establecer normativas de regulación y más no de restricción de la modalidad.

3.2.1.4. Variaciones en la temporalidad

Para poder definir la temporalidad de la oferta p2p en la ciudad de Quito, se ha procedido a investigar en la plataforma AirDNA, misma que calcula datos estadísticos de Airbnb en base a la información pública del sitio web, y con el uso de algoritmos, calcula datos importantes para el análisis en las ciudades, como la temporalidad de la oferta.

AirDNA (2018) ha calculado hasta el mes de julio un histórico, en base a la disponibilidad de las viviendas y en base a las reservas de los alquileres, los meses con mayor reserva en el año para la ciudad. Siendo julio y agosto los meses en los que existe menor disponibilidad de viviendas p2p, lo que se refleja en el RevPAR, ya que durante estos meses su valor incrementa; cabe recordar que el RevPAR es inversamente proporcional al número de habitaciones disponibles.

No todos los alquileres están disponibles el 100% del tiempo por lo que se adjunta una tabla con el porcentaje de viviendas disponibles y arrendadas por periodos en el año. Se puede mencionar que, el 59% de las viviendas están disponibles solo de 1 a 3 meses en el año, y que el 84% de las viviendas se reservan solo de 1 a 3 meses en el año. Es decir, los anfitriones reciben tan solo 3 meses al año ingresos por alojar turistas.

Tabla 19: Temporalidad de reservas y disponibilidad de viviendas p2p

	% de Viviendas Disponibles	% de Viviendas Reservadas
1 – 3 meses	59%	84%
4 - 6 meses	20%	10%
7 – 9 meses	11%	5%
10 – 12 meses	10%	1%
Fuente: (AirDNA, 2018) Elaboración propia		

3.2.1.5. Precios de bienes sustitutos

Como principales servicios de alojamiento sustitutos, podemos encontrar a la oferta formal de alojamiento del DMQ. Como se puede ver en la tabla contigua, el DMQ posee 653 establecimientos hoteleros con un total de 13.357 habitaciones y 26.851 plazas. La tarifa promedio por habitación ocupada en el DMQ es de \$73,07 y la tarifa promedio por habitación ocupada de alojamientos de primera es de \$25,48.

Tabla 20: N° de Establecimientos Hoteleros Formales por Categorías

CATEGORIA	# ESTABLECIMIENTOS	HABITACIONES	PLAZAS
5 ESTRELLAS	19	2.956	5.829
4 ESTRELLAS	41	4.425	9.125
3 ESTRELLAS	102	2.135	4.260
2 ESTRELLAS	261	1.673	3.380
1 ESTRELLA	222	2.127	4.182
CATEGORIA ÚNICA	8	41	75
Total general	653	13.357	26.851
Fuente: (Quito Turismo, 2018)			

Quito intenta posicionarse a nivel turístico como un destino de eventos y reuniones; en América Latina tiene como principales competidores hasta el 2016 a las ciudades de: Buenos Aires (con 103 eventos), Lima (76 eventos), Santiago de Chile (64 eventos), Sao Paulo (63 eventos), Montevideo (48 eventos), Rio de Janeiro (46 eventos), Bogotá

(45 eventos), Medellín (42 eventos) y Cartagena (32 eventos) (Quito Turismo, 2018). La ciudad de Buenos Aires, tiene una tarifa promedio por habitación ocupada en alojamientos con 1 y 2 estrellas de 616,92 pesos argentinos, lo que equivale a \$ 22.21 aprox.; en Buenos Aires también se tiene una tipología de alojamiento de Hostels donde todo está pensado para que los turistas compartan espacios comunes, la tarifa promedio de mencionados alojamientos es de 191.87 pesos, lo que equivale a \$9,51 aprox. La ciudad de Buenos Aires tiene una tasa de ocupación de 44,6% en alojamientos de 1 y 2 estrellas (Dirección General de Estadística y Censos, 2017). Por otra parte, Colombia para el finales del 2017 alcanzó una tasa de ocupación hotelera record, de 56,3% (Mini comercio, Industria y Turismo Colombia, 2017); y su tarifa promedio de ocupación para el 2016 fue de \$207.25 (Echeverri, 2016), dicha tarifa es bastante mayor a la de la ciudad de Quito.

3.2.1.6. Otros Hallazgos

Como se mencionó en el acápite de temporalidad de la oferta, se ha consultado también como fuente complementaria en AirDNA, misma donde se encontraron otros indicadores importantes para hacer un correcto análisis de la oferta.

No todas las viviendas en Airbnb están disponibles el 100% de tiempo, ya sea porque están reservadas o porque el anfitrión no desea recibir invitados en algún periodo del año. De este modo, las ofertas que se incluyeron en la presente investigación, fueron solo aquellas que estaban disponibles en el primer trimestre del 2018. No obstante, AirDNA calcula todos los perfiles registrados y activos en la ciudad de Quito, siendo para la ciudad, 5.200 alquileres activos del total registrados desde el 2010, 8.338. Como se verá en la tabla siguiente el número de alojamientos registrados por año, AirDNA ha calculado una tasa anual de crecimiento del 53%.

Tabla 21: N° de Viviendas p2p según AirDNA

AÑO	N° de viviendas p2p	Tasa de crecimiento anual
2010	6	
2011	86	1333%
2012	131	52%
2013	274	109%
2014	663	142%
2015	1734	162%
2016	4075	135%
2017	6290	54%
2018	(julio) 8338	33%

Fuente: (AirDNA, 2018). Elaboración propia.

Mencionada plataforma ha calculado un ADR total para la ciudad de \$40 (\$40 de departamentos enteros, \$19 de habitaciones privadas y \$18 de habitaciones compartidas); un ingreso mensual en departamentos enteros por habitación disponible de \$174 (RevPAR) y un promedio de ingreso mensual de \$372. Se adjunta en la tabla 23 los indicadores anteriormente mencionados por meses desde el 2015. Se puede visualizar que dichos indicadores mejoran durante el mes de octubre de 2016, esto se debe a que en la ciudad de Quito fue sede del Hábitat III, foro de la Naciones Unidas.

Tabla 22: ADR, RevPAR, Ingresos y N° de Reservas de viviendas p2p en el DMQ

	Departamentos enteros				Hab. privada				Hab. Compartida			
	ADR	Reservas	RevPAR	Ingresos	ADR	Reservas	RevPAR	Ingresos	ADR	Reservas	RevPAR	Ingresos
Ago. 2015	\$60	118	\$169	\$76.322	\$25	80	\$35	\$17.893	\$12	3	\$7	\$282
Sep. 2015	\$55	117	\$133	\$64.856	\$25	77	\$26	\$14.270	\$12	6	\$8	\$354
Oct. 2015	\$55	144	\$169	\$85.460	\$20	81	\$35	\$19.942	\$20	2	\$25	\$977
Nov. 2015	\$53	158	\$174	\$98.047	\$21	96	\$31	\$19.874	\$14	4	\$6	\$277
Dic. 2015	\$53	216	\$204	\$128.706	\$21	110	\$34	\$22.708	\$16	8	\$8	\$404
Ene. 2016	\$53	219	\$184	\$122.705	\$20	123	\$34	\$25.162	\$15	4	\$6	\$315
Feb. 2016	\$50	202	\$158	\$115.567	\$21	128	\$65	\$49.743	\$15	5	\$11	\$508
Mar. 2016	\$49	220	\$182	\$134.399	\$20	135	\$65	\$47.870	\$14	4	\$8	\$372
Abr. 2016	\$50	219	\$148	\$112.160	\$22	138	\$43	\$29.283	\$12	4	\$5	\$249
May. 2016	\$51	251	\$154	\$144.517	\$22	146	\$32	\$120.758	\$11	8	\$8	\$359
Jun. 2016	\$50	233	\$184	\$140.964	\$21	145	\$79	\$55.291	\$27	4	\$4	\$171
Jul. 2016	\$48	322	\$220	\$195.777	\$20	217	\$51	\$45.593	\$19	8	\$12	\$607
Ago. 2016	\$47	297	\$182	\$158.327	\$20	187	\$46	\$37.248	\$15	9	\$20	\$839
Sep. 2016	\$46	265	\$113	\$131.137	\$20	181	\$30	\$37.323	\$12	5	\$4	\$363
Oct. 2016	\$53	652	\$314	\$427.616	\$24	413	\$80	\$115.800	\$10	37	\$40	\$4.478
Nov. 2016	\$45	365	\$121	\$158.055	\$22	260	\$43	\$63.548	\$10	26	\$12	\$1.418
Dic. 2016	\$47	424	\$163	\$216.843	\$20	255	\$51	\$75.656	\$15	6	\$10	\$996
Ene. 2017	\$44	431	\$150	\$211.461	\$20	306	\$37	\$57.521	\$14	11	\$17	\$1.795
Feb. 2017	\$46	376	\$151	\$197.630	\$20	262	\$35	\$52.712	\$14	10	\$3	\$347
Mar. 2017	\$45	405	\$133	\$187.167	\$20	267	\$30	\$50.018	\$16	7	\$4	\$399
Abr. 2017	\$45	413	\$152	\$207.912	\$20	253	\$30	\$49.625	\$13	6	\$7	\$769
May. 2017	\$43	436	\$135	\$206.225	\$20	267	\$34	\$60.769	\$11	7	\$7	\$861
Jun. 2017	\$43	474	\$154	\$241.645	\$20	327	\$46	\$84.586	\$16	10	\$10	\$1224
Jul. 2017	\$43	556	\$202	\$328.531	\$20	364	\$48	\$91.702	\$12	18	\$15	\$1.824
Ago. 2017	\$43	530	\$179	\$295.103	\$19	301	\$35	\$67.466	\$10	13	\$7	\$903
Sep. 2017	\$40	535	\$177	\$288.230	\$20	320	\$38	\$75.705	\$11	17	\$7	\$1.026
Oct. 2017	\$40	495	\$146	\$246.490	\$20	337	\$39	\$79.491	\$10	17	\$4	\$638
Nov. 2017	\$43	571	\$171	\$288.601	\$20	357	\$43	\$86.913	\$12	20	\$8	\$1.138
Dic. 2017	\$45	722	\$239	\$418.266	\$20	461	\$49	\$109.658	\$14	24	\$13	\$1.871
Ene. 2018	\$42	709	\$209	\$386.899	\$20	456	\$49	\$112.995	\$11	24	\$10	\$1.590
Feb. 2018	\$42	623	\$174	\$323.126	\$19	417	\$33	\$81.309	\$11	21	\$3	\$631

Continuación tabla 23.

	Departamentos enteros				Hab. privada				Hab. Compartida			
	ADR	Reservas	RevPAR	Ingresos	ADR	Reservas	RevPAR	Ingresos	ADR	Reservas	RevPAR	Ingresos
Mar. 2018	\$42	730	\$194	\$373.597	\$19	478	\$42	\$105.147	\$14	18	\$4	\$901
Abr. 2018	\$41	713	\$176	\$349.954	\$20	438	\$30	\$80.893	\$15	25	\$11	\$2.262
May. 2018	\$42	829	\$188	\$381.860	\$20	618	\$36	\$99.106	\$18	27	\$11	\$2.492
Jun. 2018	\$40	761	\$182	\$389.337	\$19	438	\$33	\$94.192	\$18	18	\$6	\$1.388

Fuente: (AirDNA, 2018)

Elaboración propia

Quito en la plataforma de Airbnb tiene un índice de ocupación promedio de 43%. Durante el último año, el 51% de las reservas duraron de 1 a 6 días, el 12% de 7 a 14 días, el 11% de 15 a 30 días, el 10% de 31 a 60 días, el 6% de 61 a 90 días y el 10% restante más de 90 días. Como se visualiza en la figura 6, más de la mitad de turistas se quedan en el DMQ solo 6 días por cada reserva. Se presenta en la tabla 24 el historial del índice de ocupación.

Tabla 23: Índice de Ocupación de viviendas p2p en la ciudad de Quito

	25 th Percentile	50 th Percentile	75 th Percentile
Agosto 2015	16%	37%	67%
Septiembre 2015	10%	31%	67%
Octubre 2015	16%	31%	62%
Noviembre 2015	17%	37%	66%
Diciembre 2015	16%	32%	61%
Enero 2016	16%	31%	58%
Febrero 2016	14%	34%	66%
Marzo 2016	17%	35%	64%
Abril 2016	10%	27%	53%
Mayo 2016	10%	27%	54%
Junio 2016	17%	38%	70%
Julio 2016	16%	38%	65%
Agosto 2016	14%	33%	63%
Septiembre 2016	13%	34%	67%
Octubre 2016	19%	32%	55%
Noviembre 2016	11%	30%	57%
Diciembre 2016	11%	29%	57%
Enero 2017	10%	32%	68%
Febrero 2017	14%	41%	75%
Marzo 2017	13%	32%	63%
Abril 2017	17%	40%	70%
Mayo 2017	12%	35%	67%

Continúa tabla 24.

	25 th Percentile	50 th Percentile	75 th Percentile
Junio 2017	14%	37%	69%
Julio 2017	21%	45%	77%
Agosto 2017	17%	42%	74%
Septiembre 2017	17%	43%	77%
Octubre 2017	17%	40%	73%
Noviembre 2017	17%	43%	74%
Diciembre 2017	16%	41%	73%
Enero 2018	16%	43%	80%
Febrero 2018	18%	46%	75%
Marzo 2018	16%	44%	75%
Abril 2018	13%	43%	73%
Mayo 2018	10%	27%	64%
Junio 2018	17%	43%	73%

Fuente: (AirDNA, 2018)

Elaboración propia

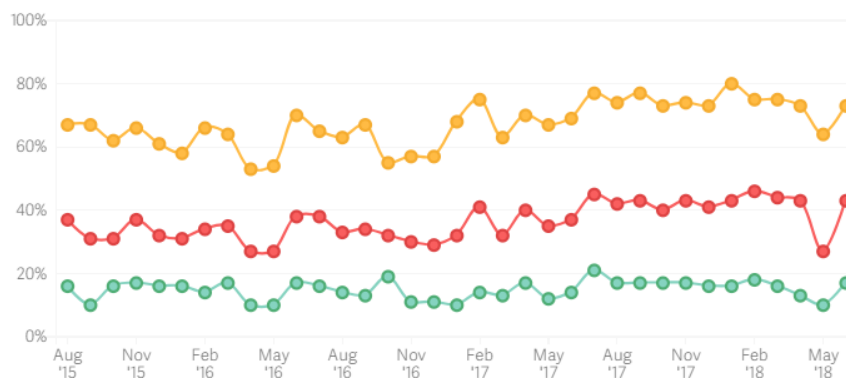


Figura 4: Percentiles del Índice de Ocupación de viviendas p2p en el DMQ (AirDNA, 2018)

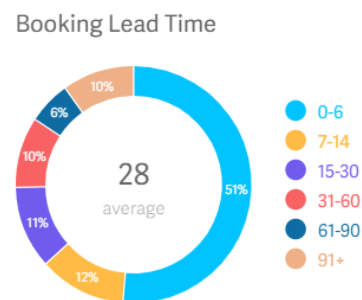


Figura 5: Estancia del turista por viaje (AirDNA, 2018)

Las viviendas p2p en Airbnb obtienen en promedio 119 views a la semana, donde, el 52% obtienen de 1 a 100 views, el 43% de 101 a 250 views, el 4% de 251 a 499 y el 1% más de 500 views por semana.

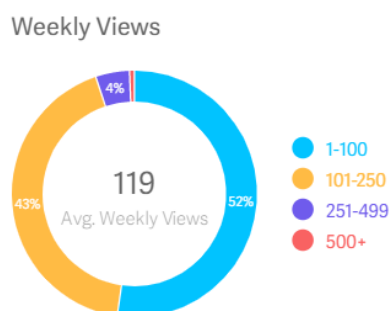


Figura 6: Porcentaje de Visitas a perfiles de ofertas p2p en Quito
(AirDNA, 2018)

3.3. Resultados de encuestas y entrevistas

Durante la fase de implementación se obtuvo problemas en la ejecución de las encuestas para anfitriones y turistas, esto se debió a las políticas de seguridad de información de turistas y anfitriones de la plataforma de Airbnb, resultando ser imposible llevar a cabo las encuestas a través de la plataforma. Esto no se pudo haber previsto, ya que no existe información de cómo funciona la comunicación a través de la plataforma. A pesar de que se solicitó ayuda a Airbnb a través de distintos medios de servicio al cliente, estos no lograron otorgar una solución para contactar a anfitriones y turistas. Se recomendó utilizar la plataforma de Community Airbnb, en la que sí se puede enviar direcciones URL, sin embargo, hay muy pocos anfitriones y turistas del DMQ que hacen uso de esta plataforma. No obstante, se logró contactar con tres anfitriones, mismos con los que se pudo hablar y llevar a cabo las encuestas programadas. Sin embargo, hay que recordar que no se puede decir que los resultados obtenidos identifican a toda la población de anfitriones.

3.3.1. Anfitriones

Tabla 24: Resultados de Indicadores evaluados en Anfitriones

Media de la calificación de la relación turista-anfitrión. Calificación del 1 al 5	
Empatía	5
Confianza	4,67
Tolerancia	4,67
Comunicación	5
Respeto	5
Compromiso	5
Aceptación	5
	4,90

Continuación tabla 25

% de anfitriones que establecen diariamente comunicación con el turista	
SI	33,30%
NO	66,70%
Número de horas diarias que el turista comparte con el anfitrión	
	2
% de anfitriones que consideran que los ingresos generados por la plataforma son beneficiosos	
Es un ingreso representativo para mi economía familiar	33,33%
Ayuda medianamente a mi economía familiar	33,33%
Es un ingreso no representativo para mi economía familiar.	33,33%
Media de la calificación al aporte del anfitrión para mejorar la comprensión cultural del turista. Calificación del 1 al 5	
Situación económica y política de la ciudad	3,67
Historia	3,67
Costumbre y Tradiciones	4
Manifestaciones artísticas	4
Aprendizaje del lenguaje de Quito, modismos, etc.	4,33
	3,93
% de anfitriones que ha tenido problemas con vecinos por la visita de turistas	
SI	33,30%
NO	66,70%
Problemas mencionados por anfitriones (expresado en porcentaje)	
Hay personas que nos les gusta que los vecinos cambien con tanta frecuencia	
% de anfitriones que aceptan las solicitudes de turistas teniendo en cuenta aspectos religiosos, de género, étnicos, ideológicos, etc.	
SI tiene restricciones	0%
NO tiene restricciones	100%
Frecuencia de pernoctaciones turísticas por mes, expresado en %	
Frecuentemente (Todos los meses tengo reservas)	66,70%
No muy frecuentemente (Solo en meses de mayor afluencia turística)	33,30%
Ocasionalmente (Pocas reservas en el año, nada constante)	0%
Número de noches que se reserva una vivienda p2p por mes, expresado en %	
De 20 a 30 noches por mes	33,30%
De 10 a 19 noches por mes	66,70%
De 5 a 9 noches por mes	0%
De 5 a 9 noches por mes	0%
Número de noches de la estancia de los turistas por viaje, expresado en %	
15 o más noches por reserva	0%
De 10 a 14 noches por reserva	0%
De 5 a 9 noches por reserva	33,30%
Menos de 4 noches por reserva	66,70%

Continuación tabla 25.

Promedio de empleos que genera cada host de la página	
Solo yo	33,30%
Dos personas	66,70%
Más de dos personas	0%
% de ofertas que separan los distintos tipos de residuos	
	0%
% de ofertas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua	
	0%
% de ofertas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua y energía	
	0%
% de anfitriones que consideran su inversión de tiempo es rentable	
SI	100%
NO	0%
Media de la calificación de satisfacción del anfitrión. Calificación de 1 a 5	
Las políticas de Airbnb han sido desarrolladas pensando en mi beneficio como anfitrión.	4,67
Los beneficios recibidos desde mi registro en la plataforma han sido los esperados	4,67
La plataforma ha sido de gran ayuda para poder arrendar mi vivienda a turistas que visitan la ciudad	5
Los recursos de asistencia y/o ayuda de la plataforma de Airbnb son los adecuados	4,67
El diseño de la página de Airbnb es útil y de fácil uso.	5
	4,8
% de anfitriones que les gustaría seguir trabajando con la modalidad p2p	
SI	100%
NO	0%
Motivos por la que quieren continuar ofertando su hogar en Airbnb	
Intercambio cultural además que aporta un ingreso adicional al mes	
Es rentable	
Es fácil	
% de anfitriones que consideran que la modalidad p2p afecta al sector turístico formal	
SI	33,30%
NO	66,70%
Motivos por la que consideran que el turismo p2p genera una competencia desleal	
Existe mayor competencia	
Motivos por la que consideran que el turismo p2p no genera una competencia desleal	
En el mercado existe espacio para todos	
Hay cambio de mentalidad del turista, se atiende a diferentes grupos	

(Elaboración propia)

3.3.2. MINTUR

En base a los indicadores que se especifican en la guía de entrevista, podemos mencionar los siguientes resultados de la entrevista con los 2 representantes del

MINTUR: consideran pertinente el desarrollo de la actividad p2p en el DMQ, ya que es una tendencia en el mercado, que el sector hotelero y el turismo en general debe aprender a convivir con estas actividades. Además, mencionan que se debe considerar a la modalidad como una oportunidad de adaptación más que como una amenaza.

Están de acuerdo con el desarrollo de la actividad p2p en Quito, señalan impactos positivos de la plataforma de Airbnb como el aumento de la oferta de servicios de alojamiento, o el que los precios de alojamientos disminuyen; sugieren que estos componentes de la oferta atraen mayores oportunidades a que viajeros puedan encontrar un alojamiento que cumpla con sus necesidades y requerimientos. Sin embargo, no mencionan o hacen referencia durante la entrevista a los impactos negativos de la modalidad.

Creen necesario que la normativa de alojamiento cubra el vacío legal que existe actualmente respecto a la modalidad p2p en el país, mencionan la predisposición del MINTUR por normar esta oferta, no obstante, no se habla sobre la necesidad del control de la actividad. No conocen cual es el alcance de la actividad p2p en la ciudad. Solo mencionan la plataforma de Airbnb como la más popular para alojamiento colaborativo.

Aluden que Airbnb puede ayudar en el desarrollo del turismo de Quito al aumentar la flexibilidad de planificación de los viajes, diversificar la oferta de alojamiento, y crear distintas experiencias que el turista no adquiere en un hotel formal, empero, no mencionan impactos negativos que podría ocasionar la actividad en la ciudad. Consideran que no existen diálogos entre el sector formal y el p2p, ni siquiera intenciones por realizarlos, que el sector formal encuentra en esta modalidad una amenaza. Consideran que desde el campo legal al que ellos pertenecen, la actividad p2p si se configura como competencia desleal ya que no cumple con los requisitos mínimos de todo alojamiento turístico.

Y finalmente en cuanto al cumplimiento de los propósitos de la actividad, consideran que la actividad p2p se establece y configura desde un inicio de cierta forma muy loable, pero la actividad evoluciona de acuerdo al mercado, y se aleja un poco de dichos propósitos; mencionan cuán importante es la participación de anfitriones y turistas para que los propósitos de la actividad p2p se cumplan. Para conocer los resultados de la entrevista por pregunta, ver Anexo 7.

3.3.3. Sector Hotelero

En base a los indicadores que se especifican en la guía de entrevista, podemos mencionar los siguientes resultados de la entrevista con el representante del sector hotelero: considera que el turismo p2p al ser una oferta paralela de alojamiento, indudablemente tiene un impacto. Menciona que, al ser una economía sumergida, beneficia a los host pero no al turismo de la ciudad, puede generar inseguridad e incomodidad en anfitriones, turistas e incluso vecinos, desplazamiento de residentes para crear zonas turísticas, la transversalidad de la informalidad en todas las actividades turísticas: alimentación, entretenimiento, etc.

No menciona si el desarrollo de la modalidad es oportuno, pero si expresa que es imparabile, que incluso en otros países donde esta modalidad tiene más fuerza, se han tomado medidas regularizadoras, como número mínimo de noches, entre otras. Su posición como Federación Hotelera del Ecuador, no es a favor ni en contra, solo se pide que la actividad se regularice, y que todas las ofertas jueguen bajo las mismas reglas.

Con respecto a la necesidad de regulación, alude que desde hace 3 años el sector hotelero formal ha solicitado al MINTUR que se norme a la actividad bajo una nomenclatura de reglamento de inmuebles de uso turístico, mismo que fue presentado con una propuesta de normativas, por ejemplo, se planteó que el número mínimo de noches de reserva en estas viviendas sea de 7 noches. Además, menciona que no es solo un trabajo de normar, sino también de controlar, y adiciona que esto es aún más complejo por lo que se propuso una campaña de concientización que permita que los anfitriones de viviendas p2p en el DMQ de a poco vayan registrándose en el catastro.

Acerca del conocimiento del entrevistado sobre el alcance de la modalidad, se ha visto que está bastante bien informado, incluso menciona que AHOTEC ha buscado a través de investigación, medir la oferta p2p en el DMQ, por lo que tienen un estimado de 4.000 viviendas colaborativas. Señala que de ninguna forma el turismo p2p puede ayudar a las necesidades del DMQ ya que actualmente la oferta hotelera no está siendo utilizada por completo, que se tiene un índice de ocupación entre el 50% y 55% por lo tanto, lo que el DMQ necesita es aumentar la demanda, no las plazas de alojamiento. De este modo, la actividad p2p afecta no solo afecta a los índices de ocupación, sino también a las tarifas promedio y aumenta el riesgo de inversión del sector hotelero. Además, al no existir control, no se cumple con pago de impuestos, generación de empleo responsable, ni se da seguridad en la entrega de servicios.

Con respecto al nivel de comunicación entre el sector p2p y el formal, menciona que hace tres años ya han buscado iniciar un diálogo, sin embargo, es muy complejo porque no se puede hacer contacto con anfitriones a menos que se haga una reserva a través de la plataforma, adicionalmente menciona que se solicitó al MINTUR haga contacto con representantes de Airbnb para que se puede pensar conjuntamente en mecanismos de control de la modalidad, pero que ellos a pesar de ser una entidad gubernamental, no obtuvieron respuesta.

AHOTEC considera que esta oferta sí se enmarca dentro de una competencia desleal, ya que no solo se incumple con la normativa mínima del sector hotelero: reglamento turístico, código del trabajo y otras normativas tributarias, ambientales, etc. sino que también las viviendas p2p ofertan precios que rompen con el mercado, que pueden ser incluso la tercera parte de la tarifa hotelera formal.

En cuanto al cumplimiento de los propósitos de la modalidad, si se cumple temas de mejora en la comunicación, interacción e intercambio cultural, aunque menciona que no es la única actividad que busca estos propósitos, por ejemplo, se ha visto que algunos hoteles han buscado mejorar la comunicación a través de nuevas herramientas en sus páginas web. Igualmente, no se sabe si la interacción es buena o mala porque esto depende del turista y del anfitrión, y al no ser los hosts preparados para la actividad turística, esta interacción puede ser más bien negativa. Para el propósito de la modalidad de mejor distribución del ingreso turístico, menciona que no es cierto ya que en el DMQ el 85% de los establecimientos formales son PYMES, y que en realidad las que se ven más afectadas son estos negocios pequeños que en su mayoría son familiares, ya que sus mercados se superponen. Asimismo, la mayoría de estos inmuebles p2p se ubican en sectores residenciales donde ya existe planta turística, no es que estén mejor distribuidos, sino que se aglomeran en zonas como el Centro Histórico o Ñaquito. Sugiere que no se cumple con el propósito de llevar a cabo con un turismo más responsable, porque si lo fuera, la actividad p2p cumplirá con normativas de responsabilidad laboral, tributaria, o incluso con permisos de la Secretaria de Ambiente, así como lo hacen los hoteles formales. Para ampliar información sobre los resultados de esta entrevista, ver Anexo 7.

3.3.4. Sector Académico

En base a los indicadores que se especifican en la guía de entrevista, podemos mencionar los siguientes resultados de la entrevista con el representante del sector

académico: considera que más que pertinente el desarrollo de la modalidad es inminente, que no se puede controlar el desarrollo de esta tendencia mundial. Alude a mantener una posición dividida en el desarrollo de la modalidad en el DMQ, por un lado, la actividad podría ayudar a suplir la deficiencia en plazas de alojamiento en el DMQ, si se tiene en cuenta el volumen de turistas que Quito Turismo quiere recibir en los próximos años, y, por otra parte, no es tan sencillo decir que beneficiaría al turismo porque se deben analizar otros elementos de la modalidad que podrían no ser beneficiosos.

Con respecto a la necesidad de regulación de la actividad p2p, menciona que se debe ser realista, que para normar la actividad no solo debería cambiar la normativa turística sino también la de propiedad privada, además que a pesar de que se norme la actividad, el control será imposible ya que el MINTUR no tiene la capacidad ni la jurisdicción de ir de casa en casa para controlar la modalidad. No conoce sobre el alcance de la actividad p2p en Quito, solo alude a Airbnb y HomeExchange como las plataformas de alojamiento p2p.

Menciona que, por una parte, la actividad puede ser beneficiosa para el turismo de la ciudad ya que los hoteles no están preparados para viajes de familias, asimismo se convierten en el intermediario perfecto para mejorar la personalización en la atención al cliente, lo que actualmente no es un fuerte para la actividad de alojamiento formal. No conoce sobre el nivel de comunicación que mantiene el alojamiento p2p con el sector formal, pero, considera que la alianza que ha visto entre ambas modalidades es la que se ejecuta con Booking, donde se pueden ofertar tanto alojamientos p2p como alojamientos formales. Adicionalmente considera que la actividad colaborativa no es una competencia desleal, sino una falta de adaptación del sector turístico en general, que este es el tipo de competencia de hoy en día.

Y finalmente, en cuanto al cumplimiento de los propósitos de la actividad, discurre que, en cuanto al propósito de hacer del turismo p2p una actividad responsable social, económica y ambientalmente, se cumple parcialmente ya que no existe control, y sin control no se puede saber si una actividad es beneficiosa o perjudicial. Además, menciona que el propósito de comprensión cultural es muy loable, pero difícil de que se cumpla porque no existe un intermediario local que sea preparado, y considera que el propósito de la inclusión se debe medir más allá de que todos puedan conectarse o no a la plataforma, por ejemplo, cualquiera puede ser anfitrión y ofertar su vivienda en la plataforma, sin embargo, no todos tienen reservaciones, la inclusión se da cuando se

puede entrar al mercado y competir. Para información más detallada de la entrevista, ver anexo 7.

3.3.5. Sector Intermediación

En base a los indicadores que se especifican en la guía de entrevista, podemos mencionar los siguientes resultados de la entrevista con el representante del sector intermediación: considera que, si sería pertinente el desarrollo de la actividad p2p en Quito ya que el turismo se convierte en una actividad más accesible para el visitante, sin embargo, reconoce el impacto que puede generar la actividad para el sector formal.

Mantiene una posición a favor de la modalidad ya que la actividad no afecta el desarrollo de su operadora ya que ofertan servicios completamente distintos a la oferta p2p, sus ingresos dependen de los productos de naturaleza, por lo que la oferta colaborativa no puede compararse. Asimismo, menciona que personalmente, ella prefiere el servicio colaborativo porque la atención es más cálida y personalizada, lo que en el hotel es muy sistematizado.

Recalca la importancia de regulación y control de la actividad por seguridad del turista, de los anfitriones, y del destino. En cuanto al alcance de la modalidad, no menciona otras plataformas colaborativas, pero sí alude a ofertas, incluso en Facebook y otras páginas web, de viviendas p2p. Simultáneamente alude lo beneficioso para residentes el recibir un ingreso extra que puede ser de gran apoyo para la economía familiar. Considera que, desde el punto de vista hotelero, la actividad colaborativa en el DMQ sí puede ser configurada como una competencia desleal, sin embargo, cree que en la actualidad es esta una tendencia en todo el mundo, y que no debe tomarse como una amenaza, sino como una nueva oportunidad en el mercado.

Finalmente afirma que todos los propósitos sí pueden ser cumplidos en el DMQ, no obstante, esto dependerá del anfitrión y del turista; añade que algunos de estos propósitos también pueden ser cumplidos por el sector turístico formal. Para mayor información sobre los resultados de la entrevista, ver Anexo 7.

3.3.6. Sector Operación

En base a los indicadores que se especifican en la guía de entrevista, podemos mencionar los siguientes resultados de la entrevista con el representante del sector operación: menciona que la ilegalidad en la guianza no es un tema reciente, pero que es la primera vez que escucha del fenómeno como una modalidad. Cree que es un

fenómeno muy complejo de detener, y aunque sea difícil, se debe regular y controlar. Alude a la informalidad en la guianza del DMQ, ya que cualquier puede guiar a un grupo de turistas en el Centro Histórico, y afirmar que es un familiar, por lo que es difícil controlar estas actividades. Afirma que esta informalidad en la oferta de servicios turísticos genera una alta competitividad y afecta a aquellos que son profesionales en el área.

Durante la entrevista se hace énfasis en la necesidad de regulación y control en la actividad turística para que no genere impactos negativos, de este modo, se recalca que la actividad p2p también debe cumplir con la normativa establecida. Sin embargo, se menciona lo complejo que puede ser el tema del control ya que, por ejemplo, el MINTUR solicitó a museos de la ciudad pedir como requisito de la licencia de guía nacional; sin embargo, menciona que es una medida que no ha ayudado a controlar el fenómeno informal porque nuevamente, el guía informal puede aludir a que es un familiar o amigo del visitante.

En este sentido, se menciona que es de gran importancia la investigación del mercado colaborativo en el turismo para que se puedan realizar propuestas de control y gestión de la actividad. Se recalca la importancia que el estado cumpla su papel como ente de regulación y control.

Con respecto a los resultados de la ejecución del turismo p2p en la ciudad, se menciona que por una parte, el turismo se vuelve más accesible para el turista por temas de ahorro de tiempo, dinero y por la ubicación de los inmuebles, pero por otra parte, también se alude que al aumentar la oferta puede darse una saturación del mercado turístico y que se verán afectados principalmente los profesionales que acaban de salir al mercado laboral. En su caso personal, no se ha sentido afectado por la actividad p2p porque él ya tiene un puesto fijo como guía. Además, menciona que no se puede comparar la calidad del servicio ofertado en el ámbito formal, con el del informal. En cuanto a la falta de diálogos entre el sector hotelero y el p2p afirma que puede deberse al miedo de los anfitriones a que se interrumpa o se les genere impedimentos para seguir ejecutando la actividad. Opina que la actividad no es una competencia desleal, pero que sí es perjudicial para los actores que trabajan bajo las modalidades tradicionales.

Finalmente concuerda con que los propósitos del turismo p2p si pueden llegarse a cumplir, sin embargo, menciona que estos propósitos también son alcanzados por actividades turísticas formales como es el caso del turismo comunitario Para ampliar información sobre los resultados de esta entrevista, ver Anexo 7.

3.3.7. Nivel de tolerancia de Actores

Para determinar el nivel de tolerancia de todos los actores con respecto a los servicios y ejecución de Airbnb, se les pidió que califiquen del 1 al 5, siendo 1 el valor más bajo y 5 el más alto, distintos componentes de calidad en el servicio: empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, y tangibilidad. De en este sentido, se ha determinado distintas zonas: la óptima (5), la aceptable (4), la no aceptable (3), y la intolerante (2 y 1), como se verá en la ilustración 8. A continuación, se presenta una tabla de las calificaciones de todos los actores entrevistados.

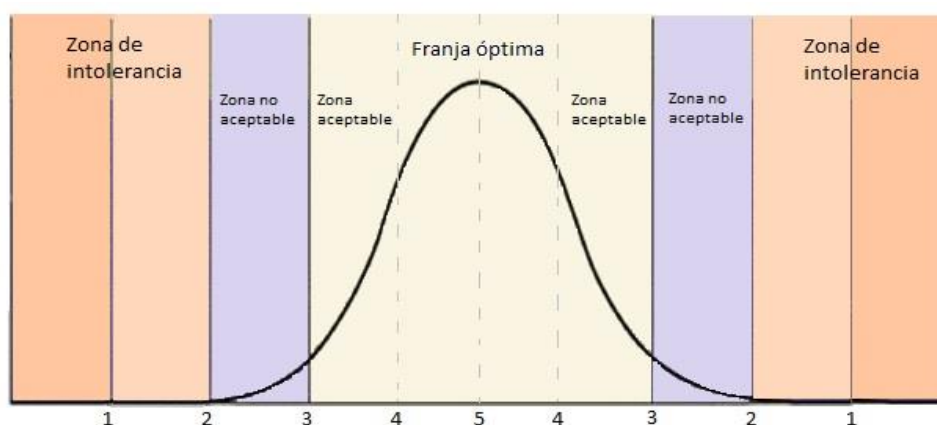


Figura 7: Nivel de Tolerancia
(Elaboración propia)

Tabla 25: Resultados Nivel de tolerancia

	1	2	3	4	5
Anfitriones					
Empatía					X
Fiabilidad					X
Seguridad					X
Capacidad de respuesta					X
Tangibilidad					X
MINTUR					
Empatía					X
Fiabilidad					X
Seguridad			X		
Capacidad de respuesta					X
Tangibilidad					X
Sector Hotelero					
Empatía	X				
Fiabilidad		X			
Seguridad	X				
Capacidad de respuesta	Se limita a contestar porque no conoce del tema.				
Tangibilidad		X			

Continuación tabla 26.

Sector Intermediación	1	2	3	4	5
Empatía				X	
Fiabilidad					X
Seguridad					X
Capacidad de respuesta			X		
Tangibilidad				X	
Sector Operación	1	2	3	4	5
Empatía					X
Fiabilidad			X		
Seguridad					X
Capacidad de respuesta					X
Tangibilidad			X		
Sector Académico	1	2	3	4	5
Empatía					X
Fiabilidad				X	
Seguridad				X	
Capacidad de respuesta				X	
Tangibilidad				X	

(Elaboración propia)

4. CAPÍTULO IV

4.1. Conclusiones

En el contexto del mercado donde proliferan nuevas formas de consumo y por lo tanto nuevas tendencias en el marco de la economía colaborativa, se observa que esta actividad no puede ser subestimada y que se debe comenzar a analizar posibles implicaciones sobre el mercado turístico.

En este sentido, y en base a la disponibilidad de viviendas colaborativas en el DMQ durante los meses de enero a marzo del 2018, se estableció que la plataforma colaborativa con mayor número de ofertas en la ciudad es Airbnb, además que es una de las pocas cuyo fin es ofertar únicamente alojamiento colaborativo.

Las variables analizadas de promoción y comercialización para Airbnb en el DMQ que recibieron menor puntaje en base a la observación de la plataforma son: la precisión de facturación, información de contacto, unicidad de la información y la personalización de la oferta de acuerdo a los factores de éxito de páginas web de acuerdo a Park y Gretzel, (2007). Se debe recordar que estas variables influyen en la satisfacción de los turistas y de los anfitriones del DMQ.

Para el DMQ la evolución de viviendas colaborativas inicia en el 2010, registrándose un total hasta la actualidad de 8.338 ofertas; de las cuales se encuentran 5.200 activas y 709 disponibles durante los meses de estudio. Se estima una tasa de crecimiento anual del 53%. Aproximadamente el 60.3% de las viviendas colaborativas del DMQ se registran en barrios del hipercentro de la ciudad (Zona comercial y turística): Iñaquito, La Pradera, El Batán, La Mariscal, Centro Histórico y la Gonzáles Suárez, mismos barrios que concentran la mayor inversión pública y privada; por lo tanto, cabe la duda de que el alojamiento p2p pueda ser motor de desarrollo económico y social en estas zonas o que ayude a mejorar la distribución del ingreso turístico ya que estas zonas son las que mayor oferta turística formal poseen en el DMQ.

El 74.33% de las ofertas del DMQ son departamentos enteros, lo que influye sobre el propósito de la modalidad de mejorar la comunicación e interacción entre el turista y el residente ya que no existe convivencia entre turistas y la familia residente.

En base a la media de 2 plazas de alojamiento colaborativo en el DMQ por oferta, se estima que existen 10.400 plazas adicionales a las 26.851 plazas del alojamiento formal actual. No obstante, cabe recordar que no todas las viviendas colaborativas están disponibles el 100% del tiempo, se estima que el 59% de las viviendas están disponibles solo de 1 a 3 meses al año. El ADR del alojamiento p2p es de \$33.60, lo que es bastante menor al ADR de la ciudad (\$73.07); y aún más comparado con el ADR de otros países como Colombia (\$207.25 en el 2016). El índice de ocupación de los inmuebles p2p es del 43% en el último año, valor muy cercano a la ocupación del sector formal durante el año 2016 (43.51%). Por lo tanto, se puede concluir que las necesidades del DMQ no son aumentar el número de plazas de alojamiento, sino la demanda. Al aumentar la oferta se está afectando los índices de ocupación, la tarifa promedio y el riesgo de inversión del sector hotelero. Según el estudio realizado en el 2015 por Cepeda et.al. se menciona que para mantener la ocupación del sector hotelero, la demanda debería crecer en un 17,4%, esto sin tener en cuenta las viviendas colaborativas; se estima que la tasa de crecimiento para el DMQ del 2018 es de 3.9%.

Los departamentos enteros, que son los más ofertados en el DMQ, tienen una media del RevPAR mensual de \$171. Se estima que las ofertas p2p de Airbnb en el DMQ reciben de ingreso mensual \$372. Sin embargo, estadísticas demuestran que la demanda en el DMQ ocasiona que el 89% de los inmuebles colaborativos se renten solo de 1 a 3 meses al año. Por lo tanto, el impacto sobre la economía familiar de los anfitriones es bastante limitado.

En base a los datos de ingresos mensuales obtenidos por AirDNA, se puede mencionar que durante el 2016 y 2017 la modalidad generó \$6.768.239. Este valor también se traduce en lo que el sector hotelero dejó de ganar por efecto de la actividad colaborativa.

Los actores del sector intermediación, operación, académico y los anfitriones mantienen criterios sobre la actividad colaborativa que están en una zona de tolerancia aceptable y en franja óptima, es decir, con puntajes de más de 3 sobre 5 puntos. Solo el representante del sector hotelero, y el que más estaba al tanto de la modalidad p2p, mantiene criterios que se ubican en franja inaceptable e intolerante. Distintos actores recalcan la necesidad de regulación y control de la actividad colaborativa en la ciudad, además de estudios en el campo que mejoren la comprensión de su alcance e impacto para que se puedan pensar y tomar medidas que aseguren un turismo sin impactos negativos en un contexto de competencia desleal.

Se vislumbra que actualmente el aumento de plazas de alojamiento no es una necesidad del DMQ, ya que el sector formal mantiene una ocupación menor al 50%, y la actividad colaborativa solo satura de ofertas al mercado. Igualmente se vislumbra la necesidad que los distintos sectores del turismo busquen medidas de adaptación a esta tendencia mundial. Los distintos actores mencionan no poder aseverar si los propósitos de la modalidad se están cumpliendo o no, sin embargo, creen que si se podrían llegar a cumplir si se implementa un adecuado control.

4.2. Recomendaciones

La posición unánime de todos los actores por normar y controlar la actividad de alojamiento colaborativa en el DMQ con miras de evitar impactos negativos sobre el destino. Es una necesidad emergente también cuestionarse qué normativas y acciones se pueden llevar a cabo para contribuir con este propósito, ya que se debe gestionar una realidad y dejar de obviarla, permitiendo que esta nueva oferta se desarrolle en condiciones equitativas para todo el sector hotelero y se pueda contribuir a un turismo sostenible.

En este sentido, resulta primordial el que se lleven a cabo investigaciones complementarias del alcance de la modalidad y sus impactos. Además, que la presente investigación deja estructurada una guía de encuestas que se pueden llevar a cabo a anfitriones y turistas de esta modalidad cuando se tenga más facilidades de contacto. Hay que recordar que esta investigación representa el levantamiento de una línea base

de la modalidad p2p a través de Airbnb, por lo que es necesario establecer otros indicadores que midan la pertinencia, eficacia, eficiencia, e impacto del fenómeno. Por ejemplo, se pueden establecer indicadores como el número de inmuebles colaborativos por cada hogar en los barrios del hipercentro. También es necesario establecer mesas de diálogo entre los distintos agentes del sector turístico en miras de buscar propuestas de regularización y control.

De este modo, tanto las investigaciones como las mesas de diálogo deberán buscar resultados mediáticos en pro del turismo del DMQ. Dichas resoluciones deben incluir la adaptación integrada de políticas nacionales y municipales, así como también el rol y las líneas de colaboración que deben cumplir las diferentes administraciones públicas. Se recomienda que las propuestas de normativas incluyan temas como: duración mínima de estancia, una proyección máxima aceptable de viviendas p2p en la ciudad, condiciones de la prestación de servicio, un claro régimen inspector y sancionador, etc.

Finalmente, cabe mencionar que es indispensable para el control que se lleven a cabo campañas de concientización a los anfitriones para que puedan contactarse con el ente regulador, porque de otro modo, será imposible contactarlos a través de la plataforma. Se espera que en el futuro se puedan organizar grupos de anfitriones en el DMQ.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Airbnb. (2016, abril 16). Airbnb Launches New Products to Inspire People to “Live There”. Recuperado de <https://press.atairbnb.com/airbnb-launches-new-products-to-inspire-people-to-live-there/>
- Airbnb. (2018a). ¿Cómo puedo convertirme en SuperAnfitrión? [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://www.airbnb.com.ec/help/article/829/how-do-i-become-a-superhost>
- Airbnb. (2018b). Políticas de Cancelación de Airbnb [Economía colaborativa]. Recuperado de https://www.airbnb.com.ec/home/cancellation_policies#strict
- AirDNA. (2018, julio). Market Minder Quito - Ecuador. Recuperado de <https://www.airdna.co/market-data/app/ec/default/quito/occupancy>
- Alvarado, R. (2017). Ciudad inteligente y sostenible: hacia un modelo de innovación inclusiva. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18381/Pk.a7n13.299>
- Amaro, S., Andreu, L., y Huang, S. (2018). Millennials’ intentions to book on Airbnb. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1448368>
- Ávila, M. (2017). *El aporte del Distrito Metropolitano de Quito al desarrollo del turismo en el Ecuador y al crecimiento económico del país en el periodo 2017-2020*. Simón Bolívar, Quito. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6091/1/T2558-MAE-El%20aporte.pdf>
- Ayuntamiento de Madrid. (2017, mayo 5). Análisis del Impacto de las viviendas de uso turístico en el Distrito Centro de Madrid. Recuperado de [http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCMedios/noticias/2017/05_Mayo/05viernes/Notasprensa/ficheros/Informe_final_5_mayo%20vivendas%20uso%20tur%C3%ADstico%20\(1\).pdf](http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCMedios/noticias/2017/05_Mayo/05viernes/Notasprensa/ficheros/Informe_final_5_mayo%20vivendas%20uso%20tur%C3%ADstico%20(1).pdf)
- Bezerra, É., Melo, M., y Rocha, A. (2012). El TURISMO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: Un abordaje conceptual sobre el “pos-turismo”, 21, 1262–1280.
- Booking.com. (2018). Buscador de ofertas en Ecuador [Economía colaborativa]. Recuperado de https://www.booking.com/index.es.html?label=gen173nr-1BCAEoggJCAIhYSDNYBGhBiAEBmAEKwgEKd2luZG93cyAxMMgBDNgBAegBAZICAXmoAgM;sid=6923f3ccdf4a859231abc07a0faad04f;sb_price_type=total&
- Booking.com. (2018). Sobre Booking.com [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://www.booking.com/content/about.es.html>
- Cepeda, M., Ramia, D., Endera, P., y Villota, R. (2015). Análisis del Mercado Hotelero de Quito: Desempeño, Tendencias y Oportunidades. Recuperado de https://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/chat/publicaciones/Paginas/Analisis-del-Mercado-Hotelero-de-Quito.aspx
- Christensen, C., Raynor, M., y McDonald, R. (2015). What Is Disruptive Innovation? Recuperado de <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>
- Comisión Europea. (2016, marzo). El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos.

- Concejo Metropolitano de Quito. Ordenamiento Territorial del Distrito Metropolitano de Quito, 171 § (2012). Recuperado de [https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/septiembre2013/RUBEN/004%20LOTAIP-SEP%202013/LOTAIP%20\(s\)/Links%20\(s\)/001%20Plan%20Metropolitano%20de%20Desarrollo.pdf](https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/septiembre2013/RUBEN/004%20LOTAIP-SEP%202013/LOTAIP%20(s)/Links%20(s)/001%20Plan%20Metropolitano%20de%20Desarrollo.pdf)
- Congreso Nacional. Código de Trabajo, 2005-017 § (2012). Recuperado de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Consejo Metropolitano de Quito. (2015). Plan Metropolitano de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Recuperado de <http://www.quito.gob.ec/documents/PMDOT.pdf>
- Consejo Nacional de Competencias. Facultades a Gobiernos Autónomos Desarrollo Actividades Turísticas, No. 0001-CNC-2016 § (2016). Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reg%C3%BAlense-las-facultades-y-atribuciones-de-los-GADs-Municipales-Metropolitanos-Provinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf>
- Constitución del Ecuador. Constitución de la República del Ecuador 2008, Registro Oficial 449 § (2018). Recuperado de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Couchsurfing International, Inc. (2017). About us [Economía colaborativa]. Recuperado de <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/>
- Couchsurfing International, Inc. (2018). Quito - Ecuador: Hosts and Guests [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://www.couchsurfing.com/places/south-america/ecuador/quito>
- Díaz, R., Gutiérrez, D., y García, F. (2015). Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo de las opiniones de los usuarios. Recuperado de <http://www.aecit.org/files/congress/18/papers/29.pdf>
- Dirección General de Estadística y Censos. (2017). Vamos Buenos Aires: Estadísticas y Censos [Estatal]. Recuperado de <http://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?p=67476>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición.
- Echeverri, M. (2016, abril 13). El precio promedio de una noche de hotel en Colombia es de \$207.000.
- Ernest, A. (1987). La vivienda informal. La más avanzada tecnología en América Latina: Políticas para facilitar la construcción de alojamientos. Recuperado de <http://informesdelaconstruccion.revistas.csic.es/index.php/informesdelaconstruccion/article/view/1640>
- Farkhondezhadeh, A., Robot Karim, M. R., Roshanfekar, M., Azizi, J., y Hatami, F. L. (2013). E-Tourism: The role of ICT in tourism industry, 2. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/265562487_E-

- FLACSO, y PNUMA. (2011). *Perspectivas del ambiente y cambio climático en el medio urbano: Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Fondo Ambiental del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- FlipKey, Inc. (2018a). About FlipKey [Economía colaborativa]. Recuperado de https://www.flipkey.com/pages/about_us/
- FlipKey, Inc. (2018b). Buscador de ofertas de FlipKey en Quito [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://www.flipkey.com/book/quito/222638670/>
- Gómez, C. (2000). Revolución Tecnológica: el nuevo paradigma para la comunicación, XIX, n°36. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86011275002>
- Gurran, N., y Phibbs, P. (2017). When Tourists Move In: How Should Urban Planners Respond to Airbnb? <https://doi.org/10.1080/01944363.2016.1249011>
- Guttentag, D. (2013). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>
- Henao, O., y Córdova, J. F. (2017). Comportamiento del consumidor una mirada sociológica. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265420387003>
- HomeAway, Inc. (2018a). Buscador de ofertas de HomeAway en Quito [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://www.homeaway.es/results/ecuador/quito/region:53754/@-0.6152644622094915,-78.79317489414063,0.07136920213758463,-78.41689315585938,10z?searchTermContext=edf9c663-be87-4df4-9e69-c71ca6c8f77f>
- HomeAway, Inc. (2018b). Quienes somos: Homeaway [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://www.homeaway.es/info/quienes-somos>
- HomeExchange.com. (2018a). About HomeExchange [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://www.homeexchange.com/en/about/>
- HomeExchange.com. (2018b). Buscador de ofertas de HomeExchange en Quito [Economía colaborativa]. Recuperado de https://www.intercambiocasas.com/es/search?northeast_latitude=-0.012368181502830023&northeast_longitude=-78.03487410498047&southwest_latitude=-0.3900201987927883&southwest_longitude=-78.96115889501954
- Hosteltur. (2018). Cómo será el futuro modelo de negocio de las cadenas hoteleras. Recuperado de https://www.hosteltur.lat/189500_como-sera-futuro-modelo-negocio-cadenas-hoteleras.html
- Icaza, E., y Pacheco, K. (2017). *Análisis del turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil. Caso Airbnb*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/6415/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-302.pdf>

- INEC. (2016). Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2016. Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf
- Jiménez, L. F. (2010). *Ecoturismo: Oferta y desarrollo sistémico regional*. Bogotá: Ecoe Ediciones, 2009.
- Jiménez Martínez, A. de J. (2004). Una aproximación sistémica al turismo: implicaciones para la multi y la transdisciplinariedad. Recuperado de http://www.sectur.gob.mx/Congreso_de_Investigacion/ponencias/Alfonso%20Jimenez.pdf
- Ley de Turismo. Ley de Turismo, Registro Oficial Suplemento 733 § (2014). Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Li, H., y Jung, S. (2018). Networked audiences and cultural globalization. <https://doi.org/10.1111/soc4.12570>
- Likibu. (2018). Buscador de ofertas colaborativas Likibu [Buscador de alojamientos colaborativos]. Recuperado de <https://www.likibu.com/es/alquiler-apartamentos-vacaciones/quito>
- Méndez Morales, J. S. (2011). *La Economía en la empresa. En la sociedad del conocimiento* (Cuarta). México: Mc Graw Hill.
- Mest, E. (2018). Marriott partners with Hostmaker on home-sharing pilot. Recuperado de https://www.hotelmanagement.net/operate/marriott-partners-hostmaker-homesharing-pilot?mkt_tok=eyJpIjoiTm1ObU16TXhabVV3WkdZeSIsInQiOiJwSWpjWHdWRGpLOHhQZkVvaXM2WENHRHZ3Wnd1b3Y5NG41Wis0R0tLUGkzZVdjRitwc21OTUdXcGcrUkkzU3NHQ3psWkdIV0hweThzR1FiZStXMTRyWGJtT3BCRFdUQzZGczN4d3FmVHh1aDY4VTQ5VEY3Wnk0QlkzUlIdVdxSyJ9&mrkid=62306455
- MIDEPLAN. (2017). *Manual de evaluación para intervenciones públicas. Gestión de evaluaciones en el Sistema Nacional de Planificación*. Masterlitho.
- Minicomercio, Industria y Turismo Colombia. (2017). Récord en ocupación hotelera en 2017: alcanzó 56,3% [Estatal]. Recuperado de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/39930/record_en_ocupacion_hotelera_en_2017_alcanzo_563
- MINTUR. Ley de Turismo (2014). Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- MINTUR. Reglamento de Alojamiento Turístico (2016). Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Molina, S. (2006). *Posturismo: Turismo y posmodernidad* (Primera). México D.F.: Trillas. Recuperado de https://es.scribd.com/doc/299142410/El-Posturismo#download&from_embed
- Monje, J. A. (2017). *Teoría de Cambio en contextos complejos*. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/323870062>

- O' Regan, M., y Choe, J. (2017). Airbnb and cultural capitalism: enclosure and control within the sharing economy. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/13032917.2017.1283634>
- Orejuela, S., y Sandoval, P. (2002, Diciembre de). Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos.
- Park, Y. A., y Gretzel, U. (2007). Success Factors for Destination Marketing Web Sites: A Qualitative Meta-Analysis. <https://doi.org/10.1177/0047287507302381>
- Parkin, M. (2014). *Economía: décimoprimer edición* (Decimoprimer). México: Pearson Education Inc.
- Pérez, J. (2007). Trabajo Social: Globalización y Posmodernidad. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65417207>
- Quito Turismo. (2016). Consultoría para diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Quito al 2021. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/es/component/phocadownload/category/73-concursos?download=443:terminos-de-referencia-plan-estrategico-turismo-sostenible>
- Quito Turismo. (2018). Quito se posiciona como sede de Turismo de Reuniones hasta 2021. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/noticias/actualidad-2015/1056-quito-se-posiciona-como-sede-de-turismo-de-reuniones-hasta-2021>
- Quito Turismo. (2018). Quito se proyecta como ciudad inteligente en ITB. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/noticias/prensa/1105-quito-se-proyecta-como-ciudad-inteligente-en-itb>
- Quito Turismo. (2018). Quito se proyecta como ciudad inteligente y promociona su oferta turística en Feria de Turismo Internacional WTM LATAM. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/noticias/prensa/1109-quito-se-proyecta-como-ciudad-inteligente-y-promociona-su-oferta-turistica-en-feria-de-turismo-internacional-wtm-latam>
- Quito Turismo. (2018). Quito Turismo capacita al sector turístico sobre uso de nuevas herramientas digitales de la ciudad. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/noticias/actualidad-2015/1110-quito-turismo-capacita-al-sector-turistico-sobre-uso-de-nuevas-herramientas-digitales-de-la-ciudad>
- Quito Turismo. (2018). UIO cifras 2017-2018. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas>
- Reglamento de Alojamiento Turístico. Reglamento de Alojamiento Turístico, Registro Oficial Suplemento 465 § (2016). Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Riaza, A. (2017, agosto). 15 Aplicaciones de Turismo Colaborativo o Turismo P2P [Marketing Digital]. Recuperado de <http://www.iebschool.com/blog/aplicaciones-turismo-colaborativo-marketing-digital/>
- Rodrigues, A. C. (2001). Uma Escala de Mensuração da Zona de Tolerância de Consumidores de Serviços. Recuperado de

- http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552001000200006
- Rodríguez, B. J. G. (2014). *Análisis del impacto estratégico del “Turismo p2p” en la comercialización turística: El caso de la vivienda vacacional en Canarias*. Universidad de la Laguna, San Cristóbal de La Laguna. Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1060/Analisis%20del%20impacto%20estrategico%20del%20%22turismo%20p2p%22.%20El%20caso%20de%20la%20vivienda%20vacacional%20en%20Canarias.%20.pdf;sequence=1>
- Rodriguez, D. (2015). Evasión y Elusión de Impuestos. Recuperado de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/6958/1/RODRIGUEZ%20C ALDERON%20DIANA%20ESPERANZA%202015.pdf>
- Romero, D. (2017). El parque automotor aumenta y complica más la movilidad. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/aumento-parque-automotor-quito-movilidad.html>
- Salesa Amarante, N., & Martínez Quintana, V. (2016, junio). Tendencias del Turismo Colaborativo a través de la comunicación y el Marketing de las Redes Sociales en España. Recuperado de <http://fes-sociologia.com/files/congress/12/papers/5411.pdf>
- Secretaria de Territorio Hábitat y Vivienda. (2012). Plan Metropolitano de Ordenamiento Territorial 2012-2022. Recuperado de http://www.quito.gob.ec/documents/rendicion_cuentas/AZC/Articulacion_politicas_publicas/PLAN_ORDENAMIENTO_TERRITORIAL2012.pdf
- Silva, A. (2008). La Globalización Cultural y las Tecnologías de comunicación información en la Cybersociedad, *13*(64). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520727016>
- SRI. Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyentes, RUC., Registro Oficial Suplemento 427 § (2006). Recuperado de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:U_PN42D-10cJ:www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/d62acc34-1e34-40cf-ab42-ba80ca91eac6/REGLAMENTO%2BA%2BLA%2BLEY%2BDE%2BREGISTRO%2BUNICO%2BDE%2BCONTRIBUYENTES%252C%2BRUC.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec
- Stockmann, R., y Meyer, W. (2016). *Evaluación: una introducción teórico-metodológica* (primera). Costa Rica: Editorial Universidad de Costa Rica.
- STR GLOBAL. (2015). Latin America Market Update Q2 2015 from STR Global. Recuperado de <https://www.strglobal.com/news/hotel-data-blog/latin-americas-market-update-q2>
- Tapia, M. (2015). Factores de calidad en sitios web de destinos turísticos: estado de la cuestión. <https://doi.org/10.2436/20.8050.01.23>
- Tarlombani, M. (2005). TURISMO Y SUSTENTABILIDAD : Entre el discurso y la acción. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322005000300002

- TripAdvisor, Inc. (2018a). Buscador de ofertas de HouseTrip en Quito [Economía colaborativa]. Recuperado de https://www.housetrip.es/buscar-alquileres/quito/416448/hom_sleeps_max.2
- TripAdvisor, Inc. (2018b). ¿En qué se diferencian HouseTrip y los alquileres de TripAdvisor? [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://rentalsupport.tripadvisor.com/faq/view/What-s-changed-on-my-HouseTrip-platform?l=es>
- Wimdu. (2018a). Buscador de ofertas de Wimdu en Quito [Economía colaborativa]. Recuperado de https://www.wimdu.co/search?utf8=%E2%9C%93&city=Quito+Canton&page=1&search_geolocation=106019-quito-canton&checkin_date=&checkout_date=&city=Quito+Canton&guests=2
- Wimdu. (2018b). ¿Por qué viajar con Wimdu? [Economía colaborativa]. Recuperado de <https://www.wimdu.es/howitworks-guests>
- Wonowo. (2016). Wonowo es economía colaborativa: ¿Qué es WONOWO? [Buscador de alojamientos colaborativos]. Recuperado de <http://www.wonowo.com/somos-economia-colaborativa/>
- World Travel Awards. (2017). Awards: World Travel Awards. Recuperado de <https://www.worldtravelawards.com/profile-32496-quito-turismo>

6. ANEXOS

6.1. Anexos Capítulo I

Anexo 1: Guía de encuestas y entrevistas

GUIA DE ENCUESTA PARA ANFITRIONES						
#	CRITERIO DE EVALUACIÓN	ÁMBITO	¿QUÉ SE VA A MEDIR?	INDICADOR	PREGUNTAS	OBSERVACIONES
1			Preguntas demográficas	% de los sector de la viviendas de Airbnb	En la ciudad de Quito, ¿En qué sector se encuentra ubicada su vivienda registrada en Airbnb ?	
2	EFICACIA: ¿Se cumple el propósito de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Turístico	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Media de la calificación de la relación turista-anfitrión por criterio	Califique como ha sido la relación anfitrión-turista durante las visitas a su hogar, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta. En cuanto a: empatía, confianza, tolerancia, respeto, compromiso, y aceptación	1. ¿Mejora?: Poca interacción entre personas residentes y el turista (en un contexto de turismo responsable)
3	EFICACIA: ¿Se cumple el propósito de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Turístico	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% de anfitriones que establecen diariamente comunicación con el turista	Durante las visitas a su hogar ¿Tiene un contacto directo diario con el turista? Si o No	6. ¿Mejora?: Comunicación entre el turista y la comunidad receptora es ineficiente
4	EFICACIA: ¿Se cumple el propósito de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Turístico	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Número de horas diarias que el turista comparte con el anfitrión	¿Cuánto tiempo dedica a relacionarse con el turista que llega a su hogar? Expresar su respuesta por número de horas diarias	1. ¿Mejora?: Poca interacción entre personas residentes y el turista (en un contexto de turismo responsable) Pregunta para solo aquellos que respondieron SI en la pregunta anterior
5	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Económico	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% de anfitriones que consideran que los ingresos generados por la plataforma son beneficiosos	¿Los beneficios que obtiene al ofertar su hogar en la plataforma de Airbnb, constituyen un aporte para la economía de su familia? *Es un ingreso representativo para mi economía familiar *Ayuda medianamente a mi economía familiar *Es un ingreso no representativo para mi economía familiar.	2. ¿Mejora?: Acaparación de los beneficios turísticos en unos pocos actores del sector, por lo general grandes cadenas hoteleras.
6	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Media de la calificación al aporte del anfitrión para mejorar la comprensión cultural del turista (teniendo en cuenta sus 5 componentes)	Califique su aporte brindado a los turistas que visitaron su hogar con respecto a la comprensión cultural de la ciudad de Quito. Califique los siguientes aspectos, siendo 1 el valor más bajo y 5 el más alto. Situación económica y política de la ciudad, Historia, Costumbre y Tradiciones, Manifestaciones artísticas, Aprendizaje del lenguaje de Quito, modismos, etc.	4. ¿Mejora?: Poca o inexistente comprensión cultural de la comunidad receptora por parte del turista, lo que no genera un sentido de pertenencia, y por lo tanto, tampoco de respeto

7	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% de anfitriones que ha tenido problemas con vecinos por la visita de turistas	¿Esta actividad de alojamiento que este brinda a través de Airbnb le ha generado problemas con sus vecinos cercanos? SI o NO	4. ¿Mejora?: Poca o inexistente comprensión cultural de la comunidad receptora por parte del turista, lo que no genera un sentido de pertenencia, y por lo tanto, tampoco de respeto
8	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Problemas mencionados por anfitriones. Análisis cualitativo	¿Qué tipo de problemas?	4. ¿Mejora?: Poca o inexistente comprensión cultural de la comunidad receptora por parte del turista, lo que no genera un sentido de pertenencia, y por lo tanto, tampoco de respeto Pregunta para solo aquellos que respondieron SI en la pregunta anterior
9	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% de anfitriones que aceptan las solicitudes de turistas teniendo en cuenta aspectos religiosos, de género, étnicos, ideológicos, etc.	¿Tiene usted alguna restricción ideológica, religiosa, de edad, étnica, de género o de preferencia sexual para la aceptación de los turistas en su hogar? *Si *No	7. ¿Mejora?: Poca inclusión social en el turismo
10	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% por motivos de discriminación para la aceptación de los turistas en hogares del DMQ	Seleccione que tipo de restricciones tiene para la aceptación de los turistas en su hogar? Ideológica, Religiosa, De edad, Étnica, De género, o de preferencia Sexual	7. ¿Mejora?: Poca inclusión social en el turismo Pregunta para solo aquellos que respondieron SI en la pregunta anterior
11	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	Frecuencia de pernoctaciones turísticas por mes, expresado en %	¿Con qué frecuencia se renta su hogar gracias a la plataforma de Airbnb? *Frecuentemente (Todos los meses tengo reservas) *No muy frecuentemente (Solo en meses de mayor afluencia turística) *Ocasionalmente (Pocas reservas en el año, nada constante)	Recurso: tiempo
12	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	Número de noches que se reserva una vivienda p2p por mes, expresado en %	Mencione cuál es el promedio de noches que se reserva su hogar al mes *De 20 a 30 noches por por mes *De 10 a 19 noches por mes *De 5 a 9 noches por mes *Menos de 4 noches por mes	Recurso: tiempo. Comparar con el promedio de noches reservadas en hoteles

13	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	Número de noches de la estancia de los turistas por viaje, expresado en %	¿Cuántos días, en promedio, se aloja un turista en su hogar? *15 o más noches por reserva * De 10 a 14 noches por reserva *De 5 a 9 noches por reserva * Menos de 4 noches por reserva	Recurso: tiempo. Comparar con el promedio de noches reservadas de turistas pr visitas en hoteles
14	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	Promedio de empleos que genera cada host de la página	¿Cuántas personas atienden al turista que llega a su hogar ? *Solo yo *Dos personas *Más de dos personas	Recurso: humano. Comparar con el número de empleos que genera un establecimiento hotelero regular.
15	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Ambiental	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	% de ofertas que separan los distintos tipos de residuos	¿Tiene alguna política o regla de separación de residuos por tipo de desechos en su hogar que deban cumplir los turistas? *Si *No	Recurso: manejo de residuos
16	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Ambiental	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	% de ofertas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua	¿Tiene alguna política o regla de ahorro de agua en su hogar que deban cumplir los turistas? *Si *No	Recurso: agua
17	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Ambiental	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	% de ofertas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua y energía	¿Tiene alguna política o regla de ahorro energía en su hogar que deban cumplir los turistas? *Si *No	Recurso: energía eléctrica
18	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico / Social / Turístico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	Porcentaje de anfitriones que consideran su inversión de tiempo es rentable	¿Cree que su inversión de tiempo en la plataforma han ocasionado un retorno beneficioso para usted? *Si *No	Recurso: tiempo
19	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Turístico	Nivel de tolerancia de los anfitriones con respecto al servicio de Airbnb	Media de la calificación de satisfacción del anfitrión (teniendo en cuenta los 5 componentes)	¿Esta usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones? Califique con 1 si esta completamente en desacuerdo, y 5 si esta completamente de acuerdo	

			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Empatía	Media de la calificación para el componente Empatía	Las políticas de Airbnb han sido desarrolladas pensando en mi beneficio como anfitrión.	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Fiabilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	Los beneficios recibidos desde mi registro en la plataforma han sido los esperados	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Seguridad o Responsabilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	La plataforma ha sido de gran ayuda para poder arrendar mi vivienda a turistas que visitan la ciudad	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Sensibilidad o de Capacidad de respuesta.	Media de la calificación para el componente Empatía	Los recursos de asistencia y/o ayuda de la plataforma de Airbnb son los adecuados	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Tangibilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	El diseño de la página de Airbnb es útil y de fácil uso.	
20	IMPACTO: ¿Cuáles han sido los efectos a mediano y largo plazo?	Turístico	¿Puede esperarse que los impactos se alcancen?	% de anfitriones que les gustaría seguir trabajando con la modalidad p2p	¿Planea continuar ofertando su hogar en la plataforma de Airbnb? *Si *No	
21	IMPACTO: ¿Cuáles han sido los efectos a mediano y largo plazo?	Turístico	¿Puede esperarse que los impactos se alcancen?	Razón por la que quieren o no continuar ofertando su hogar en Airbnb.	¿Por qué si o no planea continuar ofertando su hogar en la plataforma de Airbnb? *	
22	IMPACTO: ¿Cuáles han sido los efectos a mediano y largo plazo?	Turístico	¿Puede esperarse que los impactos se alcancen?	% de anfitriones que consideran que la modalidad p2p afecta al sector turístico formal	¿Cree que este tipo de plataformas afectan al sector turístico formal?	
23	IMPACTO: ¿Cuáles han sido los efectos a mediano y largo plazo?	Turístico	¿Puede esperarse que los impactos se alcancen?	Razón por la que consideran que el turismo p2p genera una competencia desleal (en %)	¿Por qué SI cree que afecta al sector turístico formal?	Pregunta para solo aquellos que respondieron SI en la pregunta 22
24	IMPACTO: ¿Cuáles han sido los efectos a mediano y largo plazo?	Turístico	¿Puede esperarse que los impactos se alcancen?	Razón por la que consideran que el turismo p2p no genera una competencia desleal (en %)	¿Por qué NO cree que afecta al sector turístico formal?	Pregunta para solo aquellos que respondieron NO en la pregunta 22

(Elaboración propia)

GUIA DE ENCUESTA PARA TURISTAS						
#	CRITERIO DE EVALUACIÓN	ÁMBITO	¿QUÉ SE VA A MEDIR?	INDICADOR	PREGUNTAS	OBSERVACIONES
1			Preguntas demográficas	% de países emisores turísticos a Quito	País de residencia	
				Fecha de viaje de los turistas	Mencione el mes y el año en el cual visitó la ciudad de Quito	
				Edad de los turistas que visitaron el DMQ usando Airbnb (exoresado en %)	Edad	
2	¿Se cumple el propósito de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir el propósito de la modalidad?	Turístico	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Media de la calificación de la relación turista-anfitrión por criterio	Califique en la siguiente escala como ha sido la relación anfitrión-turista que se estableció durante su visita a la ciudad de Quito, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta. En cuanto a: empatía, confianza, tolerancia, respeto, compromiso, y aceptación	1. ¿Mejora?: Poca interacción entre personas residentes y el turista (en un contexto de turismo responsable)
3	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Turístico	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Número de horas diarias que el turista comparte con el anfitrión (expresado en %)	¿Durante su visita, cuán seguido se relacionó con su anfitrión? *De 6 a 8 horas diarias (Siempre) *De 3 a 5 horas diarias (Casi siempre) *De 1 a 2 horas diarias (Regularmente) *Menos de 1 hora diaria (Casi nunca) *No convivimos diariamente. Solo me entregó y retiró las llaves del departamento *Nunca vi al anfitrión directamente.	1. ¿Mejora?: Poca interacción entre personas residentes y el turista (en un contexto de turismo responsable)
4	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Turístico	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% de las razones por las que el turista prefiere Airbnb sobre establecimientos de alojamientos tradicionales	¿Por qué prefiere utilizar Airbnb sobre el sector de alojamiento tradicional (hoteles, hostales, pensiones)? *Porque es más económico *Porque quiero contribuir a la economía de los residentes directamente, no a cadenas hoteleras *No me gusta trabajar con intermediarios al programar mis viajes *Porque quiero estar en contacto directo con la comunidad residente * Porque Airbnb ejecuta un turismo responsable	2. ¿Mejora?: Acaparación de los beneficios turísticos en unos pocos actores del sector, por lo general grandes cadenas hoteleras. 3. ¿Mejora?: Turismo irresponsable, donde el turista solo buscaba el poseer, consumir; esto sin mirar los impactos de sus acciones
5	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Ambiental	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% porcentaje de medios de transporte más utilizados	¿Durante su visita a Quito, qué tipo de movilización utilizó para transportarse? *Transporte público *Servicios de taxi *Aplicaciones de servicios de taxi (Uber, Cabify u otros) *Auto arrendado *Auto propio *Bicicleta	3. ¿Mejora?: Turismo irresponsable, donde el turista solo buscaba el poseer, consumir; esto sin mirar los impactos de sus acciones

6	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Media de la calificación al aporte del anfitrión para mejorar la comprensión cultural del turista (teniendo en cuenta sus 5 componentes)	Califique el aporte brindado por los anfitriones en Quito con respecto a la comprensión cultural de la ciudad de Quito. Califique los siguientes aspectos, siendo 1 el valor más bajo y 5 el más alto: Situación económica y política de la ciudad, Historia, Costumbre y Tradiciones, Manifestaciones artísticas, Aprendizaje del lenguaje de Quito, modismos, etc.	4. ¿Mejora?: Poca o inexistente comprensión cultural de la comunidad receptora por parte del turista, lo que no genera un sentido de pertenencia, y por lo tanto, tampoco de respeto
7	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% de turistas que tuvieron problemas con vecinos de las viviendas en Airbnb	¿Durante su visita a Quito, tuvo problemas con los vecinos del departamento en el que se alojó? *Si *No	4. ¿Mejora?: Poca o inexistente comprensión cultural de la comunidad receptora por parte del turista, lo que no genera un sentido de pertenencia, y por lo tanto, tampoco de respeto
8	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Problemas más comunes entre turistas y vecinos de las ofertas de Airbnb (en %)	¿Qué problemas tuvo con los vecinos del lugar donde se alojó durante su visita a Quito?	Pregunta para solo aquellos que respondieron SI en la pregunta anterior
9	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Social	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	% de turistas que sufrieron discriminación durante su visita	Durante su visita a Quito, ¿sintió algún tipo de discriminación por parte de anfitriones o vecinos debido a temas ideológicos, religiosos, de edad, étnicos, de género o de preferencia sexual? Si o No	7. ¿Mejora?: Poca inclusión social en el turismo
10	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Turístico	Nivel de tolerancia de los turistas con respecto al servicio de los anfitriones	Media de la calificación del servicio que recibieron los turistas (teniendo en cuenta los 5 componentes)	¿Esta usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones? Califique con 1 si esta completamente en desacuerdo, y 5 si esta completamente de acuerdo.	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Empatía	Media de la calificación para el componente Empatía	El nivel de empatía del anfitrión fue excelente durante toda mi visita.	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Fiabilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	El servicio que recibí fue exactamente lo que esperaba.	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Seguridad o Responsabilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	El nivel de profesionalidad del anfitrión durante mi visita fue excelente	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Sensibilidad o de Capacidad de respuesta.	Media de la calificación para el componente Empatía	La capacidad de respuesta de mi anfitrión, cuando tuve algún problema o solicitud, fue excelente.	
			Nivel de tolerancia del turista. Componente: Tangibilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	Las instalaciones del departamento fueron exactamente lo que me ofrecieron en la plataforma	

11	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	Medida de número de días de hospedaje de los turistas	¿Cuántos días se hospedo en Quito en la vivienda que rentó a través de Airbnb?	Recurso: dinero
12	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	Promedio del gasto diario por turista que pernocta	¿Cuál fue su gasto diario promedio en dólares durante su visita a la ciudad de Quito?	Recurso: dinero
13	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	% de turistas que consideran han obtenido un ahorro gracias al uso de la plataforma	¿Considera que su gasto en alojamiento fue menor al presupuestado, gracias a la plataforma de Airbnb? SI o NO	Recurso: dinero
14	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	% de turistas que afirman que su ahorro lo gastaron en otras actividades turísticas	El ahorro que se generó en alojamiento por el uso de la plataforma de Airbnb, lo gastó en otras actividades turísticas durante su visita a Quito	Recurso: dinero Pregunta para solo aquellos que respondieron SI en la pregunta anterior
15	EFICIENCIA: ¿Con qué recursos se busca cumplir la misión de la modalidad?	Económico / Social	Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados	% de turistas que apoyaron micro negocios	¿Las compras de víveres durante su estancia las realizó en pequeños negocios del vecindario donde usted se alojó? Si o No	Recurso: dinero
16	IMPACTO: ¿Cuáles han sido los efectos a mediano y largo plazo?	Turístico	¿Puede esperarse que los impactos se alcancen?	% de turistas que visitarían el destino a pesar de no existir Airbnb	¿Si no hubiese ofertas de alojamiento por medio de Airbnb en la ciudad de Quito, igual hubiese visitado el destino? Si o No	

(Elaboración propia)

GUIA DE ENTREVISTAS						
#	CRITERIO DE EVALUACIÓN	ÁMBITO	¿QUÉ SE VA A MEDIR?	INDICADOR	PREGUNTAS	OBSERVACIONES
1	RELEVANCIA: ¿La modalidad ha hecho lo correcto, lo importante?	Turístico	Oportunidades del turismo colaborativo para desarrollarse en el DMQ	Opinión profesional sobre los resultados de la ejecución de la modalidad	¿Conoce usted o a escuchado sobre el turismo colaborativo?	
2	RELEVANCIA: ¿La modalidad ha hecho lo correcto, lo importante?	Turístico	Oportunidades del turismo colaborativo para desarrollarse en el DMQ	Opinión profesional sobre los resultados de la ejecución de la modalidad y su pertinencia de desarrollo en el DMQ	¿Conoce cuales son los impactos del turismo colaborativo a nivel mundial? Considera oportuno el desarrollo del turismo p2p en la ciudad de Quito.	
3	RELEVANCIA: ¿La modalidad ha hecho lo correcto, lo importante?	Turístico	Relevancia del turismo colaborativo para solucionar problemáticas actuales en turismo	Opinión profesional sobre los resultados de la ejecución de la modalidad y su pertinencia de desarrollo en el DMQ	¿En qué medida cree que las plataformas digitales de alojamiento como Airbnb, couchsurfing o booking, ayuda a las necesidades o problemáticas del turismo actuales en el DMQ?	

4	RELEVANCIA: ¿La modalidad ha hecho lo correcto, lo importante?	Turístico / Social	Conocimiento del Municipio sobre el estado del turismo colaborativo en el DMQ	Opinión profesional sobre el nivel de comunicación actual entre el sector hotelero formal y el p2p informal	Cree usted que existe un acuerdo entre el sector hotelero y el alojamiento no convencional impulsado por plataformas p2p	
5	RELEVANCIA: ¿La modalidad ha hecho lo correcto, lo importante?	Turístico	Prioridades del Municipio con respecto a la modalidad p2p	Opinión profesional sobre la necesidad de regulación del turismo p2p	Piensa usted que debería existir una regulación por parte de los organismos gubernamentales de la ciudad (Quito Turismo o del Mintur) para normar la oferta p2p	
6	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Turístico / Social / Económico / Ambiental	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Opinión profesional sobre los resultados de la ejecución de la modalidad, ¿Se alcanzan los propósitos de Airbnb en Quito?	<p>¿Considera que la intervención de Airbnb en el DMQ ha ocasionado una mejora en los siguientes aspectos?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Interacción entre personas residentes y el turista (en un contexto de turismo responsable) 2. Mejor distribución de los beneficios turísticos, ya no solo en unos pocos actores del sector, por lo general grandes cadenas hoteleras. 3. Turismo irresponsable, donde el turista solo buscaba el poseer, consumir; esto sin mirar los impactos de sus acciones 4. Poca o inexistente comprensión cultural de la comunidad receptora por parte del turista, lo que no genera un sentido de pertenencia y, por lo tanto, tampoco de respeto 5. Intermediarios que planifican y gestionan la actividad turística a su conveniencia, siendo estos poco flexibles con los requerimientos del turista. 6. Comunicación entre el turista y la comunidad receptora 7. Poca inclusión social en el turismo 	
7	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Turístico	Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales	Posición a favor o en contra de la modalidad	¿Cuál es su posición frente al desarrollo de esta modalidad?	

8	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Turístico	¿Qué resultados no planeados, positivos o negativos, se han presentado?	Opinión profesional sobre la existencia de competencia desleal	¿Considera que existe una competencia desleal con la ejecución de este tipo de plataformas de alojamiento?, ¿Cree que los hoteles tradiciones, agencias de viajes o actores como los guías profesionales y transportistas en turismo se ven afectados por la ejecución de este tipo de turismo?	
9	EFICACIA: ¿Se cumple el misión de la modalidad?, ¿Se podría llegar a cumplir la misión de la modalidad?	Turístico	Calidad en el servicio	Media de la calificación del servicio p2p (teniendo en cuenta los 5 componentes)	¿Esta usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones? Califique con 1 si esta completamente en desacuerdo, y 5 si esta completamente de acuerdo.	
			Nivel de tolerancia. Componente: Empatía	Media de la calificación para el componente Empatía	El nivel de empatía de los anfitriones hacia los turistas es muy bueno	
			Nivel de tolerancia. Componente: Fiabilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	El servicio que ofertan los anfitriones es de buena calidad. Los turistas están muy satisfechos ya que han recibido los beneficios esperados del servicio	
			Nivel de tolerancia. Componente: Seguridad o Responsabilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	El nivel de profesionalidad del anfitrión durante las visitas es excelente	
			Nivel de tolerancia. Componente: Sensibilidad o de Capacidad de respuesta.	Media de la calificación para el componente Empatía	La capacidad de respuesta de los anfitrión, cuando existe problemas o solicitudes, es excelente.	
			Nivel de tolerancia. Componente: Tangibilidad.	Media de la calificación para el componente Empatía	Las instalaciones de los departamento son completamente adecuadas para ofrecer un servicio de buena calidad.	

(Elaboración propia)

Anexo 2: Cuadro de análisis de datos

ANFITRIONES					
# de Pregunta	Dimensión de análisis /indicadores	Tipo de datos	Fuente de datos	Método de recopilación de datos	Método de análisis de datos
Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales					
2	Media de la calificación de la relación turista-anfitrión por criterio	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
3	% de anfitriones que establecen diariamente comunicación con el turista	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
4	Número de horas diarias que el turista comparte con el anfitrión	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
5	% de anfitriones que consideran que los ingresos generados por la plataforma son beneficiosos	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
6	Media de la calificación al aporte del anfitrión para mejorar la comprensión cultural del turista (teniendo en cuenta sus 5 componentes)	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
7	% de anfitriones que ha tenido problemas con vecinos por la visita de turistas	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
8	Problemas mencionados por anfitriones (expresado en porcentaje)	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
9	% de anfitriones que aceptan las solicitudes de turistas teniendo en cuenta aspectos religiosos, de género, étnicos, ideológicos, etc.	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
10	% por motivos de discriminación para la aceptación de los turistas en hogares del DMQ	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados					
11	Frecuencia de pernoctaciones turísticas por mes, expresado en %	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
12	Número de noches que se reserva una vivienda p2p por mes, expresado en %	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
13	Número de noches de la estancia de los turistas por viaje, expresado en %	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
14	Promedio de empleos que genera cada host de la página	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
15	% de ofertas que separan los distintos tipos de residuos	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
16	% de ofertas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
17	% de ofertas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua y energía	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
18	% de anfitriones que consideran su inversión de tiempo es rentable	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
Nivel de tolerancia de los anfitriones con respecto al servicio de Airbnb					
19	Media de la calificación de satisfacción del anfitrión (teniendo en cuenta los 5 componentes)	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
¿Puede esperarse que los impactos se alcancen?					
20	% de anfitriones que les gustaría seguir trabajando con la modalidad p2p	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
21	Razones por la que quieren o no continuar ofertando su hogar en Airbnb (expresado en porcentaje)	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
22	% de anfitriones que consideran que la modalidad p2p afecta al sector turístico formal	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
23	Razón por la que consideran que el turismo p2p genera una competencia desleal (en %)	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico
24	Razón por la que consideran que el turismo p2p no genera una competencia desleal (en %)	Cuantitativo	Anfitriones	Encuesta anfitriones	Análisis estadístico

(Elaboración propia)

TURISTAS					
# de Pregunta	Dimensión de análisis / indicadores	Tipo de datos	Fuente de datos	Método de recopilación de datos	Método de análisis de datos
Cumplimiento de los propósitos de la modalidad p2p para solucionar problemáticas turísticas actuales					
2	Media de la calificación de la relación turista-anfitrión por criterio	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
3	Número de horas diarias que el turista comparte con el anfitrión (expresado en %)	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
4	% de las razones por las que el turista prefiere Airbnb sobre establecimientos de alojamientos tradicionales	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
5	% porcentaje de medios de transporte más utilizados	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
6	Media de la calificación al aporte del anfitrión para mejorar la comprensión cultural del turista (teniendo en cuenta sus 5 componentes)	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
7	% de turistas que tuvieron problemas con vecinos de las viviendas en Airbnb	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
8	Problemas más comunes entre turistas y vecinos de las ofertas de Airbnb (expresado en porcentaje)	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
9	% de turistas que sufrieron discriminación durante su visita	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
Nivel de tolerancia de los turistas con respecto al servicio de los anfitriones					
10	Media de la calificación del servicio que recibieron los turistas (teniendo en cuenta los 5 componentes)	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
Medida en la que los recursos (humanos, financieros, tiempo, otros) se convierten en resultados					
11	Media de número de días de hospedaje de los turistas	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
12	Promedio del gasto diario por turista que pernocta	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
13	% de turistas que consideran han obtenido un ahorro gracias al uso de la plataforma	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
14	% de turistas que afirman que su ahorro lo gastaron en otras actividades turísticas	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
15	% de turistas que apoyaron micro negocios	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico
¿Puede esperarse que los impactos se alcancen?					
16	% de turistas que visitarían el destino a pesar de no existir Airbnb	Cuantitativo	Turistas	Encuesta a turistas	Análisis estadístico

(Elaboración propia)

Sector Hotelero, Intermediación, Operación, Académico y Entes Municipales y Estatales					
# de Pregunta	Dimensión de análisis /Indicadores	Tipo de datos	Fuente de datos	Método de recopilación de datos	Método de análisis de datos
Oportunidades del turismo colaborativo para desarrollarse en el DMQ					
2 y 3	Opinión profesional sobre los resultados de la ejecución de la modalidad y su pertinencia de desarrollo en el DMQ	Cualitativo	Sector hotelero, intermediación, operación, académico y entes municipales y estatales	Entrevista	Análisis de contenido
4	Opinión profesional sobre el nivel de comunicación actual entre el sector hotelero formal y el p2p informal	Cualitativo	Sector hotelero, intermediación, operación, académico y entes municipales y estatales	Entrevista	Análisis de contenido
5	Opinión profesional sobre la necesidad de regulación del turismo p2p	Cualitativo	Sector hotelero, intermediación, operación, académico y entes municipales y estatales	Entrevista	Análisis de contenido
6	Opinión profesional sobre los resultados de la ejecución de la modalidad, ¿Se alcanzan los propósitos de Airbnb en Quito?	Cualitativo	Sector hotelero, intermediación, operación, académico y entes municipales y estatales	Entrevista	Análisis de contenido
7	Posición a favor o en contra de la modalidad	Cualitativo	Sector hotelero, intermediación, operación, académico y entes municipales y estatales	Entrevista	Análisis de contenido
8	Opinión profesional sobre la existencia de competencia desleal	Cualitativo	Sector hotelero, intermediación, operación, académico y entes municipales y estatales	Entrevista	Análisis de contenido
Nivel de tolerancia de los actores turísticos con respecto a la ejecución de la modalidad p2p					
9	Media de la calificación del servicio p2p (teniendo en cuenta los 5 componentes)	Cualitativo	Sector hotelero, intermediación, operación, académico y entes municipales y estatales	Entrevista	Análisis de contenido

(Elaboración propia)

6.2. Anexos Capítulo II

Anexo 3: Barrios del DMQ donde se identificó ofertas de Airbnb

Barrios del DMQ donde se han identificado ofertas de Airbnb			
1. Atahualpa	15. El Condado	29. La Mariscal	43. Pomasqui
2. Bellavista	16. El ejido	30. La Merced	44. Puenbo
3. Calderón	17. El Florón	31. La Paz	45. Quito Tenis
4. Canal 4	18. El Inca	32. La Pradera	46. Rumipamba
5. Carapungo	19. Franklin Tello	33. La Tola	47. San Blas
6. Carcelén	20. González Suarez	34. La Vicentina	48. San Carlos
7. Centro Histórico	21. Guapulo	35. Las Casas	49. San Juan
8. Chillogallo	22. Intervalles	36. Machachi	50. San Rafael
9. Chimbacalle	23. Iñaquito	37. Mañosca	51. Santa Clara
10. Chiriyacu	24. La Alameda	38. Miraflores	52. Santa Prisca
11. Conocoto	25. La Floresta	39. Monjas	53. Solanda
12. Cotocollao	26. La Florida	40. Monteserrín	54. Solca
13. Cumbaya	27. La Kennedy	41. Nayón	55. Tumbaco
14. El Batán	28. La Luz	42. Ofelia	56. Turubamba

6.3. Anexos Capítulo III

Anexo 4: Datos estadísticos sobre la oferta p2p: Anfitriones, barrios y Superhosts

4.1. Superhost por año de registro en la plataforma

Año de registro en Airbnb de los Superhost

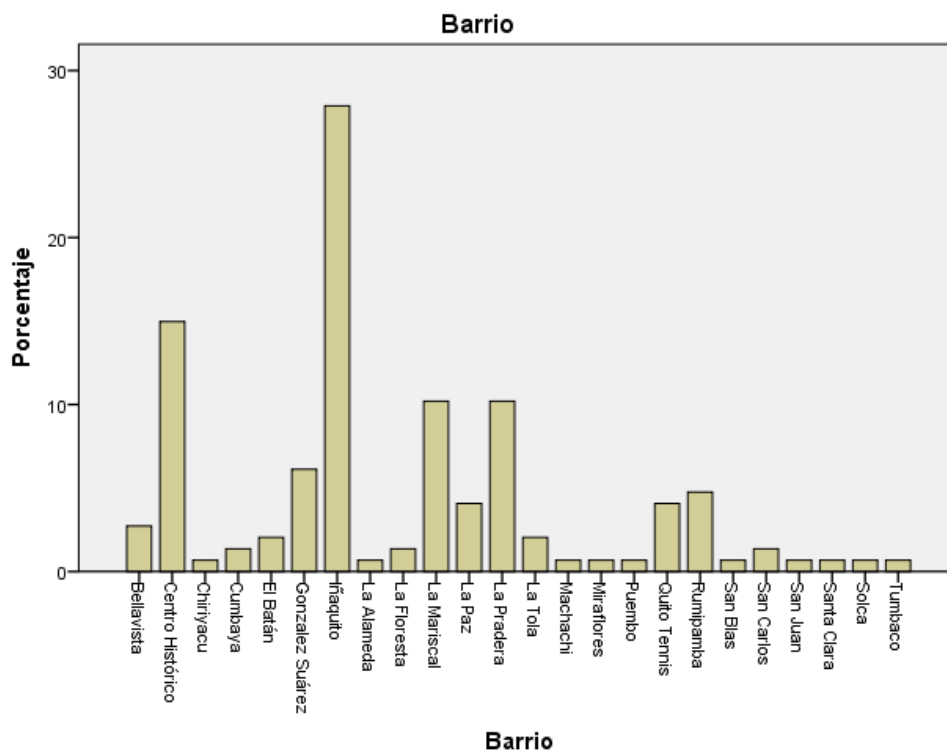
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2011	6	4,1	4,1	4,1
	2012	4	2,7	2,7	6,8
	2013	10	6,8	6,8	13,6
	2014	36	24,5	24,5	38,1
	2015	37	25,2	25,2	63,3
	2016	43	29,3	29,3	92,5
	2017	11	7,5	7,5	100,0
	Total	147	100,0	100,0	

4.2. Superhost por barrios

Superhosts por Barrios del DMQ

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bellavista	4	2,7	2,7	2,7
	Centro Histórico	22	15,0	15,0	17,7
	Chiriyacu	1	,7	,7	18,4
	Cumbaya	2	1,4	1,4	19,7
	El Batán	3	2,0	2,0	21,8
	González Suárez	9	6,1	6,1	27,9
	Iñaquito	41	27,9	27,9	55,8
	La Alameda	1	,7	,7	56,5
	La Floresta	2	1,4	1,4	57,8
	La Mariscal	15	10,2	10,2	68,0
	La Paz	6	4,1	4,1	72,1
	La Pradera	15	10,2	10,2	82,3
	La Tola	3	2,0	2,0	84,4
	Machachi	1	,7	,7	85,0
	Miraflores	1	,7	,7	85,7
	Puembo	1	,7	,7	86,4
	Quito Tennis	6	4,1	4,1	90,5
	Rumipamba	7	4,8	4,8	95,2
	San Blas	1	,7	,7	95,9
	San Carlos	2	1,4	1,4	97,3
San Juan	1	,7	,7	98,0	

Santa Clara	1	,7	,7	98,6
Solca	1	,7	,7	99,3
Tumbaco	1	,7	,7	100,0
Total	147	100,0	100,0	

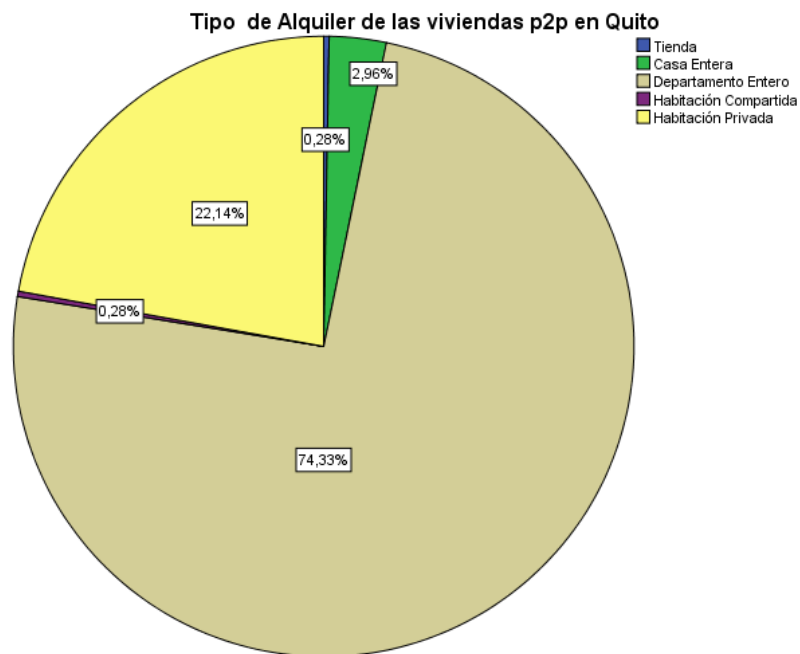


4.3. Barrios de las viviendas p2p en el DMQ

		Barrio		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje		
Válido	Atahualpa	1	,1	,1	,1
	Bellavista	23	3,2	3,2	3,4
	Calderón	1	,1	,1	3,5
	Canal 4	2	,3	,3	3,8
	Carapungo	2	,3	,3	4,1
	Carcelén	3	,4	,4	4,5
	Centro Histórico	47	6,6	6,6	11,1
	Chillogallo	2	,3	,3	11,4
	Chimbacalle	1	,1	,1	11,6
	Chiriyacu	1	,1	,1	11,7
	Conocoto	4	,6	,6	12,3
	Cotocollao	1	,1	,1	12,4
	Cumbaya	13	1,8	1,8	14,2

El Batán	56	7,9	7,9	22,1
El Condado	7	1,0	1,0	23,1
El Ejido	2	,3	,3	23,4
El Florón	3	,4	,4	23,8
El Inca	6	,8	,8	24,7
Franklin Tello	1	,1	,1	24,8
González Suárez	46	6,5	6,5	31,3
Guapulo	6	,8	,8	32,2
Intervalles	1	,1	,1	32,3
Iñaquito	167	23,6	23,6	55,9
La Alameda	3	,4	,4	56,3
La Floresta	18	2,5	2,5	58,8
La Florida	3	,4	,4	59,2
La Kennedy	3	,4	,4	59,7
La Luz	2	,3	,3	59,9
La Mariscal	50	7,1	7,1	67,0
La Merced	1	,1	,1	67,1
La Paz	12	1,7	1,7	68,8
La Pradera	61	8,6	8,6	77,4
La Tola	10	1,4	1,4	78,8
La Vicentina	2	,3	,3	79,1
Las Casa	2	,3	,3	79,4
Machachi	2	,3	,3	79,7
Mañosca	6	,8	,8	80,5
Miraflores	7	1,0	1,0	81,5
Monjas	3	,4	,4	81,9
Monteserrín	4	,6	,6	82,5
Nayón	2	,3	,3	82,8
Ofelia	1	,1	,1	82,9
Pomasqui	2	,3	,3	83,2
Puembo	1	,1	,1	83,4
Quito Tennis	32	4,5	4,5	87,9
Rumipamba	23	3,2	3,2	91,1
San Blas	18	2,5	2,5	93,7
San Carlos	5	,7	,7	94,4
San Juan	16	2,3	2,3	96,6
San Rafael	1	,1	,1	96,8
Santa Clara	5	,7	,7	97,5
Santa Prisca	1	,1	,1	97,6
Solanda	1	,1	,1	97,7
Solca	4	,6	,6	98,3

Tumbaco	11	1,6	1,6	99,9
Turubamba	1	,1	,1	100,0
Total	709	100,0	100,0	



Anexo 5: Insumos y servicios disponible en la oferta p2p

5.1. Idiomas de Atención por tipo de Alquiler

IDIOMAS DE ATENCIÓN POR TIPO DE ALQUILER

		Tipo Alquiler					Total
		Tienda	Casa Entera	Departamento Entero	Habitación Compartida	Habitación Privada	
Idioma	Alemán	0	2	35	0	12	49
	Chino	0	0	2	0	0	2
	Francés	1	3	57	0	17	78
	Holandés	0	1	10	0	0	11
	Inglés	2	11	364	2	103	482
	Italiano	0	1	29	0	7	37
	Japonés	0	0	1	0	0	1
	Noruego	0	0	3	0	1	4
	Portugués	0	1	24	0	12	37
	Ruso	0	1	7	0	1	9
	Sueco	0	0	0	0	1	1
	Ucraniano	0	1	2	0	1	4
	Total		2	11	366	2	105

5.2. Superhosts que hablan otro idioma

			Superhost		Total
			SI	NO	
Idioma acumulado ^a	Alemán	Recuento	24	25	49
	Chino	Recuento	0	2	2
	Francés	Recuento	25	53	78
	Holandés	Recuento	3	8	11
	Inglés	Recuento	124	358	482
	Italiano	Recuento	15	22	37
	Japonés	Recuento	0	1	1
	Noruego	Recuento	0	4	4
	Portugués	Recuento	7	30	37
	Ruso	Recuento	3	6	9
	Sueco	Recuento	0	1	1
	Ucraniano	Recuento	0	4	4
Total	Recuento	124	362	486	

5.3. Estadísticos de Habitaciones p2p en el DMQ

Número de Habitaciones p2p

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1	429	60,5	60,5	60,5
2	209	29,5	29,5	90,0
3	62	8,7	8,7	98,7
4	8	1,1	1,1	99,9
5	1	,1	,1	100,0
Total	709	100,0	100,0	

N	Válido	709
	Perdidos	0
Media		1,51
Mediana		1,00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		5
Suma		1070
Percentiles	25	1,00
	50	1,00
	75	2,00

Anexo 6: Normativa que todo Establecimiento de Alojamiento debe cumplir

6.1. Requisitos para establecimientos de Categoría Única

ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA	
Nro.	CONDICIONES MÍNIMAS
1	Mantener las instalaciones de infraestructura, mobiliario, insumos y equipamiento del establecimiento en perfectas condiciones de funcionamiento.
2	Limpieza e higiene son condiciones básicas para todas las categorías.
REQUISITOS GENERALES	
3	Contar con sistema de iluminación de emergencia.
4	Identificar y señalizar las zonas de evacuación, puntos de encuentro, salidas de emergencia, extintores y mangueras, según las disposiciones de la Autoridad competente.
5	Exhibir en cada habitación y piso, un mapa de ubicación y de evacuación conforme las disposiciones de la Autoridad competente.
6	Contar con una política interna en la cual se mencione el horario de atención a proveedores y que no interfiera con las horas de alto tránsito de huéspedes.
7	Contar, aplicar y procesar cuestionarios de evaluación de satisfacción del cliente en relación a los servicios brindados y a las instalaciones del establecimiento.
8	En caso de contar con sistemas de ambientación musical, estos deberán estar colocados en y hacia el interior del establecimiento.
9	Equipar con contenedores de desechos, deberán estar ubicados en las áreas de uso común y áreas donde se identifique que se generan desechos.
10	Identificar y señalizar las áreas asignadas para fumadores, en caso de existir.
11	Identificar las áreas con facilidades para personas con discapacidad.
12	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente del agua en cuartos de baño y aseo de habitaciones, cuartos de baño y aseo en áreas de uso común de los huéspedes, y cuartos de baño y aseo en áreas del personal.
13	Colocar letreros que promuevan el uso eficiente de energía eléctrica en habitaciones, en áreas de uso común de los huéspedes, y en áreas del personal.
14	Identificar y señalizar el número de piso.
15	Identificar y señalizar las habitaciones por piso.
16	Identificar y señalizar las áreas de huéspedes y ubicación de servicios complementarios.
17	Exhibir los horarios de ingreso (check in) y salida (check out) en recepción.
18	Contar con personal uniformado (con distintivo o atuendo).
19	Exhibir la licencia de funcionamiento vigente según el formato (a color) establecido por la Autoridad Nacional de Turismo, en un lugar que sea visible para el huésped .
20	Exhibir el tarifario rack anual registrado ante la Autoridad Nacional de Turismo.
21	Exhibir en la recepción el número del servicio integrado de seguridad ECU 911.
22	Equipar al menos un área común con cámara de seguridad. El establecimiento deberá definir el área con mayor riesgo del mismo.
23	Contar con un sistema de auxilio, al menos en un área del establecimiento, conectado directamente con organismos de seguridad y respuesta inmediata. En caso de lugares donde no exista cobertura, se proveerá otro tipo de auxilio y/o apoyo inmediato.
24	Los nuevos establecimientos de alojamiento turístico, ubicados en la franja Marino Costera deberán contar con filtros de arena para aguas grises.

ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA

Nro.	CONDICIONES MÍNIMAS
25	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con trampas de grasa, ubicadas en áreas de preparación de alimentos.
26	Los establecimientos de alojamiento turístico deberán contar con instalaciones eléctricas cuyo voltaje sea de 110V y 220V, debidamente señalizado.
INFRAESTRUCTURA	
27	Acceso al establecimiento y demás dependencias con facilidades para el uso de personas con discapacidad. En caso de establecimientos que no cuenten con estas facilidades, deberán contar con personal entrenado que permita dar el servicio. Los nuevos establecimientos se sujetarán a la normativa de accesibilidad universal vigente.
28	Contar con iluminación natural y/o artificial en todas las áreas del establecimiento.
29	Contar con ventilación natural y/o mecánica que permita el flujo de aire y la no acumulación de olores, con especial énfasis en cuartos de baño y aseo, bodegas, y áreas de preparación de alimentos (siempre que el establecimiento brinde el servicio de alimentación).
30	Contar con fuentes de suministro de agua permanente, con capacidad de abastecimiento para todas las áreas del establecimiento.
31	Contar con materiales de construcción y/o revestimiento para evitar la acumulación de microorganismos en cuartos de baño y aseo, bodegas, áreas con uso de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuviera estas últimas).
32	Contar con elementos antideslizantes en pisos de cuartos de baño y aseo, accesos, escaleras, áreas de vapor/agua y áreas de preparación de alimentos (si tuvieran estas últimas).
33	Destinar áreas para uso común y/o múltiple para huéspedes.
34	En caso de contar con áreas para fumadores se deberá cumplir los requisitos establecidos en la normativa nacional vigente, referente a la regulación y control del tabaco.
35	Contar con un área o espacio específico para la separación y almacenamiento de desechos sólidos.
36	Contar con un área de almacenamiento de lencería en el establecimiento (ropa de cama, toallas, entre otros).
37	Contar con bodegas y/o compartimentos específicos para almacenamiento de utilería, productos de limpieza y de servicio a dependencias del establecimiento, entre otros.
38	Contar con bodegas, utilerías y/o compartimentos específicos para almacenamiento de herramientas e implementos para mantenimiento, separadas y sin contacto directo con materiales inflamables o alimentos.
SERVICIOS	
39	Proveer de agua las veinticuatro horas.
40	Servicio de custodia de equipaje.
41	Servicio de internet en áreas de uso común. No aplica en localidades donde no existe el servicio.
42	Botiquín con contenido básico según lo establecido en este Reglamento.
43	Servicio de recepción, conserjería o guardianía las 24 horas.
44	Proveer el servicio diario de limpieza.
45	Contar con un plan de seguridad que incluya mecanismos de contingencia y atención de emergencias, según lo establecido por la Autoridad competente.

ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA

Nro.	CONDICIONES MÍNIMAS	
	ÁREAS DE CLIENTES	
	CUARTOS DE BAÑO Y ASEO EN ÁREAS COMUNES	
46	Identificar y señalizar por género los cuartos de baño y aseo en áreas comunes.	
47	La dimensión de los cuartos de baño y aseo estará determinada por la capacidad del servicio a prestar.	
48	Equipamiento e insumos	Inodoro con asiento y tapa;
49		Lavamanos;
50		Espejo sobre el lavamanos;
51		Tomacorriente;
52		Basurero con funda y tapa;
53		Dispensador de jabón de pared o desechable;
54		Jabón líquido;
55		Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables;
56		Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca al área de cuarto de baño y aseo;
57		Papel higiénico;
58		Dispensador de desinfectante de manos dentro o fuera del servicio higiénico;
59		Gel desinfectante de manos;
60		Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
61		Cartilla de control de limpieza.
	HABITACIONES	
62	Los establecimientos de alojamiento deberán contar con un mínimo de 5 habitaciones.	
63	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso.	
64	Las dimensiones de cama(s) se aplicarán según lo establecido en el presente Reglamento. En caso de sofá cama se aplicará la medida mínima para cama de una plaza.	
65	Equipamiento	Colchón;
66		Protector de colchón;
67		Sábanas;
68		Cobija(s);
69		Cubrecama, edredón o plumón duvet;
70		Almohada(s) por plaza;
71		Protector de almohada;
72		Al menos un velador o mesa de noche;
73		Basurero.
74	Cobija extra a petición del huésped.	

ANEXO A. REQUISITOS OBLIGATORIOS PARA LAS TIPOLOGÍAS QUE NO SE ENCUENTRAN DETERMINADAS COMO CATEGORÍA ÚNICA		
Nro.	CONDICIONES MÍNIMAS	
75	Al menos dos tomacorrientes para uso de huéspedes.	
76	Teléfono en todas las habitaciones o sistema de comunicación interna entre áreas de uso de huéspedes y áreas de servicio, cuando no se disponga de servicio telefónico.	
77	Informativo del establecimiento, que incluya políticas, datos sobre los servicios generales y adicionales, horarios de prestación de servicios, horarios de ingreso (check in) y salida (check out), teléfonos de apoyo y emergencias (ECU 911) en la habitación.	
78	Contar con agua para consumo en la habitación.	
CUARTO DE BAÑO Y ASEO PRIVADO Y/O COMPARTIDO (PARA LOS CASOS QUE APLIQUE)		
79	Equipamiento	Iluminación eléctrica central o similar, controlada junto a la puerta de acceso;
80		Tina y/o ducha con división de espacios entre esta y el área restante del baño;
81		Lavamanos;
82		Espejo sobre el lavamanos;
83		Barra de seguridad en tina y/o ducha y/o elemento antideslizante para el piso;
84		Tomacorriente (excepción para establecimientos según sus políticas);
85		Inodoro con asiento y tapa;
86		Basurero con tapa;
87		Toallero y/o gancho;
88		Jabón en lavamanos;
89		Secador automático de manos o dispensador de toallas con toallas desechables, para cuarto de baño y aseo compartido;
90		Porta papel dentro del área de cuarto de baño y aseo privado;
90-A		Porta papel o dispensador de papel higiénico dentro o cerca del área de cuarto de baño y aseo compartido;
91		Papel higiénico.
92	Vaso en cuarto de baño y aseo en habitación privada.	

Anexo 7: Resultados de entrevistas a actores claves

Entrevistado:	Fecha de entrevista:	Cargo:
<ul style="list-style-type: none"> Alfonso Auz Cristina Velastegui 	30/07/2018	Director de Normativa-MINTUR Analista de Normativa

1. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre el turismo colaborativo?

Sí, he escuchado de la plataforma colaborativa de Airbnb o Booking, también he escuchado de otras plataformas, pero no recuerdo sus nombres.

2. ¿Conoce cuáles son los impactos del turismo colaborativos a nivel mundial? Considera oportuno el desarrollo del turismo p2p en la ciudad de Quito

Las plataformas actualmente ejercen en función a tendencias del mercado, el sector turístico en el DMQ debe aprender a convivir con este tipo de actividades y adaptarse a

nuevas tendencias, en este contexto, si es oportuno el desarrollo de la actividad p2p porque en el mercado hay otras necesidades. Son tendencias que se implementan conforme a la demanda del sector, es necesario que nos preparemos entendiendo que el turismo es una actividad dinámica. Se ha hablado de los beneficios de Airbnb al aumentar la oferta de plazas de alojamiento, lo que ocasiona que el precio de alojamiento se abarate.

3. ¿Cuál es su posición frente al desarrollo de esta modalidad?

Frente a los beneficios positivos ya mencionados, creo que es bueno que la actividad se desarrolle ya que da más opciones al viajero, que ahora busca opciones diferentes de alojamiento; incluso hay viajeros que han utilizado la plataforma en otras ciudades del mundo y buscan vivir la misma experiencia en el país. No se debe impedir el desarrollo de esta actividad, más bien, se debe establecer alianzas que permitan que la modalidad se convierta en una oportunidad y no en una amenaza.

4. Piensa usted que debería existir una regulación por parte de los organismos gubernamentales de la ciudad para normar la oferta p2p

Es necesario que exista una normativa que regule este tipo de alojamientos, sin embargo, se debe mantener la idea de que es la actividad la que debe adaptarse a la normativa del destino turístico y no al revés. Estos alojamientos también deberían cumplir con requisitos mínimos como el Registro Turístico y la LUAF. Existe predisposición del MINTUR por normar esta oferta, por lo ya se tiene una primera propuesta de normalización que cubra este vacío legal; mismo propone regular varios inmuebles que se ofertan a través de plataformas informáticas. Nos encontramos en etapa de socialización con el sector formal, se espera que la normativa se actualice hasta finales de este año.

5. ¿Conoce usted cuáles son las plataformas de turismo colaborativo que ofrecen alojamiento en Quito?

Durante las socializaciones con distintos actores del sector, se ha mencionado otras plataformas de alojamiento colaborativo, sin embargo, no recuerdo sus nombres puntuales.

6. ¿En qué medida cree que las plataformas digitales de alojamiento como Airbnb, couchsurfing o booking, ayuda a las necesidades o problemáticas del turismo actuales en el DMQ?

En otros países Airbnb ha ayudado a ampliar y diversificar la oferta, adaptándose a requisitos de los turistas, además que otorga mucha flexibilidad en la planificación del viaje y mejora la interacción del anfitrión con los residentes, experiencia que no se obtiene en alojamientos formales. En este sentido, el turismo colaborativo si podría ayudar en el aumento de la demanda en el DMQ.

7. Conoce usted si existe un acuerdo entre el sector hotelero y el alojamiento no convencional impulsado por plataformas p2p

No existe ninguna clase de diálogos, aún menos de acuerdos. Sin embargo, hemos visto que el sector formal de alojamiento ve en esta modalidad una amenaza. El nuevo reglamento que proponemos podría ayudar a que se inicien diálogos y también alianzas.

8. ¿Considera que existe una competencia desleal en la ejecución de este tipo de plataformas de alojamiento?, ¿Cree que los hoteles tradicionales, agencias de viajes o actores como los guías profesionales y transportistas en turismo se ven afectados por la ejecución de este tipo de turismo?

Desde el campo legal, si existe competencia desleal porque la oferta formal cumple con la normativa local; desde este ámbito, si se configura como competencia desleal. Sin embargo, desde el ámbito turístico, el mercado es muy dinámico por lo que solo distintos tipos de competencia que se adapta a las tendencias del mercado.

9. ¿Considera que la intervención de Airbnb en el DMQ ha ocasionado una mejora en los siguientes aspectos?

- Interacción entre personas residentes y el turista: Depende mucho del anfitrión, unos son muy hospitalarios mientras que con otros apenas tienen contacto con el turista.
- Distribución de los beneficios económicos: Cualquiera persona puede ofertar en la plataforma, por lo tanto, cuando se llevan a cabo reservas en departamentos de residentes, se distribuye mejor la riqueza. No obstante, este tipo de turismo inicia empíricamente, sin preparación, ocasionando un desorden en la actividad.
- Turismo responsable: Desde un inicio, creo si se pensó en aportar a un turismo más responsable, sin embargo, esta actividad evolucionó y se adaptó a requisitos del mercado por lo que ya no cumple a cabalidad los objetivos para los que se planteó. En algunos casos ya no se comparte con los residentes, y se ha convertido en una actividad únicamente comercial.
- Poca o inexistente comprensión cultural: Esto depende mucho del turista, sin embargo, no todas las viviendas p2p están ubicadas en zonas turísticas, lo que permite que el visitante interactúe en un ambiente más local.
- Mayor flexibilidad en la planificación de los viajes: Gracias a las plataformas p2p el turista tiene mayor libertad de organizar los viajes por su cuenta.
- Comunicación entre el turista y el residente: Gracias a la tecnología y a sociedades que están siempre conectadas, la comunicación a través de las plataformas ha mejorado exponencialmente.
- Inclusión social en el turismo: En términos generales, sí, cualquiera puede acceder a la plataforma y registrarse como anfitrión o como turista. Sin embargo, en temas de atención a personas con discapacidades físicas, el servicio p2p no está preparado para atenderlos.

Entrevistado:

- Edison Cupueran

Fecha de entrevista:

31/07/2018

Cargo:

Director de la Escuela de Hotelería y Turismo de la PUCE

1. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre el turismo colaborativo?

Si he escuchado de plataformas como Airbnb u otras, más no sobre turismo colaborativo como una modalidad.

2. ¿Conoce cuáles son los impactos del turismo colaborativos a nivel mundial? Considera oportuno el desarrollo del turismo p2p en la ciudad de Quito

Más que oportuno es inminente, no se puede frenar a la modalidad porque es una tendencia actual.

3. ¿Cuál es su posición frente al desarrollo de esta modalidad?

En Ecuador el impacto de estas plataformas de alojamiento no es significativo, sin embargo, si se ha visto una disminución de la demanda de alojamiento en las principales ciudades del país: Quito, Guayaquil y Cuenca. Mantengo una opinión dividida. Por un lado, considero que esto representaría una oportunidad para Quito ya que actualmente se carece del número de plazas para abastecer a toda la demanda que Quito Turismo planifica atraer para los próximos años, de este modo se supliría mencionada deficiencia. Por otro lado, no es tan sencillo decir que beneficiaría porque se deben analizar otros elementos de la modalidad que no podrían ser beneficiosos para la ciudad.

4. Piensa usted que debería existir una regulación por parte de los organismos gubernamentales de la ciudad para normar la oferta p2p

Se debe ser realista, no se va a poder controlar a esta modalidad. El MINTUR no tiene ni la capacidad ni la jurisdicción para ir de casa en casa para controlar estas ofertas. Este es un tema que va más allá de modificar la normativa de alojamiento del país, ya que se debería revisar también temas de propiedad privada y un problema de la legislación del país es que se tiene una conexión entre la normativa en cada ministerio.

5. ¿Conoce usted cuáles son las plataformas de turismo colaborativo que ofrecen alojamiento en Quito?

La que más conozco, he incluso he utilizado, es Airbnb; sin embargo, también se de otras plataformas de intercambio de residencias como por ejemplo HomeExchange.

6. ¿En qué medida cree que las plataformas digitales de alojamiento como Airbnb, couchsurfing o booking, ayuda a las necesidades o problemáticas del turismo actuales en el DMQ?

Airbnb y otras plataformas colaborativas tienen cabida en el DMQ ya que los hoteles no pueden adaptarse a viajes familiares, muy poco son kids friendly. Además, estas plataformas trabajan en un mercado muy bien definido, jóvenes hiperconectados, por lo que se convierten en el intermediario perfecto; se mejora de este modo el contacto personal con los clientes, lo que los hoteles no han podido ofrecer aún. Airbnb al estar ultra segmentado manejan con gran eficiencia la información de sus clientes, cosa que los hoteles aún no pueden lograr. También, tenemos ejemplos de venta retail, frente a tiendas en línea como Amazon, donde el cliente prefiere hacer compras en línea por la personalización en la venta. En este sentido, Booking se ha convertido en una excelente herramienta para hostales porque el contacto es más directo y eficiente. Creo que las páginas web de los hoteles son muy complejas, lo que no ocurre con Airbnb. En este sentido, podrían las plataformas p2p ayudar al turismo de la ciudad. Y finalmente, páginas como Airbnb alargan la estancia de los turistas en un destino, no como en tours programados, lo que se debe aprovechar en los destinos.

7. Conoce usted si existe un acuerdo entre el sector hotelero y el alojamiento no convencional impulsado por plataformas p2p

No conozco si existe un acuerdo, sin embargo, creo que Booking ha logrado que exista

una clase de acuerdo entre el sector formal y el colaborativo, ya que en la plataforma se puede encontrar estos dos tipos de alojamientos.

8. ¿Considera que existe una competencia desleal en la ejecución de este tipo de plataformas de alojamiento?, ¿Cree que los hoteles tradiciones, agencias de viajes o actores como los guías profesionales y transportistas en turismo se ven afectados por la ejecución de este tipo de turismo?

No considero que sea competencia desleal, es falta de visión, los negocios turísticos deben adaptarse por la naturaleza dinámica de la actividad. Por ejemplo, podemos mencionar el caso de Uber en Japón, donde el servicio no pudo ingresar en el mercado ya que el servicio de taxi convencional era mucho mejor, Uber intentó suplir un servicio que era mejor, por lo que no fue necesario de políticas para que la marca salga del país. Y yo personalmente, no he visto a hoteles que traten de adaptarse y acercarse a sus clientes; no es deslealtad, es el tipo de competencia de hoy en día.

Considero que las grandes cadenas hoteleras deben enfocarse en otros segmentos del mercado, como el de convenciones y eventos, aquí es donde el sector hotelero formal tendría ventaja sobre el colaborativo, a pesar de que Airbnb tenga el complemento de búsqueda de hospedajes cerca de eventos, creo que este no es el segmento de mercado para Airbnb. Tal vez en el caso de eventos masivos como en el Mundial o en las Olimpiadas, este complemento de Airbnb pueda funcionar.

9. ¿Considera que la intervención de Airbnb en el DMQ ha ocasionado una mejora en los siguientes aspectos?

- Interacción entre personas residentes y el turista: considero que la interacción si mejora, ya que puede existir interacción sin ser necesario que el anfitrión y el visitante se vean. A través de la plataforma se permite una interacción más cercana, además, el turista al hospedarse unos días en vecindarios, no solo interactúa con el anfitrión, sino también con vecinos, personas de tiendas, taxistas, etc.
- Distribución de los beneficios económicos: si totalmente, ya no gastas en un solo sitio como cuando compras un tour armado, sino que también gastan en la tienda de la esquina, el taxi, el cine, etc.
- Turismo responsable: Estoy de acuerdo parcialmente con esto, a pesar de que la actividad se postula como una actividad responsable no se puede saber porque no hay control. Sin embargo, ambientalmente se conoce que cuando la actividad turista no está concentrada en un sector, se usa mucho más espacio y por lo tanto no se concentra el uso de recursos, no se limita el impacto a un solo lugar.
- Poca o inexistente comprensión cultural: No, a pesar de que este objetivo es muy loable, esto es complicado que se logre porque siempre debe existir un intermediario local capacitado. Por ejemplo, para un americano no cabe el saludo con un beso en la mejilla, por lo que es necesario de un intermediario que explique esta y otras relaciones.
- Mayor flexibilidad en la planificación de los viajes: Esto si es verdad, y creo

que esta es una oportunidad también para operadoras de ofrecer viajes más personalizados.

- Comunicación entre el turista y el residente: si existe mayor comunicación entre el anfitrión y turista, ya sea directamente o a través de la plataforma. Sin embargo, no se puede saber si esta comunicación que se da, es positiva o negativa en la actividad turística.
- Inclusión social en el turismo: quien usa internet, va a tener acceso a la actividad p2p, sin embargo, desde el punto de vista de los anfitriones, todas las viviendas pueden ser ofertadas, pero no todas son rentadas, la inclusión se daría cuando todas las viviendas entran en el mercado y pueden competir.

Entrevistado: Diego Utreras Hidalgo	Fecha de entrevista: 06/08/2018	Cargo: Director Ejecutivo Federación Hotelera del Ecuador
---	---	--

1. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre el turismo colaborativo?

Si lo he escuchado, o también se lo conoce como economía colaborativa

2. ¿Conoce cuáles son los impactos del turismo colaborativos a nivel mundial? Considera oportuno el desarrollo del turismo p2p en la ciudad de Quito

La economía colaborativa es una oferta paralela de alojamiento, indudablemente tiene un impacto, por mencionar algunos:

- Un turista en vez de elegir un alojamiento formal que cuenta con todos los permisos y licencias, elige un alquiler que no formaliza la mano de obra, que no tiene permisos ni licencias ambientales, ni cumple con obligaciones tributarias
- Es una economía sumergida, es decir, se beneficia al anfitrión, pero no a la ciudad ya que, por ejemplo, no hay recaudación de impuestos.
- También se ha escuchado de malestar e inseguridad de propietarios en condominios por temas de convivencia
- Se genera inseguridad en el destino porque no existe control del visitante.
- En otros países se ha escuchado también problemas inmobiliarios, ya que se desplaza a residentes de algunas zonas, por crear oferta para turistas a través de Airbnb.
- La plataforma también genera una transversalidad en la oferta turística e impulsa la informalidad: no solo se oferta alojamiento, sino también guianza, transporte o alimentación.

Es un fenómeno que no se puede parar, pero al igual que otros países, Quito debe tomar medidas para regularizar la oferta.

3. ¿Cuál es su posición frente al desarrollo de esta modalidad?

Esta forma empírica de desarrollar la actividad turística puede no solo afectar a los distintos actores, sino que también se afecta al destino por una mala gestión. En este sentido, al no poderse detener, si es necesario que se regularice.

4. Piensa usted que debería existir una regulación por parte de los organismos gubernamentales de la ciudad para normar la oferta p2p

La posición de AHOTEC, como se mencionó, no es de oposición porque el fenómeno no se puede frenar; pero si se pide que se regularice. Si todos los hoteles, desde el más pequeño hasta el más grande, están jugando con las mismas reglas, es decir, deben cumplir con una normativa mínima, es necesario que esta oferta p2p también se norme. Los hoteles tenemos agentes de control que nos visitan como mínimo una vez cada trimestre. Por esta razón se ha pedido ya desde hace tres años al MINTUR que se proponga un reglamento, he incluso presentamos unas sugerencias para el reglamento. Propusimos que se añada un acápite con normativa para inmuebles de uso turístico; dentro de las normativas sugeridas propusimos que además de cumplir con exigencias mínimas como la Licencia Única de Funcionamiento o el Registro Turístico, también estos inmuebles deberán poseer una carta de aceptación de todos los dueños de casas contiguas del mismo conjunto residencial, además que propusimos una estancia mínima de 7 noches. El ministerio está actualmente en un proceso de socialización de la normativa, misma que tomaron algunos elementos de nuestra propuesta, más ellos establecen una estancia mínima de 2 a 3 noches. Nuestro pedido no solo se limitó a generar una regulación, sino también mecanismos de control. En este sentido, entendemos que el control es algo muy complejo de ejercer; sin embargo, se propuso que se ejecute una medida de sensibilización a través de una campaña informativa, para que de algún modo se sensibilice a anfitriones a registrarse y a cumplir la normativa establecida. Entendemos que no todos los anfitriones harán conciencia, pero es una medida progresiva, que irá mostrando impactos positivos con el pasar del tiempo. Además, se propuso que en reglamento se mencione cuáles son las competencias y atribuciones de otros entes que están también involucrados en la actividad como el Ministerio de Trabajo, el SRI, los Municipios, entre otros.

5. ¿Conoce usted cuáles son las plataformas de turismo colaborativo que ofrecen alojamiento en Quito?

Las plataformas colaborativas no solo operan en UIO ya que tienen un origen extranjero, pero he escuchado de varias como Airbnb, HomeAway, o Booking. Es interesante que plataformas como Expedia, Hotels o Booking también tengan oferta colaborativa hoy en día.

6. ¿En qué medida cree que las plataformas digitales de alojamiento como Airbnb, couchsurfing o booking, ayuda a las necesidades o problemáticas del turismo actuales en el DMQ?

De ninguna manera ayuda a las necesidades de la ciudad. Actualmente la oferta de alojamiento no está siendo utilizada por completo. Su ocupación se encuentra entre el 50% y 55%. Quito necesita recibir mayor demanda para aumentar tasas de ocupación, no aumentar el número de plazas. Además, que la tarifa promedio se ve afectada, ya que estas ofertas colaborativas ofertan alojamientos con tarifas que pueden ser hasta la tercera parte que la de un hotel. Tampoco hay control en la actividad, ni pago de impuestos, ni generación de empleo, y aún menos seguridad en los servicios. Como destino, esto es perjudicial. En resumen, el DMQ se ve afectado en la tarifa promedio, en la ocupación, y además que aumenta el riesgo de inversión del sector hotelero.

7. Conoce usted si existe un acuerdo entre el sector hotelero y el alojamiento no convencional impulsado por plataformas p2p

No directamente, no es que el sector de alojamiento formal del país no lo haya

intentado. La plataforma pone muchos impedimentos para contactar con anfitriones, la única manera de contactar a anfitriones es a través de la gestión de una reserva. De este modo, se ha pedido al MINTUR que comiencen a tomar cartas en el asunto, de lo que conozco, el MINTUR se comprometió en contactarse con Airbnb para dialogar sobre procesos que se puede implementar para regular y controlar esta oferta, pasó un año desde que se intentó contactar con Airbnb y el ministerio no tuvo ninguna respuesta.

8. ¿Considera que existe una competencia desleal en la ejecución de este tipo de plataformas de alojamiento?, ¿Cree que los hoteles tradiciones, agencias de viajes o actores como los guías profesionales y transportistas en turismo se ven afectados por la ejecución de este tipo de turismo?

Si, consideramos que es una oferta ilegal y de competencia desleal ya que como mencioné no se cumple con la normativa establecida para el sector alojamiento. A esto se le suma el hecho que ofertan alojamiento a precios que son la tercera parte de los del sector alojamiento. Todos en el sector alojamiento deberíamos jugar bajo las mismas reglas. Claro que se ve afectada la oferta formal de alojamiento, sobre todo los hoteles más pequeños que atienden al mismo segmento; todo tiene un impacto, por ejemplo, solo dos hoteles que son cadenas internacionales, ubicados cerca del aeropuerto de Tababela, está atrayendo mayor demanda por su ubicación. Estos dos hoteles son los únicos en el DMQ con una ocupación mensual de más del 60%. Se ha visto casos varias PYMES hoteleras que deben cerrar por la baja ocupación. Y es fácil decir que el sector debe adaptarse, las cadenas internacionales que ejercen en el DMQ dependen de la toma de decisiones de personal que no se encuentra en el país, y las PYMES no tienen los recursos para planificar modos de adaptación.

9. ¿Considera que la intervención de Airbnb en el DMQ ha ocasionado una mejora en los siguientes aspectos?

- Interacción entre personas residentes y el turista: Si existe mayor interacción, porque hay mayores oportunidades de contacto con personas residentes, no solo con el anfitrión sino también con vecinos, personas de comercios cercanos, etc. Sin embargo, no sé si esta interacción es positiva o negativa, ya que como no son personas preparadas en el ámbito turístico, esta relación puede ser más bien negativa para el destino.
- Distribución de los beneficios económicos: No porque la industria refleja bajos índices de ocupación, además que el 85% de la oferta de alojamiento en el DMQ son PYMES por lo que esta modalidad, no afecta mucho a grandes cadenas, sino a los pequeños emprendimientos de familias del DMQ, mismas que no tienen los recursos necesarios para trabajar en estrategias de adaptación ni comercialización. En sí, se afecta a la ocupación de estos pequeños hoteles y hostales.
- Turismo responsable: De ninguna manera, estudios ha demostrado que la mayoría de la oferta p2p se ubican en zonas turísticas, donde ya existe planta hotelera, no es que exista mayor mejor distribución en las zonas residenciales del DMQ, estas viviendas se aglomeran en zonas como Ññaquito, o el Centro Histórico. No es responsable porque si lo fuera cumpliera con requisitos del Ministerio de Trabajo o de la Secretaria de Ambiente, como lo hacen los hoteles.

- Poca o inexistente comprensión cultural: Si se ha visto en algunos casos una mejora, sin embargo, esto depende mucho del tipo de alojamiento. Tal vez si pueda existir mayor intercambio en ofertas de habitaciones privadas y compartidas, no obstante, esto dependerá del anfitrión y del turista. Además, la búsqueda de mejorar el intercambio cultural, no es reservado solo para ofertas p2p, un tour puede lograr este objetivo aún mejor que un anfitrión ya que estos son planificados por personas preparadas; no se sabe si un anfitrión ofrece información real y de calidad al visitante.
- Mayor flexibilidad en la planificación de los viajes: Si, porque el Host es el único que filtra la información. Pero esto no solo se logra en viviendas p2p, esto existe desde que surgió el internet, Muchos establecimientos también a través de sus páginas web permiten que sea el turista el que organice su viaje de acuerdo a sus necesidades e incluso muchos establecimientos formales ya se han registrado en plataformas colaborativas.
- Comunicación entre el turista y el residente: Este es un propósito muy relativo, ya que depende el turista y del anfitrión. Puede que, si exista mayor comunicación, y en este contexto en el que se desenvuelve la actividad p2p, puede que se cree lazos de amistad, algo que el hotel no puede generar porque no es un servicio tan personalizado. Pero otra vez, este propósito no lo tiene solo la oferta p2p, hay hoteles que se han registrado en plataformas como booking o tripadvisor para mejorar también la comunicación.
- Inclusión social en el turismo: Este propósito tiene una doble vía, desde el punto de vista del anfitrión que tiene la posibilidad de unirse al mercado turístico, y desde el punto de que cualquier turista puede acceder a alojamiento. Pero, en el caso de los anfitriones, así como tienen oportunidad de involucrarse en el mercado turístico, también deberían ser preparados.

Entrevistado: Lorena Córdova	Fecha de entrevista: 07/08/2018	Cargo: Directora de Operación de Jocotours
--	---	---

1. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre el turismo colaborativo?

No ha escuchado al turismo colaborativo como modalidad, más bien, relaciono el término con turismo accesible. Sin embargo, si ha escuchado de las plataformas como Airbnb, he incluso las he utilizado.

2. ¿Conoce cuáles son los impactos del turismo colaborativos a nivel mundial? Considera oportuno el desarrollo del turismo p2p en la ciudad de Quito

Se del riesgo que existe cuando uno reserva a través de Airbnb, ya que no se conoce si lo que se publica en la plataforma es verdad. Existen casos de anfitriones que publican maravillas de ofertas, y en la realidad el servicio que entregan no es el que prometieron, publicidad engañosa. Entonces se puede hablar de inseguridad en la oferta. Pero también se puede divisar inseguridad para el anfitrión porque no se sabe a quién estas aceptando en tu hogar, ni cómo se comporta o cuáles son sus modales. También puedo mencionar que no todas las personas están preparadas para recibir al turista.

Como impactos positivos, este tipo de plataformas ocasionan que la actividad turística sea más accesible.

Y si puede que el desarrollo de esta actividad sea oportuno, porque es más accesible para los turistas; pero puede que exista resistencia por el sector hotelero formal porque a ellos si les afecta su ejecución.

3. ¿Cuál es su posición frente al desarrollo de esta modalidad?

Personalmente, como ya he usado el servicio de Airbnb en anteriores ocasiones, prefiero el servicio p2p ya que además de ser más económico, la atención es más cálida que en un hotel donde el servicio es más sistematizado. Además, que para Jocotours no existe competencia, porque nuestros lodges ofertan un servicio distinto al de los alojamientos colaborativos. Nosotros tenemos una oferta de naturaleza que no se superpone con la de estos establecimientos. Por lo que a nosotros no nos afecta su ejecución. Además, nuestros clientes exigen guías muy bien preparados que conozcan sobre naturaleza y sobre todo aves.

4. Piensa usted que debería existir una regulación por parte de los organismos gubernamentales de la ciudad para normar la oferta p2p

Como mencioné su desarrollo si puede ser bueno en el DMQ pero debe ser normado por seguridad no solo de los turistas, sino también de los anfitriones y del destino.

5. ¿Conoce usted cuáles son las plataformas de turismo colaborativo que ofrecen alojamiento en Quito?

No conozco el nombre en específico, pero sé que es una actividad que ya tiene mucho tiempo realizándose en varios destinos, no solo en Quito. Incluso he visto una plataforma que se llama Renta Casas y Departamentos, que también ejecutan en Quito, además he visto oferta de viviendas a través de Facebook.

6. ¿En qué medida cree que las plataformas digitales de alojamiento como Airbnb, couchsurfing o booking, ayuda a las necesidades o problemáticas del turismo actuales en el DMQ?

Puede ayudar a Quito, ya que el ingreso obtenido de la actividad beneficia directamente a las familias de la ciudad.

7. Conoce usted si existe un acuerdo entre el sector hotelero y el alojamiento no convencional impulsado por plataformas p2p

No conozco si existe un acuerdo, sin embargo, estoy segura que el sector hotelero está buscando o buscará próximamente establecer un dialogo.

8. ¿Considera que existe una competencia desleal en la ejecución de este tipo de plataformas de alojamiento?, ¿Cree que los hoteles tradicionales, agencias de viajes o actores como los guías profesionales y transportistas en turismo se ven afectados por la ejecución de este tipo de turismo?

Desde el punto de vista hotelero, si se enmarca en una competencia desleal ya que no pagan impuestos ni cumplen con requisitos mínimos, si se normara a la actividad y se controlara, no se configuraría como competencia desleal. Sin embargo, viendo el mercado turístico, no creo que se competencia desleal porque es una actividad que se desarrolla en todo el mundo, es una tendencia y más que competencia desleal, debería

ser vista como una nueva puerta para el turismo. Es más, considero que un futuro el mundo liberará los mercados. En este sentido, considero que el sector hotelero debe adaptarse y ver cuáles son sus fortalezas en el mercado; por ejemplo, hay turistas que siempre elegirán hoteles por el lujo y por la calidad en el servicio.

9. ¿Considera que la intervención de Airbnb en el DMQ ha ocasionado una mejora en los siguientes aspectos?

- Interacción entre personas residentes y el turista: Sí porque se contacta directamente con el dueño de la casa o departamento, por lo tanto, la atención también es más personalizada.
- Distribución de los beneficios económicos: Sí es más beneficioso para la economía local porque el ingreso turístico llega directamente a los anfitriones.
- Turismo responsable: Sí, porque la actividad se configura como el contrario de un turismo de masas, de algún modo si fue pensado en ser una actividad más consciente.
- Poca o inexistente comprensión cultural: Si puede estar ayudando, sin embargo, no sé cómo se desarrolla la actividad en el DMQ. Pero al existir mayor interacción, si existe mayor posibilidad de que mejore la comprensión cultural. No obstante, hay que tener en claro que, al no existir control, se puede dar casos de aculturación.
- Mayor flexibilidad en la planificación de los viajes: esto es una facilidad que tiene el turista desde que existe el internet. Sin embargo, si es cierto que las plataformas colaborativas permiten que le turista planifica su viaje con mayor flexibilidad.
- Comunicación entre el turista y el residente: la plataforma si se convierte en una herramienta importante para mejorar la comunicación. Y gracias a distintos componentes de las plataformas colaborativas, se puede mejorar la comunicación antes, durante y después de los viajes. Aunque depende mucho del turista y del residente para que esta comunicación sea buena y no solo por motivos de hacer una reserva. Además que, a pesar de tener la herramienta, muchos turistas y residentes no hacen contacto luego de finalizado el viaje.
- Inclusión social en el turismo: Sí, le da una oportunidad a cualquier residente de tener otro tipo de ingreso y a los turistas de poder seleccionar donde desean hospedarse de acuerdo a sus necesidades. El turismo se vuelve más accesible con esta modalidad.

Entrevistado:	Fecha de entrevista:	Cargo:
Santiago Gimbo	10/08/2018	Guía de planta de la Fundación Iglesia de la Compañía de Jesús

1. ¿Conoce usted o ha escuchado sobre el turismo colaborativo?

No he escuchado de la modalidad.

2. ¿Conoce cuáles son los impactos del turismo colaborativos a nivel mundial? Considera oportuno el desarrollo del turismo p2p en la ciudad de Quito

Entiendo que, por la naturaleza de esta modalidad, podría chocar con actividades

formales, no solo de hospedaje, sino también en guianza, o transporte. Y por lo tanto también repercutir sobre estas actividades. En estos casos, cualquiera puede ofrecerte actividades turísticas, y te pueden atender con mucha voluntad, sin embargo, no están preparados; por ejemplo, en el caso de los guías, residentes pueden guiar al turista por la ciudad, pero la información que ofrecen no siempre es verídica. Incluso existen agencias de viajes que contratan guías por que pueden hablar 2 o más idiomas, pero su conocimiento histórico, cultural, no es suficiente. Pero, esto no significa que las nuevas personas que se involucran en la actividad no puedan prepararse; hay guías que iniciaron a trabajar empíricamente y ahora saben mucho. Pero como dije, estas actividades al chocar con el sector formal, generan mucha competitividad.

También considero que se puede tener impactos sociales negativos como peleas con anfitriones o con vecinos por modos de comportamiento de los turistas, creo que es necesario un mediador (guía) que esté presente en este intercambio cultural.

En mi caso particular, no me he sentido afectado por estos guías ilegales porque ya tengo un puesto fijo en la Fundación, sin embargo, sí creo que a los nuevos profesionales que salen de su formación de tercer nivel están siendo afectados por falta de trabajo.

3. ¿Cuál es su posición frente al desarrollo de esta modalidad?

No se puede detener una tendencia así, pero si es necesario que el Estado cumpla con su rol de ente que norma y controla la actividad turística. Sin embargo, observo que, en las instituciones turísticas públicas, trabajan personas que no han sido formadas en turismo, sino más bien en campos relacionados, por lo tanto, en mi opción, se les dificulta la dirección turística.

4. Piensa usted que debería existir una regulación por parte de los organismos gubernamentales de la ciudad para normar la oferta p2p

Esto no solo es necesario, sino indispensable que la actividad colaborativa se ejecute en un marco legal. Para el caso de las personas que guían sin licencia, el MINTUR ha intentado por años controlarlos, sin embargo, ha sido muy complicado; por ejemplo, se pidió en museos de la ciudad que se pida constantemente la licencia y se lleve un control de los guías que ingresan, pero eso no impide que personas puedan ingresar a museos a guiar a turistas, aseverando con sus familiares o amigos. Sin embargo, siempre hay modos de control, se me ocurre que se podría como en otros países pedir que se registre el lugar de hospedaje de los turistas.

Considero que es necesario que se lleven a cabo investigaciones de este tipo de mercados para que, de este modo, se puedan ofrecer soluciones o ideas de control.

5. ¿Conoce usted cuáles son las plataformas de turismo colaborativo que ofrecen alojamiento en Quito?

No he escuchado antes de estas plataformas, sin embargo, en Quito y en otras ciudades del país, la actividad llamémosla “ilegal” se viene dando ya hace muchos años.

6. ¿En qué medida cree que las plataformas digitales de alojamiento como Airbnb, couchsurfing o booking, ayuda a las necesidades o problemáticas del turismo actuales en el DMQ?

Entre las ventajas, se puede decir que la actividad turística se vuelve más accesible, ya

sea en por el tiempo, la ubicación e incluso por el precio. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la modalidad colaborativa nunca podrá competir en calidad con los servicios formales como alojamiento o incluso guianza.

En el caso del impacto en Quito, he visto que por falta de demanda y por presencia de excesiva oferta, hay guías que les toca buscar otra forma de generar ingresos y comienzan a trabajar subempleados en otras ramas. Incluso he escuchado que guías ya profesionales ofertan sus servicios a través de internet para poder mejorar la demanda de sus servicios. Por lo tanto, creo que existirá una saturación del mercado por la oferta. Quito aún no tiene impactos visibles, ni positivos ni negativos, pero si considero se debe controlar antes de que sucedan.

7. Conoce usted si existe un acuerdo entre el sector hotelero y el alojamiento no convencional impulsado por plataformas p2p

No he escuchado de intentos del MINTUR por normar la actividad turística informal, solo en el caso del control de guías informales, las medidas que se solicitaron en museos de la ciudad, sin embargo, no se han visto resultados óptimos de esa medida. En el caso de alojamiento, creo que será muy complicado establecer diálogos porque los ofertantes informales, por miedo a que les interrumpan la actividad, no van desear formar parte de los diálogos.

8. ¿Considera que existe una competencia desleal en la ejecución de este tipo de plataformas de alojamiento?, ¿Cree que los hoteles tradiciones, agencias de viajes o actores como los guías profesionales y transportistas en turismo se ven afectados por la ejecución de este tipo de turismo?

No me opongo a la actividad colaborativa, pero si considero que debe cumplir con los requisitos de ley, y el control de esta actividad debe ir mejorando de a poco. No considero que la actividad sea desleal, pero si no se norma y controla, si puede llegar a convertirse perjudicial para el destino.

9. ¿Considera que la intervención de Airbnb en el DMQ ha ocasionado una mejora en los siguientes aspectos?

- Interacción entre personas residentes y el turista: Si se logra este objetivo porque si existe mayor contacto, sin embargo, esto no solo se limita como propósito del turismo p2p; el turismo comunitario también busca mejorar en este aspecto.
 - Distribución de los beneficios económicos: Si puede existir mejor distribución, sin embargo, como mencioné, el turismo comunitario también cumple con este propósito y esta actividad si esta normada.
 - Turismo responsable: Toda acción turística que no es controlada, a la larga ocasiona impacto, por ejemplo, puede que con el tiempo se creen zonas residenciales turísticas que desplazan a residente. Por ese motivo no creo que sea tan responsable porque no está siendo controlada.
 - Poca o inexistente comprensión cultural: Esto nuevamente, es un propósito no solo del turismo p2p, sino que también se puede dar en el turismo comunitario. Pero si existe mayor posibilidad a que esto mejore.
 - Mayor flexibilidad en la planificación de los viajes: Es indudable que el turista
-

tiene mayor libertad en la planificación de su viaje, pero esto no siempre es bueno porque a veces buenas intenciones terminan en resultados perjudiciales. Por eso, nuevamente, es necesario el control.

- Comunicación entre el turista y el residente: las plataformas y el internet indudablemente son una herramienta que mejora la comunicación, sin embargo, para que esta comunicación sea buena, siempre es necesario de un mediador. Aunque es muy cierto que el turismo tradicional, al seguir protocolos, la comunicación es más sistematizada.
- Inclusión social en el turismo: Si existe mayor accesibilidad tanto para turistas y para anfitriones. Sin embargo, no sé si esto sea algo positivo porque, por ejemplo, puede darse saturación del mercado que a su vez puede resultar en guerras de precios.

(Elaboración propia)
