

Universidad de Cuenca

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, Escuela de Turismo

Impactos causados por las plataformas peer to peer sobre el turismo de la ciudad de Cuenca. Casos Airbnb y TripAdvisor

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de:
Ingeniero en Turismo

Autores:

Christian Alfonso Ávila León

C.I. 0106020647

Roberto David Pesántez Bermeo

C.I. 0104311329

Directora Mgst. MARIA ISABEL ELJURI JARAMILLO

C.I. 0102148830

Cuenca, Ecuador

2017



RESUMEN

El presente estudio, surge de la necesidad de conocer lo que está sucediendo a nivel de impactos en torno a plataformas de intermediación turística en la ciudad de Cuenca, tomando como casos de estudio a Airbnb y TripAdvisor. El método utilizado tiene un enfoque mixto, considerando que en primera instancia se registran datos de las páginas web en cuestión y luego se encuesta a empresarios turísticos sobre la percepción que tienen sobre este fenómeno; la fase cualitativa se constituye por entrevistas generadas a un ofertante y demandante de un sitio informal. Se evidencia la incursión de estos negocios de forma predominante a nivel de alojamiento, en cuanto a percepción los empresarios asocian este fenómeno con competencia desleal entre otros aspectos. La entrevista deja ver que si existen beneficios para las partes (oferta y demanda). Este fenómeno merece estudios a profundidad y rigurosidad siendo aún prematuro legislar en torno al tema.

Palabras clave: impactos, informalidad turística, Airbnb, TripAdvisor, plataformas de intermediación turística



ABSTRACT

The present study arises from the need to know what is happening at impact level around tourism intermediation platforms in the city of Cuenca, taking as case studies Airbnb and TripAdvisor. The method used has a mixed approach, considering that in the first instance, data are recorded from the web pages in question and then tourist businessmen are surveyed about their perception of this phenomenon; The qualitative phase is constituted by interviews generated to an offerer and applicant of an informal site. It is evident the incursion of these businesses predominantly at the level of accommodation, as far as perception entrepreneurs associate this phenomenon with unfair competition among other aspects. The interview shows that there are benefits for the parties (supply and demand). This phenomenon deserves studies in depth and rigor, being still premature to legislate around the subject.

Keywords: impacts, tourist informality, Airbnb, TripAdvisor, tourist intermediation platforms



ÍNDICE

| | |
|--|----|
| RESUMEN | 2 |
| ABSTRACT | 3 |
| Licencia y Autorización para Publicación en el Repositorio Institucional | 8 |
| Propiedad intelectual | 9 |
| Licencia y Autorización para Publicación en el Repositorio Institucional | 10 |
| Propiedad intelectual | 11 |
| DEDICATORIAS | 12 |
| AGRADECIMIENTOS | 12 |
| CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO | 15 |
| 1.1 Turismo: Entre los aciertos de su complejidad | 15 |
| 1.2 Sistema turístico | 18 |
| 1.2.1 Demanda turística | 21 |
| 1.2.2 Oferta turística | 22 |
| 1.3 Economía colaborativa | 23 |
| 1.4. Turismo y consumo colaborativo | 26 |
| Ilustración 6: Ejemplos de plataformas | 28 |
| P2P en el turismo | 28 |
| 1.5 Modelo de negocio: Peer to Peer (P2P) | 30 |
| 1.5.1 El turismo P2P: ¿Una nueva tendencia de viajes? | 31 |
| 1.6 Plataformas de P2P de turismo | 33 |
| 1.7 El turismo peer to peer en otras ciudades | 37 |
| 1.7.1 Características de Airbnb | 39 |
| 1.7.2 Características de TripAdvisor | 41 |
| Ilustración 12: Página de TripAdvisor | 43 |
| 1.8 Metodología | 44 |
| CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO | 46 |
| 2.1 Situación actual del alojamiento en la ciudad de Cuenca | 46 |
| 2.2 Datos catastrales de la oferta de la plataforma Airbnb de la ciudad de Cuenca | 47 |
| 2.2.1 Datos de Airbnb | 48 |
| Ilustración 14: Tipos de hospedaje Airbnb | 48 |
| Fuente y elaboración: Autores | 48 |



| | |
|---|-----------|
| Ilustración 13: Capacidad..... | 49 |
| Ilustración 14: Rango de precio..... | 50 |
| Ilustración 15: Evaluaciones (comentarios)..... | 51 |
| 2.2.1.1 Identificación de servicios turísticos complementarios de la plataforma Airbnb en la ciudad de Cuenca..... | 53 |
| 2.2.2 Características de la comercialización turística de la plataforma Airbnb en Cuenca..... | 54 |
| 2.3 Datos catastrales de la oferta de la plataforma TripAdvisor de la ciudad de Cuenca | 55 |
| 2.3.1 Datos de TripAdvisor | 56 |
| Ilustración 23: Ubicación por área | 61 |
| 2.3.2 Características de la comercialización turística de la plataforma TripAdvisor en Cuenca..... | 62 |
| 2.4 Comparación de marcas entre la plataforma Airbnb y TripAdvisor | 64 |
| 2.4.1 Diseño de la página web | 64 |
| Ilustración 24: Marcas de Airbnb y TripAdvisor | 64 |
| 2.4.2 Comparación de datos de Airbnb y TripAdvisor | 65 |
| CAPÍTULO 3: IMPACTOS..... | 70 |
| 3.1 Análisis de impactos a nivel de servicios turísticos (Alojamiento, restauración, esparcimiento, transporte) causados por las plataformas peer to peer en la ciudad de Cuenca | 70 |
| 3.1.1 Percepción de los actores del turismo en Cuenca | 70 |
| 3.1.1.1 Relación con el sector turístico | 73 |
| 3.1.1.2 Sector de la actividad turística..... | 73 |
| 3.1.1.3 Significado de economía colaborativa o turismo P2P (Peer to peer)... | 74 |
| 3.1.1.4 Conocimiento de la existencia de la informalidad en el centro turístico de Cuenca..... | 75 |
| 3.1.1.5 Área con mayor informalidad | 76 |
| 3.1.1.6 Impactos | 77 |
| 3.1.1.7 Percepciones..... | 80 |
| 3.2 Impactos a nivel de alojamiento en la ciudad de Cuenca | 83 |
| 3.3 Impactos a nivel de restauración en la ciudad de Cuenca..... | 85 |
| 3.4 Impactos a nivel de transporte en la ciudad de Cuenca..... | 87 |
| 3.5 Impactos a nivel de esparcimiento en la ciudad de Cuenca | 89 |
| 3.6 Opiniones de anfitriones y huéspedes de alojamiento informal | 89 |



| | |
|--|------------|
| 3.7 Síntesis de impactos causados por las plataformas de intermediación: Airbnb y TripAdvisor | 93 |
| 3.8 Impactos causados en la ciudad de Cuenca entre las plataformas Airbnb y TripAdvisor..... | 95 |
| Conclusiones..... | 99 |
| ANEXOS | 105 |
| Anexo 1: Apéndice digital Airbnb | 105 |
| Anexo 2: Apéndice digital TripAdvisor | 113 |
| Anexo 3: Encuesta..... | 117 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|----|
| Ilustración 1: Comprensión del turismo..... | 17 |
| Ilustración 2: Clasificación de las actividades productivas | 18 |
| Ilustración 3: Funcionamiento del sistema turístico (oferta-demanda) | 19 |
| Ilustración 4: Sistema turístico..... | 20 |
| Ilustración 5: Ejemplos de economía colaborativa..... | 23 |
| Ilustración 7: Ejemplos de plataformas..... | 28 |
| Ilustración 8: Diferencias entre el modelo de negocio tradicional y modelo de negocio nuevo..... | 29 |
| Ilustración 9: Clasificación del turista en función de su participación | 33 |
| Ilustración 10: Tipos de plataformas de comercialización turística | 34 |
| Ilustración 11: Opinión del consumidor sobre las plataformas P2P en España..... | 38 |
| Ilustración 12: Web Airbnb | 41 |
| Ilustración 13: Página de TripAdvisor..... | 43 |
| Ilustración 15: Capacidad..... | 49 |
| Ilustración 16: Rango de precio..... | 50 |
| Ilustración 17: Evaluaciones (comentarios)..... | 51 |
| Ilustración 18: Ranking generado por los usuarios..... | 52 |
| Ilustración 19: Ubicación por área | 53 |
| Ilustración 20: Tipos de hospedaje TripAdvisor..... | 56 |
| Ilustración 21: Capacidad/plazas según TripAdvisor..... | 57 |
| Ilustración 22: Rango de precio..... | 58 |
| Ilustración 23: Opiniones..... | 59 |
| Ilustración 24: Ranking generado por los usuarios de TripAdvisor | 60 |
| Ilustración 25: Ubicación por área | 61 |
| Ilustración 26: Marcas de Airbnb y TripAdvisor | 64 |
| Ilustración 27: Imagen gráfica de las plataformas analizadas | 65 |
| Ilustración 28: En qué forma está relacionado al sector turístico..... | 73 |
| Ilustración 29: A qué área del sector turístico pertenece..... | 74 |



| | |
|--|----|
| Ilustración 30: Conoce el significado de economía colaborativa o turismo P2P (Peer to peer) | 75 |
| Ilustración 31: Conoce usted la existencia de informalidad en el sector turístico de Cuenca. | 76 |
| Ilustración 32: En qué área conoce usted que existe mayor informalidad en el sector turístico de Cuenca. | 77 |
| Ilustración 33: En hotelería que impactos existen a causa de la informalidad. | 78 |
| Ilustración 34: En restauración que impactos existen a causa de la informalidad. | 78 |
| Ilustración 35: En Transporte turístico que impactos existen a causa de la informalidad. | 79 |
| Ilustración 36: Conoce áreas de esparcimiento informales | 80 |
| Ilustración 37: Por qué piensa que existe informalidad en el sector turístico de Cuenca | 81 |
| Ilustración 38: Cuál de estos medios usted conoce y asocia a la informalidad | 81 |
| Ilustración 39: Cuál de los siguientes impactos globales es el más grave a causa de la informalidad en el sector turístico de Cuenca. | 82 |
| Ilustración 40: En su entorno que impacto relaciona a la informalidad del sector turístico. | 83 |
| Ilustración 41: Oferta de alojamiento formal e informal en Cuenca | 85 |
| Ilustración 42: Entrevista a anfitrión de alojamiento informal | 90 |
| Ilustración 43: Entrevista a huésped de alojamiento informal | 90 |
| Ilustración 44: Collage de imágenes de un alojamiento informal | 91 |
| Ilustración 45: Síntesis de impactos – Causas, Efectos | 93 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Caracterización de la economía colaborativa | 26 |
| Tabla 2: Comparación hospedajes Airbnb y TripAdvisor | 65 |
| Tabla 3: Comparación capacidad por hospedaje Airbnb y TripAdvisor. | 66 |
| Tabla 4: Comparación del costo por hospedaje entre TripAdvisor y Airbnb | 66 |
| Tabla 5: Opinión de las personas a cerca de los establecimientos en las páginas de TripAdvisor y Airbnb. | 67 |
| Tabla 6: Categorización por calificación | 67 |
| Tabla 7: Ubicación de alojamiento por áreas | 68 |
| Tabla 8: Operación de variables | 72 |
| Tabla 9: Oferta gastronómica formal del cantón Cuenca | 86 |
| Tabla 10: Empresas de transporte en la zona de la Remigio Crespo | 88 |



Licencia y Autorización para Publicación en el Repositorio Institucional

Christian Alfonso Ávila León en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Impactos causados por las plataformas peer to peer sobre el turismo de la ciudad de Cuenca. Casos Airbnb y TripAdvisor", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 11 de julio de 2017

Christian Alfonso Ávila León
C.I: 0106020647



Propiedad intelectual

Christian Alfonso Ávila León, autor/a del trabajo de titulación “Impactos causados por las plataformas peer to peer sobre el turismo de la ciudad de Cuenca. Casos Airbnb y TripAdvisor”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 11 de julio de 2017

Christian Alfonso Ávila León
C.I: 0106020647



Licencia y Autorización para Publicación en el Repositorio Institucional

Roberto David Pesántez Bermeo en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Impactos causados por las plataformas peer to peer sobre el turismo de la ciudad de Cuenca. Casos Airbnb y TripAdvisor”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 11 de julio de 2017

Roberto David Pesántez Bermeo
C.I: 0104311329



Propiedad intelectual

Roberto David Pesántez Bermeo, autor/a del trabajo de titulación “Impactos causados por las plataformas peer to peer sobre el turismo de la ciudad de Cuenca. Casos Airbnb y TripAdvisor”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 11 de julio de 2017

Roberto David Pesántez Bermeo

C.I: 0104311329



DEDICATORIAS

David: La realización de esta investigación está dedicada a mis padres Beatriz y David, pilares esenciales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido alcanzar lo que hasta ahora. Su perseverancia y lucha constante han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia. A mi hijo Isaías, la fuerza necesaria para continuar día a día y ser el motor de mi vida. A mi abuelita Rosita, por el amor incondicional y años junto a mí y por enseñarme que una sonrisa alegra el alma y las recetas el corazón.

Christian: dedico esta investigación a mis padres Teresa y Alfonso por darme la vida y apoyarme en todo lo que me he propuesto a lo largo de mi vida universitaria, gracias a ellos no habría podido cumplir muchas metas fuera del país. A mis amigos por ser parte de mi vida, de mis momentos tristes y alegres, por apoyarme y nunca dejarme caer, por estar siempre ahí. A Mayra, Fernanda, Eliana, Adrián, Freddy, Fernando.

AGRADECIMIENTOS

A nuestra directora del proyecto de investigación, Magister María Isabel Eljuri por su esfuerzo y empeño, quien, con su conocimiento, experiencia y paciencia ha logrado que podamos terminar esta investigación con éxito. A todos los profesores y compañeros que formaron parte de la carrera, por su sapiencia y experiencia compartidas.



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, aborda uno de los temas más preocupantes de la actualidad en relación al turismo conocido como economía colaborativa, que en principio se entiende como la colaboración mutua entre personas, olvidando de a poco el comportamiento tradicional entre empresas y consumidores. Este fenómeno, se ha establecido en muchos lugares del mundo siendo el turismo una actividad en el cual ha podido desarrollarse vertiginosamente, naciendo incluso nuevas tipologías como el turismo colaborativo o turismo peer to peer, no obstante, aún no existe un consenso en términos, sin embargo, es innegable que ha generado impactos positivos y negativos los cuales podrían clasificarse de acuerdo a la perspectiva del que realiza una crítica (empresa privada, sector público y usuarios).

En el primer capítulo se abordan temas conceptuales en cuanto a turismo, oferta y demanda, economía colaborativa, turismo peer to peer; asimismo se establece diferencias entre la economía tradicional y la colaborativa para luego caracterizar los casos de estudio: Airbnb y TripAdvisor, ambas plataformas de intermediación que ponen en contacto a usuarios ofertantes y demandantes.

Posteriormente en el segundo capítulo se genera un diagnóstico de la situación actual de la ciudad de Cuenca, en cuanto a cifras de demanda turística, posteriormente se plasman resultados de la navegación en las páginas web de Airbnb y TripAdvisor, para después compararlas entre sí.

Finalmente se realizan encuestas a empresarios turísticos de acuerdo al catastro oficial del Ministerio de Turismo con el fin de medir percepciones, a esto se suma la realización de entrevistas a un ofertante y demandante de este tipo de servicios. Con estos datos para se realizará un árbol de problemas con el objeto de sintetizar los impactos causados por estas plataformas en la ciudad de Cuenca, luego se analizará sobre aquellos impactos y se generan conclusiones del trabajo realizado.



CAPÍTULO 1:

Marco teórico



CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1.1 Turismo: Entre los aciertos de su complejidad

El turismo en la actualidad es una industria en constante evolución y tiene una importancia significativa para cualquier Estado, según la Organización Mundial de Turismo (OMT) esta actividad en el año 2016 generó 1,235 millones de visitas turísticas internacionales, representando el 7% de exportaciones mundiales, 1.4 trillones de dólares; 1 de cada 10 trabajos están vinculados directamente al turismo (UNWTO, 2017). Cabe decir que en la actualidad el turismo ha crecido de una manera acelerada y además ha tenido una gran diversificación por lo que enfrenta grandes retos, su crecimiento está condicionado principalmente por las nuevas tendencias de comercialización y económicas en el turismo (Organización Mundial de Turismo, 2010); adicionalmente el turismo es percibido como un colaborador al desarrollo económico (Brida, Pereyra, Devesa, & Aguirre, 2008), no obstante la realidad es diferente en países desarrollados que en países en vías de desarrollo.

Actualmente el turismo es una de las actividades más populares y quizá uno de los negocios más rentables a nivel mundial, evidenciado en que anualmente viajan alrededor del mundo 940 millones de personas aproximadamente (Organización Mundial de Turismo, 2016). Cabe indicar que, al hablar de turismo, se incluyen distintos aspectos como, por ejemplo: sociales, culturales, medioambientales y económicos. Se podría decir que todas las personas en algún momento de la vida se convierten en turistas, no obstante dar un concepto de turismo puede resultar limitado al decir que es viajar por placer, puesto que en la actualidad existen tantas motivaciones como tipologías turísticas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como: “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (2010); no obstante, existen varias formas del mismo como es el turismo interno, el cual hace referencia a las actividades realizadas



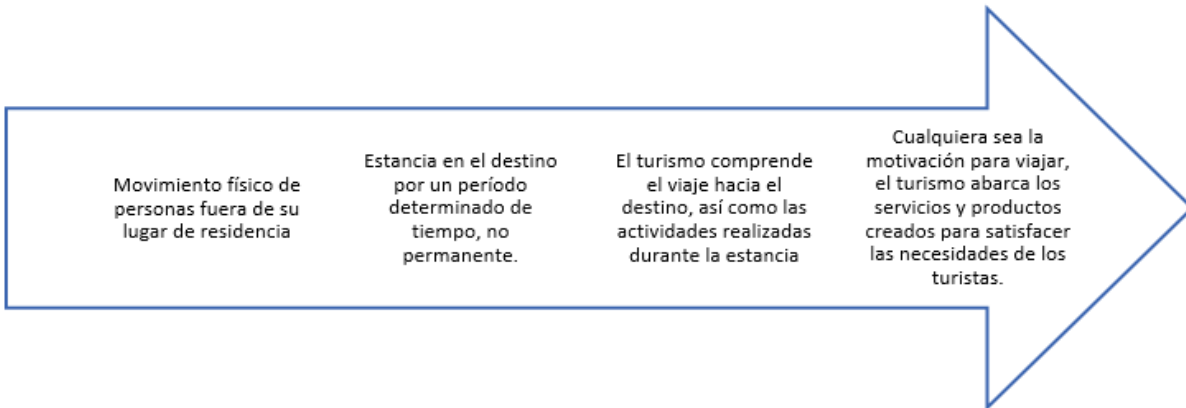
por una persona que visita otras regiones de su mismo país de residencia; turismo receptor, referido a las actividades realizadas por una persona que visita un país del cual no es residente; turismo emisor que engloba las actividades realizadas por un visitante fuera de su país de residencia; estas tres formas dan paso a otras formas de turismo que se pueden denominar como turismo interior (engloba al turismo interno y receptor), turismo nacional (abarca al turismo interno y emisor) y turismo internacional (incluye al turismo receptor y emisor). (Organización Mundial de Turismo, 2010).

El turismo es, sin duda, vital para muchos países en el mundo. Algunos de los países que generan grandes ganancias en turismo, debido a la cantidad de visitas que reciben, son: Francia, Egipto, Grecia, Estados Unidos, España, Italia y Tailandia. En cuanto a islas, las que más generan ganancias debido al turismo son las Bahamas, las Islas Fiji, las Maldivas, Filipinas y las Islas Seychelles, entre otros.

La evolución de conceptos referidos al turismo es tan variada dependiendo de lo que se quiera estudiar, pues es conveniente mencionar que el turismo es multidisciplinario, lo cual en ciertos aspectos es positivo, por la dinámica que se genera en su conocimiento; sin embargo, puede resultar negativo al tener mucha información de tantos temas; Walter Hunziker y Kart Krapf, al respecto del turismo manifiestan lo siguiente: “Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas” (1942); por otro lado, José Castaño manifiesta que, para que exista turismo debe existir un espacio que contenga una serie de recursos diseñados para cautivar y satisfacer distintas expectativas y necesidades de los turistas que se han desplazado para permanecer e interactuar en un destino de su preferencia por cierto periodo de tiempo no inferior a un día y no superior a un año (2009). En definitiva, se requiere de una oferta turística para obtener una demanda turística. Entonces, haciendo un ejercicio de simplificación, el turismo comprende (ilustración 1):



Ilustración 1: Comprensión del turismo



Elaboración: Autores basados en OMT (2010)

A partir de lo manifestado anteriormente, el turismo es una actividad que involucra a personas, tanto residentes como visitantes, quienes están motivados por visitar un espacio geográfico determinado, que cuenta con infraestructura, servicios y atractivos turísticos que enriquecen la experiencia del visitante, asimismo al ser una actividad de tipo transversal, trastoca varios aspectos como: sociales, culturales, ambientales, tecnológicos y económicos.

Cabe indicar que el turismo es visto como una herramienta para el desarrollo de una población determinada; sin embargo, este anhelo de desarrollo puede traer consigo aspectos colaterales que se desprenden de dicha actividad, en muchos de los casos, los territorios y sus poblaciones no están al tanto o son indiferentes sobre las distintas dimensiones de desarrollo; sin embargo, al no existir acciones sostenibles, esta actividad puede traer consigo varios problemas que se vislumbran en los aspectos que trastoca (sociales, medioambientales y económicos).

Al respecto, cabe señalar que el turismo basa su accionar en cómo se muestra el destino, no solo para los turistas, sino incluso para sus ciudadanos, se manifiesta esto, ya que al existir una desmesurada preocupación solo por el turista, pueden ocurrir problemas sociales, en un extremo casos de turistificación de zonas sobre explotadas o por el otro extremo una zona que no se desarrolla a partir del turismo o en el peor de los casos que los beneficios sean solo para algunos y no para todos.



El desarrollo turístico no puede ser visto como la solución de todos los problemas y se evidencia aquello en los discursos políticos, en donde por actos de demagogia se promete a la ciudadanía crecimiento económico a través del turismo, tomando en cuenta que el simple hecho de desarrollar al turismo no implica la solución de problemas coyunturales. En el siglo XXI y con la amplitud de conceptos, es precario seguir asociando el desarrollo al crecimiento económico. Al respecto del desarrollo cabe indicar que el turismo se encuentra dentro de las actividades productivas de un determinado territorio sobre él cual se presenta la siguiente ilustración (2):

Ilustración 2: Clasificación de las actividades productivas



Fuente y elaboración: (Boullón, 2006)

De acuerdo a la ilustración anterior es admisible mencionar que el turismo es una actividad productiva, resultado de un fenómeno social a partir de la existencia de tiempo libre y la evolución de los sistemas de transporte. Además, cabe acotar que, en el aprovechamiento del tiempo libre en relación a los viajes se generan varias actividades existentes acorde a la espontaneidad del movimiento de personas, por lo que las empresas privadas y públicas en un determinado espacio geográfico han ido resolviendo las necesidades de los visitantes, así ha surgido un conjunto de relaciones que definen su funcionamiento, dichas relaciones han formado un sistema (Boullón, 2006).

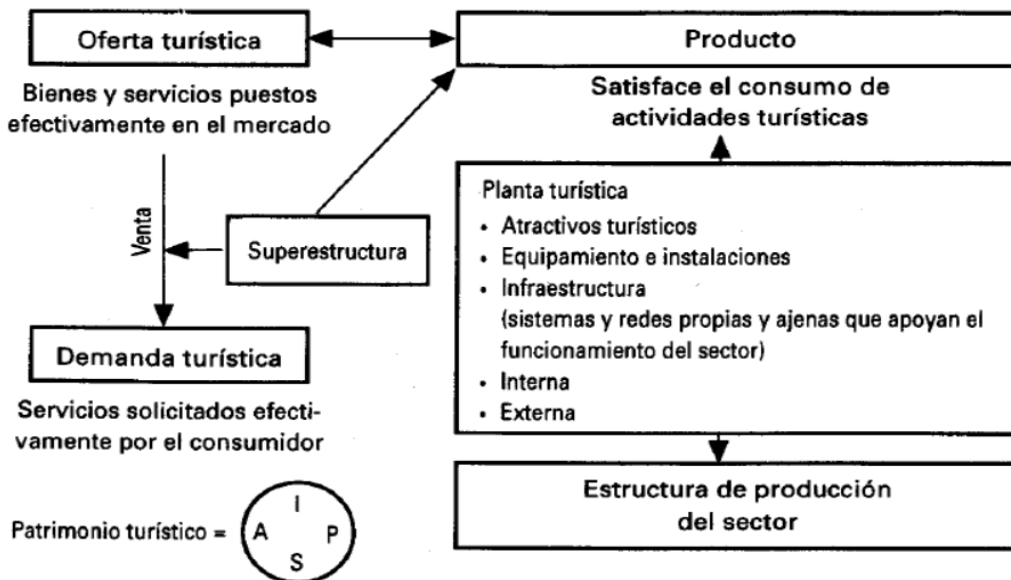
1.2 Sistema turístico

Un sistema es un conjunto de recursos que interactúan entre sí por un fin común, dicho esto es posible indicar que en relación al sistema turístico se compone



de varios elementos, intrínsecos y extrínsecos. Además, cabe indicar que no existen varios sistemas turísticos, sino solo uno con varias facetas según (Boullón, 2006, p. 31), esto ha dado paso a distintos modelos analíticos, siendo uno de ellos oferta y demanda (otros son: antropológico social y turismo industrial) (Boullón, 2006). Los modelos tienen la particularidad de estar relacionados con las previsiones, ya que las acciones se basan en estas (Eduardo de Oliveira Santos, 2007). El modelo oferta-demanda, el cual concierne a esta investigación centra su interés en el funcionamiento del turismo. (Boullón, 2006, p. 31). A continuación, en la ilustración 3, se exponen los elementos del sistema turístico de acuerdo al modelo oferta-demanda y su entramado de relaciones:

Ilustración 3: Funcionamiento del sistema turístico (oferta-demanda)



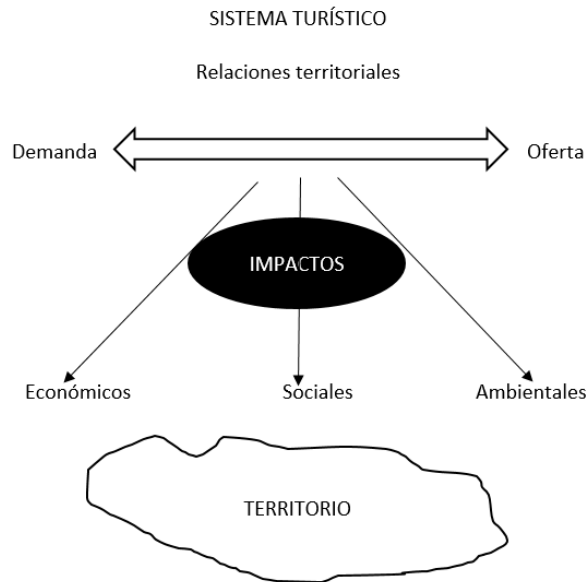
Fuente y elaboración: (Boullón, 2006)

En la anterior ilustración (3), se puede visualizar el punto de partida del sistema en la parte izquierda, el cual nace del encuentro entre oferta y demanda turística, producido por un proceso de venta denominado producto turístico, que en conjunto a la infraestructura constituyen la estructura de producción del sector (parte derecha de la ilustración mencionada). Además, se exhibe la superestructura turística (en la parte central) que tiene la función de controlar la eficiencia del sistema, fijándose en el



funcionamiento y el entramado de relaciones que producen las partes. Por otra parte, es preciso exponer el siguiente modelo de sistema turístico (Ilustración 4):

Ilustración 4: Sistema turístico



Fuente y elaboración: Cifuentes, 2006

La ilustración 4, expone la relación (territorial) entre oferta y demanda, la cual genera impactos de distintos tipos en un territorio, sin embargo es irresponsable solamente pensar en términos de oferta y demanda, proceso que se decanta en la simple promoción del destino mediante folletería y audiovisuales, es necesario una verdadera gestión, ya que el turismo es el “resultado de procesos que se dan dentro de formas organizativas complejas en las que la incertidumbre, más que la certeza, es lo habitual. Para intentar darle cierto sentido de orden y continuidad se asume como tarea central a la gestión.”(Capece, 2012, p. 48). El sistema turístico al que debe aspirar un destino debe ser analizado y definido su sentido, o sea sus componentes principales, su orientación, esto implica conocer sus actores, recursos, modos y formas (Capece, 2012), por lo que es sumamente importante conocer los componentes del mercado: demanda y oferta.



1.2.1 Demanda turística

La demanda turística está “formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos...” (Sancho, 2006, p. 47), la misma que se puede medir por medio de la contabilización del total de turistas que acuden a un determinado territorio y acorde a los ingresos que generan. Generalmente las estadísticas en América Latina se basan en aproximados y estimaciones, buscando datos complementarios como los de aduanas, no obstante, esto puede generar confusión al momento de conocer la demanda turística real y por supuesto el aporte y evolución del turismo (Boullón, 2006).

Es preciso indicar que la demanda turística la componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por diversos factores, como las motivaciones que animan a viajar, las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, la demanda de un destino y otros. Además, existen factores propios del mercado (derivados de su relación con la oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos, entre otros.

El rendimiento de la actividad turística es posible medirla de acuerdo a sus ventas, es decir no exclusivamente por número de entradas a un territorio atractivo como destino, si no lo que en verdad interesa es el gasto turístico realizado, lo cual es posible obtener a partir de cifras reales de ventas, lo cual es complicado debido a la desconfianza que existe al momento de exponer los datos; a esto se suma un marco legal débil, sin embargo hay esfuerzos creados en varios países para conocer la demanda turística, tal es el caso de Barcelona, que mediante diversos convenios con el sector público (impuestos) y privado (tarjetas de crédito), manejan cifras que se acercan bastante a la realidad, de allí uno de sus mayores éxitos, con esto no se quiere decir que dicha ciudad sea un modelo a seguir debido a los problemas que ha acarreado el turismo en la sociedad.

Conocer la demanda turística brinda la posibilidad de adecuar la oferta a la misma, sin querer decir que el desarrollo de un territorio debe basarse en el turista, sino en la



posibilidad de generar políticas de turismo acordes a la realidad, estrategias de mercado y por supuesto del tan nombrado desarrollo tomando en cuenta varios aspectos (sociales, económicos y culturales). Cabe indicar que para realizar un estudio de la demanda se requiere conocer la demanda real (cantidad de turistas en un determinado lugar y la suma de servicios solicitados durante el tiempo de estadía), el consumo potencial (gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía), la demanda histórica (registro estadístico de la demanda real del pasado y sus variaciones), la demanda futura (cálculo de las series cronológicas para realizar estimaciones) y la demanda potencial (desde una plaza de mercado emisor no conquistada, estudios de mercado), todas ellas con el fin de mejorar el conocimiento de los consumidores. (Boullón, 2006).

1.2.2 Oferta turística

Este aspecto está conformado “por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.” (Sancho, 2006, p. 47). Está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades, así podríamos indicar como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística (conjunto de empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras, transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrolla. Cabe decir que, en un destino turístico, la oferta que se pone a disposición de la demanda, no es solo la suma de productos turísticos, sino la suma de un todo en referencia a servicios exclusivamente turísticos y no turísticos, así como la imagen del destino, entre otros.

Desde el punto de vista económico la oferta es entendida como “...la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un periodo dado.” (Boullón, 2006, p. 34), sin embargo, cuando se habla de bienes éstos pueden acumularse (si es que no se venden), en el caso de los servicios (turismo), no es posible debido a la transición de la acción comercial, o sea si no se vende, se pierde. En el caso del turismo la Organización Mundial de Turismo se apoya en la definición de gastos turísticos con el fin de identificar varias categorías de oferta turística

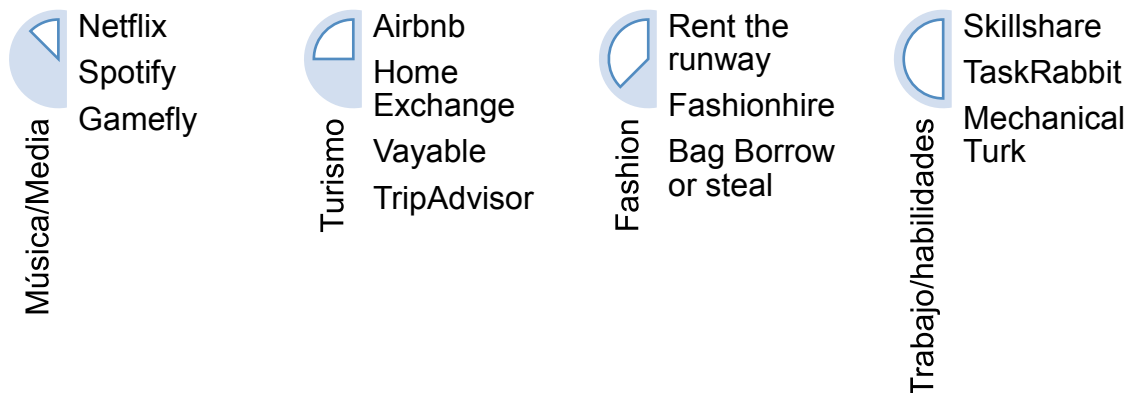


(Sancho, 2006). “La adquisición de todos los bienes y servicios de consumo durante un viaje turístico forma parte, en principio, del gasto turístico” (Organización Mundial de Turismo (OMT), 2010, p. 37). Si se clasificarían por apartados el gasto turístico se compondría de: alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas y compras (Sancho, 2006).

1.3 Economía colaborativa

La economía colaborativa siempre ha existido, el caso más conocido es el trueque, su principio básico es compartir. En el caso del turismo se habla de consumo colaborativo (Bostman & Rogers, 2010) no obstante, es un sistema socioeconómico construido alrededor del intercambio de recursos humanos y físicos, incluyendo a la creación, producción, distribución, comercio y el consumo de bienes y servicios por diferentes personas y organizaciones. Estos sistemas adoptan una variedad de formas, muy a menudo aprovechando las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el beneficio de individuos, corporaciones, organizaciones sin fines de lucro, a través de la información que permite distribuir, compartir y reutilizar el exceso de bienes y servicios. Una premisa común que existe dentro de este modelo es que cuando la información sobre los bienes es compartida, el valor de los mismos puede aumentar (comentarios, fotos, otros) (Benítez Palma, 2016). En la siguiente ilustración se expone algunos ejemplos de economía colaborativa:

Ilustración 5: Ejemplos de economía colaborativa



Fuente y elaboración: (Benítez Palma, 2016)

De acuerdo con Bostman y Rogers (2010) existen tres sistemas en los que la economía colaborativa podría desarrollarse:



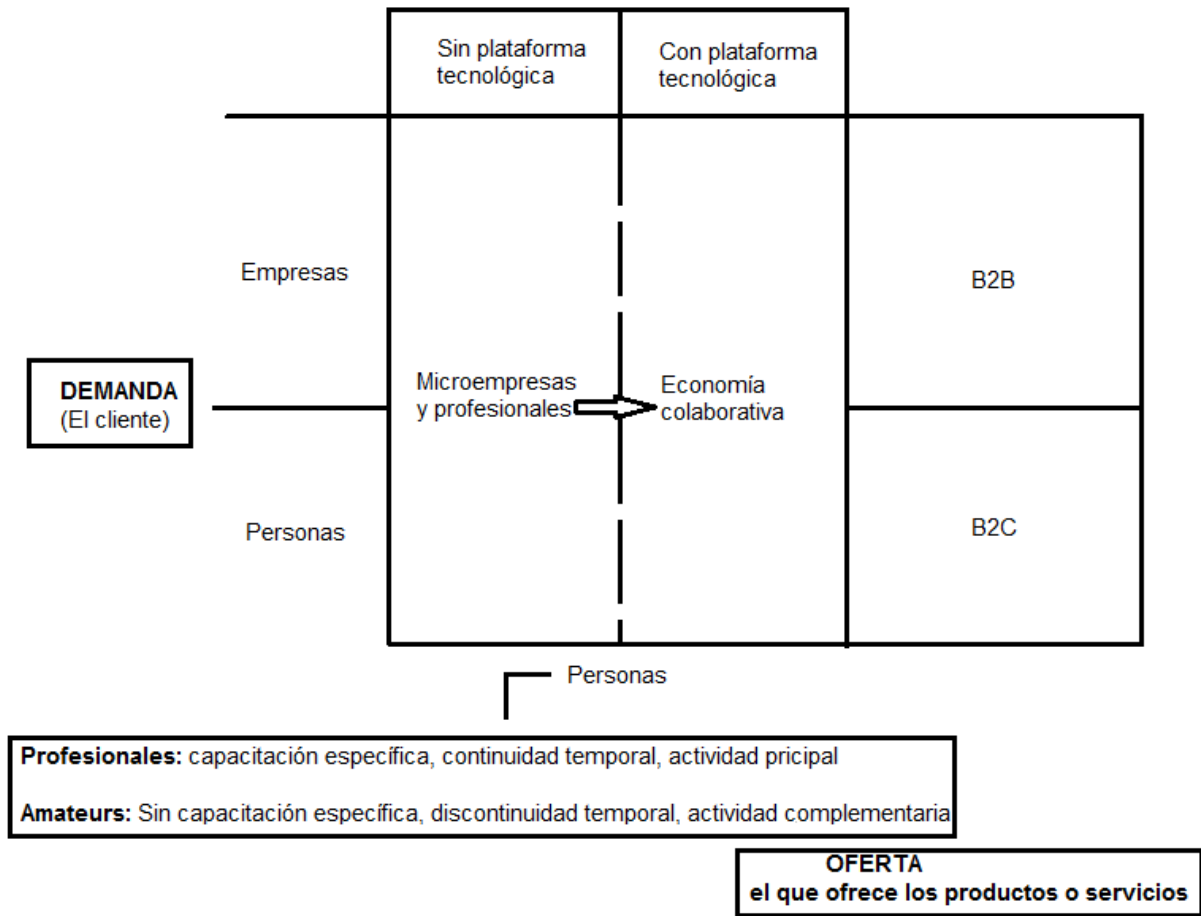
- a) Sistemas de producto-servicio, por el uso de los cuales paga el usuario, pero sin adquirir la propiedad sobre el mismo.
- b) Mercados de redistribución, en los que se produce la transferencia o intercambio de bienes usados.
- c) Estilos de vida colaborativos, consistentes en que personas que comparten intereses y una misma filosofía de vida conectan para compartir e intercambiar recursos intangibles como tiempo, espacio, habilidades y dinero.

El surgimiento de la economía colaborativa (sharing economy) supone verdaderos cambios en la cultura de consumo, suponiendo un cambio cultural en el que se pasa de una economía de propiedad privada y tenencia a una economía de acceso basado en las interrelaciones entre particulares de bienes y servicios infrautilizados a cambio de una compensación pactada entre dichos particulares (Cárcar Benito, 2015). A partir de la economía colaborativa, surge el consumo colaborativo, entendido como el intercambio de bienes y servicios, reinventado a través de las tecnologías de información y comunicación (Botsman y Rogers, 2011). Los clientes están inspirados por la tendencia del consumo que nacen de la racionalidad consumista, el ahorro, la sostenibilidad medioambiental, el reciclaje y las relaciones interpersonales más cercanas; A aquello se suma la facilidad de la tecnología y la disposición de intercambios comerciales a partir del famoso boca a boca o boca a oreja, la tecnología usa plataformas con recursos de retroalimentación para mejorar constantemente, debido al flujo de información que permite la red, siendo una clara demostración de que la tecnología utiliza los recursos infrautilizados a su favor. (Shedden Casanovas, 2014).

Cabe mencionar que los modelos clásicos entre cliente – proveedor llevado a cabo físicamente o mediante un medio digital en virtud de la comunicación directa (correo electrónico, web), ha permitido el surgimiento de una plataforma tecnológica que compara la totalidad de la oferta y se pone a disposición de la demanda (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016). El internet ha revolucionado el consumo multiplicando exponencialmente estos modelos de colaboración, en la ilustración 6 se visualiza los ámbitos en los que se sitúa la llamada economía colaborativa.



Ilustración 6: Economía colaborativa en función de la oferta y demanda



Fuente y elaboración: (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016)

Se puede distinguir en la ilustración 6 las relaciones B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer), las formas tradicionales carentes de plataformas digitales de intermediación y entre personas-proveedores microempresas y profesionales (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016) A continuación, en la tabla 1 se caracterizará la economía colaborativa:



Tabla 1: Caracterización de la economía colaborativa

| | |
|------------------------------|--|
| Definición | Venta, intercambio o cesión de productos o servicios, principalmente por parte de individuos, mediante plataformas tecnológicas en línea que permiten la conexión y gestión de la relación entre los proveedores y los consumidores. |
| Características | <ul style="list-style-type: none">-El proveedor es un individuo.-Conexión entre clientes y proveedores mediante plataformas digitales.-Valoraciones que ayudan a elegir.-La oferta excede a la demanda hay más proveedores que clientes.-Trabajo a tiempo parcial. |
| Ejemplos más representativos | <ul style="list-style-type: none">-Alquiler de viviendas: Airbnb.-Transporte de pasajeros: Uber, BlaBlaCar.-Tareas domésticas: TaskRabbit.-Servicios profesionales: PeoplePerHour. |

Fuente y elaboración: (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016)

Cabe indicar que aún no existe un consenso en torno al término a utilizarse, puesto que aparte de denominarlo economía colaborativa, también se conoce como consumo colaborativo, economía compartida o de la compartición, economía de los pares (peer to peer), economía de las plataformas, economía del pequeño encargo, economía bajo demanda, economía social, economía del bien común, entre otras, no obstante la que mejor se adapta al turismo es consumo colaborativo tomando en cuenta que hay consumo de bienes y servicios entre personas peer to peer (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016).

1.4. Turismo y consumo colaborativo

El sector turístico a nivel mundial ha tenido una gran variedad de cambios en los últimos años, siendo significativos los medios de comercialización de productos y servicios que este sector concibe. Hace algunos años las agencias de viaje lideraban la comercialización, a pesar de que continúan, no son los únicos debido al aumento de canales nuevos en virtud de las nuevas tecnologías de la información y comunicación,



siendo el internet un gran protagonista de este cambio. En conjunto con los nuevos comportamientos de los turistas y las nuevas tendencias de turismo que en este momento han revolucionado el concepto de viajar (Cánovas & Núñez, 2015).

En los últimos años, el auge de la web 2.0¹ ha posibilitado el ingreso al mercado del consumo colaborativo y el sector turístico ha hecho uso de aquello, incorporando prácticas basadas en dicho consumo, causando varios efectos como la posibilidad de fácil ingreso al sector por parte de particulares, pero al mismo tiempo preocupaciones (Guillén & Iñiguez, 2016), considerando que las empresas turísticas que basan su modelo de negocio en la economía colaborativa poseen características disruptivas que impactan de manera significativa sobre los viajes (Pascual, 2015).

Se ha introducido de una manera vertiginosa y ha llegado para quedarse por lo que las empresas turísticas deben adaptarse a estos cambios a pesar de que algunos sostengan que es competencia desleal, no obstante, el turismo colaborativo ya es una realidad.

Incluso es posible decir que existe una nueva tipología de turista, se trata del que utiliza y prefiere el turismo colaborativo, cabe destacar que una particularidad importante para ellos es la manera en que las empresas fidelizan a sus clientes, la facilidad para hacer reservas y utilizar servicios turísticos, así como el intercambio cultural más vívido u horizontal en donde el turista es quién toma sus decisiones de acuerdo a la oferta existente en la red y claro muy importante son los comentarios sobre los servicios que se han tomado, ya que estos son una referencia para optar o dejar de lado un servicio. (Guillén & Iñiguez, 2016).

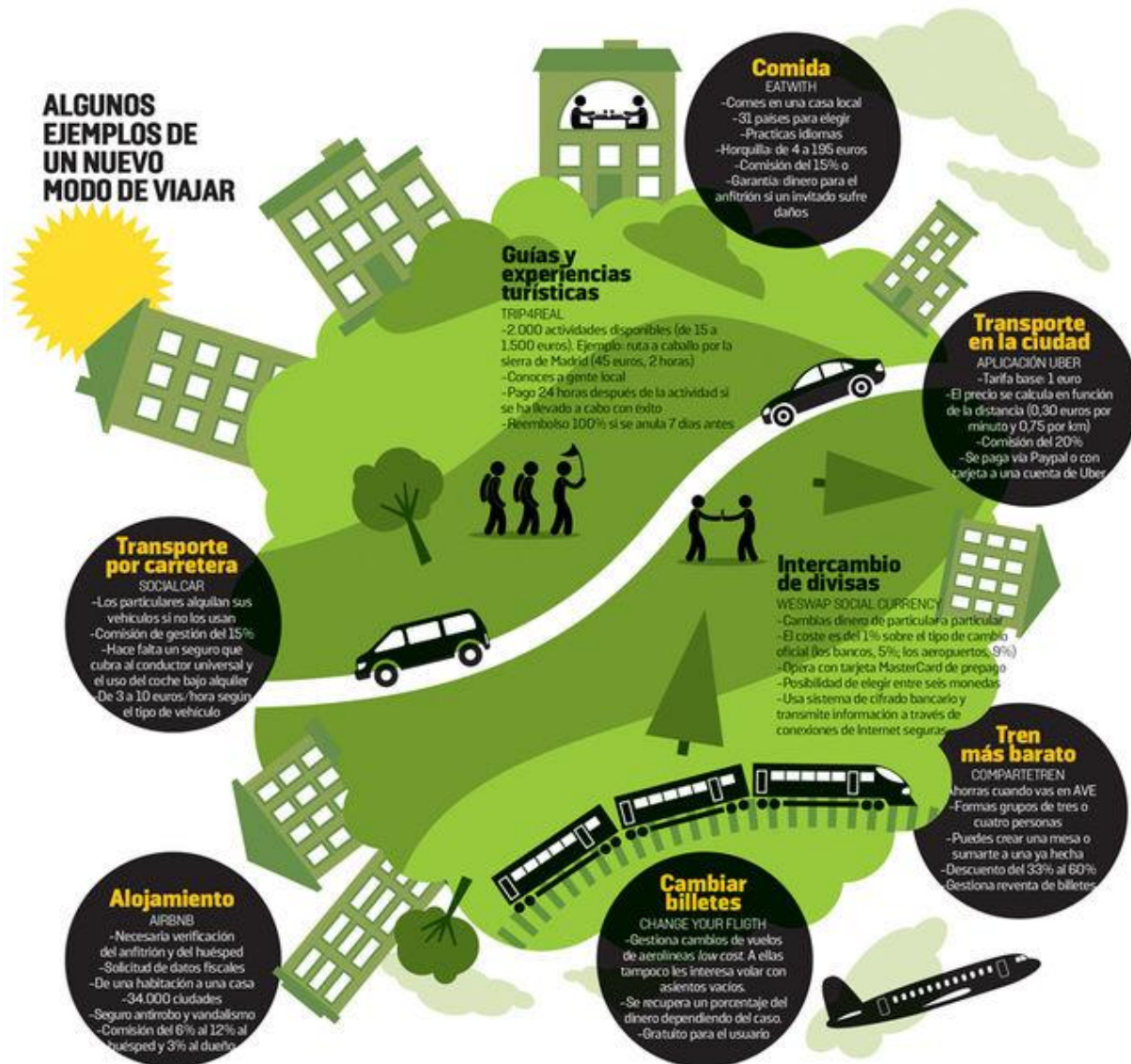
Cabe mencionar que la verdadera revolución de la economía colaborativa, radica en compartir lo que unos tienen para otros a cambio de un intercambio monetario o sea quien no puede tener o necesita de un servicio se conforma con probar el mismo, lo cual lo hace un fenómeno imparable. Es una forma de consumir diferenciada, consecuencia de las nuevas tecnologías de la información, así como los precios altos

¹ El término Web 2.0 o Web Social comprende aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web.



de los servicios turísticos tradicionales y dicho fenómeno se aprovecha por la inexistencia de regulación siendo la reputación la nueva moneda de este tipo de negocios (Braun & Hollick, 2006)

Ilustración 6: Ejemplos de plataformas



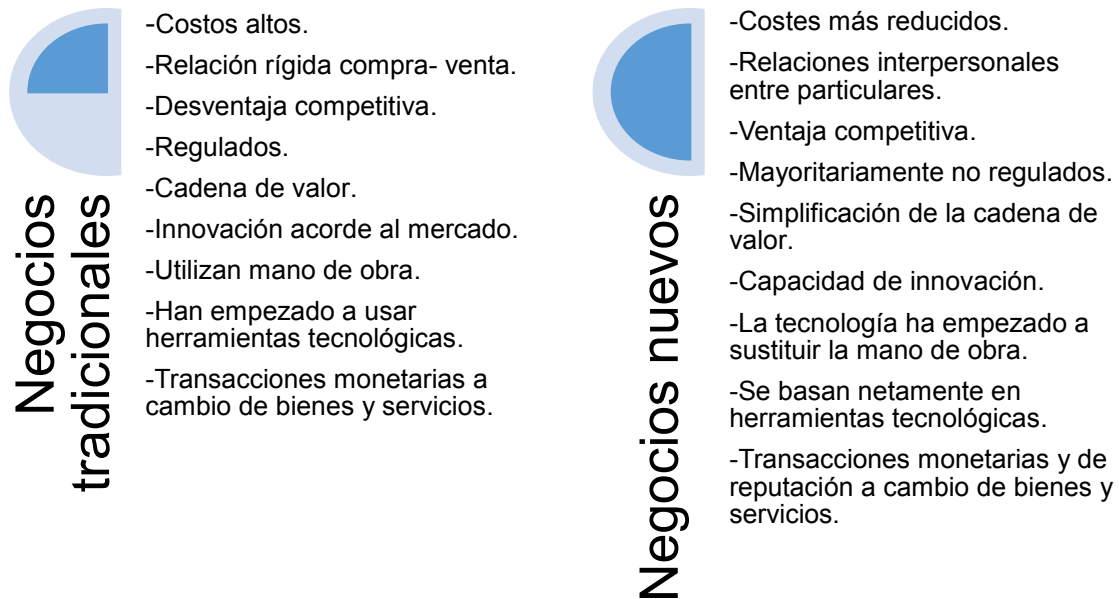
P2P en el turismo

Fuente y elaboración: (TUPAPO, 2016)



Existen algunas diferencias entre los modelos de negocio tradicionales y los modelos de negocio nuevos que han surgido a partir del consumo colaborativo, a continuación, en la ilustración 8 se exhibe lo mencionado:

Ilustración 7: Diferencias entre el modelo de negocio tradicional y modelo de negocio nuevo.



Elaboración: Autores basados en Bostman y Rogers, 2010

Al respecto de las tecnologías de información y comunicación (TIC), es meritorio decir que han proporcionado a los proveedores del sector turístico diversas soluciones para gestionar sus empresas a nivel interno y externo reduciendo costos, procesos y relacionándose directamente con los clientes (Gomis López & Miralbell Izard, 2007). Existen dos factores que han logrado afianzar la relación tecnología-turismo, la primera es que el turismo al ser una industria que mueve mucho dinero se ha convertido en uno de los clientes potenciales de la industria informática y por otro lado la información es uno de los factores importantes del turismo (Valles, 1999). Al respecto la Organización Mundial del Turismo, OMT (2011), señala lo siguiente:

La innovación puede ser un factor esencial para ayudar al turismo a adaptarse a nuevas condiciones económicas sostenibles, de modo que entre sus recomendaciones figura la de



alentar a todos los agentes a adoptar prácticas innovadoras y a incrementar la aplicación de la tecnología.

En definitiva, ofrecer bienes y servicios en este entorno colaborativo es más fácil que en un entorno tradicional, por lo que el turismo ha sido una actividad que ha acogido este tipo de negocios dada la facilidad de proponer negocio, diversificando la oferta en base a la innovación tecnológica, el contacto humano y la facilidad de pago (Wang, Li, Guo, & Xu, 2016).

1.5 Modelo de negocio: Peer to Peer (P2P)

Peer to peer (P2P) hace referencia a red de pares o entre iguales mediante un ordenador, o sea, se relacionan simultáneamente clientes y proveedores permiten intercambiar productos, bienes y servicios. Peer to peer (P2P) quiere decir préstamo entre particulares y las nuevas plataformas de consumo colaborativo están dentro de este modelo, el surgimiento de la economía colaborativa, se generó un modelo de negocio que pone en contacto directo a los consumidores entre sí (P2P) (Díaz, Gutiérrez, & García, 2014).

Inicialmente los modelos de negocio enlazaban la empresa con el consumidor (B2C)², la primera adquiría, realizaba el mantenimiento y alquilaba los productos. En el caso del modelo Business to business (B2B), es un modelo de negocio en donde las transacciones de bienes o la prestación de servicios se producen entre dos empresas y B2C es la abreviatura de la expresión Business-to-Consumer, o sea del negocio al consumidor y obedece a la estrategia que desarrollan las empresas para llegar al cliente, en estas se puede encasillar los negocios turísticos tradicionales. El (Peer to Peer) es un modelo que se basa en las transacciones entre personas, a diferencia del B2B o el B2C. (Shedden Casanovas, 2014).

² B2C: Business-to-Consumer negocio a consumidor, se refiere a la estrategia que desarrollan las empresas comerciales para llegar directamente al cliente o usuario final. A pesar del sentido amplio de la expresión B2C, en la práctica, suele referirse a las plataformas virtuales utilizadas en el comercio electrónico para comunicar empresas (vendedoras) con particulares (compradores). Por eso, el uso más frecuente es Comercio electrónico B2C.



Los modelos de negocios peer to peer (P2P) son eficientes en cuanto al capital, considerando que no se requiere altas inversiones para adquirir los bienes a comercializarse, no obstante, dependen de una comunidad con la cual se realiza transacciones (Cañigueral, 2012).

La tecnología ha sido una gran aliada de la economía colaborativa, puesto que el crecimiento de plataformas P2P (peer to peer) ha generado distintas opiniones e impactos en el turismo de distintos destinos, pues es un nuevo y disruptivo modelo económico que amenaza con un cambio de era, un cambio semejante al que hicieron las redes sociales y que tiene como base la compartición entre iguales de bienes infrautilizados o la prestación de servicios de pequeño valor económico, apoyándose para ello en internet y las nuevas tecnologías. Al respecto en la revista Forbes se manifiesta lo siguiente: “La revolución digital genera nuevas relaciones productivas y transforma la economía...en unos años quizá lo único que necesitemos para ganarnos la vida sea una humilde conexión a Internet” (Majluf, 2015, párr. 5). Este nuevo modelo turístico (P2P) se fundamenta en el intercambio de productos y servicios calificados como turísticos entre particulares a través de comunidades o plataformas webs creadas para este fin (González, 2014).

Esta transformación en la comercialización turística no es estable ni pacífica, pues los aspectos legales son el gran atenuante en este nuevo ámbito, estos nuevos modelos chocan con los modelos tradicionales, es así que las voces a favor y en contra están a la orden y este trabajo de investigación pretende abordar este fenómeno turístico en el cantón Cuenca, ya que en los últimos años esta modalidad se ha visto acentuada debido a la proliferación de webs que actúan como intermediarios y que posibilitan a los propietarios de las viviendas llegar de una forma más fácil a potenciales viajeros.

1.5.1 El turismo P2P: ¿Una nueva tendencia de viajes?

Los nuevos tiempos traen nuevas formas de viajar. Así lo avala la propia Organización Mundial del Turismo (OMT), que calcula un incremento del 20% en las nuevas tipologías de turismo, enfocadas a la sostenibilidad y al respeto por el entorno



y las comunidades de acogida, una de ellas es el turismo P2P, “...una de las grandes tendencias globales que está transformando el modo de viajar y consumir...” (Fernández, 2016, p. 111).

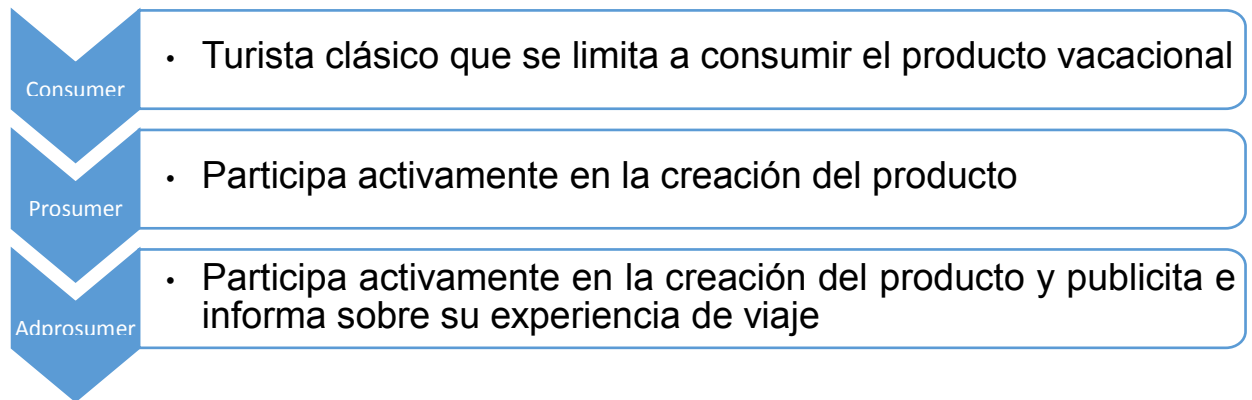
La mayoría de sectores del turismo se han visto afectadas por la economía colaborativa, las tecnologías de información han coadyuvado a irrumpir con fuerza en varios sectores, siendo el de alojamiento el más apremiante, el turista tiene muchas ventajas al practicarlo, no obstante, asume varios riesgos. A pesar de aquello las cifras incrementan anualmente en consonancia con la falta de claridad en el planteamiento jurídico (Fernández, 2016).

Este tipo de turismo tiene sus inicios desde la crisis mundial de 2008, como una forma de consumo alternativo, exaltado por términos como sostenibilidad, colaboración, ahorro, consumo inteligente, entre otros, lo cual ha producido cambios en los hábitos de viaje; en este contexto surge el turismo P2P, una modalidad nueva de comercializar servicios turísticos favorecida por la crisis, así como las formas de actuar y pensar (Juárez, 2015).

Es evidente que a medida que surgen cambios en las exigencias, necesidades y comportamientos de los consumidores, en este caso turistas, surgen nuevas formas de realizar un viaje y un ejemplo de ello ha sido el desarrollo del turismo P2P (González, 2015), asimismo, diversos autores retratan al consumidor de estos servicios turísticos como el nuevo turista del siglo XXI con características como: innovación, fidelidad, impaciencia y bien informado; este nuevo turista experiencias auténticas en su viaje y se aleja de las vacaciones tradicionales, utiliza Internet como fuente de información e interactúa con los demás usuarios en la red participando de manera activa en la configuración del producto, gracias al fenómeno de la co-creación (González, 2015). Este puede ser un prosumer o adprosumer en función de la participación en la creación del producto, tal como se expone en la ilustración 9:



Ilustración 8: Clasificación del turista en función de su participación



Fuente y elaboración: Autores, basados en Hosteltur (2009)

Además, este entorno, considera varios factores sociales como la irrupción del segmento de los millennials, básicamente turistas jóvenes con pocos ingresos que buscan experiencias nuevas nacido entre los años 1980-2000, rodeados de las nuevas tecnologías, por lo que explota las redes sociales al máximo, este es un turista considerado pro consumidor por naturaleza que huye de normas establecidas, con una mentalidad global y que ha viajado mucho más que otras generaciones (Dyma, 2014).

Sin duda, hay diversas clasificaciones que tratan de segmentar las tipologías de turistas desde distintas perspectivas y enfoques. Sin embargo, todas evidencian un cambio en el comportamiento de los turistas a la hora de realizar un viaje, que unido a la actual situación económica, han contribuido al surgimiento de este nuevo turismo.

1.6 Plataformas de P2P de turismo

Tradicionalmente, el turista a la hora de planificar sus vacaciones contrataba todos los servicios que deseaba utilizar en su viaje con las empresas destinadas a ello, independientemente de si la organización del viaje corría por cuenta propia o por alguna agencia. No obstante, la tendencia P2P permite el contacto de turistas con otros similares a ellos para la contratación de algún servicio prescindiendo así de la contratación del mismo con empresas.

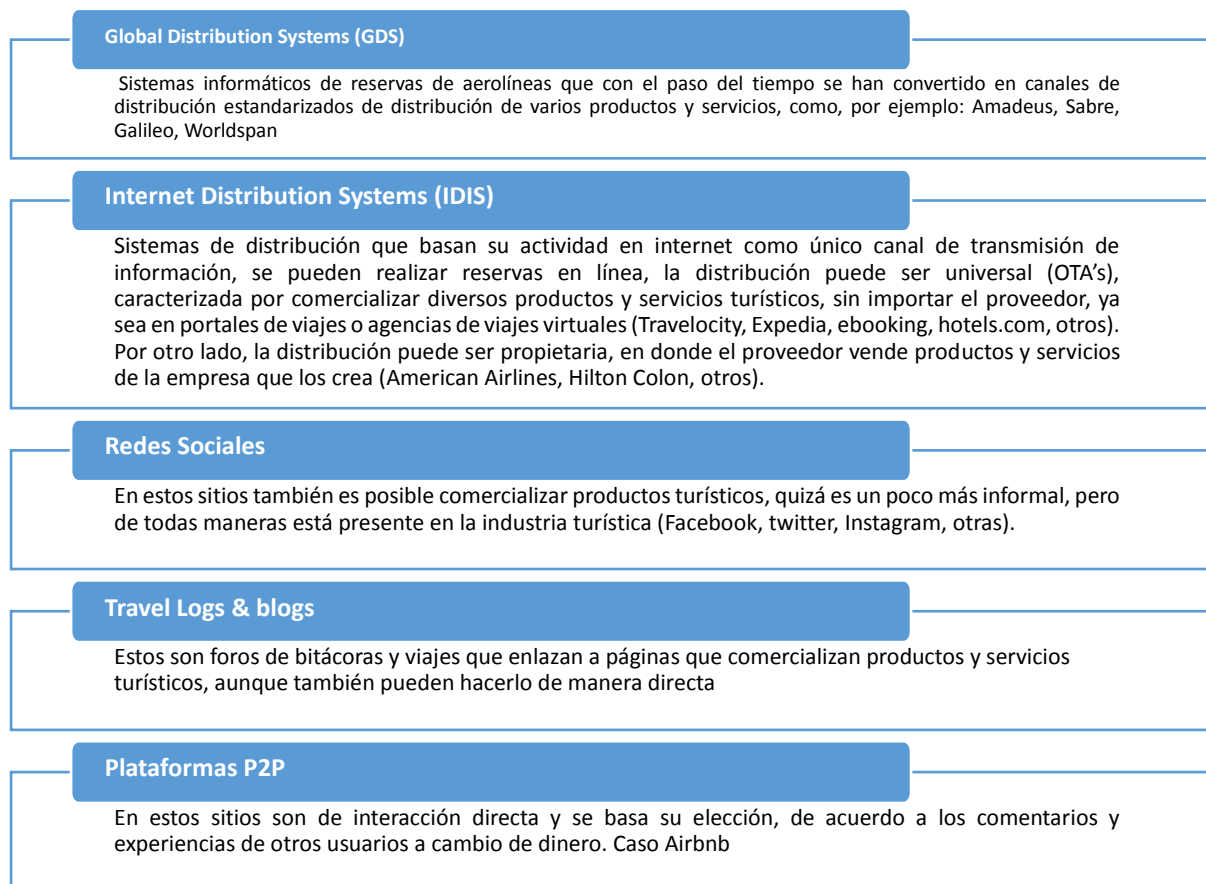
Hace algunos años, empezaron a surgir movimientos como el couchsurfing, para explicarlo de manera sencilla, radica en compartir una casa y dejarles gratis un



espacio para dormir y ofrecer, de igual manera, vivienda para que puedan dormir gratis a otras personas es una red de viajeros. Detrás del couchsurfing no está solo una cuestión de ahorrar dinero y viajar barato, sino la idea de compartir recursos y poder conocer a otras personas (Rosen et al., 2011).

Existen varios tipos de plataformas de comercialización, algunas se enlazan entre sí, a continuación, en la ilustración 10 se expone dichos tipos:

Ilustración 9: Tipos de plataformas de comercialización turística



Elaboración: Autores basados en Wilches (2004)

Específicamente y como objetivo de este proyecto de investigación, nos centraremos en el caso de Airbnb, una red social en la que personas ponen sus casas (completas o habitaciones) a disposición de los viajeros por el precio que cada uno estime oportuno. La web se encarga de gestionar el cobro y el pago (se paga por adelantado, pero al arrendador la plataforma le cancela después del servicio y de comprobar que todo haya salido bien), y facilita la plataforma para que quien quiera exponga su oferta



y actúa como red social, ya que se puede leer comentarios de cada una de las viviendas, conocer un poco la biografía del arrendador y sobre todo, lo más importante conocer las opiniones y evaluaciones de otras personas sobre los alojamientos, el trato recibido, etc., lo cual es obligatorio para el usuario. Sucede algo similar con la plataforma Tripadvisor, en esta se pueden hacer reservas y ver calificaciones de los visitantes en lo que respecta a varios servicios turísticos. TripAdvisor ofrece consejos de millones de viajeros y una amplia variedad de opciones de viaje y funciones de planificación con enlaces directos a herramientas de reserva que buscan en cientos de sitios web para encontrar servicios turísticos.

Cabe mencionar que los efectos que han causado estas plataformas son muchos, sin embargo, algunos autores (Guillén & Iñiguez, 2016; Benítez Palma, 2016; Fernández, 2016) consideran importantes los siguientes:

- El costo de viaje resulta más económico al utilizar estas plataformas
- La experiencia del turista es más personal, puesto que comparte con los anfitriones de una manera más familiar.
- La manera de adquirir bienes y servicios es más amigable.
- Firmas muy ligeras en activos al ser sólo propietarias de la plataforma de ventas, pero no de los recursos.
- Traspasan la responsabilidad legal a los proveedores particulares.
- Operan con costes muy bajos, reventando precios de mercado.
- Elevado número de alojamientos privados para uso turísticos anunciados en plataformas webs.
- Capacidad de los consumidores de organizarse y obtener lo que quieren.
- El uso de las tecnologías de información, que reducen los costes de transacción.
- Utilización de plataformas virtuales que permiten una gran capacidad de gestión de datos de forma inmediata y a bajo coste, lo que posibilita la gestión eficiente de un gran número de transacciones, en mercados de alta liquidez y con costes iniciales relativamente reducidos.



- Cambio en modelos y procesos económicos.
- Impacto claro en las condiciones de competencia del mercado.
- Incremento de la oferta: más cantidad y variedad de oferta.
- Incremento de la competencia.
- Mejores precios y/o condiciones comerciales.
- Sustitución de la mano de obra.
- La mayoría no se adscribe a un marco legal de un territorio determinado.
- Creciente preocupación por legalizar este tipo de negocios, ya que es visto como competencia desleal.
- Innovación estratégica de mercadeo a través de la tecnología.
- Surgimiento del turista de experiencias que planifica cada detalle de su viaje a su gusto.
- Diversificación de productos turísticos.
- Empoderamiento.
- Mejor atención debido a este empoderamiento y a la cercanía de los servicios P2P y sus económicos precios.
- Más clientes con más o menos dudas.
- Más turismo, la democratización del acceso del modelo colaborativo genera nuevos consumidores que ahora pueden permitirse viajar de un punto a otro fácilmente.
- Mayor distribución.
- Consumo local, lo cual repercute directamente en las economías locales.
- Complementariedad, considerando que la oferta P2P viene a suplir una carencia.
- Innovación y valor de marca.
- Supervivencia, a través de la innovación y la incorporación de oferta P2P.
- Presión de regulación.
- Cercanía en los servicios colaborativos es des-intermediada y directa, con una relación de igual a igual.
- Personalización.



- La creación de una nueva figura, denominada el ciudadano productor que produce, consume, e intercambia bienes y servicios.
- Competencia desleal.

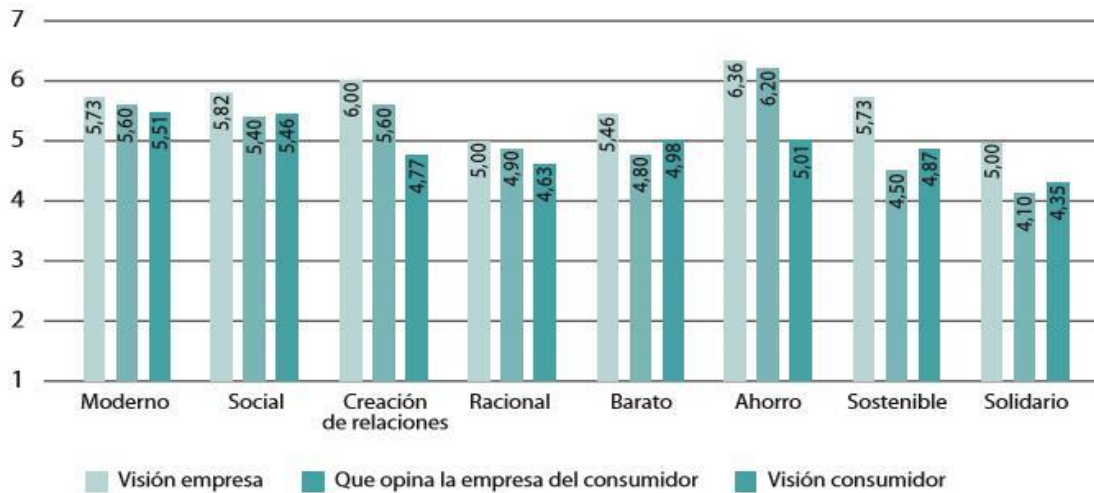
1.7 El turismo peer to peer en otras ciudades

Las autoridades de varios países están intentando regular y controlar el fenómeno P2P, puesto que esta actividad en muchos casos evade impuestos y obligaciones legales sin importar el territorio en donde se encuentren. Uno de los casos que más llaman la atención es Barcelona, en donde el turismo ha causado fenómenos como gentrificación por turistificación, esto ha devenido en un fenómeno llamado muerte por éxito, o sea el destino turístico está sufriendo las consecuencias de un desarrollo acelerado que demuestra insostenibilidad, en términos económicos las visitas han favorecido a la economía, no obstante, el turismo no puede ser visto solo desde esa perspectiva, importan mucho los aspectos sociales, culturales y medioambientales (Ardila Peña, 2014). Las plataformas peer to peer han tenido mucha acogida entre los habitantes de dicha ciudad, más esto ha causado que los prestadores de servicios turísticos se quejen al sentirse en deslealtad referente a la competencia establecida, tal es el caso de los pisos de alquiler mediante varias plataformas, una de las más comunes es Airbnb, por lo que la Generalitat (Municipio) ha puesto en marcha un plan para legalizar a estos establecimientos, obligándoles a pagar los impuestos decretados en la ley, pero cabe indicar que los habitantes se han visto obligados a realizar esto debido al costo de vida de la ciudad e inclusive de los arriendos, entonces es mejor compartir, alquilar que aguantar solo los gastos de arriendo (Ardila Peña, 2014).

No obstante, Barcelona no es el único caso, a nivel europeo sucede un fenómeno similar, así como en otras ciudades de España, un estudio realizado por la ESADE, Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, a 22 de casos de empresas de consumo colaborativo en España y paralelamente a una muestra de consumidores compara la visión de la compañía, su opinión sobre la del consumidor y la de éste. Aparecen datos relevantes en la ilustración 11:



Ilustración 10: Opinión del consumidor sobre las plataformas P2P en España



Fuente y elaboración: ESADE

La anterior ilustración (11) es una clara demostración de los atributos que poseen las empresas y consumidores del modelo de negocio P2P, que en realidad se tratan de valores que se han desplegado en virtud de la innovación de este tipo de organizaciones. Otro caso particular sucede en la ciudad luz, París, siendo una de las pocas ciudades que han llegado a un acuerdo con Airbnb para que estos sumen a su tarifa los impuestos decretados en la ley, si comparamos los precios de acuerdo a las características de cada alquiler, en esta ciudad están más altos a pesar de que el costo de vida también es alto.

En Sudamérica y tomando un caso cercano, en la ciudad de Cuzco sucede algo similar a Quito y Cuenca, que no hay un marco legal establecido para controlar y regular este tipo de establecimientos, sin embargo, las municipalidades de estos lugares han emprendido campañas informativas que en muchos de los casos terminan enredadas. Latinoamérica es un mercado potencial para este tipo de turismo y en parte han facilitado la manera de viajar para el turista, sin embargo, han causado problemas para los empresarios privados y administraciones públicas, puesto que los impuestos no entran dentro de la gestión que realizan las mencionadas plataformas.



Sin embargo este fenómeno se ha asentado en casi todo el mundo –con la diferencia de que su evolución depende de la realidad de cada ciudad- por lo que se ha producido un gran desarrollo de estos modelos de negocio en el turismo, ya que cualquiera que pueda prestar una actividad al turista puede estar en el mercado; la mayoría de webs en el turismo funcionan de manera similar, se destacan: Trip4real, Tourbylocals, Vayable, Withlocals, Tripuniq, Yuniqtrip, Airbnb, entre otras (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016), siendo curioso que plataformas que antes no se dedicaban a aquello, estén intentando incursionar en este modelo de negocio, es el caso de TripAdvisor.

1.7.1 Características de Airbnb

Airbnb es un mercado comunitario para publicar, descubrir y reservar viviendas. El nombre es un acrónimo de airbed and breakfast (colchón inflable y desayuno) y cubre unas 2.000.000 propiedades en 192 países y 33.000 ciudades; en este contexto, las cifras son abrumadoras, según la agencia Bloomberg, Airbnb pasó de gestionar 90.000 habitaciones a nivel mundial en 2013 a 550.000 a finales de 2016, revelando la importancia del fenómeno P2P (Fernández, 2016).

Algunas cifras sobre Airbnb, mencionan “10% del ingreso por alojamiento en EE.UU. Más de 2 millones de habitaciones y 155 millones de huéspedes anuales en Airbnb. 35% de los viajes de ocio de residentes españoles” (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016, p. 77).

Este servicio se ha puesto en boga, está basado en la conocida modalidad "Bed & Breakfast" (de ahí el "bnb"), la diferencia es que no se accede a un hotel, sino al hogar de otra persona, que puede o no estar presente en la misma casa cuando preste el servicio. Cabe indicar que cualquiera que posea un sitio que crea que se puede arrendar, se puede poner en contacto con Airbnb, completar los formularios, enviar las fotos del sitio y definir un precio de acuerdo a las características del lugar, ubicación, servicios complementarios, entre otros. Además, el fundador cada cierto tiempo realiza convenciones con los miembros (oferentes) de su empresa en distintos lugares del



mundo como incentivo, dejando entrever el marketing interno que manejan (Airbnb, s.f.).

Una característica importante es el formulario de registro existente, ya sea para usuarios oferentes o para usuarios demandantes. Posteriormente la sección de búsqueda posee varios filtros para buscar o arrendar un sitio de hospedaje. Estos filtros dejan ver los servicios existentes, las restricciones y particularidades como la existencia de mascotas, pues no se puede olvidar que se llega a un hogar y no a un hotel. El método de reserva es instantáneo, con una serie de clics y una tarjeta de crédito es posible acceder a cualquier hospedaje alrededor del mundo (Airbnb, s.f.).

También la plataforma ofrece la ubicación del servicio de acuerdo a google maps, lo cual permite visualizar la zona en donde se ubica el sitio, así como los atractivos cercanos. Además, es importante la seguridad brindada por la plataforma en cuestión de perfiles de usuarios y formas de pago, además el cliente tiene una idea del lugar de acuerdo a los comentarios del sitio, por lo que el oferente se esmera en el servicio y al final pide que le comenten como estuvo la estancia en el lugar. Incluso tiene un sitio determinado exclusivamente para quejas, que, de haberlas, Airbnb se pone en contacto para remediarlas, de no hacerlo los oferentes pueden ser eliminados (Airbnb, s.f.).

El sistema de pagos funciona de una manera óptima, la empresa actúa como filtro para realizarlos y cobrarlos, o sea el huésped paga con su tarjeta de crédito directamente a Airbnb, luego ellos se quedan con su comisión que suele ser del 5% y proceden a pagar al oferente. Las políticas de cancelación son tres (Airbnb, s.f.):

- Flexible: reembolso total hasta 1 día antes de la llegada, excepto las comisiones del servicio.
- Moderada: reembolso total hasta 5 días antes de la llegada, excepto comisiones.
- Estricta: reembolso del %50 del valor total hasta 1 semana antes del día de llegada, excepto comisiones.



Como ya se mencionó antes, las evaluaciones y referencias son muy importantes, ya que estas sirven para que el huésped se haga una idea de lo que va a tener a su disposición, las restricciones y quizá problemas, a continuación, se exhibe (ilustración 12) un ejemplo de aquello tomado de la página de Airbnb:

Ilustración 11: Web Airbnb



Fuente y elaboración: Airbnb (sf.)

1.7.2 Características de TripAdvisor

TripAdvisor fue creada en febrero del 2000, tiene dominios en 48 mercados y está disponible en 28 idiomas, es una web de viajes del mundo, donde los viajeros pueden planificar y reservar su viaje, esta plataforma proporciona consejos de millones de viajeros y una amplia variedad de opciones de viaje y funciones de planificación con enlaces directos a herramientas de reserva que buscan en cientos de páginas web para encontrar los hoteles a distintos precios. Los sitios con la marca TripAdvisor conforman una de las comunidades de viajes más grande del mundo, que alcanza la cifra de 350 millones de visitantes únicos al mes, y 385 millones de opiniones y comentarios sobre más de 6,6 millones de alojamientos, restaurantes y atracciones. Los sitios web operan en 48 mercados de todo el mundo (O'Connor, 2008).

Cabe mencionar que cualquier tipo de servicio para viajeros puede suscribirse a la página llenando un formulario sencillo, con fotos del lugar, al aceptar los términos y condiciones, se brinda la posibilidad de que los usuarios califiquen y comenten sobre



su experiencia, posteriormente la empresa genera un certificado para los usuarios, lo cual debido al posicionamiento de TripAdvisor genera un valor agregado.

Esta plataforma tiene características importantes, como la reserva instantánea, que permite a los usuarios realizar convenientemente una reserva de un hotel a través de los partners de reserva, sin salir de la web o la app TripAdvisor. Además, existe la función de personalización que proporciona recomendaciones sobre hoteles de manera diferenciada de acuerdo a las preferencias individuales y las búsquedas de viajes realizadas en la web. Asimismo, posee un comparador de precios de Hotel, esta funcionalidad permite a los usuarios ver en tiempo real los precios de las habitaciones de hotel y la disponibilidad a través de nuestros partners de reserva, todo en una página (TripAdvisor, s.f.).

Un aspecto fundamental son las fotos, con más de 70 millones en la web, las fotografías de los viajeros permiten dar una panorámica de hoteles, restaurantes y lugares de interés de todo el mundo, así como los foros que permite a los usuarios preguntar y compartir sus opiniones, consejos y experiencias con la comunidad en un espacio interactivo. Muchos de los foros cuentan con "Expertos de Destino", contribuyentes regulares que son verdaderos expertos y concedores de los destinos que representan (TripAdvisor, s.f.).

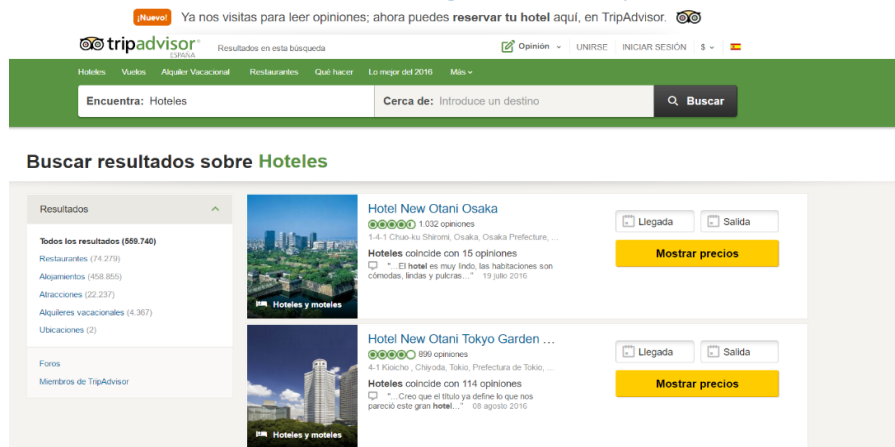
Existe también la opción de funcionalidad de tours, a los viajeros se les presentan tres opciones, junto con descripciones y precios para cada uno de ellos. Una vez que los viajeros han identificado el tour que más se ajusta a sus preferencias de viaje, pueden hacer clic para reservar su opción de tour a través de Viator. TripAdvisor vuelos, es otro servicio de la plataforma que permite y facilita la búsqueda de vuelos, ofreciendo información detallada acerca del vuelo. Los servicios ofrecidos por la aerolínea, junto con fotos de los viajeros, además de buscar distintos precios en compañías aéreas a nivel mundial. Para ayudar a los viajeros a encontrar las mejores opciones de vuelo más allá del precio, TripAdvisor ofrece ahora acceso a opiniones sobre compañías aéreas, así como a una funcionalidad "flyscore" que califica la calidad de cada trayecto en avión para los consumidores (TripAdvisor, s.f.).



La sección de Alquileres Vacacionales de TripAdvisor ofrece acceso a los viajeros a numerosos detalles e imágenes de las más de 815.000 propiedades de alquiler vacacional listadas en todo el mundo, así como a las opiniones de viajeros de alquileres vacacionales (TripAdvisor, s.f.)

Una característica importante son los mapas, estos permiten encontrar el hotel perfecto, al precio adecuado, con la localización exacta de una forma muy simple. Los mapas de TripAdvisor combinan la popularidad del hotel, el precio y la disponibilidad con una herramienta dinámica de mapas. Finalmente está Trip Watch, que ofrece alertas por e-mail personalizadas acerca de hoteles, lugares de interés y destinos previamente solicitadas por el viajero, y recogidas en el primer newsletter personalizado (TripAdvisor, s.f.). A continuación, se exhibe en la ilustración 13, la página de TripAdvisor:

Ilustración 12: Página de TripAdvisor



Fuente y elaboración: TripAdvisor

Ahora, conviene preguntarse lo siguiente: ¿Los negocios tradicionales tienen que innovar para competir con los nuevos negocios peer to peer? ¿La ley debe castigar o incentivar estos negocios? ¿Es conveniente realizar estudios del perfil del turista que prefiere estos servicios nuevos? ¿Estos nuevos servicios, hacen que el destino sea más atractivo? ¿Qué opinan los negocios tradicionales sobre este nuevo modelo de negocio?, seguramente algunas respuestas las brinde este estudio, sin embargo, es plausible continuar y profundizar sobre este nuevo fenómeno que para algunos



consumidores (turistas) puede resultar beneficioso, pero para los empresarios tradicionales resulta una molestia para sus ingresos, generando grandes debates alrededor de la normativa y regulación considerando que las actividades de la economía colaborativa compiten con actividades similares de la economía tradicional, al punto de sustituirla y complementarlas (Bulchand Gidumal & Melián González, 2016).

1.8 Metodología

Este estudio tuvo un enfoque mixto, en la primera fase se realizó un estudio cuantitativo, a partir de la recolección de cifras de las páginas web de Airbnb y TripAdvisor, identificando variables como tipo de hospedaje, capacidad, rango de precio, evaluaciones, ranking de usuarios, ubicación por área, con el fin de obtener datos del comportamiento de estas plataformas. Posteriormente se realizaron encuestas a actores del sector turístico considerando el catastro del Ministerio de Turismo en donde figuran 1630 empresas (universo), de las que se toma una muestra de 180 (revisar capítulo 3), a partir de aquello se realiza una operacionalización de las variables (13) con la intención de verificar la percepción de los impactos causados por las plataformas peer to peer. Asimismo, en la fase de tipo cualitativo se realizaron entrevistas a un ofertante y un demandante de una de las plataformas de intermediación con la intención de conocer la percepción que tienen de manera directa, la muestra es limitada puesto que los anfitriones no quieren emitir opiniones al respecto o simplemente pensaban que iban a tener problemas. Finalmente se sintetizan los impactos en un árbol de problemas (causas y efectos) y se reflexiona sobre los mismos.



CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO



CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO

2.1 Situación actual del alojamiento en la ciudad de Cuenca

Este fenómeno colaborativo ha transfigurado las estructuras tradicionales del mercado, siendo el sector turístico el más cómodo para realizarlo y el más criticado por aquello en cuanto a su normativa y planificación, sobretodo en relación al alojamiento turístico.

En Ecuador hubo alrededor de 1.6 millones de turistas en el año 2015 (Ministerio de Turismo, 2016), y 1.4 millones de turistas en 2016, sin embargo las estadísticas actuales no exhiben un buen nivel de detalle, a partir de este problema no es aventurado decir que la planificación del turismo no ha sido la más acertada, pues desde el siglo pasado ha existido un proceso de evolución en el tratamiento del mismo, sin embargo en los últimos tiempos se ha estancado, siendo el Ministerio de Turismo uno de los entes que menores recursos percibe para su gestión, una demostración de aquello son las campañas internacionales y nacionales que ha emprendido como la conocida “All you need is Ecuador” no obstante, al día de hoy no se conocen los resultados que ha dado la misma, debido a la insuficiencia de estudios estadísticos tal como lo recomiendan organismos internacionales como la Organización, Mundial del Turismo, Organización Internacional del Trabajo y los miembros del Grupo de Coordinación Interinstitucional sobre Estadísticas de Turismo.

De acuerdo a datos de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca y como referencia en el primer cuatrimestre de 2016 llegaron turistas extranjeros provenientes de Estados Unidos (29.2%), Colombia (11.5%), Alemania (7.3%), España (6%), Perú (5.7%), Argentina (4%), Canadá (3.6%), Chile (2%), Venezuela 2% y otros países (2.8%). En el caso del turismo interno hacia la ciudad según el mismo documento provienen de Quito (22%), seguido de Guayaquil (16.7%), Machala (9.2%), Cañar (14%), Loja (5%) y de otras partes del Ecuador (44%) (Grupo de Investigación en Economía Regional GIER, 2016).



Es necesario mencionar que la Ley de Turismo (2004) en su artículo 19, contempla que el ente rector de turismo (Ministerio de Turismo) debe establecer las categorías oficiales para las actividades vinculadas al turismo, las cuales deben sujetarse a la normativa internacional, para emitir las normas técnicas correspondientes a cargo del ente rector, por lo que en marzo del año 2015 surgió el nuevo reglamento de alojamiento turístico (Registro Oficial, Año II, No. 465), la cual establece la categorización de hospedaje por estrellas, y emitir una nueva clasificación de alojamiento, entre las que constan : a) Hotel H, b) Hostal HS, c) Hostería HT, d) Hacienda Turística HA, e) Lodge L, f) Resort RS, g) Refugio RF, h) Campamento Turístico CT, i) Casa de Huéspedes CH; cada una con ciertos requisitos en virtud de la infraestructura, calidad y servicios que presta cada establecimiento, no obstante se ha generado un vacío legal referente a las casa de huéspedes dando lugar a la duda: ¿Un alojamiento de Airbnb o TripAdvisor es una casa de huéspedes?

En principio y como se mencionó al final del primer capítulo, la legalidad de las actividades es el tema mayormente cuestionado en una economía de libre mercado debería ser posible que una persona quiera aprovechar sus recursos (vehículo, vivienda) a cambio de una retribución, sin embargo, dichas tareas tienen una regulación y una serie de requisitos para constituirse como un prestador de servicios (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016). Ante aquello los servicios que están legalizados, por así decirlo, encuentran algo injusto competir con las actividades turísticas que devienen de la economía colaborativa, dando paso a reclamos al sector público para que legisle en torno a la realidad de Cuenca.

Sin lugar a dudas el consumo colaborativo ha aterrizado en la ciudad de Cuenca y lo más grave es que las instituciones encargadas del turismo no tienen un registro de aquello (solicitado por los autores a las entidades de turismo de la ciudad), por lo que a continuación se brindan datos de Airbnb y TripAdvisor.

2.2 Datos catastrales de la oferta de la plataforma Airbnb de la ciudad de Cuenca

A partir de un análisis exploratorio de la página web de Airbnb se obtuvieron datos de cómo se ofertan en las mencionadas páginas como el tipo de hospedaje, la

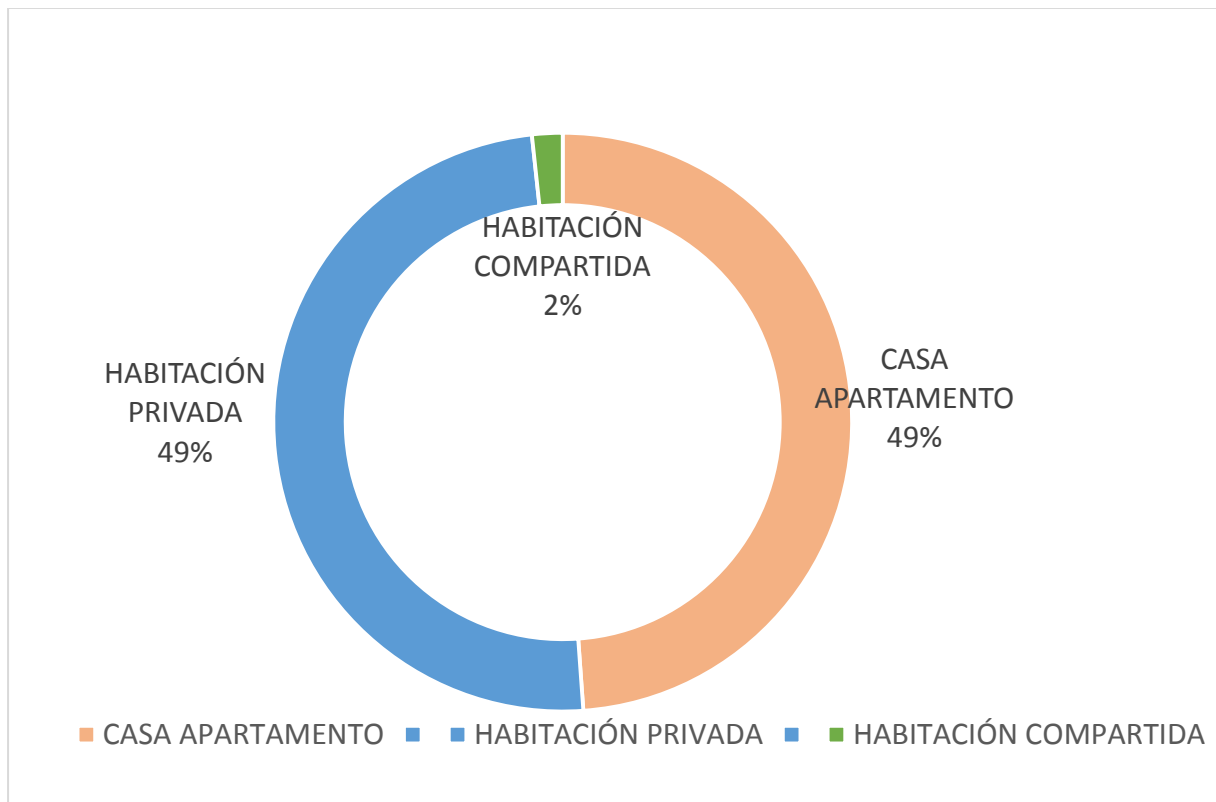


distribución según plazas, el rango de precio ofertado en diciembre 2016, la cantidad de evaluaciones considerando esto como un indicador básico para la elección del cliente, la ubicación por áreas (centro histórico, urbana excluyendo el centro histórico y propiamente el centro histórico) ya que no se puede tener con exactitud la misma sin pagar con tarjeta de crédito. A continuación, se exhiben los datos mencionados:

2.2.1 Datos de Airbnb

La plataforma Airbnb hace su irrupción con la oferta de alojamiento aproximadamente en el año 2011, según su página web y su oferta en cada link (ver anexo 1).

Ilustración 14: Tipos de hospedaje Airbnb



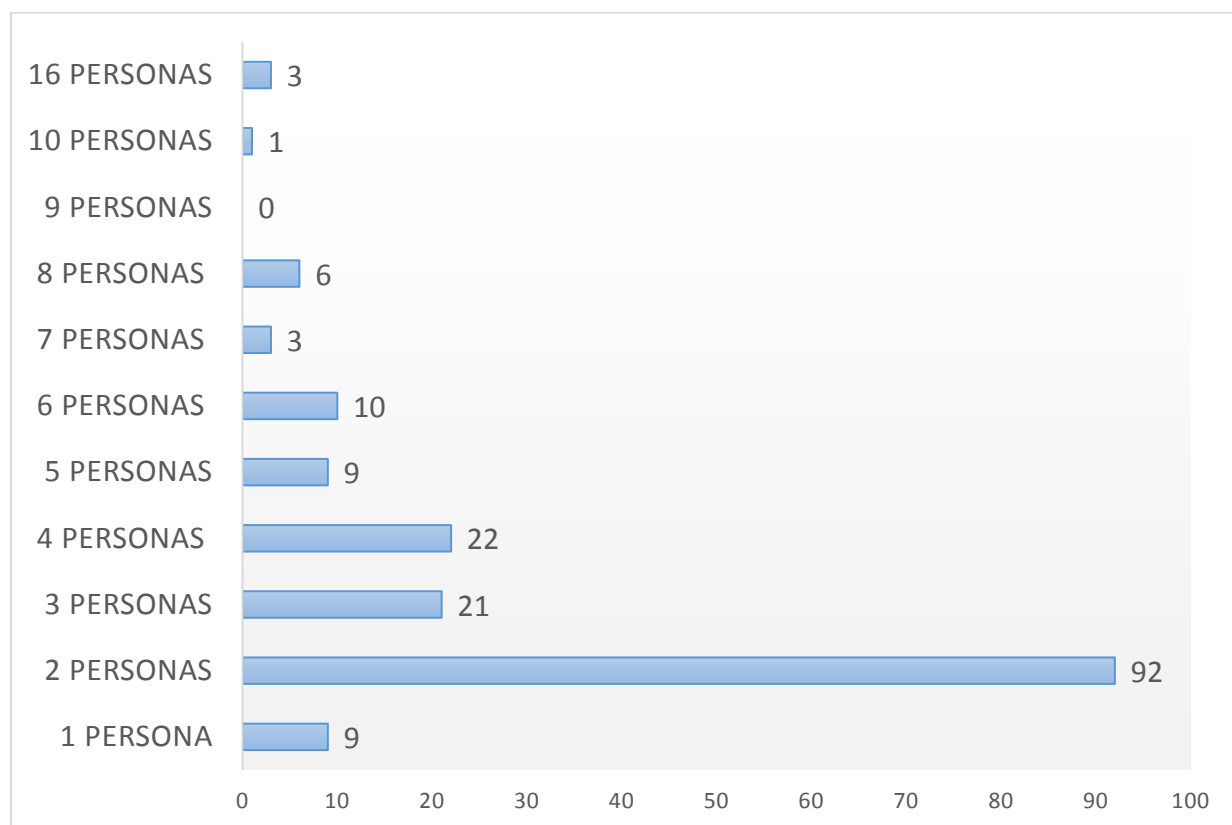
Fuente y elaboración: Autores



La ilustración 14 exhibe datos obtenidos de la página de Airbnb, se realiza un análisis de los tipos de hospedaje existentes dentro de la oferta a potenciales clientes los cuales son: casa apartamento, habitación privada, habitación compartida.

Se evidencia que existe una clara paridad entre dos de los tres tipos de hospedaje que ofrece la página Airbnb en cuanto a porcentajes compartiendo un 49% (86 hospedajes) para casa apartamentos y el mismo 49% (87 hospedajes) para habitación privada haciendo notar a donde apunta la prioridad dentro del tipo de hospedaje que ofrece Airbnb dejando con poca participación a las habitaciones compartidas con apenas una 2%(3 hospedajes).

Ilustración 13: Capacidad



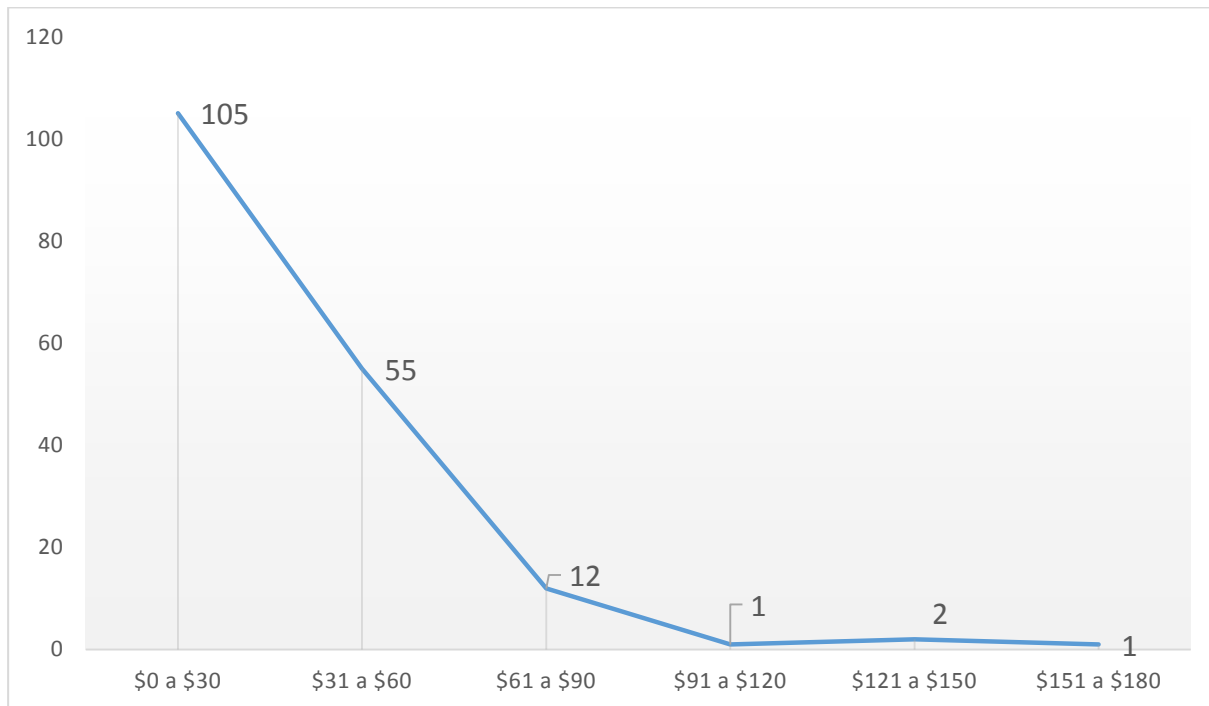
Fuente y elaboración: Autores

En la presente ilustración (15), se evidencia como es la distribución según el número de plazas dentro de la oferta existente en Airbnb cuantitativamente. La característica más relevante es el dato numérico de habitaciones destinadas para la capacidad de



dos personas esto arroja conjeturas sobre el mercado, las parejas son las que más buscan hospedaje dentro de este tipo de servicio turístico en esta página o las características espaciales arquitectónicas definen aquello; por otra parte se observa que no se descuida otras opciones en cuanto a la capacidad de cada habitación observamos que existe capacidades desde una a dieciséis personas siendo esto algo interesante para quien requiere un alojamiento sin importar el número de personas que deseen alojarse.

Ilustración 14: Rango de precio

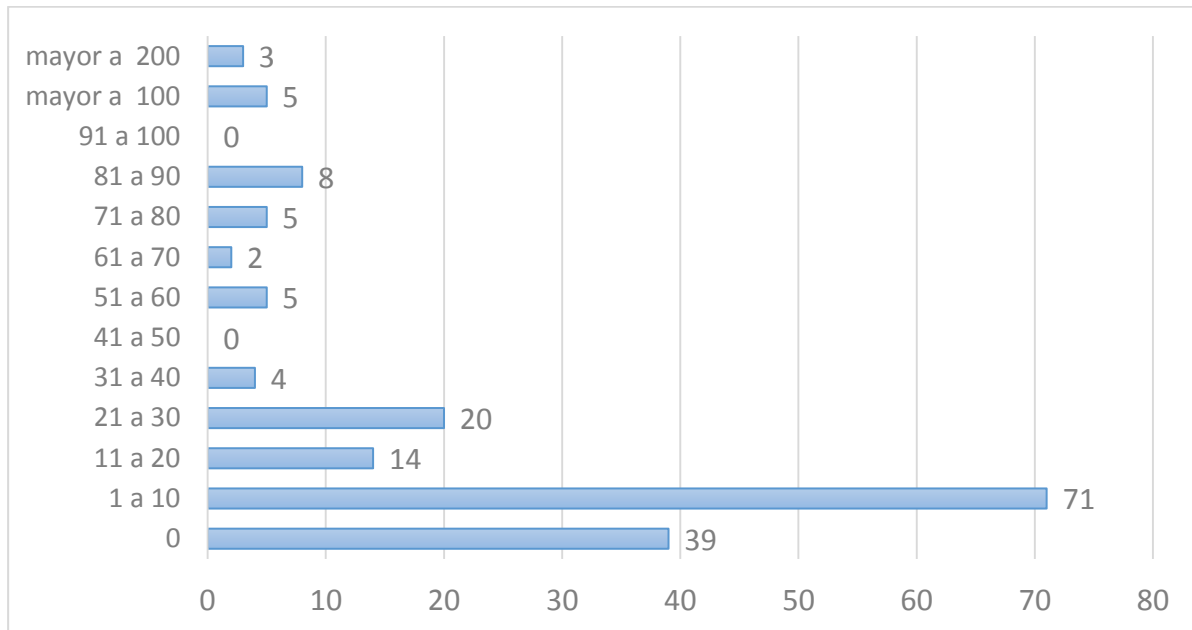


Fuente y elaboración: Autores

En la ilustración 16, se analiza un factor de gran relevancia dentro del campo turístico, el rango del precio de las habitaciones a diciembre 2016 (como referencia), evidentemente son valores accesibles para todo tipo de estrato económico fortaleciendo la atracción por usar medios como Airbnb para buscar el servicio de alojamiento, actualmente se busca los mejores precios para todo tipo de bien o servicio considerando que los valores que exceden a los noventa dólares son escasos, sin embargo los espacios más caros son para más personas equilibrando la balanza y demostrando que para los establecimientos formales es difícil competir contra lo mencionado.



Ilustración 15: Evaluaciones (comentarios)



Fuente y elaboración: Autores

En esta ilustración (17), se analiza un factor imprescindible dentro del mundo de los servicios turísticos para medir el índice de satisfacción del cliente, en el cual se observa que en la página de Airbnb las evaluaciones en cuanto al servicio son escasas, dentro de la ilustración se observa dos características más relevantes que son la ausencia de datos es decir que cero evaluaciones realizadas están dentro de treinta y nueve establecimientos, el rango de una a diez evaluaciones realizadas cubre setenta y uno de los ciento setenta y seis establecimientos analizados dentro de la página objeto de estudio, en el resto de escalas de la gráfica se evidencia esta carencia de evaluaciones realizadas por el usuario, las cuales son un referente al tomar la decisión de compra.

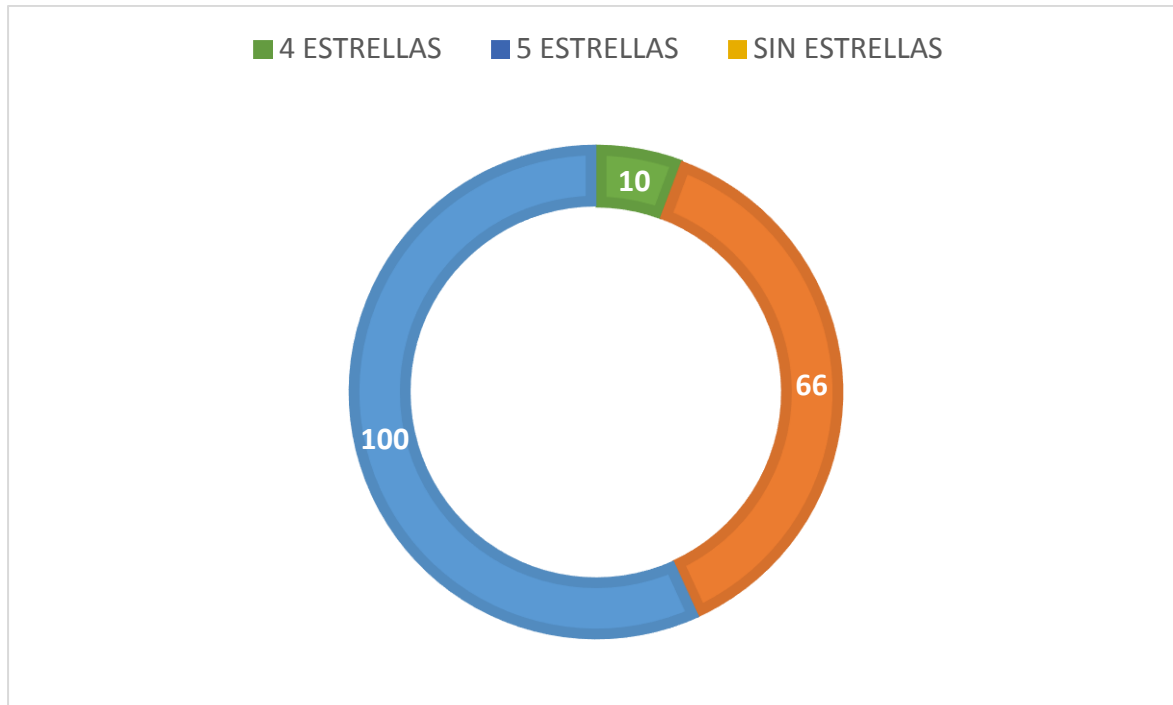


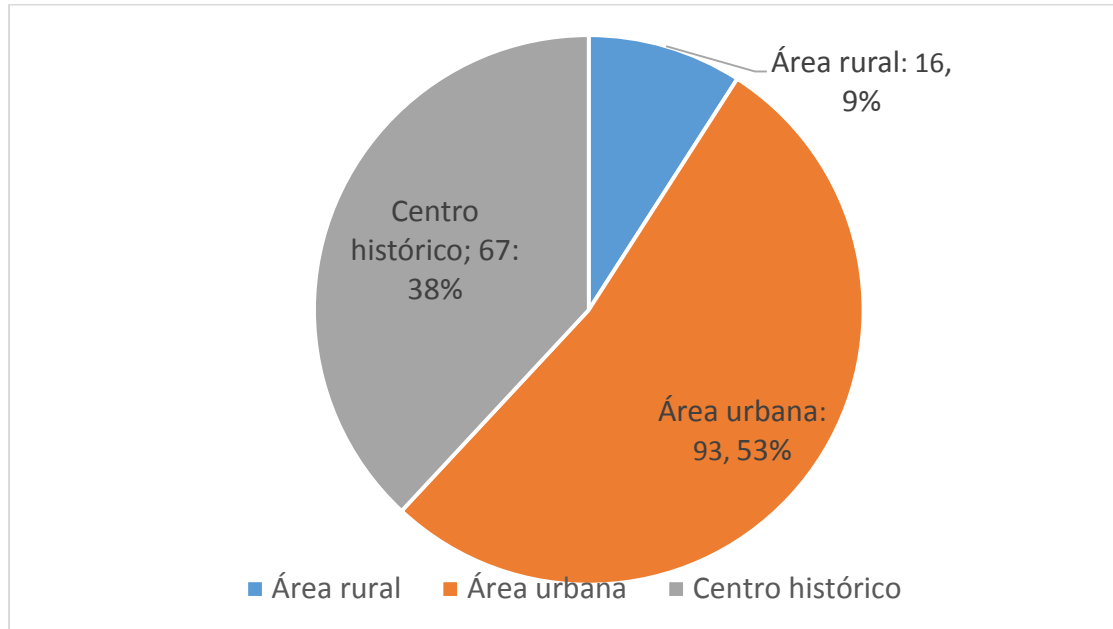
Ilustración 16: Ranking generado por los usuarios

Fuente y elaboración: Autores

En la anterior ilustración (18), podemos evidenciar como categorizan los usuarios a los establecimientos mediante otorgación de estrellas siendo esto, una información muy valiosa para todo tipo de establecimiento que brinda servicios turísticos, este tipo de información ayuda a tener una percepción de que tan buen o mal servicio se está dando. Una característica relevante dentro de esta grafica es que el 57% (100 establecimientos) tienen la ausencia de este dato por parte de los usuarios.



Ilustración 17: Ubicación por área



Fuente y elaboración: Autores

En la ilustración 19 se aprecia la ubicación de los distintos establecimientos ofertados en la página de Airbnb dentro de la ciudad de Cuenca, se puede observar que la mayoría de establecimientos están ubicados en el sector urbano (área urbana no contempla la ruralidad, ni el centro histórico) y el centro histórico (delimitación de la Declaratoria de Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1999) con un alto porcentaje de participación, siendo esto una característica llamativa por la cantidad significativa de ofertantes ubicados en el mismo sector. Se observa además algo de igual forma llamativa que, aunque con menos participación otros puntos de ubicación como son áreas rurales cuentan con establecimientos para ofrecer hospedaje a turistas dejando a la vista la expansión del campo trabajado por Airbnb.

2.2.1.1 Identificación de servicios turísticos complementarios de la plataforma Airbnb en la ciudad de Cuenca

La información sobre los servicios turísticos complementarios a la hora de analizar un hospedaje para posteriormente seleccionarlo es crucial, porque el turista quiere un determinado grado de confort durante los días de alojamiento. Siendo así en



la página de Airbnb se puede tener a consideración establecimientos con una gran gama de servicios los cuales generan un valor agregado para que el turista decida o no acceder a un establecimiento existiendo servicios como los de entretenimiento, relajación, distracción y comunicación entre estos están: la señal wifi, televisión, cable, piscina, jacuzzi y gimnasio. Existen además servicios que permiten a los turistas sentirse como en casa incluso al mismo tiempo abaratar costos por contar con servicios que permiten por ejemplo lavar sus prendas ellos mismos o cocinar sus propios alimentos de modo que así se ahorra una salida a un restaurant o tener que pagar la lavandería; estos servicios son: cocina, secadora, lavadora, microondas, elementos de aseo y parking.

Se establece también que hay servicios para necesidades varias tales como: acceso para personas con capacidades diferentes, servicio de portería y espacio para mascotas.

2.2.2 Características de la comercialización turística de la plataforma Airbnb en Cuenca

La clave de Airbnb radica en que los usuarios pueden hospedarse en la casa de una persona de la zona –destino turístico de elección del visitante-, con la intención de adquirir experiencias más interesantes en relación con la cultura, la comida y las personas del lugar. Airbnb actúa como intermediario, cobrando una cuota de reserva de viajero (6-12%) y una tasa para los “anfitriones” para reservas (3%). Cabe indicar que existen múltiples foros y webs de comercialización turística, pero son pocas las que tienen el nivel de socialización y acercamiento entre las partes (anfitrión y huésped), y, estas se adaptan a cualquier tipo de viajero si es que se consideran las necesidades, poder adquisitivo, motivación, entre otros.

Airbnb asume algo que se puede denominar como autenticidad en cuanto al negocio, puesto que se puede conocer lugares de la mano de personas nativas del lugar, vivir desde el punto de vista de los anfitriones que realizan la tarea de mostrar el lugar e incluso pueden ayudar a preparar el viaje, es decir un itinerario acorde al tiempo de estadía. Asimismo, si se comparan los precios con un alojamiento tradicional, Airbnb



es más económico. El proceso de compra es muy elaborado (se puede reservar en 3 pasos) y se adapta a cualquier cliente, no obstante, no es tan estandarizada como otras páginas a la negociación entre ambas partes se puede agregar otros servicios que no están incluidos en la plataforma.

Airbnb retiene el pago del huésped hasta 24 horas después de la llegada para asegurarse de que los huéspedes están satisfechos con el alojamiento y para defender la política de cancelación de los anfitriones antes de procesar los pagos. Además, ofrecen garantías económicas con el fin de cubrir la propiedad en caso de pérdidas o daños ocasionados por el robo o vandalismo ejercido por huéspedes. Finalmente, la geolocalización es un aspecto importante dentro de la plataforma, así como las estrategias visuales como por ejemplo el uso de fotografías.

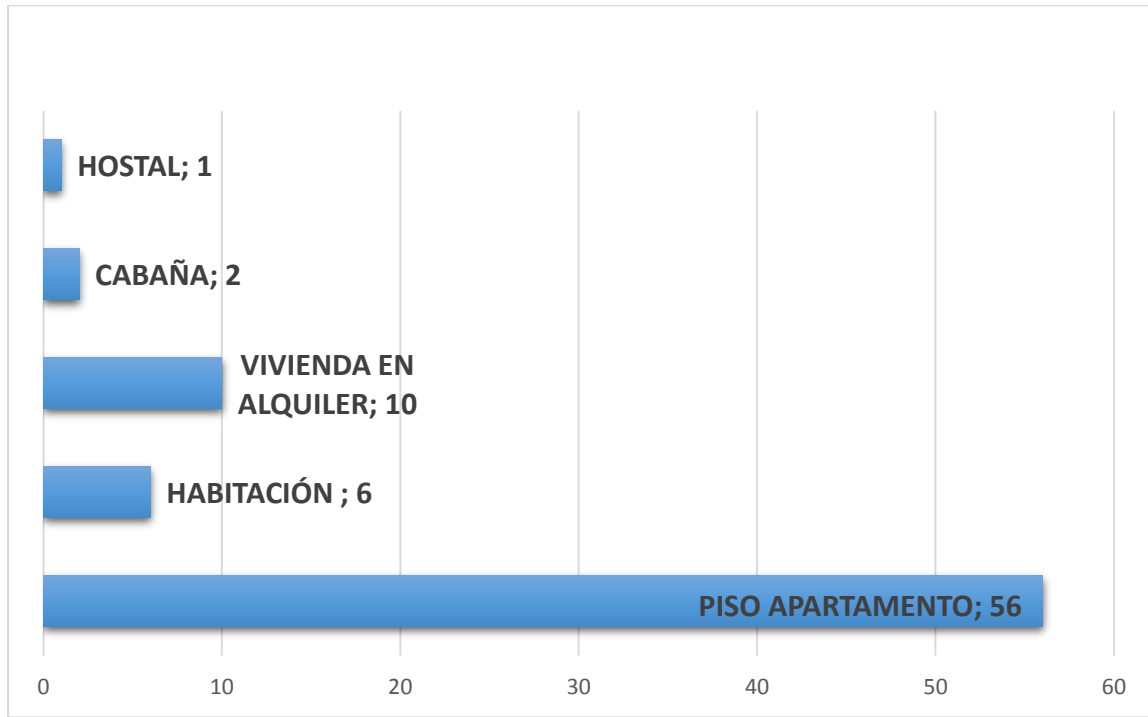
2.3 Datos catastrales de la oferta de la plataforma TripAdvisor de la ciudad de Cuenca

Asimismo, se hizo un análisis exploratorio de la página web de TripAdvisor, cabe acotar que en esta página se ofertan servicios formales, sin embargo, en la sección apartamentos se evidencia la existencia de oferta de alojamientos informales, los datos recabados tienen las mismas características que los datos recabados de Airbnb (ubicación, rango de precios, entre otros). A continuación, se exhiben los datos mencionados tomados de varios links de la página (ver anexo 2)



2.3.1 Datos de TripAdvisor

Ilustración 18: Tipos de hospedaje TripAdvisor

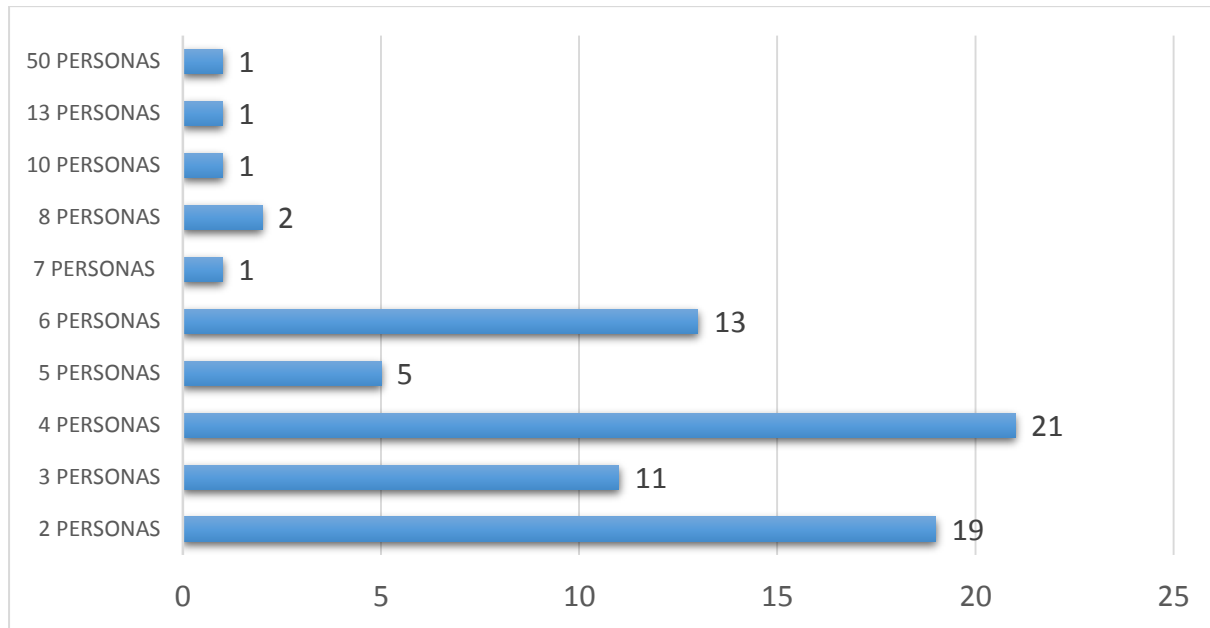


Fuente y elaboración: Autores

En la ilustración 20, se analiza la segmentación de tipos de hospedaje dentro de la página de TripAdvisor, se nota una superioridad en el tipo de alojamiento piso apartamento el cual representa un setenta y cinco por ciento (56), reflejando las características espaciales preferidas para comercializar en TripAdvisor, también se evidencian en menor grado, otros tipos de hospedaje como habitación privada (6), vivienda en alquiler (10), cabaña (2) y hostel (1) con participaciones bajas, a pesar de aquello es llamativo el término hostel ya que está contemplada en el reglamento de alojamiento turístico (2015).



Ilustración 19: Capacidad/plazas según TripAdvisor.

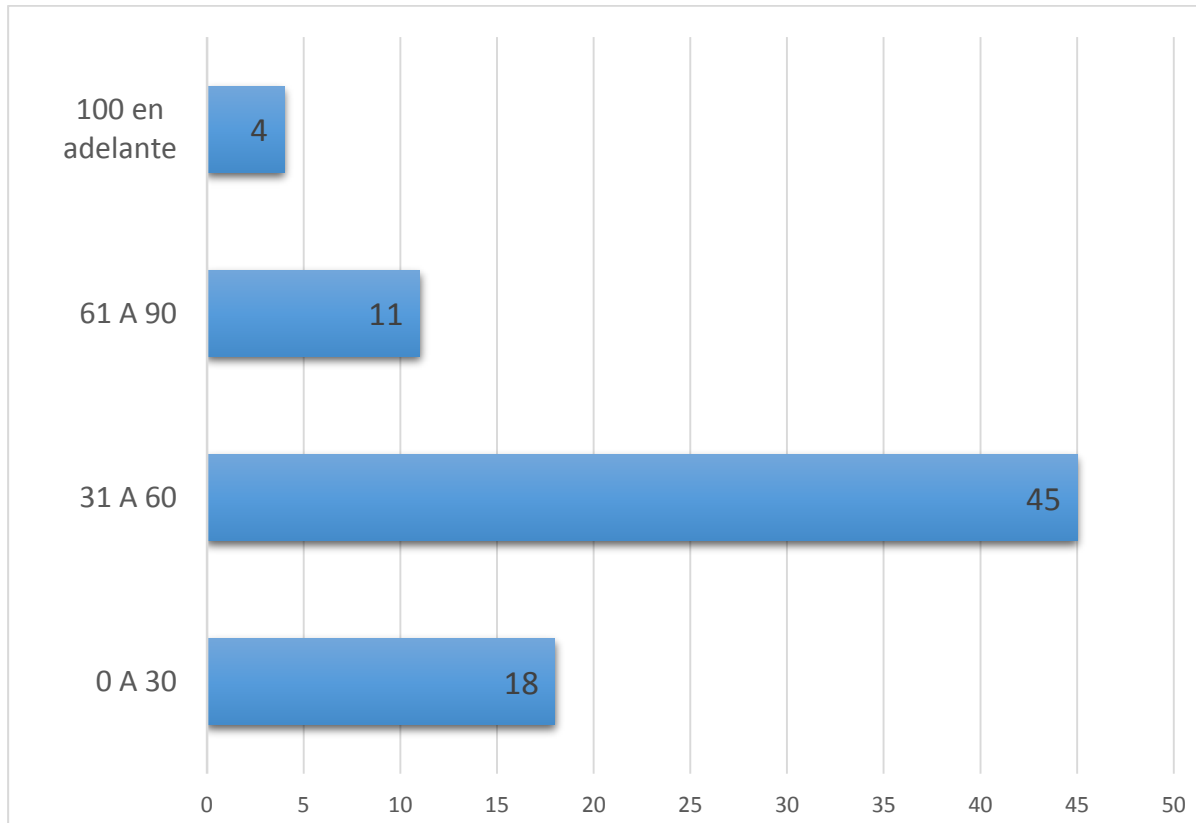


Fuente y elaboración: Autores

En la ilustración 21 se evidencia la distribución según número de plazas por establecimiento en la página de TripAdvisor. Se observa la existencia de establecimientos con plazas desde dos hasta cincuenta, siendo las de dos, tres, cuatro, y seis personas las que muestran datos más significativos, seguidos por establecimientos con plazas de cinco, siete, ocho, diez, trece y cincuenta personas, aunque con menor cantidad de establecimientos también muestran participación, esta información rebela la tendencia de oferta en cuanto al número de establecimientos y plazas por parte de TripAdvisor.



Ilustración 20: Rango de precio

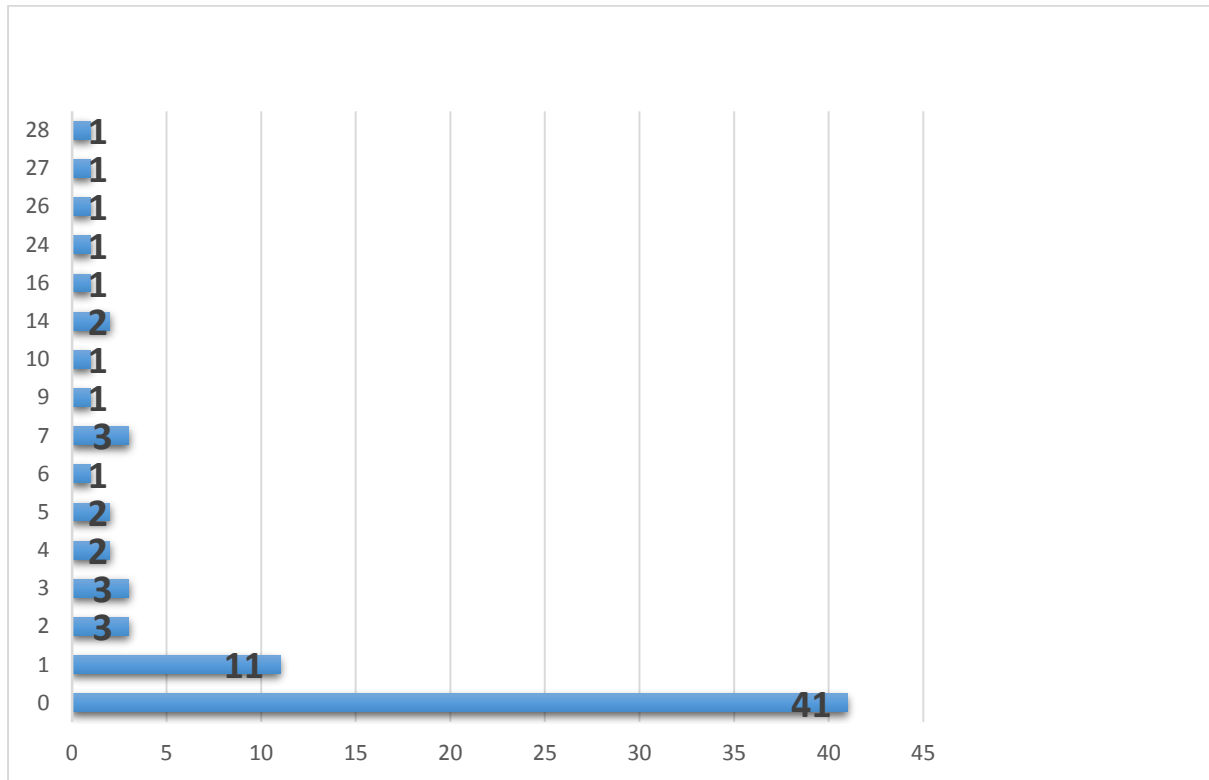


Fuente y elaboración: autores

En la ilustración (22) se ha identificado el precio por habitación (datos a diciembre de 2017) en el rango de treinta y uno a sesenta dólares le corresponde el cincuenta y ocho por ciento (45 alojamientos) los precios no son tan altos, cabe mencionar que la relación precio y plazas demuestra que tan barato es tomar estos servicios. En segundo lugar, la participación de precios de cero a treinta dólares con el veinte y tres por ciento (18 alojamientos) este dato demuestra accesibilidad en costos y por lo tanto una posible fidelización de usuarios actuales, así como atracción a posibles clientes. Además, existen rangos de precio que van desde sesenta y uno a noventa dólares con una participación de existencia del catorce por ciento (11 alojamientos) aunque con menor participación la existencia de estos valores denota también la existencia de mayor calidad en cuanto al hospedaje tomando en cuenta que hay también valores que sobre pasan los cien dólares, esta información es de gran utilidad para el turista como factor para tomar la decisión sobre que opción tomar.



Ilustración 21: Opiniones

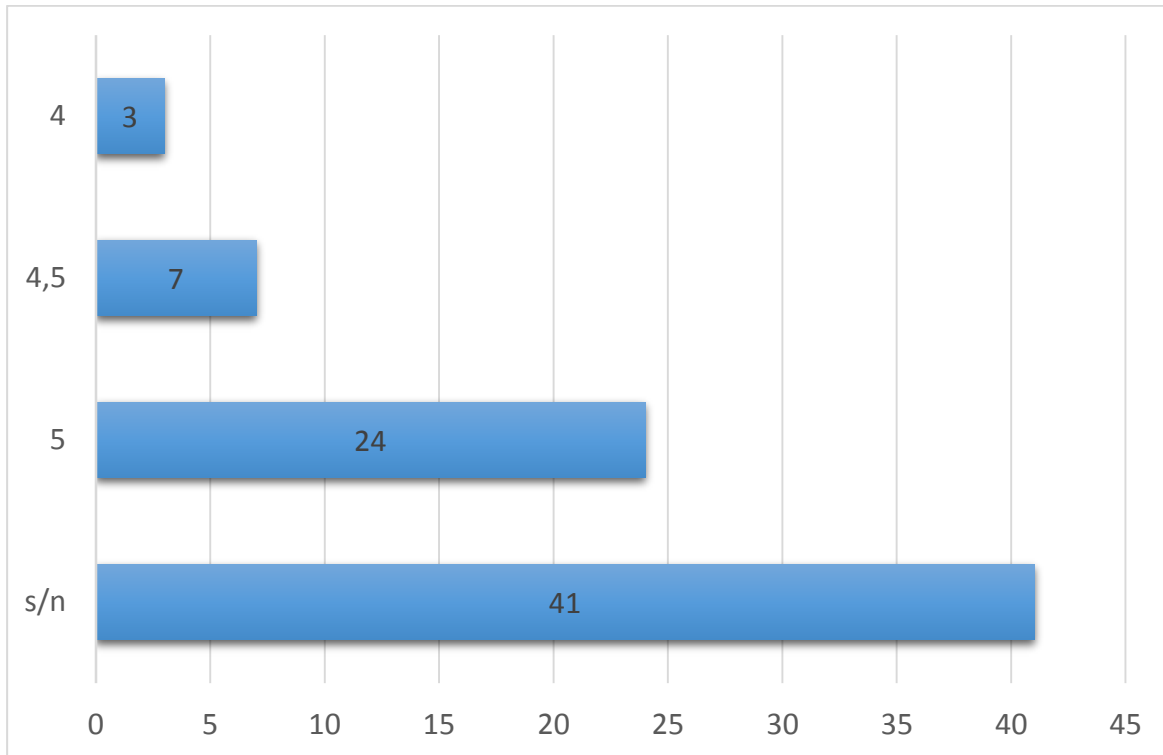


Fuente y elaboración: Autores

En la ilustración 23 se mide la cantidad de opiniones realizadas por establecimiento dentro de la página de TripAdvisor. Se evidencia una característica impactante, cuarenta y uno de los setenta y cinco establecimientos en la página de TripAdvisor no han registrado opiniones realizadas por los usuarios, esto posiblemente afecta al seguimiento del buen servicio y al crecimiento de la página sabiendo que mediante las sugerencias se conoce las necesidades y deseos de clientes y así poder brindar mejores alternativas, corrigiendo cualquier tipo de error que pueda aparecer.



Ilustración 22: Ranking generado por los usuarios de TripAdvisor

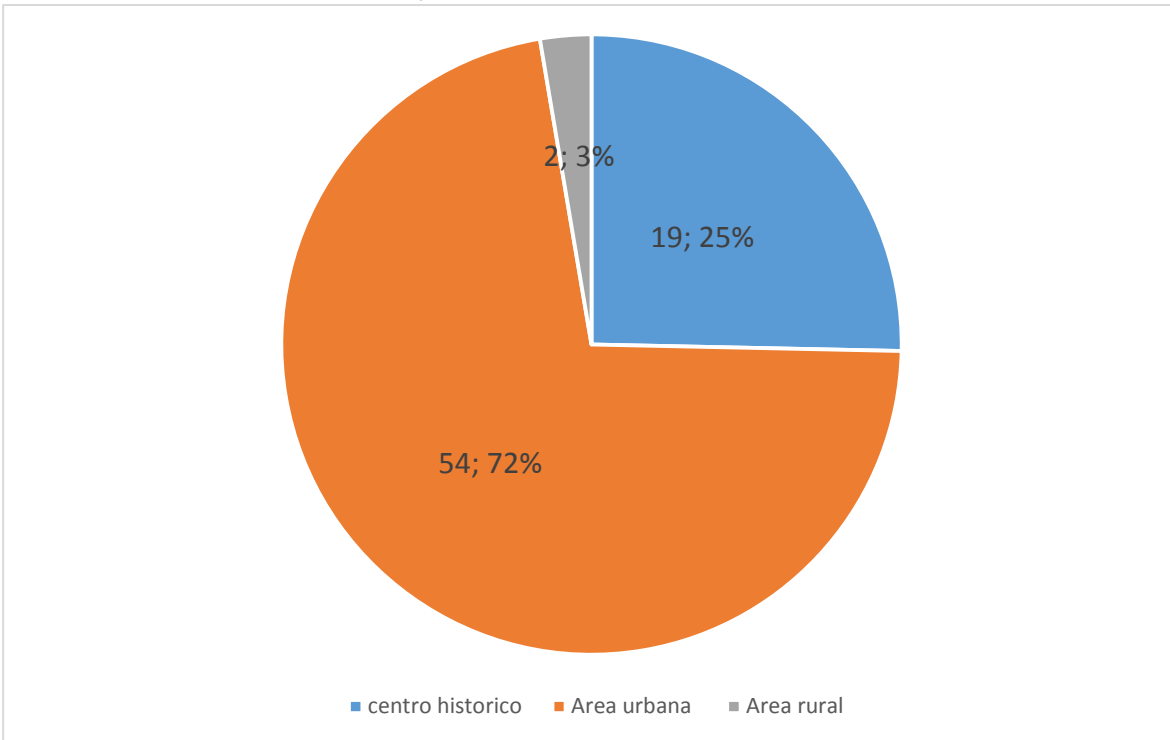


Fuente y elaboración: Autores

La ilustración 24 exhibe la calificación establecida por los usuarios a los diferentes establecimientos dentro de la página de TripAdvisor, mediante una escala de 0 a 5. Se evidencia la existencia de la ausencia de datos del cincuenta y cinco por ciento (41 establecimientos) es un dato alto y para conocer el grado de satisfacción de los usuarios. Se puede observar que otro dato llamativo dentro de la ilustración es que del cuarenta y cinco por ciento restantes (34 establecimientos) en la página registran calificaciones de entre cuatro a cinco estrellas sobre cinco dejando evidente el grado de satisfacción que mantuvieron durante su estancia las personas que calificaron su hospedaje.



Ilustración 23: Ubicación por área



Fuente y elaboración: Autores

La ilustración 25 analiza la ubicación por área usando el mismo criterio de Airbnb, aplicado a la página de TripAdvisor. Se observa que las zonas de mayor participación son las del área urbana y el centro histórico, en menor grado aparece el área rural.

En resumen, los datos recogidos demuestran la preferencia de apartamentos para emprender este tipo de negocios en ambas plataformas estudiadas. Además, muestra que en Airbnb existe una capacidad de 528 plazas y en TripAdvisor de 235 plazas, estos datos comparados con las plazas del catastro de alojamiento regulado (8.546) de 2016 elaborado por el Ministerio de Turismo representan el 6.17% (Airbnb) y el 2.74% (TripAdvisor). El precio de estos sitios varía entre algunas cifras, no obstante, la media es de cuarenta dólares en ambos casos. Ambas páginas registran evaluaciones, ya que estas son un importante factor de promoción, la relación que se da es que, a mayor antigüedad, mayor número de comentarios. La gran mayoría de estos sitios están ubicados en el área urbana (no centro histórico y no área rural), sin



embargo, si se considera que el área del centro histórico solamente es de 224 hectáreas por lo que estos negocios prefieren ubicarse con mayor preferencia en esta pequeña porción territorial (centro histórico).

2.3.1.1 Identificación de servicios turísticos complementarios de la plataforma TripAdvisor en la ciudad de Cuenca

La información sobre los servicios de turísticos complementarios son esenciales para poder generar una imagen global sobre la mente de usuarios en la página TripAdvisor, en esta página podemos encontrar establecimientos con servicios de distinta variedad para poder satisfacer las necesidades y deseos, además generar confort en los turistas.

Constan servicios para comunicación, distracción y relajación tales como: wifi, televisión y cable. Además, se pueden encontrar servicios que brinda un ambiente hogareño y que pueden dar un grado más de comodidad tales como: cocina, lavadora, secadora, y parking. Un servicio muy importante es que se pueden encontrar establecimientos con acceso para personas que requieran silla de ruedas. Una variedad que brinda una visión para poder examinar que tipo de establecimiento se ajusta a cada usuario.

2.3.2 Características de la comercialización turística de la plataforma TripAdvisor en Cuenca

La plataforma de TripAdvisor compuesta principalmente por piso/apartamentos, habitaciones privadas, vivienda en alquiler, cabaña y hostel; se han analizado las características de comercialización, de igual forma para este análisis se toma en consideración el criterio de Philip Kotler (1995), sobre el proceso que implica la comercialización con cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo?, se ha efectuado un análisis a cerca de la estructura de toda la página de TripAdvisor en los que constan aquellos aspectos los cuales se han identificado los aspectos que cita Kotler.



“¿Cuándo?”: En la actualidad el internet tiene un papel protagonista en casi todos los aspectos cotidianos de la mayoría de personas siendo esto un dato evidente desde cualquier punto donde se lo observe o examine. A lo largo de los años las plataformas peer to peer empiezan a ser tendencia una característica de comercialización importante debido al crecimiento y acogida existente, específicamente la plataforma TripAdvisor está en un lugar del tiempo idóneo para poder introducirse aún más al mercado debido a que como se ha dicho anteriormente los turistas también son cibernautas en busca de ofertas de lugares cómodos y confortables en el gran panorama virtual llamado internet.

“¿Dónde?”: La ubicación en los distintos establecimientos ofertados indican una percepción de la estrategia geográfica tomada por los distintos propietarios, por medio de un estudio realizado se evidencia que esta característica de comercialización apunta a la ubicación de zonas céntricas y de gran valor turístico.

“¿A quién?”: el mercado objetivo es una característica que determina la afluencia de turistas ya sean extranjeros o nacionales, según el estudio en esta página se ven analizados aspectos que dan pautas hacia a donde está enfocado el target, siendo el aspecto de los precios los que dan un panorama de accesibilidad y cabida para todo tipo de bolsillo del turista, además de contar con las variables que podría estar en el interés del turista a la hora de realizar una elección.

“¿Cómo?”: La característica de comercialización sobre el “como” va muy de la mano con él “cuando” en este caso específico.

Sabemos que las tendencias informáticas y cibernéticas actuales son un fuerte motor de búsqueda de información para todo tipo de espectro, por ende, es el momento perfecto para relacionarlo como un medio para comercializar la idea y a través de este tipo de plataformas se evidencia esa fusión de la actualidad y el medio que es el internet.



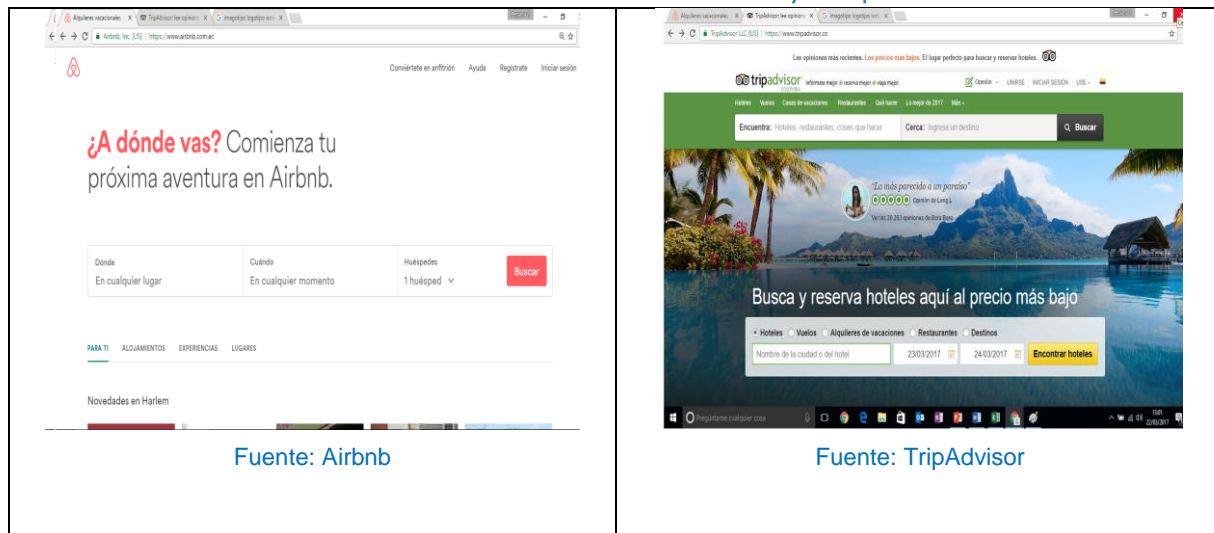
2.4 Comparación de marcas entre la plataforma Airbnb y TripAdvisor

Las plataformas Airbnb y TripAdvisor muestran similitudes y diferencias evidentes en los cuadros comparativos que se muestran a continuación:

2.4.1 Diseño de la página web

La página de Airbnb en su portada no representa un merchandising tan elaborado, los colores que maneja son demasiado neutrales, sin embargo, existe un mensaje directo hacia la persona que ingresa a la página “¿A dónde vas? Comienza tu próxima aventura en Airbnb”. La página TripAdvisor ha elaborado un ambiente visual llamativo, además también con un mensaje directo “busca y reserva hoteles al más bajo precio.” A diferencia de la página Airbnb en esta el motor de búsqueda también se enfoca a la búsqueda de restaurantes, vuelos y hoteles referenciados de forma específica.

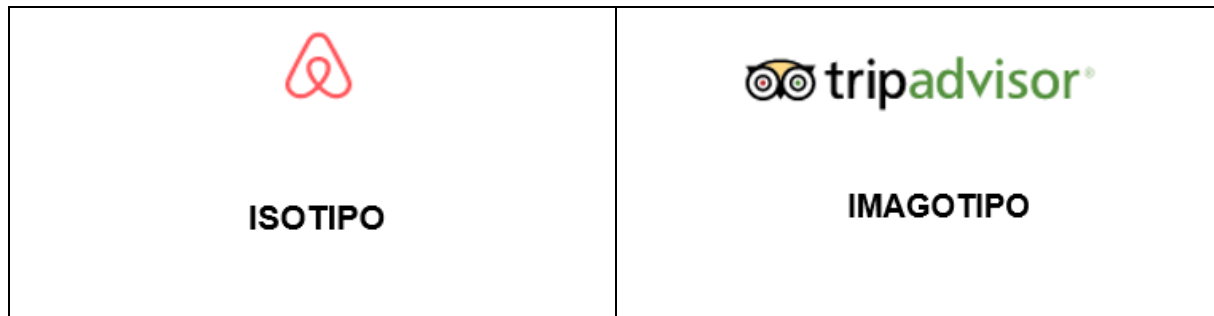
Ilustración 24: Marcas de Airbnb y TripAdvisor



En cuanto a las imágenes gráficas (ilustración 26) de las plataformas en el caso de Airbnb se utiliza un isotipo que se asemeja a al techo de una vivienda que en su parte interna une las líneas dando sentido quizá a la variedad de oferta que posee. Por otro lado, TripAdvisor exhibe un imago tipo que se caracteriza por un búho con ojos grandes en una clara actitud de búsqueda.



Ilustración 25: Imagen gráfica de las plataformas analizadas



Fuente: Airbnb & TripAdvisor

2.4.2 Comparación de datos de Airbnb y TripAdvisor

Algunas características son diferentes en las referidas páginas (sobre todo de tipo numérico-cantidad), sin embargo, comparten similitudes en virtud de la economía colaborativa y el mencionado consumo colaborativo ligado a la actividad turística. La cantidad de hospedajes existentes entre las dos plataformas es distinta, a esto se debe mencionar que se eliminaron algunos hospedajes repetidos y otros que están dentro del catastro de servicios turísticos (no actualizado) del Ministerio de Turismo (2015). A continuación, en la tabla 2 se expone lo mencionado:

Tabla 2: Comparación hospedajes Airbnb y TripAdvisor

| Plataformas | Número de hospedajes | Tipos de hospedajes |
|-------------|----------------------|---------------------|
| Airbnb | 176 | 3 |
| TripAdvisor | 75 | 5 |

Elaboración: Autores

En cuanto a la capacidad por hospedaje de acuerdo al número de plazas también existen diferencias que obedecen a la cantidad de alojamientos registrados en las plataformas, sin embargo, la duda surge debido al número elevado de plazas pequeñas (2 a 4) existentes, quizá por las características arquitectónicas, mayor facilidad para manejar grupos pequeños, o que represente una actividad extra para obtener un ingreso; ambas plataformas ofertan diversa capacidad por hospedaje, evidenciando que los establecimientos de Tripadvisor enfocan sus establecimientos



en su mayor parte hacia las de dos plazas. A continuación, en la tabla 3 se expone lo mencionado:

Tabla 3: Comparación capacidad por hospedaje Airbnb y TripAdvisor.

| Establecimientos | 1 plazas | 2 plazas | 3 plazas | 4 plazas | 5 plazas | 6 plazas | 7 plazas | 8 plazas | 9 plazas | 10 plazas | 13 plaza | 16 plazas | 50 plazas |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|-----------|
| Airbnb | 9 | 92 | 21 | 22 | 9 | 10 | 3 | 6 | 0 | 1 | 0 | 3 | 1 |
| Tripadvisor | 0 | 19 | 11 | 21 | 5 | 13 | 1 | 2 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |

Elaboración: Autores

Los costos por hospedaje en las plataformas son relativamente bajos, sin embargo, una limitante es tener datos solo de diciembre de 2016, por lo que sería interesante que este estudio evolucione a medir los precios por mes y por año para saber cómo es el comportamiento de la oferta, y si es que se comporta de acuerdo a la temporalidad como los negocios tradicionales. A continuación, en la tabla 4, se expone lo mencionado:

Tabla 4: Comparación del costo por hospedaje entre TripAdvisor y Airbnb

| Establecimientos | Costos en \$ | 0 a 30 | 31 a 60 | 61 a 90 | 91 a 120 | 121 a 150 | 151 a 180 |
|------------------------------|-------------------------|--------|---------|---------|----------|-----------|-----------|
| | Establecimientos Airbnb | | 105 | 55 | 12 | 0 | 4 |
| Establecimientos TripAdvisor | | 18 | 45 | 11 | 1 | 2 | 1 |

Fuente y elaboración: Autores

Una de las principales características de estas plataformas son las opiniones, puesto que los usuarios se fijan mucho en aquellas para contratar los servicios. Incluso los que ofertan estos sitios insisten a los usuarios para que dejen su comentario y calificación después de haber recibido el servicio.



Tabla 5: Opinión de las personas a cerca de los establecimientos en las páginas de TripAdvisor y Airbnb.

| | |
|-------------|--|
| Airbnb | Las dos plataformas exhiben y solicitan comentarios al usuario de sus servicios. El número de opiniones es un indicador cualitativo. |
| TripAdvisor | |

Elaboración: Autores

No obstante, los sitios ofertados en Cuenca no cuentan con la interacción deseada con los turistas de modo que se podría dificultar saber aspectos que ayuden a mejorar o corregir en el servicio dado. A esto se liga la calificación la cual viene a ser un indicador cuantitativo que promedia las calificaciones en estrellas (Airbnb) o del 1 al 5 (TripAdvisor), aquello también deja saber al cliente a lo que se enfrentará, no obstante, en Airbnb es más fiable porque solo puede comentar el que usó el servicio a diferencia de Tripadvisor que puede comentar cualquier usuario. En la tabla 6 se expone lo mencionado:

Tabla 6: Categorización por calificación

| | |
|-------------|--|
| Airbnb | En las dos plataformas existen calificaciones altas en cuanto al servicio recibido, aunque también existe de igual forma ausencia de datos significativa es decir la mayor parte de los usuarios no da ninguna calificación. |
| TripAdvisor | |

Elaboración: Autores

En la tabla expuesta anteriormente se identifican dos aspectos muy interesantes en cuanto al calificativo que los usuarios dan a las instalaciones de los alojamientos ofertados, según el estudio realizado anterior mente sobre el catastro de la oferta en la plataforma TripAdvisor y Airbnb en la ciudad de Cuenca la percepción de los usuarios a cerca de la calidad de los hospedajes es muy buena con calificaciones altas aunque según la misma información investigada anteriormente se da la ausencia de esta información por la mayoría de usuarios siendo también un factor para tomar en cuenta por ser un hueco de información que dificultaría establecer una reputación estandarizada de un establecimiento.



En torno a la ubicación (tabla 7), en ambos casos existe un comportamiento similar, la zona urbana exhibe mayores niveles (no centro histórico), le sigue el centro histórico y por último las zonas rurales. Además, se evidencia de acuerdo a la ubicación que las dos plataformas mantienen un posicionamiento en lugares céntricos acercados a las comodidades de la ciudad. En este caso es imposible saber la dirección exacta, si es que no se cancela por el servicio, lo cual blindo y protege la ubicación para las autoridades cuando hacen actividades de control y regulación acorde a la normativa existente.

Tabla 7: Ubicación de alojamiento por áreas

| | |
|-------------|--|
| Airbnb | En las dos plataformas existen zonas que abarcan la mayoría de participación de las ofertas en particular la del centro histórico y zonas urbanas (no centro histórico). |
| TripAdvisor | |

Elaboración: Autores

Regular la prestación de servicios turísticos de alquiler de viviendas a particulares es urgente, puesto que la informalidad ha ido ganando espacio a medida que crecen este tipo de plataformas. Cabe mencionar que Airbnb ha incursionado en el mercado de una manera disruptiva y otras páginas como TripAdvisor que antes se dedicaban a aspectos más promocionales han emulado el accionar de Airbnb. En sí, estos modelos de negocio pretenden empoderar al individuo a través de sus decisiones al momento de realizar turismo, sin embargo, los efectos en las ciudades pueden ser catastróficos ya que sumada a la oferta de servicios de estas, existe una oferta formal que si se suma las dos existiría sobreoferta en relación a la demanda, tal como el caso de la ciudad de Cuenca, en donde los principales periódicos de la ciudad recogen las quejas del sector de alojamiento en relación a este fenómeno.



CAPÍTULO 3:

IMPACTOS



CAPÍTULO 3: IMPACTOS

3.1 Análisis de impactos a nivel de servicios turísticos (Alojamiento, restauración, esparcimiento, transporte) causados por las plataformas peer to peer en la ciudad de Cuenca

En torno a la tecnología se crean constantemente nuevas tendencias dando paso al surgimiento de estilos económicos, sociales y culturales totalmente nuevos, tal es el caso del consumo colaborativo en donde se evidencia el incremento de una economía que involucra tanto al turista como al ofertante de una forma directa evadiendo ciertas normativas de comercialización en este campo, dando paso a una nueva forma de hacer turismo por su exponencial crecimiento, desde hace unos años atrás lo es notorio con el paso del tiempo, y, ha generado impactos hacia el sector turístico (alojamiento, restauración, esparcimiento, transporte).

Estos impactos pueden ser positivos o negativos según lo analizado anteriormente, este tipo de economía colaborativa está en auge y podría generar oportunidades económicas a personas mejorando su calidad de vida mediante una regulación, control, mejoramiento y expansión del comercio turístico, distribuyendo la oferta y distribuyendo la renta de forma ecuánime, aunque actualmente la realidad podría ser que los impactos sean negativos en especial para el sector hotelero en la ciudad de Cuenca, el hecho de que existan ofertantes que están obteniendo importantes rentas al verse beneficiados por evadir o no verse afectado por algunas normativas que el turismo aplica dentro de establecimientos de alojamiento, impuestos y demás aspectos que contempla la normativa turística actual. Se forma una hipótesis sobre las plataformas de turismo colaborativo, las viviendas tradicionales se han convertido para uso turístico, siendo competencia para hoteles o son un complemento de los mismos.

3.1.1 Percepción de los actores del turismo en Cuenca

Para lograr este análisis de impactos, se han realizado encuestas a actores (catastro del Ministerio de Turismo, 2015) del sector turístico. El universo es la cantidad total de servicios turísticos del catastro turístico 1628 y 2 empresas públicas (Ministerio



de Turismo y Fundación Municipal Turismo para Cuenca) o sea en total 1630 y se utilizó la fórmula de cálculo muestral:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual)

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), dependiendo del margen de error que se quiera dar al proceso, en este caso se utilizará 5% (0.05)

Sustituyendo los datos de acuerdo al caso de estudio serían los siguientes:

n = Incógnita

N = 1630 empresas

σ = 0,5.

Z = 1,96

e = 0.03

El resultado n, fue de 180 servicios a ser encuestados. Las encuestas fueron realizadas mediante un formulario de google forms y enviado a los mails del catastro, sin embargo, no se obtuvo respuesta, por lo que se decidió visitar los locales de acuerdo al mismo y hacer las encuestas en smartphones para que sean enviadas a la base de datos de google. El tipo de muestreo es de conglomerados por conveniencia o sea el encuestado que no quiso responder fue discriminado y se pasó al siguiente hasta obtener el número de encuestas calculado en el tamaño muestral. Es importante presentar como se construyeron las variables a continuación en la tabla 8 (ver anexo 3):



Tabla 8: Operación de variables

| Identificación de la variable | Dimensiones | Pretensión | Ítem |
|--|---|--|------|
| En qué forma está relacionado al sector turístico | Sector público/Sector privado/Otro | Sector al que se relaciona el encuestado | 1 |
| A qué área del sector turístico pertenece | Empresa Pública/Alojamiento/Restauración/Agencias de viaje/Transporte//Esparcimiento/Otro | Área en la que está inmerso el encuestado en relación al turismo | 2 |
| Conoce el significado de economía colaborativa o turismo P2P (Peer to peer) | Si/No | Conocimiento del encuestado sobre estos conceptos relativamente nuevos | 3 |
| Conoce usted la existencia de informalidad en el sector turístico de Cuenca | Si/No | Conocimiento del encuestado sobre la informalidad en Cuenca | 4 |
| En qué área conoce Usted que existe mayor informalidad en el sector turístico de Cuenca | Hotelería/AABB/Esparcimiento/Transporte/Otro | Conocimiento de las áreas con mayores problemas en relación a la informalidad | 5 |
| En Hotelería que impactos existen a causa de la informalidad | Propuestas alternativas e innovadoras/ Aprovechamiento de vacíos legales/ Competencia desleal/ Quiebra de negocios formales/ Ninguno/Otro | Relación que hace el encuestado de acuerdo al alojamiento considerando algunos aspectos positivos y negativos | 6 |
| En Restauración que impactos existen a causa de la informalidad | Clientes insatisfechos/ Clientes satisfechos/ Ninguno/ Otro | Relación que hace el encuestado de acuerdo a la restauración considerando algunos aspectos positivos y negativos | 7 |
| En transporte turísticos que impactos existen a causa de la informalidad | Monopolio en el transporte público (buses)/ Peligros en los viajes/ Ninguno/ Otro | Relación que hace el encuestado de acuerdo al transporte considerando algunos aspectos positivos y negativos | 8 |
| Conoce áreas de esparcimiento informales | Si/No | Conocimiento de informalidad en el esparcimiento | 9 |
| Por qué piensa que existe informalidad en el sector turístico de Cuenca | Vacíos en el marco legal actual/ Autoridades descuidadas que no han asumido sus competencias/ Se desconocen los fenómenos globales (economía colaborativa) / Sector turístico desarticulado/ Falta de planificación/ Falta de control/ Otro | Como asume el encuestado la existencia de la informalidad | 10 |
| Cuál de los siguientes impactos globales es el más grave a causa de la informalidad en el sector turístico de Cuenca | Económicos/ sociales/ políticos/ culturales/ otro | Impactos con los que relacione el encuestado el fenómeno estudiado | 12 |
| En su entorno que impacto relaciona a la informalidad del sector turístico | Pérdida de clientes/ Bajos ingresos económicos/ Diversificación del destino/ Falta de oportunidades laborales/ Innovación y precios baratos/ Otro | De acuerdo a la actividad que desarrolla qué efecto planteado asume que es causado por el fenómeno estudiado | 13 |

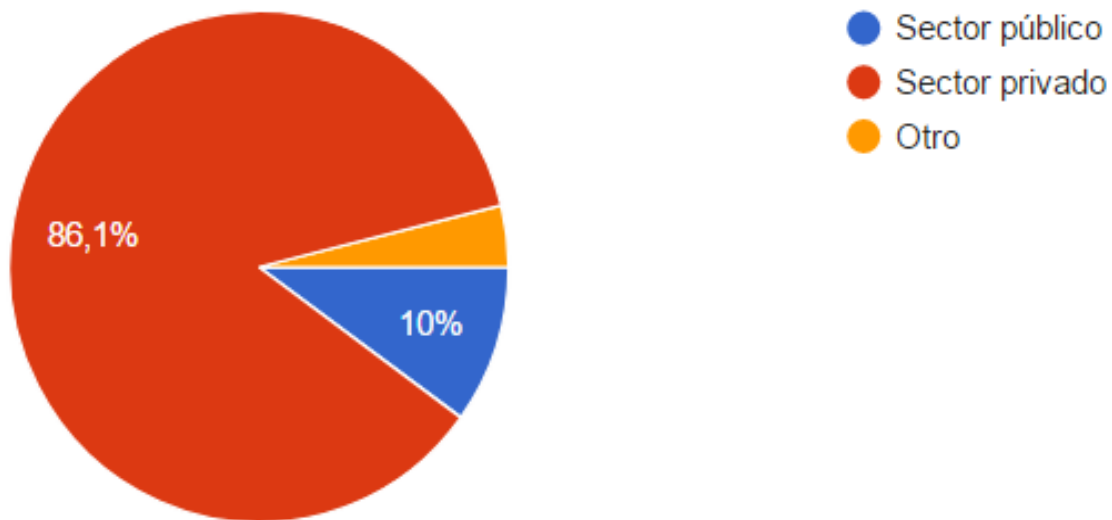
Fuente: (Tapia, 2000) y Elaboración: Autor



3.1.1.1 Relación con el sector turístico

En este caso se puede visualizar la cuota de participación de cada sector, siendo la mayoría el sector privado (86.1%), el sector público en menor grado (10%) y otros mínimamente (3.9%)

Ilustración 26: En qué forma está relacionado al sector turístico.



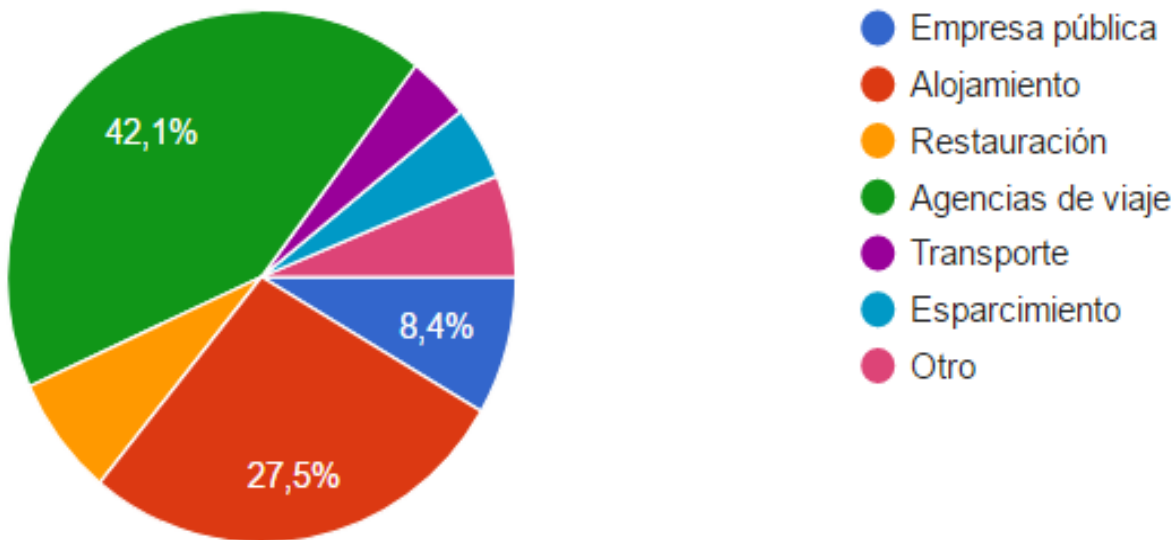
Fuente: Autores

3.1.1.2 Sector de la actividad turística

Se segmenta el área del sector turístico perteneciente a quienes fue dirigida la encuesta, se puede observar que la mayoría de actores pertenece al sector de agencias de viaje (42.1%), seguido de quienes están en el área de alojamiento (27.5%) siendo estos dos segmentos los que mayor participación tienen dentro del estudio.



Ilustración 27: A qué área del sector turístico pertenece.



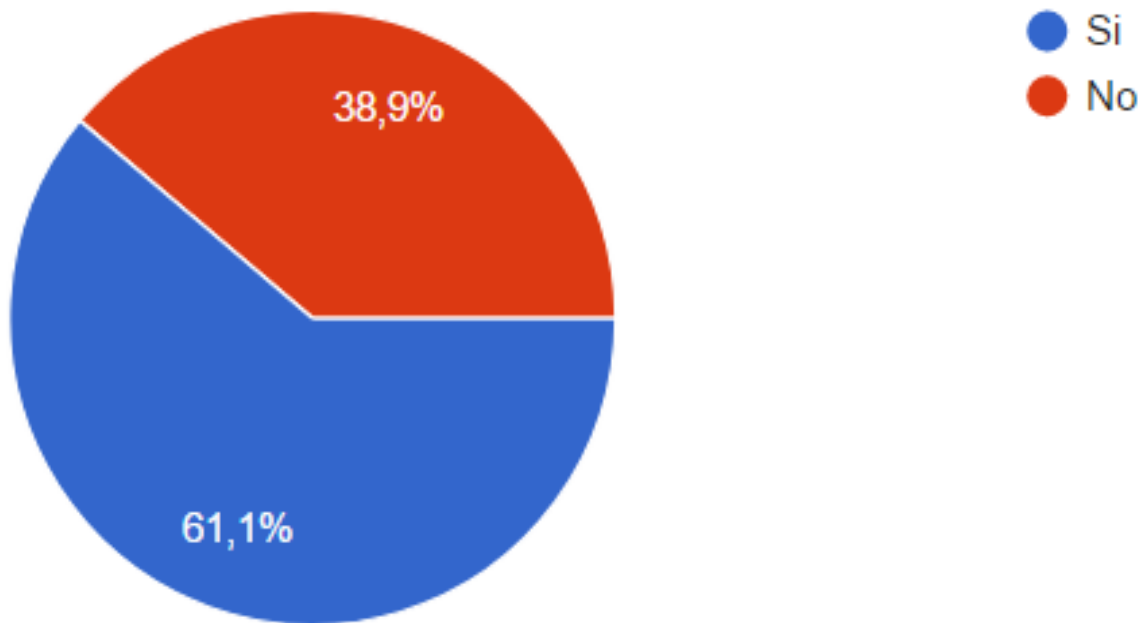
Fuente: Autores

3.1.1.3 Significado de economía colaborativa o turismo P2P (Peer to peer)

El fundamento de economía colaborativa (ilustración 30) es cada vez más apreciada por parte de quienes están en torno a las actividades turísticas (61.1%), lo que significa que la economía colaborativa ya no es una simple noción sino un concepto que empieza a ser considerado. A pesar de aquello un número amplio la desconoce (38.9%). Es imperante que los actores turísticos, públicos y privados conozcan este fenómeno para que entiendan a que se están enfrentando, es necesario conocer sus características e incluso revisar los casos en otras ciudades para tenerlos en consideración, obviamente no para ser replicados porque cada realidad es diferente.



Ilustración 28: Conoce el significado de economía colaborativa o turismo P2P (Peer to peer)



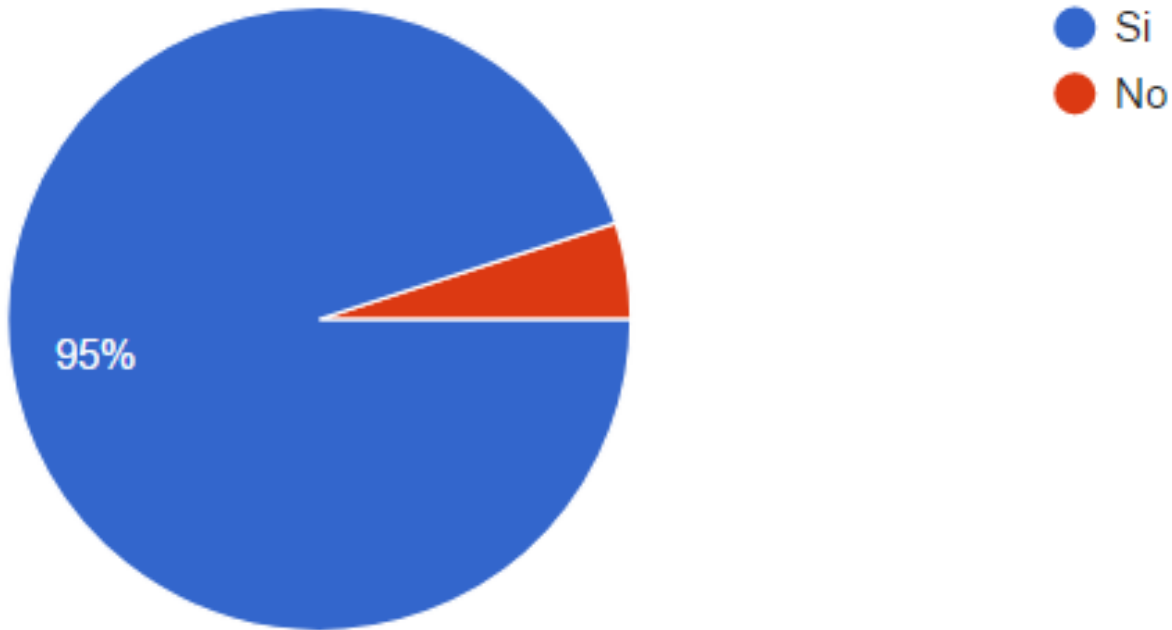
Fuente: Autores

3.1.1.4 Conocimiento de la existencia de la informalidad en el centro turístico de Cuenca

La informalidad en el turismo es palpable y la ciudad de Cuenca no está dispensa de aquello, los datos son contundentes (ilustración 31) por parte de los actores 95% sabe y el 5% restante no sabe del tema, sin embargo, si el porcentaje es elevado: ¿Por qué no se están tomando acciones al respecto? Esto deja en evidencia una deficiente gestión por parte de las autoridades para aplacar este fenómeno que causa impactos negativos en la ciudad, mientras unos establecimientos asumen toda la responsabilidad política legal como es permisos, impuestos, horarios de atención, infraestructura, entre otros. Por otra parte, la informalidad pasa por alto todas las normativas y leyes que se imponen para la apertura de los mismos haciendo que esto cause una desigualdad al momento de su accionar.



Ilustración 29: Conoce usted la existencia de informalidad en el sector turístico de Cuenca.



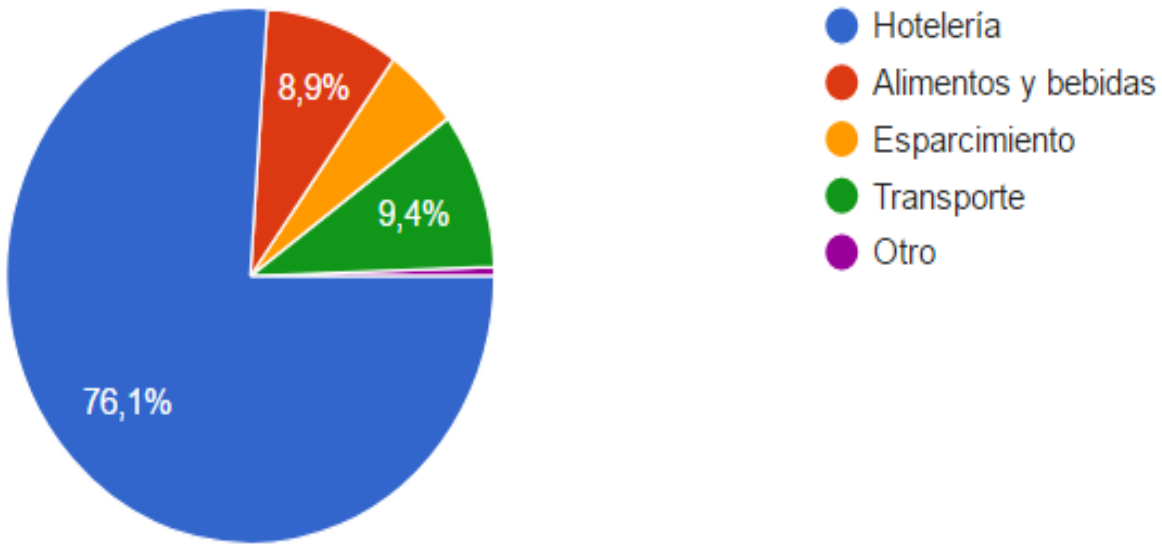
Fuente: Autores

3.1.1.5 Área con mayor informalidad

Se evidencia el sector del turismo más afectado en la ciudad de Cuenca según el conocimiento de los encuestados, siendo este el hotelero (76.1%) (ilustración 32). Estos nuevos modelos de negocio están afectando en su mayor espectro al sector hotelero, existiendo cientos de ofertas informales en plataformas virtuales como las estudiadas Airbnb y TripAdvisor la cual demarca una clara competencia en un todo desigual dado que se usa cualquier tipo de infraestructura como alojamiento afectando de forma seria a quienes son gestores de los distintos alojamientos en la urbe, ocasionando el declive de su productividad.



Ilustración 30: En qué área conoce usted que existe mayor informalidad en el sector turístico de Cuenca.



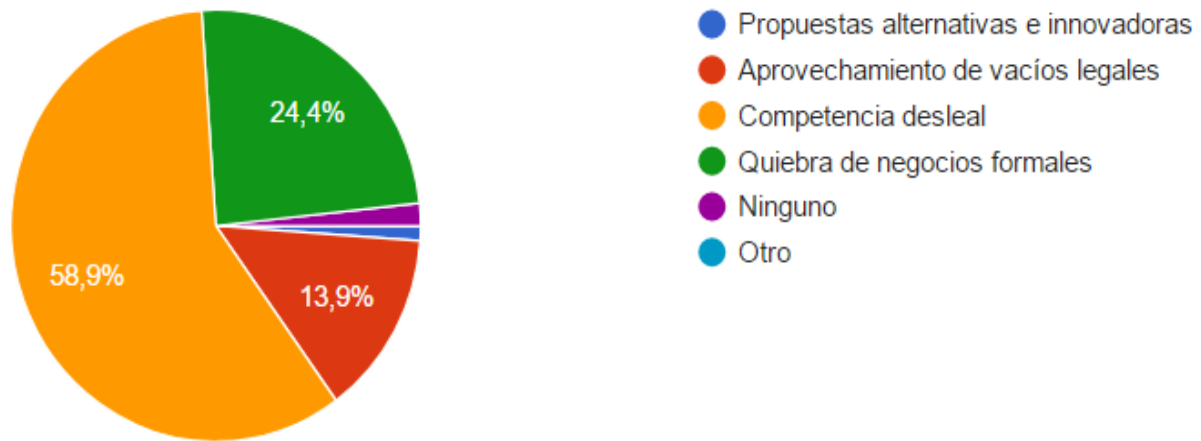
Fuente: Autores

3.1.1.6 Impactos

Es evidente que el consumo colaborativo genera varios impactos y en su mayoría se destaca la competencia desleal, al aprovecharse del no cumplimiento de parámetros que el marco normativo ha generado, dando paso a una brecha que involucra lo legal con lo social, lo cual implica un deterioro de la estabilidad de muchas organizaciones hoteleras al punto de estar al borde de la quiebra de negocios, esto es una consecuencia de vacíos legales que son aprovechados por la denominada modalidad peer to peer (economía colaborativa), esta nueva tendencia sin el control necesario ira apoderándose de mercados cada vez más variados provocando daños irreversibles en especial para el sector hotelero (ilustración 33).



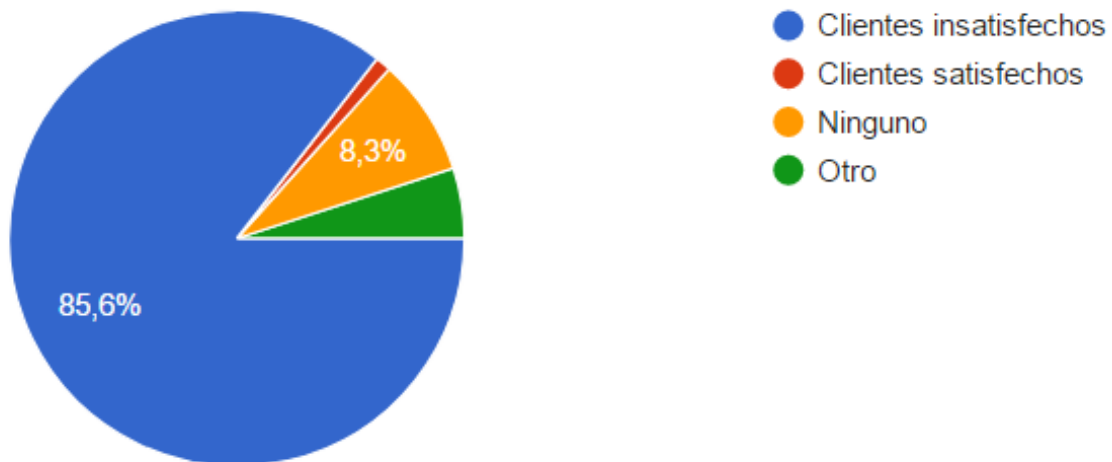
Ilustración 31: En hotelería que impactos existen a causa de la informalidad.



Fuente: Autores

La ilustración 33 deja entrever cuál es el conocimiento que se tiene en cuanto a la informalidad, en mayor grado se identifica la competencia desleal (58.9%), además se identifica la quiebra de negocios formales (24.4%) y en menor grado otros factores, dejando entrever que el sector turístico ve este fenómeno como una desventaja.

Ilustración 32: En restauración que impactos existen a causa de la informalidad.



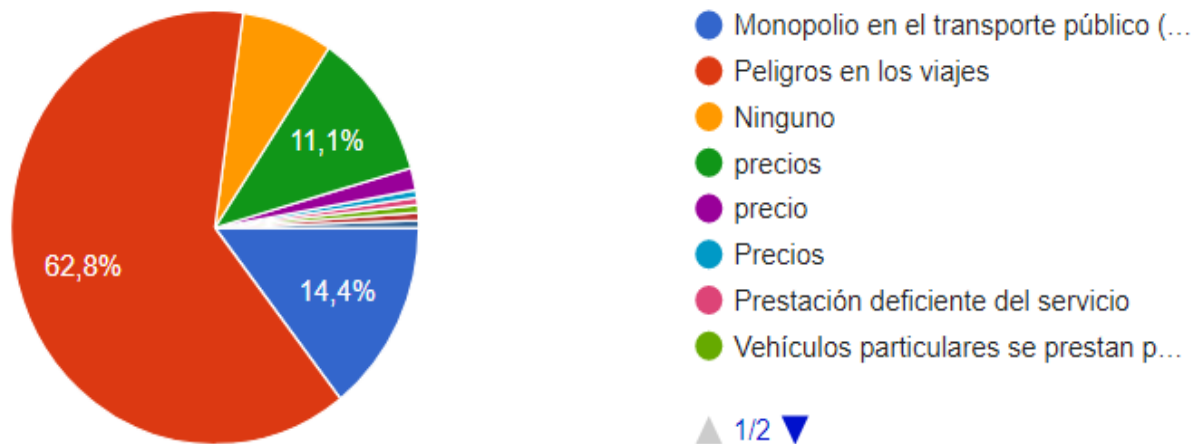
Fuente: Autores

La ilustración 34, refleja la percepción que existe en torno a la informalidad en cuanto a las actividades de restauración, siendo más relevante la generación de clientes



insatisfechos (85.6%), en menor grado se visualizan las opciones restantes. Cabe añadir que es difícil asumir si los clientes que usan un servicio informal tienen insatisfacción en el servicio prestado.

Ilustración 33: En Transporte turístico que impactos existen a causa de la informalidad.

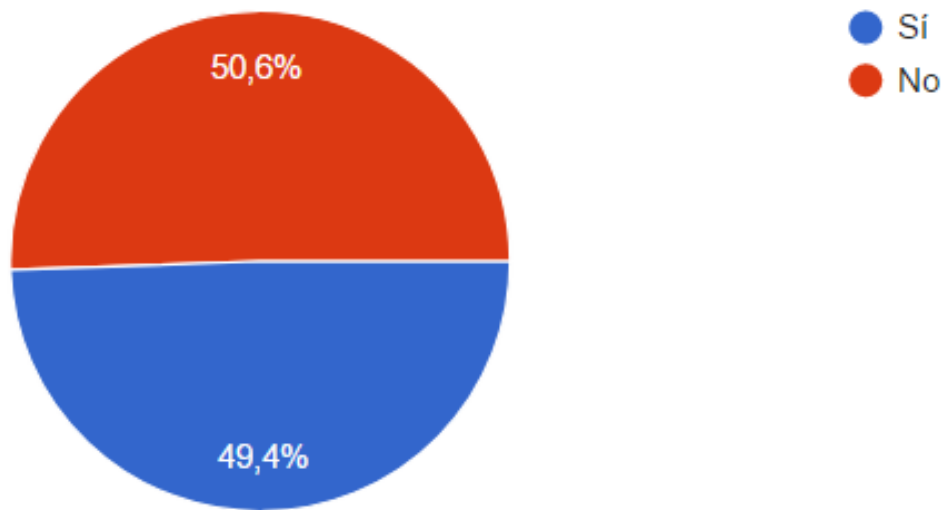


Fuente: Autores

La ilustración 35, exhibe en cuanto al transporte turístico que la informalidad en los transportes genera peligros en los viajes (62.8%) en mayor grado y el resto de opciones mantienen cifras similares. Cabe mencionar que actualmente esto ha representado una respuesta a la crisis de conectividad por la que pasa la ciudad de Cuenca, sin embargo, no existe un instrumento legal que avale el accionar de estas empresas de transporte.



Ilustración 34: Conoce áreas de esparcimiento informales



Fuente: Autores

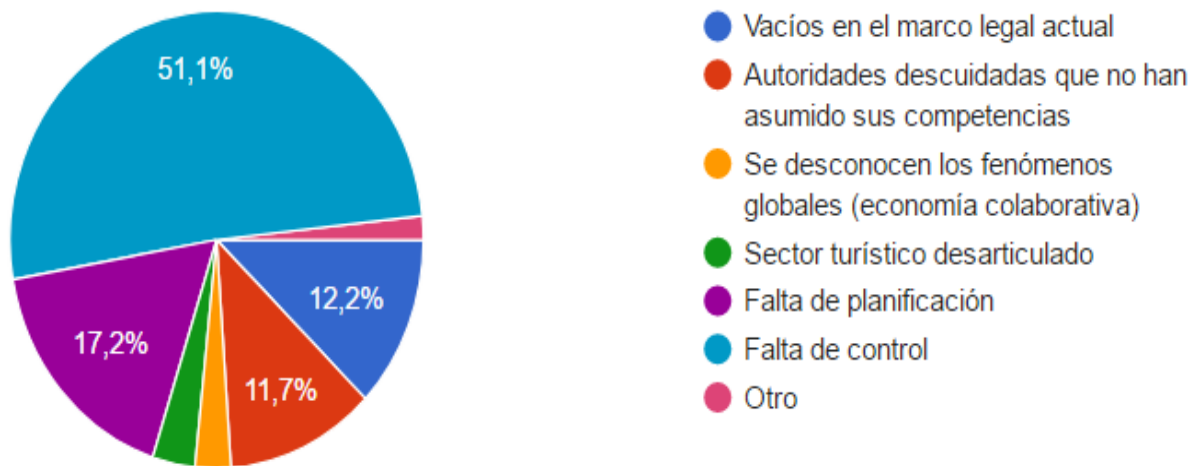
La ilustración 36 evidencia porcentajes similares entre el conocimiento y desconocimiento de áreas de esparcimiento informales, lo cual conlleva a pensar que la informalidad está cada vez más en expansión abarcando más sectores del turismo involucrando cada vez más a turistas y propagando una tendencia que en síntesis no es nada saludable para la economía tradicional peor aún para las actividades turísticas.

3.1.1.7 Percepciones

En cuanto a percepciones de los encuestados se plantean variables como las razones para que genere la informalidad, cabe indicar que la percepción del sector turístico es importante para construir soluciones, pero sin olvidar la perspectiva de la ciudadanía.



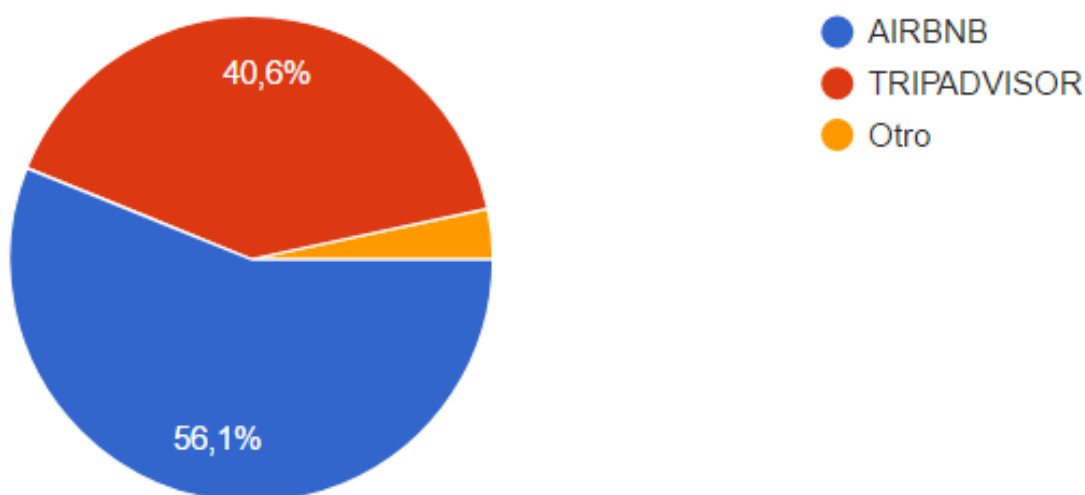
Ilustración 35: Por qué piensa que existe informalidad en el sector turístico de Cuenca



Fuente: Autores

La ilustración 37, evidencia que el sector turístico tiene conocimientos de que existen vacíos en el marco legal actual, demostración de aquello es la falta de actualización de la normativa turística, en menor grado está la falta de planificación y posteriormente está el descuido de las autoridades en asumir las competencias, lo cual también representa un grave problema considerando que actualmente la Fundación Municipal Turismo para Cuenca realiza solamente promoción y al interior del GAD se divide entre Áreas Históricas y Control Urbano, el control, la regulación y recaudación.

Ilustración 36: Cuál de estos medios usted conoce y asocia a la informalidad

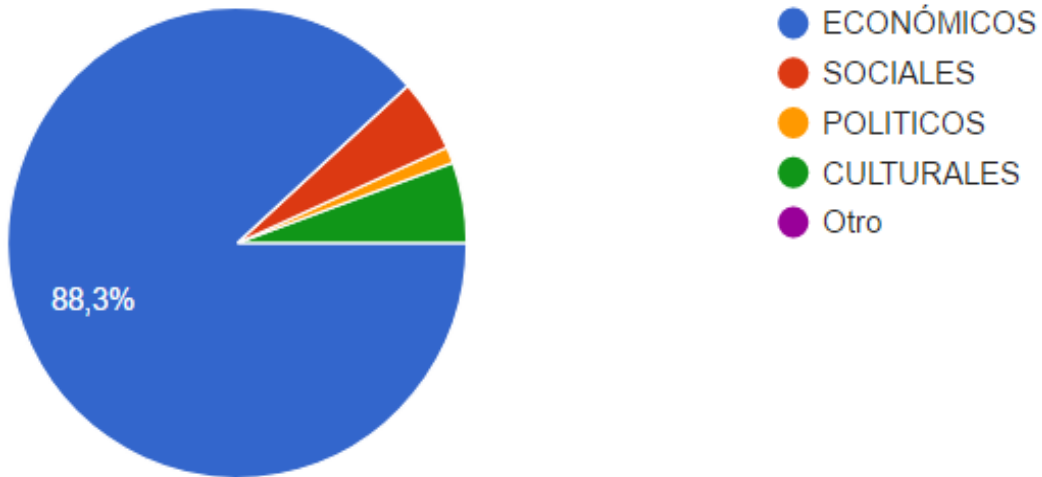




Fuente: Autores

La ilustración 38, demuestra que Airbnb es la empresa que en mayor grado se asocia a la informalidad, de todas maneras, la diferencia con TripAdvisor no es tan grande.

Ilustración 37: Cuál de los siguientes impactos globales es el más grave a causa de la informalidad en el sector turístico de Cuenca.

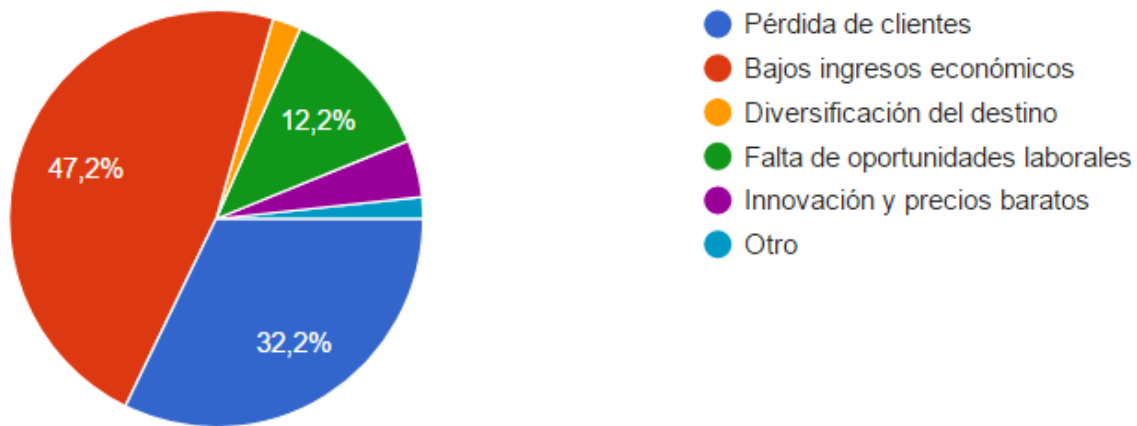


Fuente: Autores

La ilustración 39, exhibe los impactos globales que genera la informalidad en su mayoría se les asocia a impactos económicos y en menos grado otros (sociales, políticos, culturales), dejando ver que la única motivación para controlar este fenómeno son las pérdidas económicas, lo cual es una visión limitada, puesto que los impactos a largo plazo pueden ser a mayor escala (urbanístico, social, entre otros).



Ilustración 38: En su entorno que impacto relaciona a la informalidad del sector turístico.



Fuente: Autores

La ilustración 40 demuestra el efecto que ha generado la irrupción de informales al sector turístico, la percepción mayoritaria se basa en los bajos ingresos económicos y la pérdida de clientes en menor grado se refleja la falta de oportunidades laborales. Estos efectos deben tener especial atención sobretodo el de falta de oportunidades laborales, teniendo en cuenta que la Universidad sigue formando profesionales de turismo y las plazas disminuyendo.

3.2 Impactos a nivel de alojamiento en la ciudad de Cuenca

Los impactos en este sector quizá sean los más visibles y difíciles de controlar, considerando que a ciencia cierta no se dispone de información sobre las características de los clientes que utilizan estos servicios, sin embargo de acuerdo a la información recabada de las dos páginas el modelo de negocio gira en torno a una plataforma de intermediación en la que el usuario puede escoger el sitio de acuerdo al precio (mientras más alejado de atractivos turísticos, más barato), a las características del lugar y particularmente en el caso de Cuenca la mayoría de sitios son casas apartamento que se ubican preferiblemente en el Centro Histórico de la ciudad. Según la Cámara de Turismo del Azuay la mayoría son edificaciones familiares que han sido adquiridas y remodeladas por extranjeros jubilados (El Mercurio, 2014), sin embargo la fuente de aquello es criticable, puesto que ambas plataformas solamente



usan una foto y un nombre de usuario que puede ser real o ficticio, entonces las aseveraciones de esta entidad privada carecen de fundamento. Varias han sido las noticias en relación al tema del alojamiento informal y diarios como El Tiempo, El Mercurio y el canal Ecuavisa han hecho eco de aquello, sin embargo, la mayoría de datos que ofrecen son difíciles de comprobar, por ejemplo, se manifiesta que la “hotelería informal en Cuenca gana espacio y desplaza a los establecimientos hoteleros formales, lo que provoca graves pérdidas económicas a este sector, a tal punto de comprometer su estabilidad.(El Mercurio, 2014)” Pero al mismo tiempo afirman que en el cantón existen 180 hoteles, hostales y hosterías reguladas, sin embargo el catastro del Ministerio de Turismo a 2016 se presentan 223 alojamientos, es decir si no se conoce el problema de fondo (incluso la oferta legal), como se puede aseverar pérdidas sin cifras precisas de establecimientos ilegales.

De acuerdo al Sr. Patricio Miller titular de la Cámara de Turismo del Azuay, menciona la existencia de competencia desleal, al igual que los encuestados de este estudio, éste asevera lo siguiente: “...los foráneos por su condición de tercera edad tienen beneficios en impuestos, además de que los servicios básicos: agua, energía eléctrica y teléfono los pagan con tarifas residenciales. Esto a diferencia de lo que pasa en el hotelería formal, en la que sus propietarios deben cancelar aranceles al Servicio de Rentas Internas (SRI) y planillas con clasificación comercial, que tienen valores más altos que los convencionales.” (El Mercurio, 2014) Por otro lado Daniel Hernández, hotelero, califica la situación como crítica y no solo por la informalidad sino por la construcción de nuevos hoteles (formales) a pesar de que las cifras están a la baja. (Hernández, 2017). A continuación, en la ilustración 41 se exhibe la oferta de alojamiento “formal” e informal (Airbnb & TripAdvisor) de Cuenca, considerando la información recabada de este estudio y el catastro del Ministerio de Turismo (2016):

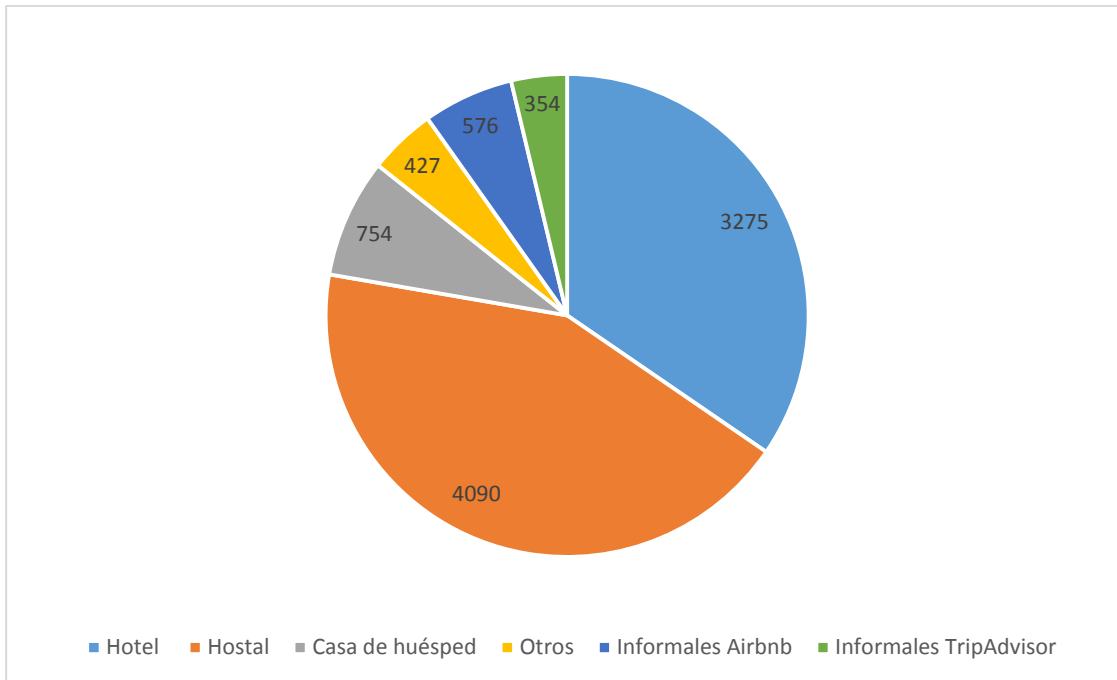


Ilustración 39: Oferta de alojamiento formal e informal en Cuenca

Fuente: Autores, autores basados en información del Ministerio de Turismo

La ilustración 41, expone la realidad actual de la oferta de alojamiento en el cantón Cuenca, además de la oferta informal considerando solamente dos plataformas de intermediación, pues al desarrollar este estudio se descubrieron alrededor de ocho plataformas, es decir no se sabe a ciencia cierta la cantidad total de esta oferta, no obstante este ejercicio deja claro la preocupación existente en torno al tema y la inquietud al saber que actualmente en el seno del Ilustre Consejo Cantonal se pretende legislar alrededor de un tema que no se ha investigado a profundidad, solamente por presión del sector privado que ha encontrado un gran acólito en la prensa, además, la capacidad técnica de la entidad municipal de turismo deja mucho que desear. Entonces el tema de sobreoferta no pasa por falta de legislación, sino de planificación turística.

3.3 Impactos a nivel de restauración en la ciudad de Cuenca

En cuanto a restauración no es comprobable la irregularidad, a pesar de aquello los usuarios se quejan de la excesiva tramitología y el tiempo de duración, por lo que



se demora la regulación. La oferta gastronómica de Cuenca se compone de la siguiente manera:

Tabla 9: Oferta gastronómica formal del cantón Cuenca

| Composición | Total |
|-----------------|-------------|
| Restaurantes | 775 |
| Bares | 130 |
| Cafeterías | 112 |
| Discotecas | 35 |
| Fuentes de soda | 205 |
| TOTAL | 1257 |

Fuente y elaboración: Autores basados en información del Ministerio de Turismo

Por otro lado, este sector es susceptible de control sanitario por lo que la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) ha venido trabajando desde la Coordinación Zonal 6, “realizando el proceso de calificación de condiciones higiénico-sanitarias de restaurantes/cafeterías dentro del Proyecto Piloto denominado: “Calificación de restaurantes”, mismo que en su primera etapa se ha ejecutado en la ciudad de Cuenca desde el mes de septiembre de 2015 y contempla los establecimientos de alimentación colectiva denominados restaurantes /cafeterías en todas sus categorías” (ARCSA, 2016, p. 1), con la intención de mejorar las prácticas alimentarias y condiciones higiénicas.

“El proceso para los restaurantes a ser calificados, consiste en una visita, previa una comunicación de ARCSA, para evaluar las condiciones higiénico-sanitarias de los establecimientos dentro de sus procesos de preparación de alimentos mediante la utilización de un acta, a cada establecimiento se le asigna una categoría (A, B, C), A (90 a 100 puntos), B (70 a 89.9 puntos) o C (60 a 79.9 puntos), según el resultado de la aplicación de una lista de requerimientos relacionados a la seguridad de los alimentos, que han sido ponderados con base al riesgo potencial que podrían ocasionar frente a la salud pública. Un establecimiento de alimentación colectiva “RESTAURANTE” reprobará la inspección si su calificación es menor o igual a 59 puntos, en estos casos la Agencia procederá con base al marco legal vigente, dependiendo del riesgo que pueda representar el establecimiento para la salud pública” (ARCSA, 2016, pp. 2–3).



En otros países, se viene dando la tendencia de “comer en la casa de alguien”, es decir existen plataformas donde es posible encontrar cocineros ofertando experiencias gastronómicas en casa, las cuales pueden adaptarse a las experiencias turísticas que pueden ser particulares y con un valor agregado, entre aquellas están: Eatwith, Feastly, Vizeat, Bonappetour y Meal Sharing (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016)

3.4 Impactos a nivel de transporte en la ciudad de Cuenca

En cuanto al transporte turístico existe una excepcionalidad, básicamente viajar en una furgoneta (algunas informales), es más cómodo y seguro que viajar en autobús, el ex asambleísta Diego Vintimilla planteó la reforma a la Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial (LOTTTSV), lo cual generó expectativa, en dos sectores (Diario El Mercurio, 2016), por un lado “...están los dueños de las furgonetas de servicio turístico a quienes les beneficia esta modificación, pues de aprobarse quedarán autorizados para hacer transporte interprovincial de forma legal. Actualmente lo hacen de manera irregular. Mientras que por otro lado están los propietarios de los buses interprovinciales quienes rechazan el cambio que se pretende hacer a esta normativa debido a que consideran que pondrá en riesgo su operación... En la avenida Remigio Crespo, cerca de la Feria Libre de El Arenal, lugar donde se concentran la mayor parte de locales de servicio de movilización de turismo, funcionan ocho operadores, que tienen unas 130 furgonetas.”(Diario El Mercurio, 2016); en esta fase se argumentó el derecho al trabajo, sin embargo la articulación con el sector turístico impidió esta reforma.

Se debe remarcar que esta modalidad de transporte actualmente funciona en la ciudad de Cuenca, tiene un costo más elevado (el doble) que el transporte interprovincial, pero es más cómodo y seguro debido a la inseguridad en las carreteras y la manera de manejar de los choferes. En la actualidad existen estas empresas en el sector citado (Tabla 10):



Tabla 10: Empresas de transporte en la zona de la Remigio Crespo

| EMPRESA | SERVICIOS |
|---------------------------|--|
| REPATRANS | -Transfer desde y hacia los diferentes aeropuertos del país. -City Tour. -Transporte para cualquier tipo de viaje en el país. |
| COTRATUDOSA | -City tours en Cuenca -Excursiones a nivel nacional -Giras nacionales e internacionales -Atención para congresos y eventos -Servicios directos y coordinados con agencias de viaje -Alquiler de buses por días o semanas -Grupos privados y familiares |
| AVENTURA TOURS VAN | -Transfer desde y hacia los diferentes aeropuertos del país. -City Tour -Paseos con instituciones y colegios -Viajes de negocios, compras, deportes extremos -Giras Vacacionales -Movilización para congresos y convenciones |
| COMPECUATRANSLIV | -Transporte interprovincial |
| CONTARTUFAVIZ | -Transporte interprovincial |
| LAQUERAMA | -Transporte interprovincial |
| LINETOURS | -Transporte interprovincial |
| CONFORTRAVEL | -Transporte interprovincial |
| TRANSLATOREADORA | -Transporte interprovincial |
| REY TOURS | -Transporte interprovincial |
| ANDINO TOURS | -Transporte interprovincial |

Fuente y elaboración: Fajardo, 2015

Por otra parte, en Cuenca aún no han aterrizado otras formas de trasportación colaborativa como ha sucedido en Guayaquil con Uber o en Barcelona con la mencionada BlaBlaCar. En Uber regularmente las personas prestan el servicio de transporte en vehículos privados a cambio de dinero, en cambio BlaBlaCar se reúnen varias personas que comparten un vehículo y comparten gastos. En transporte y movilidad existen muchos casos (Bulchand Gidumal & Melián Gonzáles, 2016) en el mundo que no están presentes en Cuenca, como:



- Transporte entre particulares
- Sistemas que buscan poner en contacto a personas con un origen y un destino similar
- Alquiler de vehículos entre particulares
- Coche compartido en las ciudades
- Alquiler de barcos entre particulares
- Alquiler de jets privados o de plazas en los mismos
- Bicicleta compartida en las ciudades
- Alquiler de espacio entre particulares para aparcar
- Intercambio de plazas de aparcamiento en zonas públicas
- Sistemas de logística y distribución y entrega de bienes

Cabe que pensar en movilidad compartida puede ser beneficioso para el medioambiente evitando la saturación y contaminación a causa del tráfico (U.S. Department of Transportation, 2017).

3.5 Impactos a nivel de esparcimiento en la ciudad de Cuenca

Este es un sector del cual no se tiene conocimiento de informalidad, sin embargo, los controles a sitios como discotecas suelen ser frecuentes por la Dirección de Control Urbano y la Dirección de Áreas Históricas y Patrimoniales del GAD Cuenca, con el fin de revisar las instalaciones, permisos, capacidad, entre otras. Así mismo la Intendencia de Policía realiza controles de horario y menores de edad.

3.6 Opiniones de anfitriones y huéspedes de alojamiento informal

Se realizaron entrevistas a un anfitrión que quiso colaborar (la mayoría niega que presta este servicio) y un usuario que utilizó alojamiento informal, considerando que es el más visible en el sector turístico y se procedió a destacar lo más importante aquello. A continuación, en la ilustración 42 se plasma lo más importante de la entrevista al anfitrión (Adrián S.)



Ilustración 40: Entrevista a anfitrión de alojamiento informal

Todo comenzó hace 2 años atrás cuando arrendaba dormitorios por largas temporadas, el negocio tenía buena acogida debido a que la casa era agradable, cómoda y brindaba todas las facilidades como internet agua caliente, cocina y todos los servicios que necesitaba, sin embargo, al alquilar el lugar por temporadas, muchas veces los inquilinos se atrasaban en los pagos además de dejar las instalaciones en malas condiciones, fue cuando vi un reportaje en el cual las personas ofertan sus casas a huéspedes de otros países mediante las redes sociales.

Es cuando comencé a averiguar sobre como ofertar mi departamento en internet para personas de fuera de la ciudad y extranjeros. Es cuando di con Airbnb el cual me permitía realizar esta actividad de una manera segura y tener mi casa en buenas condiciones.

La primera interrogante que tuve era si lo que hacía o podía hacer era legal... es cuando investigue llegando a la conclusión de que no hay ninguna ley actualmente la cual indique o regule esta actividad por lo tanto no era ilegal.

Dentro de las muchas experiencias que he tenido al alquilar mi departamento o casa podría hablar sobre la gran aceptación que ha tenido con las personas que visitan la ciudad, nacionales y extranjeros, ya que el precio es mucho más barato que pagar un hotel y obtienen un hospedaje de buena calidad.

No profundizaré en lo económico

Airbnb me permite ofrecer mi establecimiento de una manera segura y a cambio ellos obtienen un porcentaje del 3 % al 5 % dependiendo las políticas de cancelación el cual mediante tarjeta es debitado y mis ganancias las puede visualizar en mi cuenta de banco. Se debe saber que el dinero se transfiere cuando el huésped notifica que llegó a su destino.

Fuente y elaboración: Autores

Asimismo, se realizó a un usuario de este tipo de servicio, la cual puede visualizarse en la ilustración 43 a John S.:

Ilustración 41: Entrevista a huésped de alojamiento informal

Airbnb en una manera de viajar económica y además de conocer gente nueva, uno puede relacionarse mejor con su cultura, ya que uno se hospeda en una casa o departamento alejado de la zona turística y es como vivir la propia realidad de la ciudad que se escogió para visitar algo como un ciudadano y no como turista.

Lo que me impulso a utilizar esta herramienta de búsqueda de hospedaje es por los consejos de la comunidad viajera en blogs.

La plataforma de Airbnb permite que por medio del celular se puede revisar fotos y disponibilidad y lo mejor que por el mismo precio de la habitación de un hotel se puede rentar en esta plataforma un departamento o una casa completa, reservar es muy fácil a través de Airbnb se contacta con el dueño del departamento o puede ser más fácil en la opción reserva directa.

El buscar hotel muchas veces trae consigo formalidades como la forma de pago que a veces es muy costosa por la categorización de hoteles con las que cuentan las ciudades, la temporada en la que se desea viajar y si hay o no disponibilidad.



Fuente y elaboración: Autores

En la visita que se realizó se hizo un levantamiento fotográfico de un sitio de alojamiento informal a continuación se presenta un collage de imágenes (ilustración 44):

Ilustración 42: Collage de imágenes de un alojamiento informal





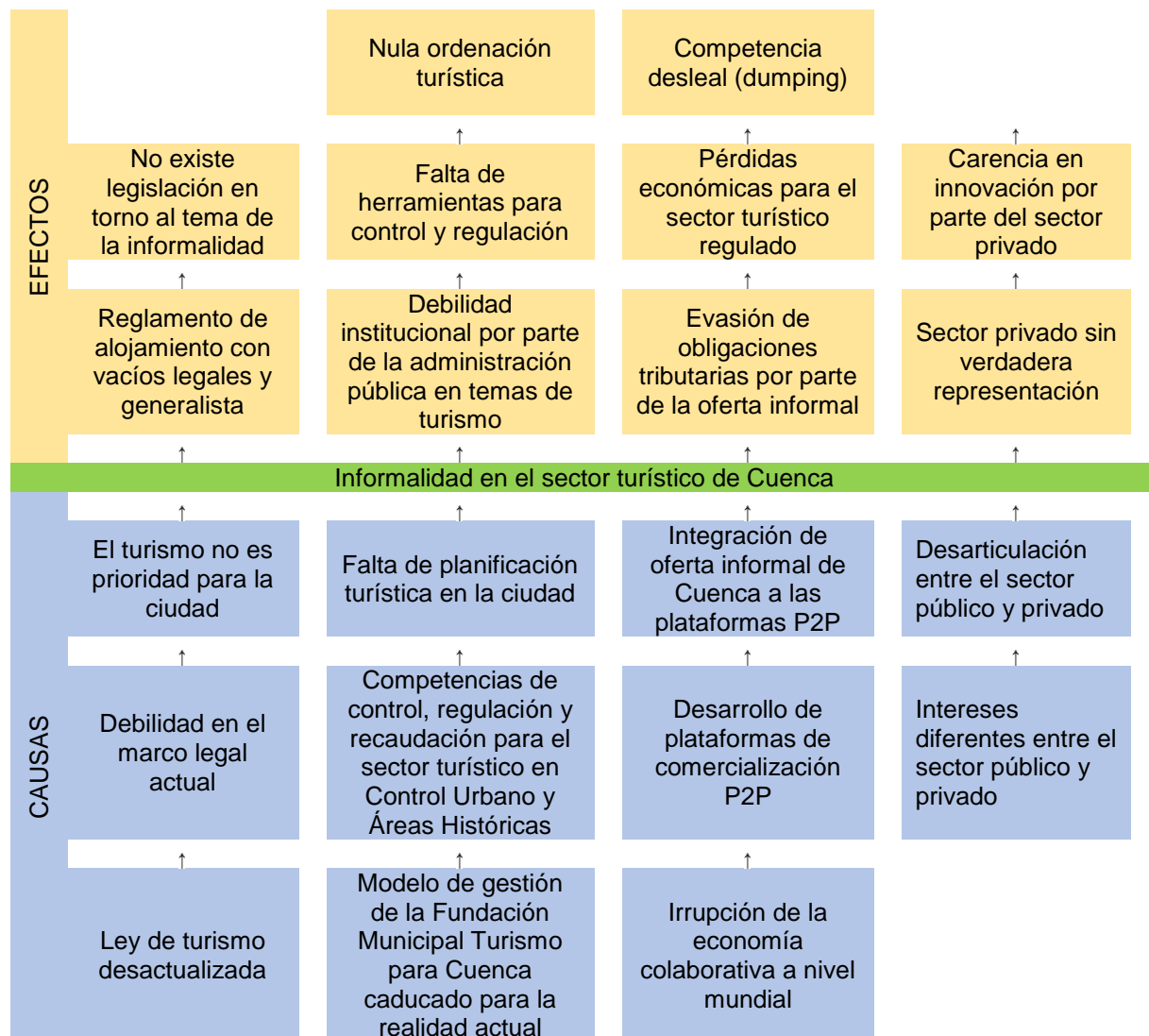
Fuente y elaboración: Autores



3.7 Síntesis de impactos causados por las plataformas de intermediación: Airbnb y TripAdvisor

Con la intención de sintetizar la información recabada en las encuestas, se ha empleado la metodología de árboles de problemas³ en torno a un problema central que viene a ser la informalidad en el sector turístico de Cuenca, a continuación en la ilustración 45 se visualizan causas y efectos construidos a partir de las encuestas realizadas.

Ilustración 43: Síntesis de impactos – Causas, Efectos



Fuente y elaboración: Autores

³ Técnica participativa que ayuda definir problemas, causas y efectos de manera organizada, generando un modelo de relaciones causales en torno a un problema.



La anterior ilustración (45) denota que el mayor *problema-impacto* causado por estas plataformas es la informalidad en el sector turístico de Cuenca, sobretodo en alojamiento, sin embargo, es el punto de partida para que otras actividades empiecen a volcarse hacia allá. No obstante, se han generado otras a partir de aquella, las cuales se han dividido entre causas y efectos. Cabe considerar que “economía colaborativa” se ha convertido en el gran disfraz mediante el marketing que usan grandes empresas transnacionales (plataformas), para ofertar servicios que en principio son más baratos que los tradicionales, además el usuario disfruta la participación en la misma, no es lo mismo llegar a un hotel que a la casa de un residente del lugar. Es imprescindible legislar en torno a lo que está sucediendo, pero es conveniente hacerlo conociendo la realidad no desde un escritorio, ya que al ser un tema reciente no existen muchos estudios al respecto sin embargo la investigación debe lograr penetrar en estos sitios para conocer y medir los empleos que pueden generar, entre otros aspectos.

Asimismo, en la actualidad el sector privado del turismo en conjunto con el público pretende regular este aspecto mediante una ordenanza, no obstante, cabe preguntarse: ¿Qué datos tienen sobre esta oferta informal? Además, es loable pensar que, una vez regulados, la sobreoferta seguirá, quizá este momento es propicio para innovar los servicios considerando que la mayoría de establecimientos en Cuenca están caracterizados por ser negocios familiares de larga data en donde la innovación no ha sido su fuerte. La regulación es una clara tendencia mundial, que está sucediendo en Amsterdam, París, Barcelona, Londres, e incluso el Parlamento Europeo ha puesto sus ojos en aquello (Bulchand Gidumal & Melián González, 2016), sin embargo para lograrlo es necesario investigar, evitando las presiones del sector privado.

Además, es absolutamente necesario planificar la ciudad en torno al turismo y al territorio, actualmente se dispone de un plan estratégico de turismo del cantón Cuenca, sin embargo la gran duda es porque no se lo está aplicando a decir del Sr. Andrés Ochoa técnico de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca ha tenido un retraso y probablemente a 2018 se cumpla con el 40% del plan (Ochoa, 2017). Esto también



recae en el actual modelo de gestión (Fundación Municipal Turismo Cuenca) de la ciudad que hasta cierto punto a caducado, no es posible que hagan solamente promoción y que los arquitectos de control urbano y áreas históricas del GAD municipal Cuenca realicen control y regulación, generando así burocracia y tomas de decisiones divididas. También el sector público y privado merecen estar articulados.

3.8 Impactos causados en la ciudad de Cuenca entre las plataformas Airbnb y TripAdvisor.

El gran valor cultural de la ciudad de Cuenca denominada la Atenas del Ecuador, además de las ricas tradiciones culturales como el Pase del Niño, el Corpus Christi, el Carnaval cuencano, la fiesta de los Santos Inocentes, las tradiciones de la festividad de los fieles difuntos y las celebraciones de la Semana Santa con sus típicas costumbres definidas en la música, la gastronomía o el folclore, hacen que esta ciudad sea un destino deseado por turistas locales e internacionales y por lo tanto representa un enorme valor de oportunidades para la industria turística dentro de esta ciudad.

Según el estudio realizado sobre esta nueva tendencia económica y tomando el caso de estudio de estas dos páginas las cuales llevan mucho protagonismo, se pueden determinar los distintos impactos que se ocasionan en torno al turismo tradicional, económico, social, cultural, político y legal.

Los diversos factores que implican efectos negativos desde todo punto de vista, debido al escaso control y vacíos legales existentes aprovechados por páginas intermediarias haciendo caso omiso a las ordenanzas establecidas para llevar a cabo funciones en las cuales afecta de forma directa al buen funcionamiento del sistema turístico en la ciudad de Cuenca, esto podría afectar a todo lo argumentado de forma contundente tanto que paulatinamente podría perder cierto valor de este destino por quienes buscan disfrutar de un turismo de calidad, debido a una desorganización y falta de compromiso generando inconformidades en la estadía del destino Cuenca, en este punto de inflexión es cuando se genera un gran impacto con ligeras diferencias entre cada plataforma, Airbnb al ser conocida mundialmente por ofrecer hospedajes de manera



económica con el mensaje de hacer experiencias nuevas interiorizándose más con la sociedad a la que visita se ha logrado posicionar, pero en el Ecuador al ser relativamente nuevo este concepto, los propietarios que se afilian a esta plataforma en la mayoría de casos no están calificados para brindar un servicio de calidad haciendo de esto una mala experiencia a los visitantes y al momento de contar sus experiencias a las otras personas hablan que tuvieron un hospedaje pésimo generalizando al tipo de hospedaje que está legalmente constituido y capacitado en nuestra ciudad, contrariamente puede resultar también en una excelente experiencia quizá más personal.

En ambos casos la informalidad está presente, al existir infraestructuras que no están diseñadas para el turismo sin embargo se los usa y que generan una competencia desleal puesto que este tipo de estructuras violan de forma directa el marco legal evadiendo aspectos que permiten abaratar costos en sus ofertas beneficiándose de aquellos vacíos legales y deteriorando la gestión de establecimientos que están dentro de lo convencional y lo formal.

Esto arrastra impactos a otros segmentos del turismo como es el de la restauración, el transporte, esparcimiento, agencias de viajes, masificando la informalidad ocasionando cadenas de valor que afectan contundentemente a la economía disminuyendo los ingresos, afectando de forma conjunta al factor social debido al estancamiento experimentado, generando quiebras de negocios, despidos, en pocas palabras un deterioro de la economía en general, sin embargo esto es en base a percepciones hacen falta estudios con mayor profundidad y rigurosidad.

El índice de crecimiento de este tipo de plataformas es cada vez más acelerado en especial por parte de Airbnb se observan datos del crecimiento muy acelerado entre los años 2010 al 2017 en la ciudad de Cuenca por parte de TripAdvisor no se muestran datos precisos del crecimiento sin embargo según datos obtenidos anteriormente en la encuesta realizada se puede evidenciar que ocupa un gran espectro en el mercado informal de servicios turísticos.



En el caso de TripAdvisor se genera un impacto particular ya que esta plataforma brinda distintas opciones a sus usuarios, es el caso de hoteles legalmente constituidos y casas las cuales ofrecen una habitación para de este modo ayudarse mutuamente haciendo evidente el concepto de economía colaborativa en este punto la gran mayoría de usuarios que optan por plataformas de economía colaborativa, cuando llegan al Ecuador se sorprenden de manera negativa ya que muchos hoteles desesperados al tener una ocupación baja, ofrecen sus servicios en el ítem que es de casa o apartamentos haciendo que esto no sea el criterio que buscaron los visitantes, causando de este modo inconformidad de doble manera ya que ellos al tener una infraestructura adecuada se prestan para este tipo de turismo alterando la realidad de la que ellos forman parte y en muchos casos el precio ofertado no es cumplido ya que al momento de la estadía se le cobran adicionales como lavandería y secado, por otro lado no se aplica el concepto de economía colaborativa que es la primera condición que buscan los usuarios al adquirir este tipo de servicio “experiencia de confraternidad”.

En el análisis que se ha realizado en el presente proyecto de investigación se puede evidenciar como la mayoría de propietarios que brindan alojamiento ofrecen servicios adicionales como: tv por cable, wifi, amenities, baño privado, entre otros, esto se equipara los servicios que normalmente brindan los hoteles de media y baja categoría e incluso muchos de los establecimientos de Airbnb superan a los mencionados establecimientos a un precio más accesible para el bolsillo; es muy difícil pensar que estas plataformas puedan competir con hoteles cinco estrellas que existen en la ciudad de Cuenca debido a que estos invierten en infraestructura específica como piscinas, sala de convenciones, spa, poniendo una vara muy alta para los anfitriones de estas plataformas.

No todo es negativo en estas plataformas desde un punto de vista macroeconómico mediante esta tendencia se generan más divisas si las cuales se legalizaran de una manera correcta se generarían tributos para el estado esto a su vez se transforman en obras y beneficios para la sociedad, desvaneciéndose de cierto la idea de la competencia desleal por parte de este tipo de plataformas.



Esto evidencia una forma de gestión totalmente diferente, que está revolucionando y afectando de forma contundente a quienes están ligados a esta industria incluso es una amenaza por tener facilidades tecnológicas amasando cada vez más la atención de usuarios alrededor del mundo, ocasionando impactos que deterioran al modelo de gestión actual. Sin embargo, esto puede resultar en un llamado de atención al actor turístico para que innove. En torno al crecimiento de este modelo de gestión poco saludable para las empresas que están en el marco formal y tradicional, tomando en cuenta que ya en su mayoría de actores tienen ya un fundamento de lo que se está enfrentando se podría hacer una reforma al modelo de gestión actual y fortalecer las normativas para esta economía con el fin de suprimir los efectos negativos y dañinos que generan.

Se evidencia un marcado número de establecimientos que incursionan en la denominada economía colaborativa lo cual representa una gran amenaza para el segmento hotelero (a pesar que estos también están promocionándose en estas páginas) sabiendo que los turistas cada vez en más cantidad prefieren acoger el sistema antes mencionado, debido a su no regulación que como resultado seduce por lo beneficios y costos mucho menores a los de los establecimientos tradicionales. Muchos de estos establecimientos se verían en problemas debido al decrecimiento de la demanda de sus servicios, afectando posiblemente a la estabilidad laboral de quienes pertenecen a dichos establecimientos, indudablemente un factor muy en contra para los intereses monetarios y recalcando el estado actual económico del país una consecuencia posiblemente sería el despido de la fuerza laboral a causa de la insuficiente demanda ocasionando por la participación de esta nueva modalidad económica, sin embargo la culpa de la mala situación del turismo en Cuenca, no es solo por la informalidad.



Conclusiones

- El fenómeno llamado economía colaborativa aún merece estudios a profundidad incluso desde la parte conceptual, puesto que puede ser llamada economía compartida, consumo colaborativo, economía peer to peer (P2P), economía del encargo, economía del bien común entre otros, sin embargo, en la práctica al existir intercambio de bienes y servicios por dinero se trata de economía tradicional (capitalismo) (Espinoza, 2017).
- A nivel mundial existen varias posturas en torno al fenómeno de economía colaborativa que van desde miradas conservadoras como la prohibición, la aplicación de la legislación para exigir que cumplan con las obligaciones de las empresas formales, el desarrollo de una legislación específica, imposición de reglas específicas o en su defecto simplificación para permitir el encaje de estas nuevas actividades (Bulchand Gidumal & Melián González, 2016), no obstante aquello dependerá de la realidad de cada sitio, no se puede copiar los modelos entre destinos turísticos.
- En la ciudad de Cuenca es prematuro hablar de una legislación sobre este fenómeno, pues al solicitar información al respecto a distintas dependencias municipales y a la Coordinación Zonal 6 del Ministerio de Turismo, respondieron que no tenían información, entonces legislar sobre aquello se torna en un ejercicio que no traerá muchos frutos, quizá complique aún más las cosas.
- Para identificar exactamente donde están estos negocios, es indispensable invertir en las reservas puesto que, al navegar en la web, en torno a la dirección, se arroja solamente un polígono geográfico.
- Este tipo de negocio progresarán en Cuenca y el alojamiento no será el tema principal, sino el resto que compone la actividad turística como restauración, esparcimiento, guianza, entre otros.
- Muchos medios de comunicación han hecho eco de la crisis que atraviesa el sector turístico de Cuenca, pero aquello no puede ser culpa solamente de la informalidad, puesto que la planificación, la instauración de una política de turismo, un modelo de gestión adecuado para la ciudad son deudas pendientes que se tienen en cuanto a turismo.



- Es necesario generar estudios a profundidad y con rigurosidad científica con el afán de entender cuál es el verdadero comportamiento a nivel de economía, empleo, entre otros aspectos; puesto que actualmente se habla de aquello, pero no son más que percepciones.
- El sector privado al exigir legislación en torno al tema, también debe exigirse a sí mismo innovación, calidad, cooperativismo entre el sector privado y público.



Bibliografía

Airbnb. (s.f.). *Airbnb*. Obtenido de https://es.airbnb.com/?af=43720035&c=A_TC%3Drre4x3jpe2%26G_MT%3De%26G_CR%3D79986739222%26G_N%3Dg%26G_K%3Dairbnb%26G_P%3D%26G_D%3Dc&atlastest5=true

ARCSA. (2016). ARCSA CZ6 califica a Restaurantes en Cuenca. Retrieved from <http://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-cz6-califica-a-restaurantes-en-cuenca/>

Ardila Peña, M. C. (2014). *Tesis:Llegó gentrificación y me echó del barrio*. (UAB, Ed.). Barcelona.

Baca, J. C. (s.f.). *Coaching turístico*. Obtenido de <https://profebaca.wordpress.com/tag/filosofia-del-turismo/>

Barrado, D. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico territorial. *Estudios turísticos*(160), 45-68.

Bostman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. Harper Business.

Buades , J., Cañada, E., & Gascón , J. (2012). *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Madrid: Foro de turismo responsable.

Bulchand Gidumal, J., & Melián Gonzáles, S. (2016). *Una guía para entender la economía colaborativa* (Imecola.co). Las Palmas.

Cañigueral, A. (2012). "Innovación en modelos socioeconómicos. Introducción al consumo colaborativo. Obtenido de https://www.scribd.com/fullscreen/58880914?access_key=key-2fi003avv1spqak6f6pv

ARCSA. (2016). ARCSA CZ6 califica a Restaurantes en Cuenca. Retrieved from <http://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-cz6-califica-a-restaurantes-en-cuenca/>

Ardila Peña, M. C. (2014). *Tesis:Llegó gentrificación y me echó del barrio*. (UAB, Ed.). Barcelona.

Bulchand Gidumal, J., & Melián Gonzáles, S. (2016). *Una guía para entender la economía colaborativa* (Imecola.co). Las Palmas.

Capece, G. (2012). *Turismo: Gestión de la complejidad* (Fundación). Buenos Aires.

Diario El Mercurio. (2016, June 8). En debate transporte en furgonetas en Azuay. *Diario El Mercurio*. Cuenca. Retrieved from <http://www.elmercurio.com.ec/532629-en-debate-transporte-en-furgonetas-en-azuay/>



- El Mercurio. (2014, August 6). La hotelería informal gana espacio. *El Mercurio*. Cuenca. Retrieved from <http://www.elmercurio.com.ec/442649-gana-espacio-hoteleria-informal-en-cuenca/>
- TUPAPO. (2016). TUPAPO. Retrieved from <http://tupapo.weebly.com/home/del-low-cost-al-turismo-colaborativo-p2p>
- U.S. Department of Transportation. (2017). Shared Mobility: Current Practices and Guiding Principles. Retrieved from <https://ops.fhwa.dot.gov/publications/fhwahop16022/>
- UNWTO. (2017). UNWTO Tourism Highlights. Retrieved from <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- Wang, D., Li, M., Guo, P., & Xu, W. (2016). The Impact of Sharing Economy on the Diversification of Tourism Products: Implications for Tourist experience. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 683–694.
- Castaño, J. (2009). Psicología social de los viajes y del turismo. *Gestión Turística*(11).
- Comisión Nacional de los mercados y la competencia. (2014). *CNMC Comisión Nacional de los mercados y la competencia*. Obtenido de <https://www.cnmc.es/>
- Diario El Mercurio. (2016, June 8). En debate transporte en furgonetas en Azuay. *Diario El Mercurio*. Cuenca. Retrieved from <http://www.elmercurio.com.ec/532629-en-debate-transporte-en-furgonetas-en-azuay/>
- Díaz, R., Gutierrez, D., & García , F. (2014). Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios. *Research Gate*, 2. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/270394571>
- El Mercurio. (2014, August 6). La hotelería informal gana espacio. *El Mercurio*. Cuenca. Retrieved from <http://www.elmercurio.com.ec/442649-gana-espacio-hoteleria-informal-en-cuenca/>
- Espinoza, F. (28 de 06 de 2017). Economía colaborativa. (C. Ávila, & D. Pesántez, Entrevistadores)
- Fajardo, J. (2013). *Tesina: Marketing para transporte turístico de Cuenca*. Cuenca: ITSS.
- Galiano Luna, L. (2013). *Investigación turística*. Cuzco: Universidad Andina del Cuzco
- García, M. (21 de Junio de 2014). La imparable economía colaborativa. *El País*. Obtenido de http://economia.elpais.com/economia/2014/06/20/actualidad/1403265872_316865.html



Gomis López, J., & Miralbell Izard, O. (2007). *La puesta en el mercado: la distribución*. Barcelona: UOC.

Grupo de Investigación en Economía Regional GIER. (2016). *Estudio de Demanda y Oferta Turística en la Ciudad de Cuenca. Boletín 1*. Cuenca: Fundación Municipal Turismo para Cuenca.

Hernández, D. (21 de 05 de 2017). Crisis hotelera. (Á. Christian, & D. Pesántez, Entrevistadores)

Hundred Rooms. (15 de Marzo de 2011). *Hundred Rooms*. Obtenido de <https://www.hundredrooms.com/estudios/barometro-de-la-economia-colaborativa-en-el-sector-turistico>

Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Fundamentos de la teoría del turismo*. Berna.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.

Lacramioara, L. (2016). *Las nuevas tecnologías en el turismo*. Málaga: Universidad de Málaga. Obtenido de <http://www.eumed.net/eve/resum/07-07/llc.htm>

Majluf, P. (19 de 01 de 2015). La economía colaborativa. *Forbes*. Obtenido de <http://www.forbes.com.mx/la-economia-colaborativa/>

MINCETUR. (s.f.). *MINCETUR*. Recuperado el 31 de 08 de 2016, de http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/descargas_newweb001/Destino_Turistico.pdf

Ministerio del Interior. (2015). Acuerdo de categorización de locales y establecimientos sujetos al otorgamiento del permiso anual de funcionamiento por parte de las intendencias generales de policías. *Registro Oficial Órgano del Gobierno del Ecuador No. 452*, (págs. 1-2). Quito.

Ministerio de turismo. (2015). *Reglamento de alojamiento turístico*. Quito: Registro Oficial.

Ochoa, A. (25 de 06 de 2017). Plan de turismo. (C. Ávila, & D. Pesántez, Entrevistadores)

Oliveira Santos, G. E. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16, 96-110. Obtenido de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/search/PDF/V16/V16n1a05.pdf>



Pulso turístico. (15 de Marzo de 2016). *Pulso Turístico*. Obtenido de http://www.pulsoturistico.com.ar/mas_informacion.asp?id=10248&titulo=Como-la-economia-colaborativa-esta-modificando-al-turismo

Socatelli, M. (s.f.). La tecnología en la comercialización turística. *Mercadeo, desarrollo, planificación, innovación y capacitación turística*. San José: Inter Mark.

Tapia, M. A. (2000). *Apuntes: Metodología de investigación*. Santiago de Chile: INACAP.

Tripadvisor. (s.f.). *Tripadvisor*. Obtenido de <https://www.tripadvisor.es/>

U.S. Department of Transportation. (2017). Shared Mobility: Current Practices and Guiding Principles. Retrieved from <https://ops.fhwa.dot.gov/publications/fhwahop16022/>

Wang, D., Li, M., Guo, P., & Xu, W. (2016). The Impact of Sharing Economy on the Diversification of Tourism Products: Implications for Tourist experience. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 683–694.



ANEXOS

Anexo 1: Apéndice digital Airbnb

- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/1958734?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/8550545?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15678687?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/4394828?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13960342?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14839694?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15582028?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15238875?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/8368840?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13185392?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/1078970?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/17021140?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12814985?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/758967?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16364886?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/895237?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12252533?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/832495?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15380087?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13941448?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/937506?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15149983?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15462993?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13508880?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/5337083?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14761777?s=mjrUfZN9>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12485106?s=mjrUfZN9>



- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/4053997?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=piorNt4a>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15551825?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=piorNt4a>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13387627?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=piorNt4a>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15799902?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=piorNt4a>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/17263354?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=n3IGLD3w>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7174556?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=n3IGLD3w>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/6973943?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=tN42mPwN>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/1156909?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=tN42mPwN>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/720684?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=tN42mPwN>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14595978?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=tN42mPwN>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/17073269?guests=1&adults=1&children=0&infants=0>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16719732?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=tN42mPwN>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15468882?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=hteWzoIM>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/2377351?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=hteWzoIM>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12811950?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16904755?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/8550876?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/895246?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/3884225?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/6427732?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12535419?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13183023?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>



- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/5167953?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/4615568?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/6973943?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/10611095?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14057209?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16518159?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14578567?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/17155081?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/11440812?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13063497?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/6799617?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16923606?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16107536?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12675138?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/9725322?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/5797895?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14465871?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15248462?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14522799?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16441320?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16827892?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16269363?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>



- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12935301?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/17154728?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/10685653?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/4643069?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/2031892?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14782636?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/2927328?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/5746110?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16243848?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12655939?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16270882?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16506251?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16922135?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/5046572?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16128874?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15346599?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/2351351?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7162998?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16981200?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/9558438?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/17198875?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/9327303?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>



- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/10006620?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/2019849?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16367729?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15830085?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15657079?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15954653?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16860673?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15280402?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7840060?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/4005183?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/844897?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/2942450?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/8165929?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13389017?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16188342?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15371334?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7174224?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13333048?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16890844?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16770212?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/9150890?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7917551?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>



- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12521107?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14174906?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/9271774?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15315047?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15247527?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12674173?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7535242?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7236495?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14339192?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/687778?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/10298687?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/6678828?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/1450551?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15880636?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/2304078?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16918194?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/14715910?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16099312?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15271405?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15094606?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq#host-profile>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15372174?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13687077?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>



- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/5749620?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15885473?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16853680?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/4325096?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16970431?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12054146?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15248839?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16112814?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13189603?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16859523?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16016604?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/9089756?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16366307?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/12207354?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/17186203?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15767128?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/10885874?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/9452452?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15885867?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15663846?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/1388233?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/4367770?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>



- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/11419800?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7692634?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15788082?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/1557208?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16716674?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/11692457?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15092215?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/17271328?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/10066861?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/7003147?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13831190?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/1412665?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/16224847?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15787475?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/1639557?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/15901032?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>
- <https://www.airbnb.com.ec/rooms/13622865?guests=1&adults=1&children=0&infants=0&s=h6DRHuvq>



Anexo 2: Apéndice digital TripAdvisor

- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d6374113-The_Best_Condo_For_Rent-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10247330-Colonial_Guest_Suites_B-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8598068-Condominium-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d5571454-Sunny_Apartment_1_Terra_Sur_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d4151032-Perfectly_Located_Spacious_Cuenca_Modern_Home-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10449782-Exclusive_Location_Cuenca_Downtown-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d4954035-New_Apartment_For_Rent-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d7000213-Grand_Colonial_in_the_Heart_of_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d5582108-Charming_one_bedroom_with_garden_historic_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d4578904-Large_studio_flat_in_Cuenca_s_historic_district-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9861713-Complete_house_The_best_location_in_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d6207745-Beautiful_Apartment_with_Stunning_Terrace_View-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8485610-Penthouse_w_view_two_master_suites_large_terrace-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d6680887-Wake_up_in_the_Heart_of_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d3587254-Cuenca_Ecuador_Furnished_Apartment-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d3566245-Right_on_El_Centro_s_Doorstep-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9585330-Beautiful_turnkey_Cuenca_Condo_with_Big_Terrace-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d6676441-Corazon_Heart_of_El_Centro_Apt-Cuenca_Azuay_Province.html



- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d3728515-Centro_Sound_Proofed_Kings_Jacuzzi_Dishwasher-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d6706162-Deluxe_Room_2_Terra_Sur_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10378311-Beautiful_2_bedroom_apartment-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8682713-Suite_in_the_center_of_Cuenca_1-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d7974116-Casita_Bella_Vista_in_Historic_District-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d4716145-New_York_Style_Loft-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d7237178-Exclusive_Furnished_Apartment_In_Cuenca_For_Rent-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8075452-Inviting_Spacious_Flat_with_Lush_Garden-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9872156-Hacienda_Chan_Chan_A_Dairy_farm-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8680599-Spacious_Apart_2_Terra_Sur_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentals-g294309-Reviews-Cuenca_Azuay_Province-Vacation_Rentals.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d7007541-New_Cuenca_Condo_Perfect_Place_To_Explore_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8383673-Sunny_Apartment_2_Terra_Sur_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d4495850-Absolutely_Lovely_Cuenca_Penthouse-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8649623-Furnished_Apartment_with_Spectacular_City_Views-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8683583-Suite_in_the_center_of_Cuenca_4-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10795994-Contemporary_Luxury_Condo_in_Old_Town_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d4316218-Remodeled_very_clean_2_1_best_location-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8682792-Suite_in_the_center_of_Cuenca_2-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d11547364-Mountain_View_Log_Cabin-Cuenca_Azuay_Province.html



- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8683569-Furnished_apartment_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d7164275-Modern_City_View_Apartment_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10352696-Beautiful_Studio_Apartment-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d11799702-Enjoy_a_clean_and_comfortable_room_in_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10282194-Historic_Center_Cuenca_Spacious_Cozy_Quiet-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9762369-1_bedroom_guest_house_in_the_best_part_of_town-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10352641-Beautiful_loft_in_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9800050-El_paraiso_de_Betania_Hostel-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9748155-Nice_2_Bedroom_Apartment_For_Rent_By_Don_Bosco_Av_Local_Area-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10172555-Vacations_home_for_rent-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9737545-SUITE_STUDIO_GAVIOTA_APARTAMENTOS_SUITES-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9603785-2beds_2baths_Apartment_for_Rent_with_Amazing_Views-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9604200-SUITE_PREMIUM_2-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d7999914-Hospedaje_en_comodo_Apartamento-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9698856-Quiet_River_House-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d5995527-Modern_Apartment_in_Colonial_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10163931-Three_bedroom_house_close_to_the_river-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8475730-Cuenca_inn_at_Don_Bosco_queen_room_3-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d11883871-LivetheLife_Lodge-Cuenca_Azuay_Province.html



- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8475524-Cuenca_Inn_at_Don_Bosco_Courtyard_2-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10434893-Casa_de_huespedes_sayuri_guest_house_limpio_y_seguro-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10068477-Suites_in_the_best_residential_area-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10617629-The_OASIS_Bed_and_Board-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10381677-Riverfront_Condo_Amazing_Views_Historic_District-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10515259-Finca_de_cacao_y_frutas_tropicales-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d8854406-Arriendo_comoda_habitacion_para_estadias_cortas-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10583941-APARTMENT_IN_HISTORICAL_CENTER_OF_CUENCA-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10042912-Bed_and_Breakfast_Mario_y_Patricio-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d5495937-Cuenca_Ecuador_Great_house_15_minutes_to_El_Centro-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d10587170-DOUBLE_ROOM_IN_HISTORICAL_CENTER_OF_CUENCA-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d11987759-Apartamento_en_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d12049083-Privileged_Location_Central_Cuenca-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d12126432-Perfect_Location_in_El_Centro-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d9883607-Luxury_Penthouse_Cuenca_s_El_Centro-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d12159774-Ohana_Apartment-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d11955820-Beautiful_place_in_front_of_park_and_river_Machangara-Cuenca_Azuay_Province.html
- https://www.tripadvisor.es/VacationRentalReview-g294309-d11928893-Se_Arriendo_departamento_Amoblado_Por_mes_o_semanas_Capacidad_maxima_3_persona-Cuenca.html



Anexo 3: Encuesta

ANÁLISIS DE IMPACTOS GENERADOS POR LA INFORMALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO DE CUENCA

Esta encuesta es realizada por estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad para su investigación de tesis de grado. Por favor dígnese en contestar nuestras preguntas, no le tomarán más de 3 minutos de su valioso tiempo.

Realizado por Christian Ávila y David Pesántez

***Obligatorio**

1. En que forma está relacionado al sector turístico *

Marca solo un óvalo.

- Sector público
- Sector privado
- Otro: _____

2. A que área del sector turístico pertenece

Marca solo un óvalo.

- Empresa pública
- Alojamiento
- Restauración
- Agencias de viaje
- Transporte
- Esparcimiento
- Otro: _____

3. Conoce el significado de economía colaborativa o turismo P2P (Peer to peer) *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No

4. Conoce usted la existencia de informalidad en el sector turístico de Cuenca *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No



5. En que área conoce Usted que existe mayor informalidad en el sector turístico de Cuenca *

*

Marca solo un óvalo.

- Hotelería
- Alimentos y bebidas
- Esparcimiento
- Transporte
- Otro: _____

6. En Hotelería que impactos existen a causa de la informalidad *

*

Marca solo un óvalo.

- Propuestas alternativas e innovadoras
- Aprovechamiento de vacíos legales
- Competencia desleal
- Quiebra de negocios formales
- Ninguno
- Otro: _____

7. En Restauración que impactos existen a causa de la informalidad *

*

Marca solo un óvalo.

- Clientes insatisfechos
- Clientes satisfechos
- Ninguno
- Otro: _____

8. En transporte turísticos que impactos existen a causa de la informalidad *

*

Marca solo un óvalo.

- Monopolio en el transporte público (buses)
- Peligros en los viajes
- Ninguno
- Otro: _____

9. Conoce áreas de esparcimiento informales *

*

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No



10. Por qué piensa que existe informalidad en el sector turístico de Cuenca *

Marca solo un óvalo.

- Vacíos en el marco legal actual
- Autoridades descuidadas que no han asumido sus competencias
- Se desconocen los fenómenos globales (economía colaborativa)
- Sector turístico desarticulado
- Falta de planificación
- Falta de control
- Otro: _____

11. Cual de estos medios usted conoce y asocia a la informalidad *

Marca solo un óvalo.

- AIRBNB
- TRIPADVISOR
- Otro: _____

12. Cual de los siguientes impactos globales es el más grave a causa de la informalidad en el sector turístico de Cuenca *

Marca solo un óvalo.

- ECONÓMICOS
- SOCIALES
- POLITICOS
- CULTURALES
- Otro: _____

13. En su entorno que impacto relaciona a la informalidad del sector turístico *

Marca solo un óvalo.

- Pérdida de clientes
- Bajos ingresos económicos
- Diversificación del destino
- Falta de oportunidades laborales
- Innovación y precios baratos
- Otro: _____