

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
Colegio de Administración y Economía

El impacto de Airbnb
en la industria hotelera del Ecuador
Proyecto de Investigación

Estefanny Jazmín Félix Bazurto
Economía

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Economista

Quito, 15 de mayo de 2018

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**El impacto de Airbnb
en la industria hotelera del Ecuador**

Estefanny Jazmín Félix Bazurto

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico: Pedro Romero, Ph.D.

Firma del profesor:

Quito, 15 de mayo de 2018

Derechos de Autor

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante:

Nombres y Apellidos: Estefanny Jazmín Félix Bazurto

Código: 00118674

Cédula de Identidad : 1723204259

Lugar y fecha: Quito, 15 de mayo de 2018

RESUMEN

La economía compartida en la actualidad permite desarrollar modelos de negocio, que han redefinido las industrias tradicionales, basándose en los avances tecnológicos para lograr un intercambio directo de bienes y servicios. El presente trabajo de investigación se enfoca en el estudio de Airbnb, que opera bajo el modelo de economía compartida, permitiendo a personas que poseen espacios subutilizados alquilarlos a otros que los necesitan, por un corto periodo de tiempo.

Mediante un análisis teórico y empírico se resaltan los principales logros de Airbnb y el impacto a nivel internacional, con mayor enfoque en la situación y nivel de afectación en Ecuador. Para la ciudad de Quito se realizan modelos econométricos que indiquen el impacto que ha tenido el crecimiento de Airbnb en los ingresos y tasas de ocupación de la industria hotelera. El objetivo principal es demostrar que, en el Ecuador, a pesar de tener un sector turístico dinámico, la industria hotelera no presenta resultados similares y una de sus principales dificultades es que los turistas optan tipos alojamientos alternativos.

Palabras clave: economía compartida, tasa de ocupación, sector turístico, industria hotelera, categoría hotelera.

ABSTRACT

Nowadays sharing economy allows to develop business models, that have redefined traditional industries, based on the technology progress to achieve a direct exchange of goods and services. The following research project focus on the study of Airbnb, that operates under the model of sharing economy, letting people with underused assets to rent them to other who need it, for a short period of time.

Through a theoretical and empirical analysis, will be studied Airbnb achievements and its impact on an international level, focusing on the situation and affectation in Ecuador. By means of econometrical models for the city of Quito, will be estimated the impact of the growth of Airbnb on revenues and occupation rates on the hotel industry. The main objective is to show that in Ecuador, despite of having a dynamic touristic sector, the hotel industry doesn't show similar results and one of its principal difficulties is that tourist opt for alternative accommodation.

Keywords: sharing economy, occupancy rate, touristic sector, hotel industry, hotel category.

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
1 CAPÍTULO I	9
1.1 Introducción	9
1.1.1 Planteamiento de la investigación	10
2 CAPÍTULO II	12
2.1 Marco Teórico	12
2.1.1 Economía compartida	12
2.1.2 Historia y crecimiento de Airbnb	14
2.1.3 Literatura relacionada con el impacto de Airbnb a nivel internacional	15
2.1.4 Situación turística del Ecuador	23
2.1.5 Situación del sector hotelero del Ecuador	24
2.1.6 Airbnb en Ecuador	27
3 CAPÍTULO III	29
3.1 Marco metodológico	29
3.1.1 Obtención de datos	29
3.1.2 Diseño de la investigación e identificación de las variables	30
3.1.3 Modelos y análisis de resultados	32
4 CAPÍTULO IV	40
4.1 Conclusiones	40
5 Referencias	42
6 Anexos	45

ÍNDICE DE TABLAS

1	Modelo número de habitaciones ocupadas: lujo vs. primera categoría	32
2	Modelo número de habitaciones ocupadas: lujo vs. segunda categoría	33
3	Modelo número de habitaciones ocupadas: primera vs. primera categoría	34
4	Modelo ingresos: lujo vs. primera categoría	36
5	Modelo ingresos: lujo vs. segunda categoría	37
6	Modelo ingresos: primera vs. segunda categoría	38

ÍNDICE DE FIGURAS

1	Ingresos estimados por categoría	25
2	Tasa de ocupación hotelera	26
3	Crecimiento de alquileres Airbnb	27
4	Crecimiento Airbnb	45
5	Contribución directa del turismo al PIB	46
6	Proyectos hoteleros en la ciudad de Quito	47
7	Datos Airbnb Ecuador	48

1. CAPÍTULO I

1.1. Introducción

A medida que avanza la tecnología, todas las industrias se han visto en la obligación de irse actualizando de acuerdo con las necesidades de innovación que solicita el mercado, para de esta manera no llegar a ser obsoletos. Es así, como ha nacido el concepto de “Sharing Economy”, con el cual no solo se aprovecha los beneficios de los avances tecnológicos, sino también el aumento y creciente interés por el consumo colaborativo. Dentro de las principales empresas que operan bajo esta noción se encuentran; Uber, Airbnb, Zipcar, TaskRabbit, entre otros.

En el presente análisis prestaremos especial atención al caso de Airbnb y como su presencia ha afectado a distintos sectores de la economía, en especial, a la industria hotelera de distintos países. Además, se revisará los modelos econométricos aplicados en el estudio del efecto de la empresa de alquileres de corto plazo en diversos países, para probar la factibilidad de aplicarlo al caso ecuatoriano. Asimismo, se presentan los principales inconvenientes por los cuales Airbnb ha atravesado o se encuentra atravesando para lograr mantenerse en el mercado, dentro de los cuales la confianza y regularización de las operaciones de la empresa van a jugar un papel importante en el futuro y éxito de las empresas de economía compartida. Por último, se desarrollará una pregunta de investigación e hipótesis que motivaran mi trabajo de titulación.

El éxito que ha tenido Airbnb puede estar explicado por su propuesta de valor, la cual ofrece habitaciones en diversos rangos de precios y la experiencia de vivir como un local durante el tiempo de estadía. Además, ofrece un fácil y seguro acceso a una amplia red de mercado. Lo que le ofrece aumento de las ventajas de economías de escala y precios competitivos debido a que no presenta costos fijos en los alojamientos y genera un ingreso neto, dado que la mayoría de las veces los alojamientos no gravan impuestos. Sin embargo, para lograr mantenerse fuerte en el mercado, Airbnb ha tenido que prestar especial atención a tres aspectos que han obstaculizado su crecimiento, los cuales son: contar con los suficientes anfitriones y huéspedes, debido que, al ser una red, si no cuenta con los usuarios suficientes no sería atractivo para los consumidores. También, tiene que evitar que se realicen negociaciones directas, por lo que la empresa cuenta

con algoritmos que bloquean los mensajes que contengan números de teléfono, direcciones de correo, herramientas de pago, etc. Otro factor importante es la confianza que transmite, sobre todo al momento de realizar las transacciones [Oskam and Boswijk, 2016].

1.1.1. Planteamiento de la investigación

Justificación de la investigación

El objetivo de este trabajo de investigación es analizar el nivel de afectación que ha generado Airbnb en la industria hotelera durante los años que ha estado presente en Ecuador. De tal manera que el diseño de este trabajo va a permitir conocer el impacto que ha causado en el servicio de alojamiento, en los distintos segmentos de mercado, cuales son a los tipos de usuarios que más atrae y que categoría de hoteles son los más perjudicados por su presencia.

A partir de esto surge la siguiente pregunta de investigación: ¿cuál ha sido el impacto de Airbnb en la industria hotelera del Ecuador? La hipótesis obtenida para Ecuador después de la revisión de literatura es que si va a existir un impacto negativo en los ingresos y niveles de ocupación en los hoteles de primera y segunda categoría del país. En especial, los que representan competencia directa para Airbnb, lo que se obtendrá mediante la segmentación del mercado.

La metodología para comprobar la hipótesis del presente trabajo de titulación es comenzar por recolectar datos sobre los índices estadísticos del sector turístico y el crecimiento del listado de las habitaciones publicadas en la plataforma de Airbnb. Además, separar los datos de la industria hotelera por categorías, para tener un entendimiento sobre, la clase más afectada y cuál es su principal competencia dentro del país.

Posteriormente a obtener esta información, se realizarán modelos econométricos con los cuales se estime los ingresos de los hoteles identificados como principal competencia para Airbnb. Utilizando variables como el total de habitaciones listadas en la plataforma, variable dicotómica que indique la presencia de Airbnb, y variables de control que contenga los efectos de los siguientes índices que podrían afectar a las variables previas como: PIB per cápita, tasa de desempleo en el tiempo de estudio. Este modelo va a ser similar al desarrollado en el artículo de Zervas, et al., el cual ha sido aplicado para el estudio de diferentes países y adaptado a las

necesidades de cada país como el tipo de cambio, en caso de no ser dolarizados, o las tasas de desempleo.

2. CAPÍTULO II

2.1. Marco Teórico

En el presente capítulo se pretende explicar cómo funciona el modelo de economía compartida en la actualidad, las ventajas y desventajas para las empresas que operan bajo este modelo. Asimismo, se busca profundizar el estudio de Airbnb, mediante la revisión de investigaciones existentes acerca de su impacto en la industria hotelera tradicional. Por último, analizar la situación tanto turística como hotelera del Ecuador, para poder estimar correctamente el nivel de afectación que ha tenido el ingreso y crecimiento de Airbnb en el país, especialmente en la ciudad de Quito.

2.1.1. Economía compartida

Los avances en las tecnologías de información y comunicación han permitido la descentralización de los procesos de intercambio de bienes y servicios. Eliminando cada vez más la necesidad de terceros o tener un encuentro frente a frente para realizar la transacción. De esta manera permitiendo el desarrollo de “Sharing Economy”, lo cual ha sido una idea que en los últimos años ha revolucionado la forma en que realizamos nuestros consumos y que muchos apuestan que va a cambiar la estructura de los actuales mercados. El diccionario virtual Investopedia define “Sharing Economy” como “un modelo económico en el cual los individuos tienen la posibilidad de pedir prestado o rentar activos que pertenecen a alguien más. El modelo de economía compartida es más probable que sea utilizado cuando el del activo sea alto y no esté siendo completamente utilizado, por el momento.” [Investopedia]. Sin embargo, hay muchos analistas del tema que sostienen que al momento de generar un beneficio monetario deja de ser economía compartida. Por lo tanto, utilizar el concepto compartido para el contacto y transacción que existe entre empresas como Airbnb y Uber y sus consumidores, es considerado impreciso, en algunos casos. Joroen Oskam y Albert Boswijk en su artículo, creen que un término más apropiado para este tipo de empresas es “networked economy” donde las conexiones entre posibles consumidores individuales y ofertantes, puede ser utilizada para beneficio

mutuo, pero también con intenciones comerciales [Oskam and Boswijk, 2016].

A pesar de las discrepancias entre los autores, por conveniencia se mantiene la idea de que las empresas mencionadas anteriormente son representantes del modelo de economía compartida. Sin importar como se las denomine, está claro que han generado un significativo beneficio a personas que poseían un bien, servicio o conocimiento, que antes no tenían forma de comercializar ahora pueden obtener un ingreso, sin perder la propiedad de este. Lo más importante que tienen en común, es ser empresas con plataformas que coordinan la oferta y demanda de distintos productos o servicios, los cuales se diferencian de los existentes en el mercado. Además, son representantes de una expansión digital y tecnológica que envuelve transacciones de mercado entre los participantes. No obstante, estas empresas se basan en dos fundamentos esenciales para el funcionamiento de la economía compartida, los cuales son que sus servicios dependen en la reputación de sus sistemas para la coordinación y confianza que brinden. La coordinación efectiva se logra a través sistema de búsqueda, filtros, visualización, precios, etc. Por su parte, la confianza se la construye por medio de los sistemas de calificación y la creación de perfiles o verificaciones de los usuarios [Teubner, 2014].

Zipcar fue una de las empresas pioneras en ingresar al mercado de economía compartida. Decidieron aprovechar los avances tecnológicos para brindar una nueva forma flexible de rentar autos. La cual permitía a los clientes rentar un auto a la hora y lugar de preferencia usando una aplicación de su smartphone. No obstante, los autos que comercializan son de la compañía, por lo tanto, aún tienen que adquirir, manejar y monetizar inventarios. Lo que no lo hizo muy diferente de un negocio tradicional, en contraste con su actual competencia RelayRides y GetAround. Las cuales utilizan autos que las personas poseen, pero los subutilizan y los desean alquilar o se dirigen a algún lugar y pueden llevar a más personas. Asimismo, no deben incurrir en problemas y gastos de logística y expansión geográfica [Sundararajan, 2013]. Es así, que en todo tipo de industrias a pesar de estén actualizadas en el uso de los avances de la tecnología, es necesario considerar la posibilidad de ampliarla hacia el mercado de economía compartida para lograr ofrecer un modelo más eficiente para los consumidores.

Aunque la economía compartida presenta muchas ventajas de crecimiento y disminución de costos para las empresas que operan bajo este modelo. Al ser competidores con empresas que

ya están posicionadas en las industrias tradicionales, se les presenta muchas trabas para evitar la competencia desleal. El mercado tradicional considera a la economía compartida como un sector altamente desregularizado debido a que evaden muchos de los impuestos que normalmente pagan empresas de los distintos sectores, muchas veces no necesitan licencias para operar, no requieren personal, no pagan honorarios de seguro, entre otras [Hira, 2017]. Lo que les ha permitido crecer rápidamente, sin embargo, cuando las empresas líderes se ven afectadas deciden tomar medidas para que se los regularice y se controle su entrada como sucede en la actualidad con los dos grandes representantes de la economía compartida, Uber y Airbnb.

2.1.2. Historia y crecimiento de Airbnb

Airbnb comenzó como una idea de dos compañeros para ganar dinero extra, en el 2007 Joe Gebbia y Brian Chesky eran compañeros de cuarto en la ciudad de San Francisco, en Estados Unidos y tenían problemas para alcanzar a pagar la renta. Por lo que, se les ocurrió colocar tres colchones en el departamento que vivían y además de ofrecer un lugar donde quedarse, brindar desayuno. Durante ese año hubo una conferencia de diseño importante en la ciudad, lo que saturó casi en su totalidad los hoteles tradicionales. Aprovechando esta oportunidad, crearon el sitio web airbedandbreakfast.com y sus primeros huéspedes pagaron \$80 cada uno.

Se dieron cuenta de que podría ser una buena idea de negocio, así que decidieron incluir a Nathan Blecharczyk en el negocio. Después de ser rechazados por varios inversionistas y estar en la quiebra, decidieron volver a lanzar Airbnb en la convención nacional democrática del 2008 en Denver. Debido a la falta de reconocimiento de la empresa, decidieron invertir \$30.000 en su estrategia de marketing y vendieron cajas de cereal de Obama y McCain con información sobre su empresa. Pero no fue hasta el 2009, cuando tuvieron su primera inversión de capital semilla, lo que les permitió crecer y desarrollar su negocio [Carson, 2016].

Para el 2011 ya estaban en 89 países y se habían reservado más de un millón de noches por medio de su plataforma web. En el mismo año, obtuvieron una inversión de \$112 millones, lo que hizo que Airbnb sea valorado en \$1 billón. En la Figura 4, se puede observar como Airbnb duplicó de 5 millones de noches reservadas por medio de este servicio en enero del 2012 a 10 millones junio del mismo año. Sin embargo, a medida que su presencia en el mercado crecía, los

problemas legales y regulatorios también lo hacían. En la actualidad, a pesar de los obstáculos que ha tenido que atravesar la empresa está valorada en más de \$31.000 millones de dólares y opera en más de 65.000 ciudades. Airbnb comenzó a ser rentable a partir del segundo semestre del 2016, ya que en ese año sus ingresos netos crecieron un 80%. Lo que ha llevado a esta empresa a superar en capitalización de mercado a grandes cadenas hoteleras como Hilton y Hyatt, y aerolíneas como United y American Airlines. Además, se espera que cuando se decida salir a bolsa, su valuación supere los \$50.000 millones de dólares [Haro, 2017].

2.1.3. Literatura relacionada con el impacto de Airbnb a nivel internacional

En diferentes artículos se ha estudiado como Airbnb ha impactado en la industria hotelera, algunos sostienen que no ha tenido mayor influencia en los precios del sector, ni en la demanda que reciben las cadenas grandes. Sin embargo, los más afectados indudablemente serían los hoteles, hostales, bed breakfast turísticos, económicos y menos reconocidos, dado que para este tipo de alojamientos Airbnb si representa una competencia directa [Teubner, 2014]. La industria no ha dejado el camino libre a Airbnb, esta ha tenido que enfrentar diversos problemas legales, tributarios y de seguridad. No obstante, en el 2015 la tasa de crecimiento de la empresa fue de 90% en comparación con el año anterior, lo que lo llevo a estar al nivel de Hilton Company, en tan solo 7 años, mayor a los niveles de Marriott y Starwood [Choi et al., 2015].

Nesser en su artículo sobre la influencia de Airbnb en los países Nórdicos, encontró que no afecta significativamente al promedio de los ingresos por habitación de los hoteles. Sin embargo, encontró que la propuesta de valor de Airbnb es mucho más atractiva para turistas extranjeros, que para locales. Además, los hoteles tradicionales tienen que realizar inversiones mucho más altas, para poder mantenerse atractivos en el sector. Un importante tema que menciona brevemente en este artículo es que Airbnb tiene efecto en el precio de mercado de bienes raíces. De acuerdo, a un reporte de la ciudad de San Francisco, con la presencia de esta nueva forma de hospedaje, se considera que se ha reducido en un 40% la recaudación de rentas tradicionales. Por lo que, se teme que, con el tiempo, se reduzca la oferta de hospedaje de largo plazo, lo cual incrementaría el precio o no lograría satisfacer la demanda, dejando a muchas personas en las calles [Neeser et al., 2015].

En cuanto al caso de Corea, se realizó un modelo econométrico con los ingresos de los hoteles tradicionales como variable dependiente para lograr demostrar si, en efecto, Airbnb tiene impacto sobre los cambios en los ingresos de la industria. Las variables independientes del modelo son el listado de habitaciones de Airbnb, dos variables macroeconómicas; la tasa de desempleo y la tasa de cambio del won, y una variable dummy que, toma en cuenta si es temporada alta o no. Choi encontró que, los coeficientes no eran estadísticamente significativos, por lo que, concluyo que el aumento de las habitaciones ofertadas por Airbnb no afecta los ingresos de los hoteles. Por otro lado, las tasas de desempleo están relacionadas negativamente con los ingresos hoteleros, lo que implica que una mayor tasa de desempleo disminuye los ingresos. La tasa de cambio presento una relación positiva con los ingresos, por lo tanto, si la tasa aumento, los ingresos de la industria también [Choi et al., 2015].

Los artículos previamente mencionados se basan en una investigación realizada por Zervas, et. al, en el estado de Texas, donde utilizó “differences in differences” para demostrar el impacto de Airbnb. Sus resultados fueron que en las ciudades más grandes del estado en las que tenía mayor presencia, tuvo un mayor impacto en los hoteles más “vulnerables” donde sus ingresos decrecieron de un 8 a 10% en 5 años. Asimismo, diferenció los distintos segmentos de mercado y encontró que los hoteles económicos que no pertenecen a cadenas grandes son los más afectados por esta nueva forma de alojamiento. Mientras que, para los hoteles cuyo nicho de mercado son los viajeros por temas de negocios o con mayores posibilidades económicas, Airbnb no ha presentado ningún impacto, por lo que aún no es considerado competencia directa [Neeser et al., 2015].

En el artículo de Oskam y Boswijk, se analiza la posibilidad de 4 futuros escenarios, en los cuales se puede observar el efecto, tanto de la presencia o no de Airbnb en distintas ciudades. El primer escenario que se evalúa es el de la ciudad europea Stuttgart, también conocido como el escenario status quo donde al ser una ciudad pequeña, con modestos niveles de actividad turística se ha prevenido el ingreso de Airbnb, lo que para el 2020 la industria mantenga su crecimiento y no haya mayores cambios en el nivel de turismo, ni en los niveles de ingreso. El segundo escenario, es el experimental, el cual se lo realiza en la ciudad de Portland donde se llegó a un acuerdo con Airbnb para recaudar impuestos e imponer regulaciones básicas de

seguridad para su operación en esa ciudad, con lo que se espera promover este medio internacionalmente. Se espera que el turismo de la ciudad crezca, sin embargo, esto podría representar una amenaza para la autenticidad y turismo a menor escala y convertirlo en un destino comercial, perdiendo su principal atractivo.

El tercer escenario es el de exclusividad, en Barcelona, donde se prohibió la inversión en hoteles y hubo una fuerte represión contra las rentas de corto plazo ilegales haciendo muy difícil la actividad económica de Airbnb, disminuyendo la oferta, lo cual frente a una creciente demanda generó que las tarifas de los hoteles existentes aumentaran. El cuarto escenario es de comercialización, en Ámsterdam, donde se promovió este tipo de rentas de corto plazo, lo que ayudó a las personas durante la crisis financiera para pagar sus deudas. Además, Ámsterdam es una ciudad que atrae a muchos turistas jóvenes, en busca de experiencias locales, lo que incrementó la popularidad Airbnb. No obstante, los precios de las rentas para residentes incrementaron significativamente, dado que los dueños del lugar empezaron a incluir la prima que obtendrían con Airbnb al estar en áreas turísticas [Oskam and Boswijk, 2016].

Este tipo de economía de servicios e innovación se basa principalmente en la confianza que exista entre las dos partes, ya que, al ser mercados en línea, la confianza que se tiene entre los participantes de la transacción es un factor clave para lograr el éxito del negocio. Airbnb ha logrado mantener ciertos mecanismos de control dentro de sus sitios web para asegurar que tanto los anfitriones como los clientes, se sientan en un ambiente de confianza y continúen usando este tipo de servicio. Sin embargo, a pesar de la especial atención que han prestado a este factor, se han dado casos donde alguna de las partes falla, lo que ha afectado la confiabilidad en las operaciones de la empresa. No obstante, estos casos han tenido impacto local y Airbnb procura mantener sus procesos lo más estandarizados posible, a nivel internacional. Por tal razón, antes de alquilar una habitación o casa, puedes observar fotos del lugar, saber en qué barrio está ubicado, conocer el perfil del anfitrión, ver una foto y leer testimonios de clientes previos.

Sin embargo, Edelman y Luca, en su artículo, argumentan que el proveer información personal de la persona que va a listar su habitación en Airbnb puede existir discriminación de raza, edad, género u otros aspectos de la apariencia. Uno de los principales resultados que obtuvieron en su investigación de Airbnb en Nueva York, fue que los anfitriones que no son de raza ne-

gra pueden cobrar aproximadamente 12 % más que los anfitriones de raza negra, manteniendo constante la ubicación, las características del lugar que se va a rentar y la calidad. Además, los anfitriones de raza negra tienen una penalidad más grande en el precio por tener una mala ubicación. La evidencia empírica demuestra que la discriminación es principalmente estadística, es decir, discrimina basado en la inferencia de por ejemplo el lugar va a ser mucho más descuidado, menos seguros, etc., y también discriminación basada en el gusto, que decide únicamente en base a sus preferencias, las cuales pueden favorecer y perjudicar a distintos grupos [Edelman and Luca, 2014].

Asimismo, en otro estudio realizado en Estocolmo sobre los efectos de los testimonios de clientes previos y las fotos del lugar publicadas por el anfitrión, se encontró que los testimonios no tienen mayor efecto en el precio de los lugares listados en Airbnb. No obstante, las fotos que favorecen la apariencia y confianza en el lugar si reflejan un incremento en el precio. En el modelo que realizaron, indico que por una unidad en la aumenta la confianza por las fotos publicadas, se incrementa el precio en un 7 %. Por su parte, la razón por la que los testimonios no tienen efecto es porque, los usuarios consideran que tienen muy poca varianza, dado que 97 % de las calificaciones al lugar dentro de los testimonios., se encontraban entre 4.5 a 5 estrellas. Al realizar una comparación de las calificaciones en Airbnb con las de otros hoteles tradicionales, se encontró que su calificación es un 20 % más alta [Ert et al., 2016].

Hasta ahora hemos visto que las compañías de economía compartida tienen en común tres fundamentos básicos. El primero, es que se basan principalmente en los avances de la tecnología para satisfacer a todos sus consumidores, sin importar donde se encuentren. Segundo, son alternativas innovadoras en industrias que ya están bien establecidas, por lo que se conocen como innovaciones disruptivas. Tercero, sus operaciones no se encuentran completamente reguladas por la ley, debido a que sus actividades no se tomaron en cuenta al momento de acordar los estatutos y regulaciones de las industrias tradicionales. Por esta última, Airbnb ha tenido algunos inconvenientes en algunas ciudades, sobre todo quienes han sufrido las consecuencias de que Airbnb no esté correctamente regulado son los anfitriones que no estaban correctamente informados antes de rentar su habitación. McNamara en su estudio presento un ejemplo de que un anfitrión tuvo que pagar una multa de \$40,000 por cada noche que rento su apartamento,

debido a que no leyó los términos y condiciones de Airbnb antes de publicar. En este caso el afectado ganó su caso, debido a que su compañero de cuarto se encontraba en el apartamento mientras lo rentaba. Sin embargo, no se llegó a ningún acuerdo de que sucedería si al momento de alquilar una habitación o departamento el dueño no se encuentra (McNamara, 2014).

En cuanto a los impuestos que Airbnb debe pagar, aún no está claro debido a que la empresa se ha negado a pagar las mismas tasas y operar bajo las mismas leyes de la industria hotelera, sin embargo, en el 2013 declararon a Airbnb como un competidor injusto, que afecta el correcto funcionamiento del mercado. Como respuesta a este asunto, Airbnb decidió trabajar en conjunto con los oficiales de las ciudades de Nueva York y San Francisco para desarrollar un impuesto sobre alojamiento. Debido a que muchos de los acuerdos de alquiler en Airbnb se dan en el sector informal, ya que son considerados ilegales, muchos de los anfitriones y huéspedes han logrado evadir todo tipo de impuestos. Normalmente en Estados Unidos los clientes de hoteles tradicionales pagan alrededor de un 15% en impuestos, de los cuales 8.875% son impuestos a la venta y 5.875% son impuestos de alojamiento, además de otros montos que deben pagar dependiendo la ciudad en la que se encuentren. Esto indudablemente convierte a Airbnb en un free rider, de los beneficios que obtienen por la recaudación de impuestos del sector turístico en el que operan y además les da una ventaja competitiva sobre los alojamientos tradicionales [Guttentag, 2015].

Para evitar incurrir en los gastos y el tiempo que requiere crear una nueva enmienda que cubra el tipo actividades que realizan las empresas que operan bajo la idea de economía compartida, han decidido utilizar una ley que se creó cuando el internet empezó a posicionarse y ser cada vez más utilizado en los hogares. Esta ley se la dictó en 1996, con el fin de regularizar el uso del internet y mantener un sistema de competencia de libre mercado en el mismo. Sin embargo, muchos argumentan que esta ley está desactualizada y que muchas de las actividades que se realizan en línea no están cubiertas por la misma. Al contrario, páginas como eBay y sitios de citas en línea han utilizado la ley § 230 para salir absueltos de diferentes demandas que se les han presentado. Sin embargo, reformar esta ley presenta problemas como exponer a las actuales y nuevas plataformas en línea a enormes rangos de responsabilidad legal y la vulnerabilidad a ser demandados frecuentemente, lo que reduciría significativamente a los participantes en este

tipo de economía.

Por lo tanto, la regularización y control de empresas como Airbnb aún se encuentra en discusión, ya que no se quiere afectar específicamente al funcionamiento de economía compartida, la cual indudablemente ha traído muchos beneficios no solo a los participantes en la transacción si no a las ciudades en las que se encuentra. Un ejemplo de esto se puede observar en el estudio realizado en Barcelona donde mediante regresiones econométricas, lograron obtener resultados en el impacto positivo que Airbnb ha presentado en el incremento y diversificación en el turismo de calidad, y como este ingreso adicional ha ayudado a familias a cubrir sus gastos. En encuestas realizadas a anfitriones de Barcelona, encontraron que el 44 % de los anfitriones, que listaron su habitación o departamento en Airbnb, consideran a estos ingresos extras cruciales para cubrir sus gastos mensuales [Sans and Quagliari, 2016]. Sin embargo, esto se cumple únicamente para personas con activos en áreas atractivas para los turistas.

El plan para regularizar y lograr un mayor control de Airbnb en Barcelona, es hacerlo en dos niveles, primero como distrito y luego en el área municipal, donde se otorgarán cierto número de licencias en áreas urbanas específicas. Con esto se espera limitar el número de alquileres por motivos turísticos en edificios u áreas residenciales. Además, regularizar la concentración de oferta de Airbnb en áreas populares como La Gràcia, Poble Sec, Sagrada Familia y Poble Nou [Sans and Quagliari, 2016].

En base a la previa revisión de la literatura alrededor de Airbnb y su impacto en las economías tradicionales, surgió la motivación para desarrollar mi trabajo de titulación en base al presente tema. El Ecuador ser un país donde el turismo es la tercera fuente de ingresos no petroleros después del banano y camarón, el cual para el tercer trimestre del 2016 contribuyo de manera directa con el 2,1 % del PIB nacional y de manera indirecta con el 5,1 % del PIB, de acuerdo con los datos publicados por el Ministerio del Turismo (2017). Por lo tanto, es esencial entender cuál es el efecto de las innovaciones y nuevos participantes en el sector, para poder medir su alcance y las medidas adecuadas que deberían mantener los miembros de las economías tradicionales. El turismo involucra a muchos sectores de la economía ecuatoriana, por lo tanto, en este caso si la presencia de Airbnb tiene un impacto en el turismo del país, esto podría afectar a los demás sectores como el hotelero, alimentos, transporte, manufactura y a otros con menor

intensidad.

La importancia de dividir por categorías la industria hotelera se puede observar en un estudio elaborado en el Instituto de Tecnología de Massachussets, donde se estimó empíricamente el impacto que ha tenido en Toronto. El cual se realizó mediante un análisis de regresión de series de tiempo de los cambios en la tarifa diaria promedio real, cambio en el listado de habitaciones en Airbnb y cambios en las habitaciones de hotel ocupadas. A diferencia de los otros estudios, se proyectó un pronóstico a 5 años con los modelos estimados. Los resultados obtenidos sugieren que los hoteles de clase media han sido los realmente afectados estadísticamente. Además, elaboran un análisis de sensibilidad sobre sus proyecciones para el 2016 al 2020, lo cual demuestra que, si Airbnb aumenta su cantidad de habitaciones listadas en su página, estas van a tener impacto negativo, pero es estadísticamente insignificante cuando se lo examina en la industria hotelera en general. No obstante, al analizarlo por cada categoría hotelera, sigue existiendo un fuerte impacto en los hoteles de clase media [Mohamad et al., 2016].

Actualmente en el país se cuenta con alrededor de más de 300 ‘anfitriones’ en Airbnb que ofertan alquileres en línea principalmente en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Galápagos, entre otras. En los últimos años han existido reducciones en los ingresos y tasas de ocupación en la industria hotelera, sin embargo, no ha ido acompañado por disminuciones en la cantidad de turismo. En el 2016 los hoteles de categoría uno del país, también conocidos como los de tres o cuatro estrellas, la tasa de ocupación cayó 9, 8 y 15 puntos porcentuales en Quito, Guayaquil y Cuenca, respectivamente. Para lo cual el director Ejecutivo de la Asociación Hotelera del Ecuador (Ahotec), coincidió que una de las causas de este decremento es el crecimiento de oferta informal de alojamiento [Reyes, s/f].

En el artículo de Lee se analiza como Airbnb ha beneficiado al sector turístico, el de intercambio cultural y medio ambiente de la ciudad de Los Ángeles. Sin embargo, en esta ciudad este tipo de alojamiento ha tenido un crecimiento inmediato desde su entrada, a lo que muchos críticos argumentan que perjudica a los vecindarios en los cuales hay gran cantidad de alojamientos ofertados, distorsiona el mercado inmobiliario y empeora la crisis inmobiliaria en la cual se encuentra Los Ángeles desde el 2014. Debido a que las rentas aumentaron un 7,3% durante ese año y los inquilinos promedio gastan alrededor del 47% de sus ingresos en vivien-

da. Es así, que se sostiene la idea de los precios y la oferta agregada del sector inmobiliario ha sido alterada debido a la falta de regularización y control de las operaciones de Airbnb. Lee considera que los beneficios de Airbnb pesan más que los efectos secundarios que ha tenido, sin embargo, considera que al ser una empresa que va a continuar en crecimiento, si no se la regula no se van a aprovechar los beneficios comunitarios [Lee, 2016].

Otra variable esencial en el análisis, pero mucho más difícil de cuantificar es la confianza, que como se explicó anteriormente, es clave para que Airbnb aumente o mantenga las tasas de crecimiento que ha presentado desde su introducción al mercado. En el artículo de Yang y Ahn, se estudió como el progreso de la tecnología ha permitido a la economía compartida se vuelva global y se aprovechen sus ventajas por diversos tipos de empresas. Por lo que, quisieron demostrar mediante modelos econométricos y encuestas realizadas en el mercado de Corea del Sur, como la seguridad percibida afecta la actitud y lealtad hacia las empresas de economía compartida, enfocándose principalmente en Airbnb. Los resultados demostraron que la reputación tiene un efecto positivo en la actitud hacia Airbnb, además, las percepciones de seguridad de los usuarios de la plataforma tienen una alta influencia por regulaciones gubernamentales y políticas de seguridad empleadas por Airbnb [Yang and Ahn, 2016]. Por lo tanto, se puede concluir que para la economía compartida tenga una aceptación exitosa, es importante brindar a las dos partes de la transacción la seguridad suficiente que obtendrían cuando realizan sus intercambios con un intermediario.

En distintos estudios publicados sobre el surgimiento y crecimiento de economía compartida, se utilizan distintas variables las cuales dependiendo del enfoque que tome el modelo van a ser más o menos relevantes. En un artículo de Fragerstorm, et al., examina como las expresiones faciales pueden o no afectar el alquiler de una habitación y finalmente como afecta esto al crecimiento de Airbnb. Un hallazgo interesante en este artículo es que, a pesar de haber incluido otras variables como precio y lugar, se encontró que la imagen proporcionada en la plataforma y así como las especificaciones proporcionadas en el perfil, si se presenta una relación positiva con la cantidad de veces que se renta esa propiedad [Fagerstrøm et al., 2017]. Sin embargo, para incluir esta variable, primero hay que crear grupos de control y examinar sus reacciones frente a los posibles escenarios y tipos de ofertantes en Airbnb, lo cual implicaría un proceso bastante

complejo para una variable que no tiene tanta importancia para la orientación de mi pregunta de investigación.

2.1.4. Situación turística del Ecuador

El sector turístico ecuatoriano se caracteriza por tener un crecimiento sostenible promovido por campañas turísticas las cuales están enfocadas en atraer tanto turistas domésticos, como extranjeros. Las cuales se enfocan principalmente en demostrar que el Ecuador es un país con abundante diversidad cultural y de ecosistemas. La principal campaña turística promocional con mayor reconocimiento mundial es “All You Need Is Ecuador” en la que se invirtió \$19,5 millones de dólares y fue lanzada en el 2014. El ministro de turismo indico que el 67% de los estadounidenses que visitaron ese año el país habían visto la campaña (Ministerio de turismo, 2014). Además, en el 2015 se pagó \$2,99 millones de dólares para transmitir un video promocional de la misma campaña por 30 segundos durante el Super Bowl. Con el cual se aspiraba llegar a 60 millones de personas, el interés por llegar al público norteamericano es debido a que, en el 2014, los turistas estadounidenses representaron un ingreso \$545 millones de dólares. Por esta razón, en el 2016 decidieron lanzar una nueva fase para la campaña “All You Need Is Ecuador” con la frase “Love is in the air” para la cual se invirtieron \$7 millones y con objetivo principal los mercados de Estados Unidos y Canadá [Medina, 2015].

El turismo siempre ha sido uno de los pilares que sostiene el PIB ecuatoriano, con la implementación masiva de las campañas desde el 2014, los arribos extranjeros incrementaron en 16.3% con respecto al 2013. De acuerdo con los reportes del Ministerio del turismo, el turismo presento un crecimiento anual del 13% en el 2015. En cuanto al 2016, se registró un descenso en los ingresos turísticos, lo cual se da como respuesta a la coyuntura económica mundial y factores exógenos como la apreciación del dólar, la devaluación de la moneda de países vecinos, Perú y Colombia. No solo factores externos afectaron a la situación turística del país, debido a que el mismo año, hubo alerta de actividad volcánica del Cotopaxi, virus zika, el terremoto del 16 de abril y los sismos que afectaron a la movilización durante los feriados [Comercio, 2016]. A pesar de todas estas injerencias, la balanza turística fue positiva por quinto año consecutivo y represento de manera directa el 2% del PIB nacional (Ver Figura 5). Asimismo, el turismo

continúo siendo la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón. Para el 2017 el arribo de turistas represento un crecimiento del 14 % con respecto al año pasado y los ingresos contribuyeron directamente al 2,2 % del PIB [WTTC, 2016].

2.1.5. Situación del sector hotelero del Ecuador

El Ecuador siempre ha invertido para que el turismo se mantenga como una industria estratégica, lo que genera grandes oportunidades al sector hotelero. Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos y promociones realizadas por el Ministerio de turismo, el aumento en la llegada de turistas no parece reflejarse en el sector hotelero del país. Al ser una industria dinámica, requiere mantenerse constantemente innovando, en contraste con las industrias que ofertan bienes, ya que este si no vende el producto hoy lo pueden hacer el siguiente día. Sin embargo, en hotelería una habitación no reservada representa perdidas, como sucede con un pasaje de avión, un espacio en el cine, entre otros.

De acuerdo con Alatorre, la decana de la carrera de Hospitalidad en la UDLA, se considera que el principal problema de este sector es que se está llegando a un ciclo de sobreoferta, en el que se ofrecen una mayor cantidad de habitaciones superando la demanda (ver Figura 6). Una de las soluciones para este problema es el crecimiento de la demanda, atrayendo a grandes operadoras y organizadores de congresos para que desarrollen proyectos de alcance masivo en Ecuador (Meléndez). En un estudio realizado por la Universidad San Francisco de Quito, sobre la situación hotelera del país, se demostró que lo ideal es apostar por mantener o subir las tarifas para aumentar su crecimiento. Aunque suene contradictorio aumentar las tarifas frente a una crisis económica, se encontró que no existe relación entre la tasa de ocupación y la tarifa promedio. Por lo tanto, la propuesta es aumentar los precios, pese a que signifique reducir la tasa de ocupación.

De igual manera, Patricio Gaybor, gerente técnico de Quito Turismo, considera la posibilidad de que exista canibalización de precios. “Hay mucha ocupación, pero las tarifas son bajas. Una ocupación alta no da rentabilidad, es preferible bajar la ocupación e incrementar la tarifa” [Líderes, s/f]. Además, la utilidad neta de las empresas de la industria hotelera en promedio es baja, se encuentra alrededor del 5%. Mientras que hay hoteles de lujo o con tarifas más altas,

los cuales manejan una utilidad neta de aproximadamente el 18%. Con lo que esperan lograr que aumenten los ingresos, los cuales como se observa en el gráfico 1 a continuación, tienen una tendencia a la baja desde el 2012 aproximadamente:

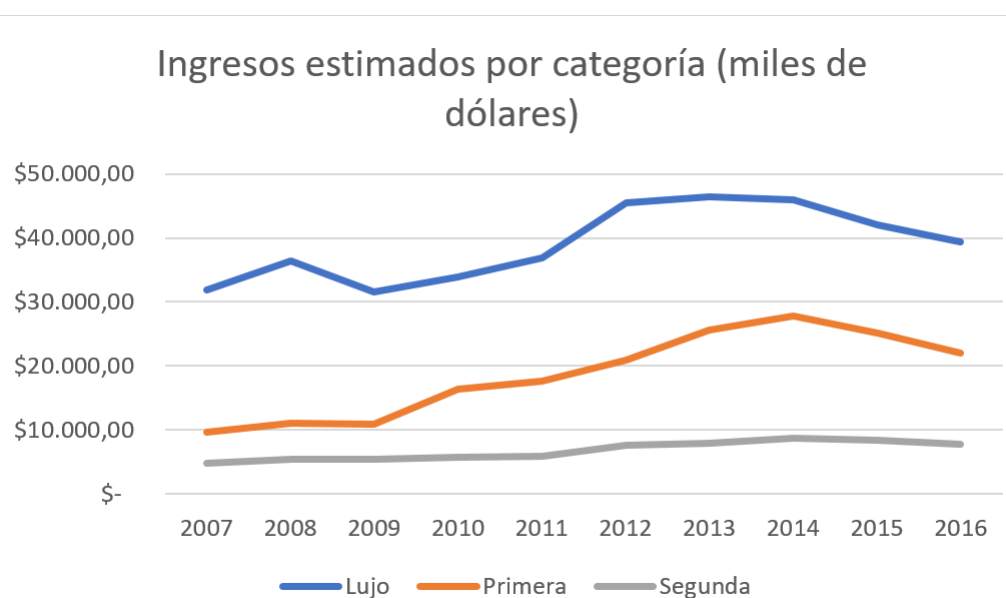


Figura 1: Ingresos estimados por categoría

Los hoteles de categoría lujo son los que lideran los niveles de ocupación, con más del 70%. Mientras que las demás categorías, primera y segunda, se encuentran por debajo del 50% de ocupación. Como se puede observar en el gráfico 2 a continuación:

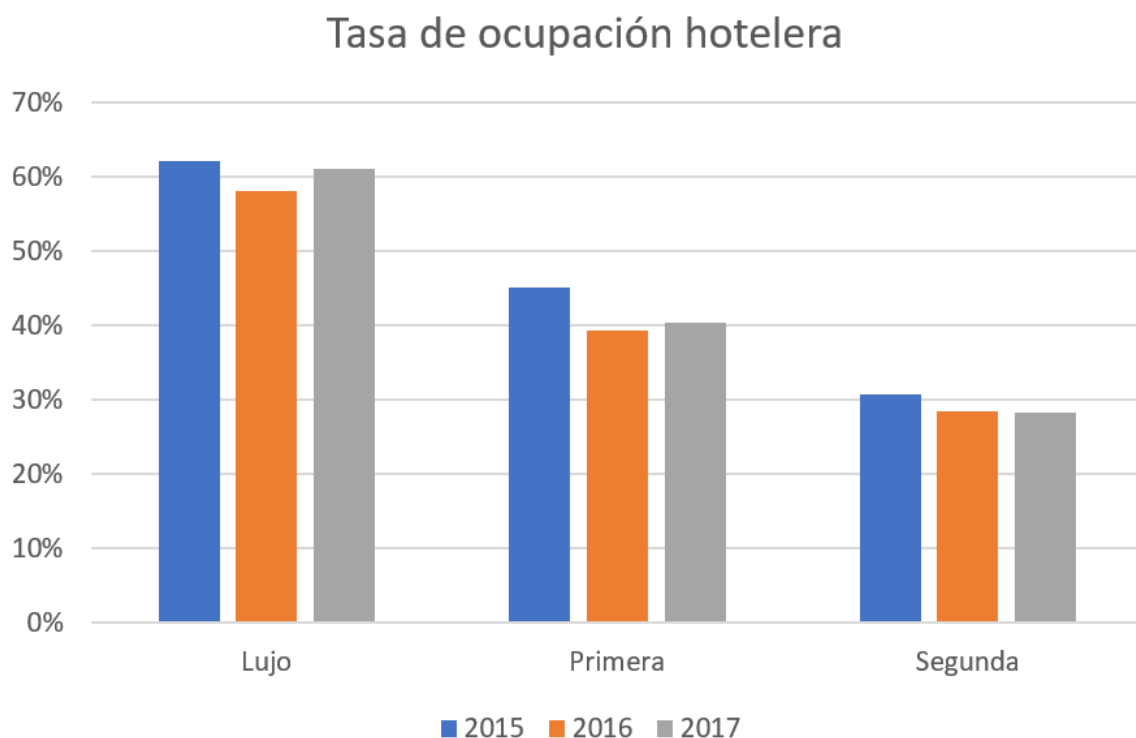


Figura 2: Tasa de ocupación hotelera

Asimismo, los hoteles más grandes, es decir, con más de 100 habitaciones, tienen mayores niveles de ocupación que los pequeños [Meléndez, s/f]. Dentro de los motivos que generan problemas en el crecimiento del sector hotelero, son similares a los que afectan al sector turístico, la apreciación del dólar, la caída del precio del petróleo, la situación económica mundial. No obstante, un factor importante que está cada vez afectando en mayor medida es la tendencia de hospedaje alternativo en casas y departamentos. La empresa municipal Quito Turismo, presenta que, en el 2014, el 39% de turistas se hospedaron en casas de familiares o amigos. El 37% se hospedó en hoteles, 12% en residencias y el 12% restante en otro tipo de establecimientos [Cepeda, 2015].

En el Ecuador alrededor del 85% de los hoteles son Pymes y Micro pymes, que en su gran mayoría no cubren los requerimientos de hotelería a nivel mundial. Debido, a las bajas tarifas promedio y el consecuente problema de invertir en innovaciones en desarrollos tecnológicos para sus servicios. Para el 2016, existían alrededor de 4500 establecimientos turísticos, de los cuales únicamente 27 son considerados de lujo, con una tarifa promedio de \$110. La que de igual manera se encuentra por debajo de la tarifa de la región, la que se encuentra sobre los

\$170. Los hoteles de primera categoría representan cerca del 6% del total de establecimientos, con una tarifa promedio de \$70 [Cepeda, 2015].

2.1.6. Airbnb en Ecuador

En el año 2010 se registraron las primeras 6 reservaciones en la ciudad de Quito utilizando el servicio de Airbnb. Las cuales han presentado un rápido crecimiento, para el 2017 se reservaron 6288 habitaciones por medio de su portal web. En el grafico a continuación se observa el crecimiento de la cantidad de alquileres por año en las principales ciudades turísticas del Ecuador:

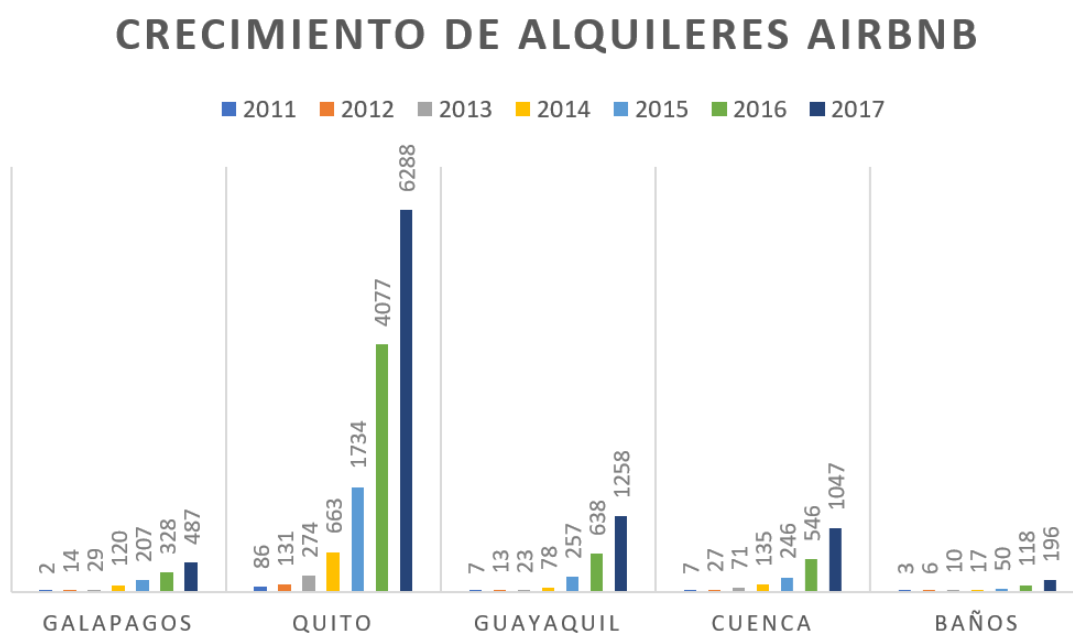


Figura 3: Crecimiento de alquileres Airbnb

Las opciones de hospedaje ofertadas son muy variadas, se pueden encontrar habitaciones privadas, compartidas, departamentos y casas completas. Los precios oscilan entre los 12y100 por noche dependiendo de la ciudad, cercanía a lugares turísticos y tiempo de estadía. A los anfitriones se les cobra una comisión del 3% del valor de la reserva, la cual se paga previamente a acceder al servicio [Comercio, 2014].

En el 2016, un anfitrión ecuatoriano promedio de Airbnb obtuvo un ingreso extra de \$980 dólares anual (ver Figura 7). Airbnb realiza encuestas anuales a nivel mundial y para el Ecuador

en el 2016, se obtuvo que: el 68% de los anfitriones compartían su casa con el motivo de obtener dinero extra. El 34% usaba ese dinero para poder llegar a fin de mes y el 45% como ayuda para poder seguir viviendo en su casa. En cuanto a las encuestas realizadas a los huéspedes ecuatorianos, el 89% respondió que ahorraron dinero usando Airbnb y el 46% dijo que no hubiesen viajado o quedado tanto tiempo si no fuese por esta alternativa [Airbnb, 2017].

3. CAPÍTULO III

3.1. Marco metodológico

En el siguiente capítulo se complementa el proyecto de investigación, realizando modelos econométricos que prueben la hipótesis del presente trabajo y los resultados obtenidos en el análisis previo. El estudio empírico se realizará únicamente para la ciudad de Quito, ya que debido a la cantidad de datos se puede elaborar un modelo similar al utilizado por Neeser en su publicación sobre el impacto de Airbnb en los países Nórdicos. Sin embargo, es importante tomar en cuenta que se está trabajando con datos de panel, del año 2007 al 2017. Por lo que, al trabajar con pocas observaciones, no permite obtener resultados robustos.

3.1.1. Obtención de datos

En un inicio existían varios estudios cualitativos y de opinión sobre el fenómeno de Airbnb y como este ha impactado en la demanda de habitaciones en la industria tradicional, debido a la falta de datos y su rápido crecimiento. Sin embargo, en la actualidad existen diversas investigaciones sobre la afectación de Airbnb, en especial de las grandes ciudades con mayores niveles de turismo. Muchos de estos estudios utilizan modelos econométricos para demostrar cual ha sido el nivel de impacto en las tasas de ocupación hoteleras y si efectivamente, el incremento de las propiedades enlistadas en la plataforma digital reduce la demanda.

Obtener los datos oficiales de Airbnb es complicado porque la plataforma no comparte sus datos con terceros por cuestión de confidencialidad y competencia. Por lo que, para el presente estudio se utiliza los datos de Airdna, la cual provee información actualizada diariamente sobre la actividad diaria de las propiedades ofertadas en el portal web. La información que proveen de manera gratuita es: el número de casas, habitaciones privadas y compartidas, cuantas de las actividades enlistadas y anfitriones están activos, el número de habitaciones y huéspedes promedio, cuantas habitaciones están disponibles todo el tiempo y el crecimiento anual en porcentaje y por número de habitaciones rentadas durante el año. Los datos son de las ciudades más grandes y con mayores niveles de turismo en el país, es decir, Quito, Guayaquil, Cuenca, Baños desde

el año 2010 al 2018.

En cuanto a los datos de la industria hotelera del Ecuador, se encuentra disponible la tasa de ocupación de las principales ciudades del país desde el año 2015 al 2017, divididas por hoteles de lujo, primera y segunda categoría. De acuerdo con el Ministerio de Turismo del Ecuador dentro de la categoría de lujo se encuentran hoteles de 5 estrellas, en la primera categoría hoteles de 4 estrellas y la segunda categoría hoteles de 3 estrellas (ver Anexo 5). No obstante, para poder crear un modelo econométrico con el cual se pueda demostrar cómo afecta la presencia de Airbnb es necesario tener datos sobre los años previos a su ingreso. Para la ciudad de Quito, estos datos están disponibles en el Boletín de Ocupación Hotelera del 2017 elaborado por la Empresa Publica Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. Para el resto de las ciudades del país Guayaquil, Cuenca, Galápagos y Baños, el análisis se realiza únicamente comparando la tasa de ocupación de los hoteles con el crecimiento de Airbnb para los años 2015, 2016 y 2017.

3.1.2. Diseño de la investigación e identificación de las variables

Muchas de las publicaciones sobre el impacto de Airbnb utilizan modelos econométricos para medir el nivel de afectación en una ciudad o país. Para los propósitos de este trabajo, se va a seguir un modelo similar al utilizado por Neeser en su estudio sobre la presencia e irrupción de Airbnb en la industria tradicional. Su modelo se limita a estudiar como el aumento de las propiedades enlistadas en la plataforma web de Airbnb disminuye los ingresos promedio por habitación disponible. Sin embargo, para la ciudad de Quito, además de encontrar los datos sobre el ingreso promedio, también se dispone de los datos del promedio de habitaciones ocupadas. De tal manera que se van a realizar los dos tipos de modelos siguientes:

$$\log IngProm = \beta_0 + \beta_1 \log Airbnb + \beta_3 Categoría + \beta_4 Presencia Airbnb + X + \varepsilon \quad (1)$$

$$\log HabOCC = \beta_0 + \beta_1 \log Airbnb + \beta_3 Categoría + \beta_4 Presencia Airbnb + X + \varepsilon \quad (2)$$

En la primera ecuación la variable dependiente es logaritmo del ingreso promedio por año ($\log\text{IngProm}$) y en la segunda ecuación es el logaritmo de las habitaciones ocupadas por año ($\log\text{HabOCC}$). En cuanto a las variables independientes, son las mismas para las dos ecuaciones, la variable $\log\text{Airbnb}$ representa el logaritmo de la cantidad de alquileres anuales utilizando los servicios de Airbnb.

Categoría se comporta como una variable dicotómica, la cual va a comparar el impacto de Airbnb dependiendo la categoría que está siendo analizada. Es importante tomar en cuenta, que son 3 categorías las que están siendo analizadas, lujo u hoteles de 5 estrellas, primera categoría o de 4 estrellas y segunda categoría o de 3 estrellas. Por lo tanto, primero se va a comparar lujo frente a primera categoría, después lujo frente a segunda categoría y primera frente a segunda categoría. De esta manera, se podrá tener resultados más adecuados sobre cual de las categorías está teniendo un mayor nivel de afectación con el crecimiento de Airbnb.

Por último, la variable X representa las variables que podrían estar correlacionadas con la disminución de las habitaciones ocupadas e ingresos en la industria hotelera, las cuales van a ser población, desempleo y PIB per cápita. Las principales ventajas del modelo es el contar con datos antes y después del ingreso de Airbnb. Además, a diferencia de los otros estudios, en este modelo se añade la variable de categoría, para medir si efectivamente Airbnb representa una mayor competencia para los hoteles más económicos. Estas características nos permiten entender como los ingresos y tasas de ocupación evolucionaron a medida que la presencia de Airbnb en la ciudad de Quito crecía. Los signos y coeficientes de mayor relevancia son los de las variables $\log\text{Airbnb}$ y Categoría, ya que van a permitir comprobar si la hipótesis del presente trabajo y estudio realizado se cumple para Quito.

3.1.3. Modelos y análisis de resultados

Tabla 1: Modelo número de habitaciones ocupadas: lujo vs. primera categoría

	<i>Dependent variable:</i>
	LOG.hab.ocupada
LOG.Alquileres.Airbnb	-0.006 (0.054)
Categoria	0.104*** (0.019)
Presencia.Airbnb	0.014 (0.044)
Desempleo	-0.024 (0.030)
PIB.per.capita	0.0001* (0.00003)
Poblacion	-0.00000 (0.00000)
Constant	6.184*** (1.272)
Observations	22
R ²	0.777
Adjusted R ²	0.687
Residual Std. Error	0.044 (df = 15)
F Statistic	8.691*** (df = 6; 15)
<i>Note:</i>	*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Tabla 2: Modelo número de habitaciones ocupadas: lujo vs. segunda categoría

	<i>Dependent variable:</i>
	LOG.hab.ocupada
LOG.Alquileres.Airbnb	-0.013 (0.023)
Categoría	0.147*** (0.008)
Presencia.Airbnb	-0.011 (0.018)
Desempleo	-0.017 (0.013)
PIB.per.capita	0.00005*** (0.00001)
Poblacion	-0.00000 (0.00000)
Constant	5.955*** (0.532)
Observations	22
R ²	0.964
Adjusted R ²	0.950
Residual Std. Error	0.018 (df = 15)
F Statistic	66.966*** (df = 6; 15)

Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Tabla 3: Modelo número de habitaciones ocupadas: primera vs. primera categoría

	<i>Dependent variable:</i>
	LOG.hab.ocupada
LOG.Alquileres.Airbnb	-0.019 (0.045)
Categoria	0.044** (0.015)
Presencia.Airbnb	0.051 (0.036)
Desempleo	-0.007 (0.025)
PIB.per.capita	0.0001** (0.00003)
Poblacion	-0.00000 (0.00000)
Constant	5.815*** (1.051)
Observations	22
R ²	0.733
Adjusted R ²	0.626
Residual Std. Error	0.036 (df = 15)
F Statistic	6.851*** (df = 6; 15)

Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Como se esperaba, el logaritmo de la cantidad de alquileres tiene un signo negativo, lo que quiere decir que mientras mayor sea el número de alquileres por medio de Airbnb, menores van a ser niveles de ocupación. En la tabla 1 se está evaluando la categoría lujo versus 4 estrellas, en la tabla 2 la categoría lujo versus 3 estrellas y en la tabla 3 se presentan los resultados de las categorías 4 y 3 estrellas. En las cuales se puede observar que a medida que disminuye la categoría o cantidad de estrellas, el efecto del aumento de los alquileres es mayor. Lo que comprueba la hipótesis de que, Airbnb es competencia principalmente para hoteles económicos. Mientras que para los hoteles de lujo o para negocios, el nivel afectación es muy bajo o nulo. Esto también se puede observar con el signo de la variable dicotómica Categoría, dado que, el modelo esta realizado de tal manera que tome el valor de 1 cuando es el hotel de categoría más alta y 0 para el de menor categoría. Por lo tanto, que el signo sea positivo indica que, al ser de mayor categoría, la cantidad de habitaciones ocupadas va a ser mayor.

Al analizar el R^2 ajustado, observamos que los modelos tienen altos niveles de precisión del 63% al 95%, se puede decir que las variables son importantes para determinar los cambios la ocupación de las habitaciones. Sin embargo, es importante considerar que se está trabajando con 22 observaciones, lo que podría estar exagerando el R^2 , así que es necesario considerar los demás factores estadísticos. Los valores t son relativamente mayores a 0 y están por encima de los errores estándar, lo que nos permite rechazar la hipótesis nula y argumentar que si existe una relación entre la variable dependientes y las independientes. Con el valor p podemos determinar que la variable Categoría es significativa, lo que corrobora el análisis del valor t. El estadístico F nos indica la significancia conjunta de las variables explicativas del modelo, en este caso los valores están muy por encima de 1, sobre todo en el modelo de la tabla 2. Lo que indica que las variables son significativas conjuntamente, además tiene un valor p menor a 0.01.

Tabla 4: Modelo ingresos: lujo vs. primera categoría

	<i>Dependent variable:</i>
	LOG.Ingreso.estimado
LOG.Alquileres.Airbnb	-0.014 (0.084)
Categoria	0.334*** (0.029)
Presencia.Airbnb	0.034 (0.068)
Desempleo	-0.017 (0.047)
PIB.per.capita	0.0001** (0.0001)
Poblacion	-0.000 (0.00000)
Constant	3.917* (1.975)
Observations	22
R ²	0.926
Adjusted R ²	0.896
Residual Std. Error	0.068 (df = 15)
F Statistic	31.127*** (df = 6; 15)

Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Tabla 5: Modelo ingresos: lujo vs. segunda categoría

	<i>Dependent variable:</i>
	LOG.Ingreso.estimado
LOG.Alquileres.Airbnb	-0.008 (0.040)
Categoria	0.759*** (0.014)
Presencia.Airbnb	-0.035 (0.032)
Desempleo	-0.012 (0.022)
PIB.per.capita	0.0001*** (0.00003)
Poblacion	-0.000 (0.00000)
Constant	3.519*** (0.936)
Observations	22
R ²	0.995
Adjusted R ²	0.993
Residual Std. Error	0.032 (df = 15)
F Statistic	531.799*** (df = 6; 15)

Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Tabla 6: Modelo ingresos: primera vs. segunda categoría

	<i>Dependent variable:</i>
	LOG.Ingreso.estimado
LOG.Alquileres.Airbnb	-0.023 (0.062)
Categoría	0.425*** (0.021)
Presencia.Airbnb	0.036 (0.050)
Desempleo	-0.007 (0.034)
PIB.per.capita	0.0001*** (0.00004)
Poblacion	0.00000 (0.00000)
Constant	2.846* (1.455)
Observations	22
R ²	0.973
Adjusted R ²	0.962
Residual Std. Error	0.050 (df = 15)
F Statistic	88.436*** (df = 6; 15)

Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

Al igual que los tres primeros modelos, la tabla 4 indica la comparación entre lujo y primera categoría. La tabla 5 muestra los resultados de lujo y segunda categoría, y la tabla 6 los resultados de primera y segunda categoría. Asimismo, para los modelos del promedio de ingresos por habitación disponible el logaritmo de la cantidad de alquileres de Airbnb tiene signo negativo. Lo que confirma la hipótesis del trabajo, al indicar que al incrementar en una unidad porcentual los alquileres de Airbnb, los ingresos por habitación disponible disminuyen 0.014, 0.008 y 0.023, respectivamente.

La variable Categoría en estos modelos se comporta distinto, ya que tiene un mayor efecto en los ingresos por habitación, al ser lujo frente a hoteles de segunda categoría. Por lo que, se puede inferir que en el momento de estimar la afectación en el ingreso, la diferencia de categorías tiene un mayor efecto en las categorías más económicas. Los R^2 ajustados de las tres ecuaciones son bastante altos, oscilan entre 0.89 y 0.99. Por lo que, hay que considerar que estamos trabajando con datos de panel, con pocas observaciones, lo que infla el valor del R^2 . Para probar la significancia conjunta tomamos en cuenta el estadístico F, el cual para los tres modelos es significativamente mayor a 1 y tiene un nivel de confianza del 99%. Lo que permite concluir que las variables independientes, efectivamente tienen efecto sobre los ingresos por habitación disponible.

Para comprobar si existe autocorrelación en las series de datos utilizadas, se realizó un test de Durbin Watson, el cual prueba la autocorrelación en los residuos de las regresiones. El estadístico, toma un valor en 0 y 4, cuando es igual a 2 indica que no hay autocorrelación entre las variables. Mientras que si el valor está cerca de 0 indica autocorrelación positiva y cercano 4 indica autocorrelación negativa. Para los modelos realizados para el presente análisis, se obtuvo estadísticos t por debajo de 2, lo que indica que existe autocorrelación positiva. Para este test la hipótesis nula es que no existe autocorrelación y la hipótesis alternativa es que existe autocorrelación mayor a 0. Con el test se obtuvo valores p menores al 5%, por lo tanto, hay suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula. En consecuencia, a pesar de que los resultados sean consistentes con la hipótesis del trabajo y las variables de los modelos sean significativas estadísticamente. Hay que tomar en cuenta que hay otros factores como la inercia o sesgos de especificación, que podrían estar generando este problema.

4. CAPÍTULO IV

4.1. Conclusiones

En el presente trabajo de investigación se ha logrado ampliar el entendimiento del fenómeno Airbnb en el mercado internacional y, especialmente, como su crecimiento está afectando a la industria hotelera tradicional del Ecuador. Airbnb es una empresa relativamente joven, la cual ha logrado incursionar y posicionarse exitosamente en el mercado de alojamientos, bajo el modelo de economía compartida. Entre las ventajas que operar bajo este modelo le brinda, está la posibilidad de ofertar hospedaje mucho más económico, con las mismas o mejores características, que las ofrecidas en por hospedajes tradicionales. Logrando de esta manera irrumpir la idea inicial, de la habitación habitual en hoteles de grandes cadenas y pasar a utilizar espacios sub-ocupados o alquilar un departamento o casa completamente, por un corto periodo de tiempo, usualmente a precios más cómodos.

En el Ecuador, como se estudió a lo largo del trabajo, el sector turístico es una de las principales fuentes de ingresos para el país, a pesar de algunas dificultades por las que a atravesado en los últimos años. Por lo que, se esperaba que la industria hotelera tenga el mismo o un similar desempeño al estar estrechamente correlacionados. Sin embargo, en el análisis se obtuvo que el sector no está obteniendo los resultados esperados y a pesar de eso, están apostando al incremento de la oferta de hoteles. Lo cual tomando en cuenta los resultados obtenidos de las preferencias de hospedaje de los turistas y las nuevas alternativas de alojamiento, no parece ser la mejor alternativa.

La presencia de Airbnb, en Ecuador, es significativa desde el 2013. No obstante, a partir del 2016 el crecimiento de los arrendamientos por año ha sido exponencial. Por lo que, se puede determinar que, efectivamente, a medida que el sector hotelero tradicional ha empezado a obtener rendimientos bajos, el servicio de Airbnb ha tomado cada vez una posición más fuerte en el país. De esta manera, se concluye que, aunque Airbnb es una plataforma alternativa, que inicialmente generaba dudas y desconfianza en el consumidor. Actualmente, cada vez más personas se están dándole la oportunidad a este tipo de bienes o servicios y adaptándolos a sus opciones

habituales. Como se observó muchos hoteles internacionales, en las mayores ciudades turísticas, están enfrentando a Airbnb como uno de sus mayores competidores y claramente Quito no es la excepción.

5. Referencias

- Jeroen Oskam and Albert Boswijk. Airbnb: the future of networked hospitality businesses. *Journal of Tourism Futures*, 2(1):22–42, 2016.
- Investopedia. Sharing economy definition.
- Timm Teubner. Thoughts on the sharing economy. In *Proceedings of the International Conference on e-Commerce*, volume 11, pages 322–326, 2014.
- A. Sundararajan. From zipcar to the sharing economy. 2013.
- Reilly K. Hira, A. The downside of uber, airbnb and the sharing economy. 2017.
- B Carson. *How 3 guys turned renting an air mattress in their apartment into a \$25 billion company.*, 2016.
- J. Haro. Airbnb llegará a valer hasta 50.000 millones de dólares si decide salir a bolsa en 2018. 2017.
- K Hong Choi, J Hyun Jung, S Yeol Ryu, S Do Kim, and S Min Yoon. The relationship between airbnb and the hotel revenue: in the case of korea. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(26), 2015.
- Dâvid Neeser, Martin Peitz, and Jan Stuhler. Does airbnb hurt hotel business: Evidence from the nordic countries. *University Carlos III de Madrid dissertation*, 2015.
- Benjamin G Edelman and Michael Luca. Digital discrimination: The case of airbnb. com. 2014.
- Eyal Ert, Aliza Fleischer, and Nathan Magen. Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in airbnb. *Tourism Management*, 55:62–73, 2016.
- Daniel Guttentag. Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current issues in Tourism*, 18(12):1192–1217, 2015.

- Albert Arias Sans and Alan Quagliari. Unravelling airbnb: Urban perspectives from barcelona. *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place; Channel View Publications: Buffalo, NY, USA*, page 209, 2016.
- Hassan Mohamad et al. *Estimating the impact of Airbnb on hotels in Toronto*. PhD thesis, Massachusetts Institute of Technology, 2016.
- S. Reyes. Drástica caída de ventas en hoteles y restaurantes. *El Comercio*, s/f.
- Dayne Lee. How airbnb short-term rentals exacerbate los angeles's affordable housing crisis: Analysis and policy recommendations. *Harv. L. & Pol'y Rev.*, 10:229, 2016.
- Sujin Yang and Sungsook Ahn. Impact of motivation in the sharing economy and perceived security in attitude and loyalty toward airbnb. *Advanced Science and Technology Letters*, 129:180–184, 2016.
- Asle Fagerstrøm, Sanchit Pawar, Valdimar Sigurdsson, Gordon R Foxall, and Mirella Yani-de Soriano. That personal profile image might jeopardize your rental opportunity! on the relative impact of the seller's facial expressions upon buying behavior on airbnbTM. *Computers in Human Behavior*, 72:123–131, 2017.
- A. Medina. Usd 2,99 millones cuesta el comercial de all you need is ecuador en el super bowl 2015. *El Comercio*, 2015.
- El Comercio. El turismo interno en el ecuador generó 12,3 millones de viajes en el 2016. 2016.
- WTTC. Economic impact 2016 ecuador. 2016.
- Líderes. En quito, el sector hotelero crece en medio de nuevos retos. *Revista Líderes*, s/f.
- A. Meléndez. El despunte (¿o no?) de la industria hotelera. *Revista Gestión*, s/f.
- Ramía D. Endara P. y Villota R. Cepeda, M. Análisis del mercado hotelero de quito: Desempeño, tendencias y oportunidades. 2015.
- El Comercio. Los hoteles ya no son la primera opción para los viajeros y turistas. 2014.

Airbnb. El 68% de los anfitriones de airbnb en Ecuador comparte su casa para ganar dinero extra. *Airbnb Citizen*, 2017.

6. Anexos

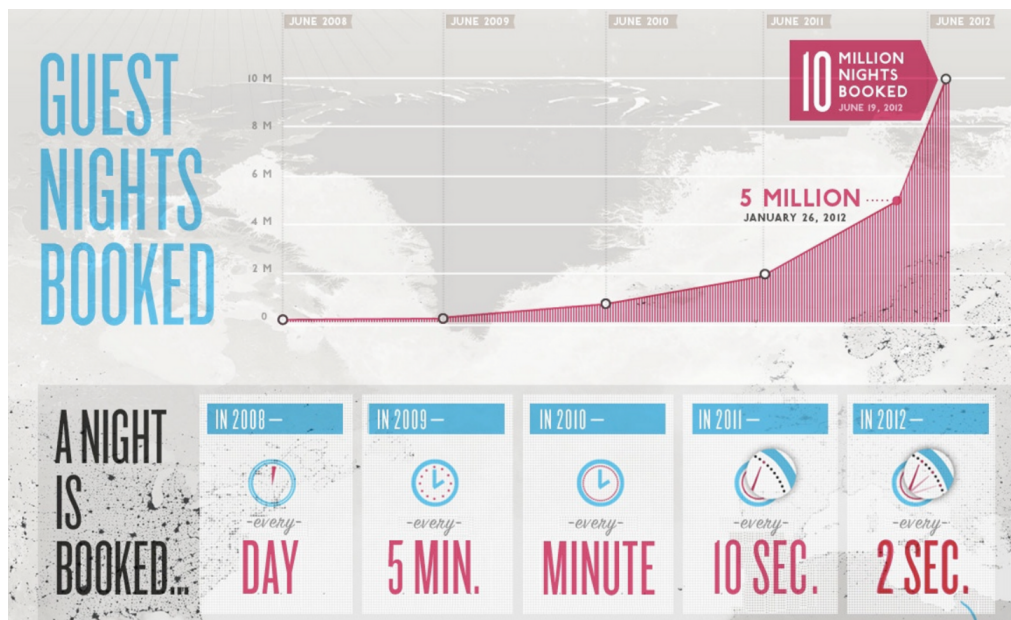


Figura 4: Crecimiento Airbnb

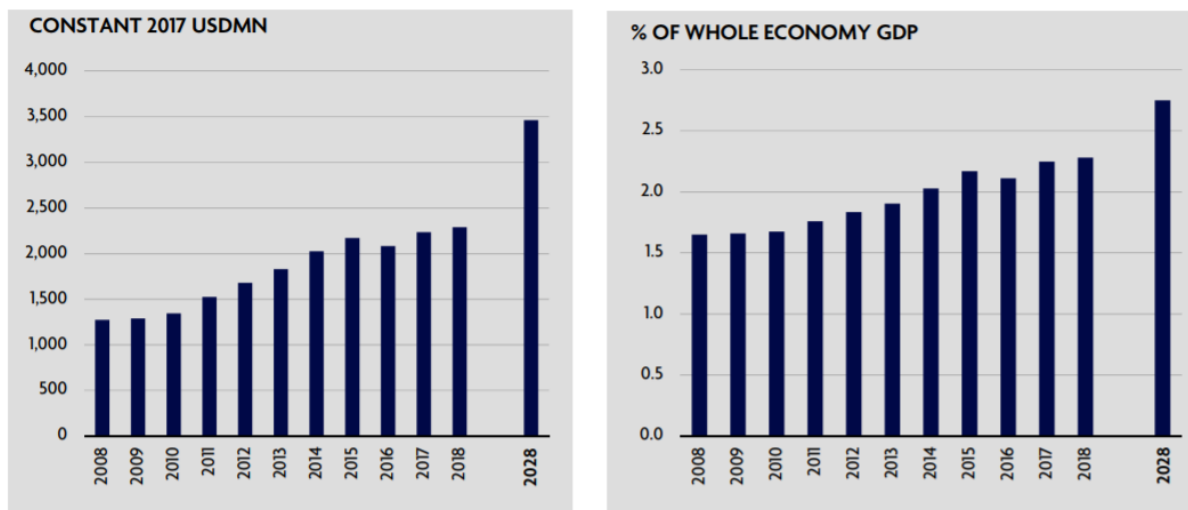
ECUADOR: DIRECT CONTRIBUTION OF TRAVEL & TOURISM TO GDP

Figura 5: Contribución directa del turismo al PIB

PROYECTOS HOTELEROS EN LA CIUDAD DE QUITO				
PROYECTOS EN ETAPA DE EJECUCIÓN				
Propiedad	Sector	Inicio Estimado de Operaciones	# Habitaciones	Etapa del proyecto
LE PARC	QUITO-NORTE	2do. SEMESTRE 2015	70	FINALIZACIÓN
ZEN SUITES	QUITO-NORTE	2do. SEMESTRE 2015	50	FINALIZACIÓN
HOTEL GARDEN SAN JOSE	PUEMBO	2do. SEMESTRE 2015	40	FINALIZACIÓN
SUITES DEL CASTILLO	QUITO-NORTE	INICIOS 2016	100	CONSTRUCCIÓN
WYNDHAM AIRPORT GRAND CONDOR	AEROPUERTO	INICIOS 2016	150	CONSTRUCCIÓN
HOLIDAY INN EXPRESS QUITO AIRPORT	AEROPUERTO	FINALES 2016	126	CONSTRUCCIÓN
EUROBUILDING QUITO AIRPORT	AEROPUERTO	INICIOS 2016	216	CONSTRUCCIÓN
IBIS	CIUDAD-NORTE	FINALES 2016	150	PRE-CONSTRUCCION
PROYECTOS EN ETAPA PRE - EJECUCIÓN				
HILTON LIMITED SERVICE	SAN PATRICIO	NI	144	PROYECTO
HILTON LUXURY	SAN PATRICIO	NI	210	PROYECTO
PROYECTOS EN ETAPA DE ESTUDIO				
Propiedad	Sector	Inicio Estimado de Operaciones	# Habitaciones	Etapa del proyecto
CASA MEJIA	CIUDAD – CENTRO	NI	NI	PROYECTO
CASA PEREZ PALLARAES	CIUDAD – CENTRO	NI	NI	PROYECTO
EX HOSPITAL MILITAR	CIUDAD – CENTRO	NI	85	PROYECTO
HOTEL UNASUR	QUITO	NI	100	PROYECTO
HOTEL ROYAL GREEN	PUEMBO	NI	100	PROYECTO
EX HOTEL HUMBOLT	CIUDAD – CENTRO	NI	90	PROYECTO
HOTEL QUITO	CIUDAD -NORTE	NI	80	PROYECTO

FUENTE: HQM, MUNICIPIO METROPOLITANO DE QUITO, ENTREVISTAS.

Figura 6: Proyectos hoteleros en la ciudad de Quito

Llegada de huéspedes	45.200
Anuncios	7.000
Anfitriones	4.800
Ingresos anuales de un Anfitrión típico	USD 980
Noches reservadas al año por anuncio	16
Duración de estadía (en promedio)	4,4 días
Anfitriones que tienen sólo una propiedad anunciada en Airbnb	84%
Anfitriones que son mujeres	50%
Anfitriones que son dueños	89%
Anfitriones que son inquilinos	6%

Figura 7: Datos Airbnb Ecuador