

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA

EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO



Tesis de Grado para obtener el título de Licenciatura

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE
ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS EN EL FLUJO TURÍSTICO DE
LOS HOTELES DE LA ZONA EL ROSARIO DE LA CIUDAD DE LA PAZ EN LA
GESTIÓN 2019”

Postulantes: Avalos Angola Susy Alison

Candia Montaña Mariana

Tutor: M.SC. Erick Rodríguez Luján

La Paz – Bolivia

Octubre 2023

AGRADECIMIENTOS

Queridos familiares, amigos, y distinguidos profesores,

Es un honor para nosotras dirigirnos a todos ustedes en este momento significativo, al finalizar nuestra tesis de grado en la apreciada Universidad Mayor de San Andrés. Hoy, queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a todas las personas que han hecho posible este logro.

Queremos agradecer a nuestro tutor, el MSc. Erick Rodríguez Luján por su orientación experta, dedicación incansable y paciencia infinita. Su sabiduría y experiencia fueron fundamentales para dar forma a mi investigación y guiarme hacia la excelencia académica.

También quiero expresar mi gratitud al MSc. Dante Caero, nuestro director de carrera, por su liderazgo inspirador y apoyo constante. Su visión y compromiso con la educación han sido una fuente de inspiración para todos nosotros.

Finalmente, agradecemos a todos nuestros amigos, familia y compañeros de clase por su camaradería, colaboración y amistad incondicional.

Este logro no es solo nuestro, sino de todos los que nos han rodeado con amor y apoyo. Gracias por ser parte de este viaje. Estamos eternamente agradecidas y esperamos honrar este apoyo continuando nuestro camino con dedicación y determinación.

Con gratitud y cariño,

Susy Avalos y Mariana Candia

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE
ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS EN EL FLUJO TURÍSTICO DE
LOS HOTELES DE LA ZONA EL ROSARIO DE LA CIUDAD DE LA PAZ EN
LAGESTIÓN 2019”

Presentado por: Susy Avalos Angola

Mariana Candia Montaña

Para optar el grado académico de Licenciada en Turismo

Nota numeral:

Nota Literal:

Ha sido:

Director de la Carrera de Turismo: M. Sc. Dante E. Caero Miranda

Tutor: M. Sc. Erick Rodríguez Luján

Tribunal: M. Sc. Victor Hugo Amurrio

Tribunal: M. Sc. Pamela Escobar Lima

Fecha: 27 de octubre de 2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I - ASPECTOS GENERALES	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Identificación del Problema de Investigación	3
1.2.2 Descripción del problema.....	5
1.3 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	6
1.3.1 Pregunta de investigación.....	6
1.3.2 Preguntas específicas.....	6
1.4 OBJETIVOS	7
1.4.1 Objetivo general	7
1.4.2 Objetivos específicos.....	7
1.5 JUSTIFICACIÓN	8
1.5.1 Justificación Social.....	8
1.5.2 Justificación Académica.....	9
1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
1.6.1 Delimitador Temporal	9
1.6.2 Delimitador Espacial	9
1.6.3 Delimitador Demográfico.....	10
CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO	12
2.1. TURISMO.....	12
2.1.1. Sistema turístico	13
2.1.2. Elementos de la actividad turística.....	16
2.1.3. Flujo turístico	19

2.1.4.	Producto turístico	21
2.1.5.	Tipos de Turismo	26
2.1.6.	Perfil del turista	28
2.1.7.	Turismo electrónico.....	30
2.1.8.	El internet como herramienta en la actividad turística	30
2.2.	HOTELERÍA.....	31
2.2.1.	Definición.....	31
2.2.2.	Unidades de Turismo que regulan la Actividad Hotelera.....	32
2.2.3.	Requisitos legales para la apertura de un Establecimiento Hotelero.....	33
2.2.4.	Legislación Tributaria aplicada al Sector Hotelero.....	34
2.2.5.	Clasificación y Categorización de los Establecimientos de Hospedaje	35
2.2.6.	Establecimientos de Hospedaje Turístico.....	35
2.2.7.	Extra Hotelería.....	36
2.2.7.1.	Establecimientos Extra Hoteleros.....	37
2.2.7.2.	Clasificación de los Establecimientos Extra Hoteleros	38
2.2.7.3.	Efectos del Establecimiento Extra Hotelero.....	40
2.2.7.4.	Aspectos Positivos del servicio de establecimientos Extra Hoteleros.....	42
2.2.7.5.	Aspectos Negativos del servicio de establecimientos extra hoteleros.....	43
2.3.	ECONOMÍA COLABORATIVA.....	44
2.3.1.	Definición.....	44
2.3.2.	Modalidades de la Economía Colaborativa.....	44
2.3.3.	Comportamiento del consumidor	47
2.3.4.	Ventajas de la economía colaborativa	48
2.3.5.	La economía colaborativa en el sector turístico	49
2.3.5.1.	Principales Plataformas virtuales Extra hoteleras	53

2.3.5.1.1.	Airbnb.....	53
2.3.5.1.2.	Vrbo.....	53
2.4.	RELACIÓN Y EFECTO ENTRE HOSPEDAJE TRADICIONAL Y HOSPEDAJE DE ALQUILER TURÍSTICO.....	54
2.4.1.	Economía Colaborativa en el sector de los Alojamientos turísticos	54
2.4.2.	Las plataformas virtuales extra hoteleras frente a los hoteles tradicionales.....	55
2.4.3.	El impacto de las plataformas virtuales de establecimientos extra hoteleros.....	56
2.4.3.1.	Caso Airbnb.....	57
2.4.3.2.	Caso Vrbo.....	60
2.4.4.	Regulaciones para hospedaje de alquiler turístico.....	63
2.4.5.	Nuevos paradigmas frente a la saturación turística	66
2.4.6.	La experiencia “Live like a local”	68
2.4.7.	Viviendas de alquiler y de uso turístico: Caso Palma de Mallorca, España.....	69
2.4.8.	Viviendas de alquiler y de uso turístico: Caso Extremadura, España	72
	CAPÍTULO III - MARCO METODOLÓGICO.....	74
3.1.	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	74
3.1.1.	Diseño y método de investigación	74
3.2.	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL.....	75
3.2.1.	Investigación No Experimental transversal	75
3.2.2.	Fuentes utilizadas.....	76
3.2.3.	Técnicas utilizadas	76
3.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	78
3.3.1.	Población	78
3.3.2.	Tipo de muestra	79

3.3.2.1. Muestreo de Población 1 (Hoteles).....	79
3.3.2.2. Muestreo de población 2 (Turistas).....	80
3.4. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS CIENTÍFICA.....	80
3.4.1. Hipótesis de la investigación	81
3.4.2. Definición conceptual de las variables y operación de las variables	82
3.4.3. Definición Conceptual de Variables	82
3.4.3.1. Operacionalización de variables	84
CAPÍTULO IV – ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	86
Encuesta 1	86
Encuesta 2	102
Encuesta 3	113
Encuesta 3.1.	124
Encuesta 3.2	131
Síntesis analítica de los resultados de las encuestas.....	138
Síntesis analítica de la entrevista dirigida a la Directora General de la Cámara Hotelera Departamental de La Paz.....	141
Verificación de la hipótesis	144
Docimasia de la Hipótesis	145
CONCLUSIONES	147
RECOMENDACIONES	150
PROPUESTA DE POLITICA ESTRATEGICA PARA CONTRARRESTAR LA INFORMALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS EN LA CIUDAD DE LA PAZ.....	152
BIBLIOGRAFÍA	155
ANEXOS	165

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1 Hoteles de la Zona Rosario	10
Cuadro N°2 Establecimientos extra hoteleros de Airbnb y Vrbo	11
Cuadro N°3 Clasificación y categorización de los Hoteles en Bolivia.....	35
Cuadro N°4 Aspectos negativos del servicio de Establecimientos Extra hoteleros	45
Cuadro N°5 Regulación de Alquileres turísticos en el mundo	72
Cuadro N°6 Llegada de visitantes extranjeros por aeropuerto 2018 – 2019	91
Cuadro N°7 Llegada de visitantes extranjeros por punto fronterizo, 2018 – 2019.....	91
Cuadro N°8 Definición Conceptual de Variables	92
Cuadro N°9 Operacionalización de variables	94
Cuadro N°10 Establecimientos Hoteleros encuestados de la Zona El Rosario	95
Cuadro N°11 Establecimientos Extra Hoteleros encuestados.....	111
Cuadro N°12 Docimasia de Hipótesis	157
Cuadro N°13	168
<i>Política Estratégica para contrarrestar la informalidad de los Establecimientos Extra Hoteleros en la ciudad de La Paz.....</i>	<i>168</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1 El sistema turístico de Leiper	14
Figura N°2 Componentes del Sistema turístico	15
Figura N°3 Estadísticas de Flujo de viajeros Extranjeros a Bolivia 2008 – 2021	20
Figura N°4 Componentes del producto turístico	22
Figura N°5 La Planta turística y sus elementos	24
Figura N°6 Clasificación de Establecimientos hoteleros.....	32
Figura N°7 Modalidades de consumo en la Economía Colaborativa	47
Figura N°8 Clasificación de viviendas turísticas según su tipología.....	58
Figura N°9 Clasificación de Plataformas Extra hoteleras.....	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N.º 1	96
Gráfico N.º 2	97
Gráfico N.º 3	98
Gráfico N.º 4	99
Gráfico N.º 5	100
Gráfico N.º 6	101
Gráfico N.º 7	102
Gráfico N.º 8	103
Gráfico N.º 9	104
Gráfico N.º 10	105
Gráfico N.º 11	106
Gráfico N.º 12	107
Gráfico N.º 13	108
Gráfico N.º 14	109
Gráfico N.º 15	110
Gráfico N.º 16	113
Gráfico N.º 17	114
Gráfico N.º 18	115
Gráfico N.º 19	116
Gráfico N.º 20	117
Gráfico N.º 21	118
Gráfico N.º 22	119

Gráfico N°23...	120
Gráfico N°24...	121
Gráfico N°25...	122
Gráfico N° 26...	125
Gráfico N° 27	127
Gráfico N° 28	128
Gráfico N° 29	129
Gráfico N°30	130
Gráfico N°31	131
Gráfico N°32	132
Gráfico N°33	133
Gráfico N°34	134
Gráfico N°35	135
Gráfico N°36	136
Gráfico N°37	137
Gráfico N°38	139
Gráfico N°39	141
Gráfico N°40	142
Gráfico N°41	144
Gráfico N°42	145
Gráfico N°43	147
Gráfico N°44	148
Gráfico N°45	156

RESUMEN

El estudio de tesis se enfoca en analizar el impacto de las plataformas virtuales de hospedaje no convencional, como Airbnb y Vrbo, en el flujo de turistas en la Zona El Rosario de La Paz en 2019. Esto es relevante debido a múltiples razones. En primer lugar, estas plataformas han transformado la industria del hospedaje, planteando interrogantes sobre la equidad en la competencia, ya que los hoteles argumentan que los anfitriones de estas plataformas no están sujetos a las mismas regulaciones que los hoteles tradicionales, lo que crea un mercado desigual.

Por otro lado, se investiga el impacto económico de Airbnb en los ingresos hoteleros, lo que es crucial para entender su efecto en las economías locales y en los ingresos fiscales de los gobiernos locales. Además, se explora cómo las preferencias de viaje están cambiando a medida que la gente busca experiencias únicas en alojamientos locales en lugar de hoteles tradicionales, lo que afecta al mercado hotelero.

Es importante destacar que no todos los efectos de estas plataformas son negativos, ya que han incentivado a los hoteles a mejorar sus servicios para adaptarse a las necesidades cambiantes de los viajeros. El estudio se basó en datos cuantitativos obtenidos a través de encuestas a turistas, hoteleros y anfitriones de propiedades en estas plataformas. Esta investigación proporciona información esencial sobre la evolución de la industria del hospedaje y apoya la toma de decisiones informadas por parte de hoteles, gobiernos y otras partes interesadas en respuesta a la creciente presencia de plataformas virtuales de hospedaje no convencional.

Palabras claves: Extra hotelería, plataformas extra hoteleras, economía colaborativa, alquiler turístico, “live like a local”, turismo colaborativo, flujo turístico, Airbnb, Vrbo.

CAPÍTULO I - ASPECTOS GENERALES

1.1 INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la industria del turismo ha experimentado cambios significativos impulsados por el desarrollo tecnológico y la creciente popularidad de las plataformas virtuales extra hoteleras. Estas plataformas, como Airbnb y Vrbo, han revolucionado la forma en que las personas encuentran y reservan alojamientos, brindando a los viajeros una amplia gama de opciones más allá de los hoteles tradicionales.

El presente estudio, se enfoca en analizar el impacto de las plataformas virtuales extra hoteleras, específicamente Airbnb y Vrbo, en el flujo turístico de los Hoteles de la Zona el Rosario de la ciudad de La Paz, Bolivia.

Para comprender la magnitud de este fenómeno, es necesario mencionar algunos datos estadísticos actuales. Según el Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia, en el último año se ha observado un incremento significativo en el número de turistas que utilizan plataformas virtuales para encontrar alojamiento en La Paz. De hecho, se estima que aproximadamente el 30% de los visitantes opta por este tipo de hospedaje. (Ministerio de Culturas y Turismo de Bolivia, 2022)

Esta tendencia ha generado preocupación en los hoteles convencionales de la ciudad, ya que se ha observado una disminución en su flujo turístico. Según la Asociación de Hoteles de La

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Paz en los últimos dos años, la ocupación hotelera ha experimentado un descenso del 15%, lo que ha llevado a algunos establecimientos a reducir sus tarifas para atraer a los turistas y mantener su competitividad en el mercado. (Cámara Departamental de Hotelería de La Paz, 2022)

El trabajo de investigación está estructurado de la siguiente manera: En el Capítulo I se desarrollan los siguientes aspectos generales: el planteamiento del problema, formulación de la pregunta de investigación, objetivos, justificación de la investigación y delimitación del problema. El Capítulo II presenta el marco teórico, donde se explican las bases teóricas que sustentan el tema de investigación. El Capítulo III, presenta el marco metodológico, que contiene el enfoque y alcance de la investigación, la población y muestra y la formulación de la hipótesis. El Capítulo IV, desglosa el análisis e interpretación de los resultados obtenidos mediante las encuestas. El Capítulo V, describe las conclusiones, recomendaciones, y propuesta de política estratégica.

Los resultados de esta investigación no solo permitirán comprender los efectos reales del fenómeno de la Extra Hotelería en el sector hotelero formal, sino que también brindarán conocimientos sobre el comportamiento del consumidor final.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Identificación del Problema de Investigación

La presente investigación, se centra en identificar el impacto generado por el servicio de las plataformas virtuales Extra Hoteleras en el flujo turístico de los Hoteles de la Zona el Rosario de la ciudad de La Paz, durante la gestión 2019.

En la actualidad, las plataformas virtuales de hospedaje turístico extra hotelero brindan ventajas significativas y mayor comodidad tanto en el proceso de reserva como en la experiencia del huésped. Estas mejoras incluyen la rapidez en la obtención de información sobre el servicio, espacios más amplios y una mayor interacción con el anfitrión, entre otros aspectos destacados. Estas plataformas permiten a los consumidores optar por alojarse en propiedades privadas, en lugar de los hoteles tradicionales.

Esta preferencia por los alquileres a corto plazo en viviendas particulares tiene un impacto directo en el sector hotelero, ya que resulta en una disminución de la afluencia de turistas y una consecuente reducción en la ocupación hotelera. De igual manera, es considerado por el sector hotelero convencional como una competencia directa y desleal.

Existen varias razones por las cuales estas plataformas virtuales se consideran competencia desleal para el sector hotelero convencional: (Silva, 2021, pág. 30)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

- Regulaciones: Los hoteles están sujetos a estrictas regulaciones y cumplimiento de normativas relacionadas con el pago de impuestos y los estándares de calidad. En contraste, los anfitriones de Airbnb y Vrbo, en el caso de Bolivia, no están sujetos a las mismas regulaciones y pueden evadir muchos de los requisitos y costos asociados con el sector hotelero.
- Competencia desigual: El sector hotelero convencional invierte grandes sumas de dinero en infraestructura, personal, publicidad y promoción para ofrecer una experiencia de hospedaje profesional y confiable. Por otra parte, los anfitriones de Airbnb y Vrbo pueden operar sin los mismos costos fijos y sin tener que cumplir con los mismos estándares de calidad. Esto crea una competencia desigual y coloca al sector hotelero en una posición desventajosa.
- Desplazamiento de turistas: La popularidad de Airbnb y Vrbo ha llevado a un cambio en las preferencias de los turistas, quienes ahora eligen alojamientos alternativos en lugar de hoteles. Esto ha resultado en un menor flujo turístico hacia los hoteles convencionales, lo que a su vez reduce la ocupación y afecta negativamente los ingresos del sector.

Por estas razones, el Sector Hotelero se ha visto obligado a adaptarse a ciertos cambios e innovar; por un lado, implementando el uso de nuevas tecnologías durante el proceso de reservas y gestión hotelera, y por otro, implementando tarifas más competitivas.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

1.2.2 Descripción del problema

En el año 2009, la Economía Colaborativa junto al desarrollo tecnológico, dan nacimiento a una de las plataformas virtuales de alojamiento no convencional Extra Hotelero – Airbnb –, más populares y de mayor alcance mundial, en la actualidad. (Suárez, 2016, pág. 22)

Es a partir del año 2012 que la ciudad de La Paz, siendo una de las ciudades de mayor flujo turístico a nivel nacional no tarda en convertirse en uno de los destinos ofertados dentro de esta plataforma, aperturando el mercado a este nuevo tipo de hospedaje y desencadenando años más tarde, un incremento de la demanda turística por este tipo de establecimientos extra hoteleros. (Ampuero,2019, S.P.)

Este fenómeno de la Extra Hotelería, se acentúa gracias a la utilización de Plataformas virtuales como ser: Airbnb, Vrbo, Booking, Trip Advisor, entre otros, para la planificación del viaje y consiguiente reserva en línea de diversos servicios turísticos acordes a los gustos, necesidades, expectativas y bolsillo de los turistas. Así también, la inexistencia de normas y reglamentos para este nuevo tipo de establecimientos, además de la no exigencia tributaria propician el escenario ideal para el boom de la Extra Hotelería en la ciudad de La Paz.

Actualmente, la proliferación de viviendas y departamentos de alquiler turístico, ha desencadenado una serie de consecuencias consideradas negativas para el Sector Hotelero, en

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

particular el de la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz, los cuales han visto disminuir estos últimos años, el porcentaje de ocupación y reservas en sus hoteles. (Canqui, 2022)

Por lo tanto, la presente investigación analiza los diversos efectos y problemas que desencadena la utilización de plataformas virtuales extra hoteleras en los Hoteles de la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz, especialmente en el flujo de turistas hacia este sector, durante la gestión 2019.

Dicho estudio, recaba la siguiente información con el fin de analizar y determinar los efectos y problemas generados por Plataformas Virtuales Extra Hoteleras en el Sector Hotelero:

- Ocupación hotelera de Establecimientos Hoteleros y Extra Hoteleros
- Promedio de ingresos económicos anuales de Establecimientos Hoteleros y Extra Hoteleros
- Necesidades, gustos y preferencias del turista en la fase de elección del establecimiento de hospedaje.

1.3 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Pregunta de investigación

¿De qué manera el servicio de Plataformas virtuales de Establecimientos Extra Hoteleros impacta en el Flujo Turístico de los Hoteles de la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz?

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

1.3.2 Preguntas específicas

1. ¿De qué manera influye el servicio prestado por las plataformas extra hoteleras en los hoteles convencionales de la Zona El Rosario?
2. ¿Cuál fue la situación de los establecimientos hoteleros de la Zona El Rosario en cuanto a su ocupación hotelera e ingresos económicos en el año 2019?
3. ¿Cuáles son las necesidades y preferencias de los turistas que eligen entre Hoteles convencionales y Establecimientos extra hoteleros?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

Identificar el impacto ocasionado por el servicio de las Plataformas virtuales de Establecimientos Extra Hoteleros en el Flujo Turístico de los Hoteles de la zona El Rosario de la ciudad de La Paz en la gestión 2019.

1.4.2 Objetivos específicos

- Describir la situación del sector hotelero y de los establecimientos extra hoteleros.
- Identificar la situación de los hoteles en cuanto a su Ocupación hotelera e ingresos económicos.
- Conocer el comportamiento del turista al momento de adquirir el servicio de hospedaje turístico en la ciudad de La Paz.

1.5 JUSTIFICACIÓN

1.5.1 Justificación Social

La presente investigación se realiza debido a la necesidad actual de conocer y entender de qué manera el incremento y popularidad en la utilización de las plataformas virtuales de establecimientos extra hoteleros, que ofertan el servicio de hospedaje, impactan en los Hoteles de la Zona El Rosario, especialmente en el Flujo Turístico de los hoteles.

La zona El Rosario, es un espacio que engloba la mayor cantidad de prestadores de servicios turísticos en la ciudad de La Paz, principalmente al rubro hotelero, con sus respectivas categorías. Es por esta razón que se considera a la misma como un referente importante para el análisis y estudio del fenómeno extra hotelero y su incidencia en el sector hotelero convencional. Esta investigación supone un aporte a nuestra principal unidad de análisis – Hoteles de la Zona El Rosario –. De igual manera, a toda la Hotelería legalmente establecida en la ciudad de La Paz; puesto que, el fenómeno extra hotelero no se limita a un solo espacio geográfico sino a todo un destino turístico, como lo es la ciudad de La Paz.

Es de esta manera, que los Hoteles involucrados en el estudio, podrán contar con información y datos fidedignos de la actual situación que supone la existencia de viviendas y apartamentos extra hoteleros, para así tomar acciones conjuntas que permitan un desarrollo y crecimiento justo y equitativo de ambos sectores – La Hotelería propiamente dicha y el Alojamiento Extrahotelero –.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

1.5.2 Justificación Académica

El presente trabajo de investigación se convierte en un aporte al conocimiento científico para el área del Turismo, principalmente a estudiantes universitarios de la Carrera de Turismo, puesto que dicho documento permitirá conocer y comprender el fenómeno Extra Hotelero y su repercusión no solo dentro del ámbito económico sino también social y turístico; pues involucra a uno de los elementos más esenciales dentro del Sistema Turístico, la Hotelería. De esta manera, el aporte investigativo se constituye en una fuente de conocimientos y referencia, dando pie a futuros estudios e investigaciones relacionados en el área.

1.6 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

1.6.1 Delimitación Temporal

La investigación abarca la gestión 2019, desde el primero de febrero (inicio de la temporada alta), hasta diciembre del mismo año. Dado que, es un estudio previo a la emergencia sanitaria por el COVID-19, año en el que aún el Turismo no se vio paralizado presentando así un flujo turístico regular como en años anteriores.

1.6.2 Delimita Espacial

El presente trabajo de investigación, se llevará a cabo en la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz, provincia Murillo del Departamento de La Paz, Bolivia.

La razón principal por la que esta zona fue elegida para la presente investigación, se debe a que esta se caracteriza por ser una de las zonas más visitada por turistas que llegan a la ciudad

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

de La Paz. Además, de la amplia y diversa oferta hotelera en un radio de 1 kilómetro.

1.6.3 Delimitación Demográfica

La investigación, se centrará en los siguientes Hoteles, ubicados en la Zona el Rosario de la Ciudad de La Paz:

Cuadro N°1
Hoteles de la Zona Rosario

N.º	Nombre del Establecimiento	Categoría
1	Hotel Qantu	Tres Estrellas
2	Hotel Las Brisas	Tres Estrellas
3	Hotel Terraza	Tres Estrellas
4	Hotel Rosario	Tres Estrellas
5	Isabela Hotel Suite	Tres Estrellas
6	Inca's Room Hotel	Dos Estrellas
7	Hotel Sagárnaga	Dos Estrellas
8	Hotel Majestic	Tres Estrellas
9	Hotel La Joya	Dos Estrellas
10	Golden Palace Hotel	Tres Estrellas
11	Skyline Hotel	Tres Estrellas
12	Hotel Diamante Azul	Tres Estrellas
13	RIXXA Hotels	Tres Estrellas
14	Lion Palace Hotel	Tres Estrellas
15	Hotel Sajama	Tres Estrellas

Fuente: Elaboración Propia, 2020

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

Por otro lado, también se toma en cuenta a los establecimientos extra hoteleros ofertados en las plataformas de Airbnb y Vrbo:

Cuadro N°2
Establecimientos extra hoteleros de Airbnb y Vrbo

N.º	Nombre del propietario	Plataforma	Tipo de vivienda extra hotelera
1	Silvia Paredes	Airbnb	Habitación con baño compartido
2	Diego Rodríguez	Airbnb	Departamento con dos habitaciones y dos baños
3	Nassia Jhoselin	Airbnb	Apartamento de una habitación, cocina y baño
4	Alejandro López	Airbnb	Apartamento de una habitación, cocina y baño
5	Reinaldo Salazar	Airbnb	Casa de dos habitaciones y un baño
6	Pablo Pacheco	Vrbo	Apartamento con cocina, sala y 3 habitaciones
7	Drea López	Vrbo	Habitación con baño privado
8	Boria Patton	Vrbo	Apartamento de 3 habitaciones y un baño
9	Roger Flores	Vrbo	Apartamento de 3 habitaciones y 3 baños
10	Genaro Salinas	Vrbo	Apartamento de 2 habitaciones y 2 baños
11	Juan Pablo	Airbnb	1 habitación, 1 baño
12	Cynthia Carvajal	Airbnb	Vivienda, 2 habitaciones
13	Julio César	Airbnb	1 habitación, baño privado y parqueo
14	María Zulma	Airbnb	Vivienda entera
15	Rodrigo Rafael	Airbnb	Apartamento
16	Adrián Ramírez	Airbnb	Apartamento
17	Christian Pedrajas	Airbnb	Apartamento, parque, 2 baños, terraza
18	Guillermo Alberto	Airbnb	Habitación con baño
19	Edilberto	Airbnb	Departamento con baño, sala comedor
20	José Murillo	Airbnb	Habitación con baño privado

Fuente: Elaboración Propia, 2020

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO

2.1. TURISMO

De acuerdo al glosario de términos de la Organización Mundial del Turismo, esta define al Turismo como el “fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”. (OMT. 2016, pág. 136)

Por otra parte, de acuerdo a Gurria el turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Gurria. 1991. Pág. 14)

Así también, es importante mencionar la definición de Turismo incluida en la Ley General de Turismo, que define al turismo como la “actividad que realiza la persona de manera individual o en grupo, al trasladarse durante sus viajes y permanencias en lugares distintos a su entorno habitual, con fines de descanso, esparcimiento, negocio y otras actividades, por un periodo de tiempo no mayor a un (1) año, de acuerdo a normativa migratoria vigente”. (Ley General de Turismo, 2012, pág. 7)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

De esta manera, haciendo un análisis entre las distintas definiciones de Turismo, las mismas concuerdan que esta es una actividad realizada por las personas, sea esta de forma individual y/o grupal en lugares diferentes a los de su residencia habitual, por periodos de tiempo mayores a una noche, pero inferior a un año. Cabe mencionar que las actividades que engloban al turismo pueden ser de carácter cultural, social y económico.

2.1.1. Sistema turístico

Es importante determinar al Turismo como un Sistema cuyos elementos están relacionados entre sí y que, dichos elementos, dan lugar a la actividad turística.

Son varios los autores que han formulado diferentes modelos de Sistema Turístico, entre ellos está Leiper, quien señala que dicho sistema consta de tres elementos fundamentales:

- Turistas (Actor Principal),
- Elementos Geográficos (Regiones)
- Industria Turística (empresas y negocios turísticos)

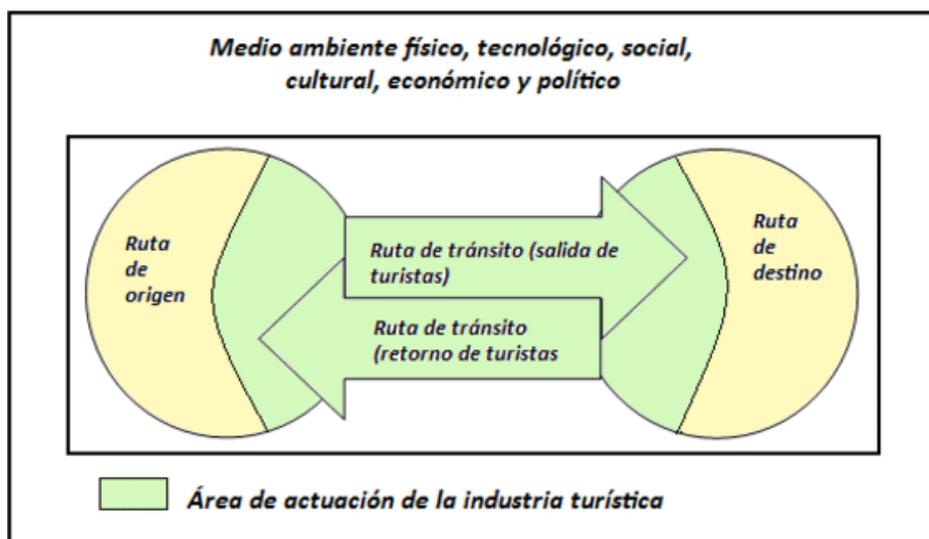
Este modelo plantea al turismo como una actividad humana y de carácter social, razón por la cual el turista se constituye como el actor fundamental de esta actividad. (Leiper, 1990, pág.

35)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Figura N°1

El sistema turístico de Leiper



Fuente: Sistema Turístico. (Leiper, 1990)

En el modelo de Leiper, los elementos geográficos se componen por los siguientes elementos:

Regiones de origen (conocida como país emisor o región emisora de turismo).

- Región de Destino (Se lo conoce como región receptiva de turismo).
- Región de Tránsito o de ruta (De la interrelación entre la Región de Origen y la de Destino).

Así también, Boullón determina al Sistema Turístico como el conjunto de relaciones que surgen a raíz de los viajes de los turistas con el entorno que visitan. Refiriéndose al funcionamiento de este sistema, señala que se origina del encuentro entre la Oferta y la Demanda.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

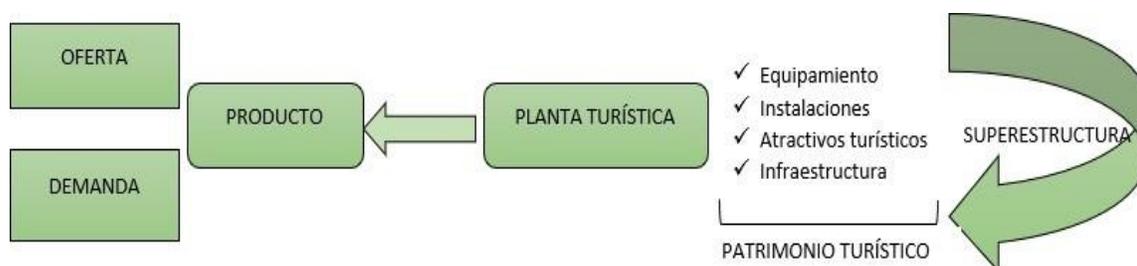
El autor define a la demanda turística como la suma de bienes y servicios solicitados por los consumidores. Para la contabilización de la misma, se tiene en cuenta no sólo la cantidad de turistas que ingresan a un destino, sino también los ingresos generados en destino. En cambio, la oferta turística es definida como todos aquellos servicios ofrecidos a turistas a un precio. La oferta turística se integra de servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos.

Así también, la Infraestructura forma parte del sistema turístico, siendo esta constituida por los siguientes elementos: sanidad, servicios básicos, transporte y sistemas de comunicación.

Por último, y no menos importante, tenemos a la Superestructura Turística, que comprende a los organismos encargados de optimizar y regularizar el funcionamiento de cada uno de los elementos que conforman el sistema turístico y así facilitar la producción y venta de distintos servicios que componen el denominado Producto Turístico. (Boullón, 1990, pág. 78)

Figura N°2

Componentes del Sistema turístico



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Boullón, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Del mismo modo, los Atractivos turísticos también forman parte de este sistema, y se ubican dentro de la Oferta Turística y estos son considerados por Boullón como la materia prima de la planta turística y pueden ser: sitios naturales, museos y manifestaciones culturales históricas, folklores, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas, eventos programados, etc.

2.1.2. Elementos de la actividad turística

2.1.2.1. Demanda Turística

De acuerdo a la OMT, se considera a la Demanda como el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual. (OMT. 1998. Pág. 51)

La conceptualización de Demanda Turística varía del área de estudio abarcado por los autores, en el caso de Mathieson y Wall, éstos elaboran una definición con connotaciones geográficas y la definen como “el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”. (Mathieson, 1982, pág. 21)

Por lo tanto, podemos definir a la Demanda Turística como todos aquellos turistas, viajeros y visitantes efectivos o potenciales que se desplazan fuera del lugar de su entorno habitual para consumir los servicios turísticos ofertados en el destino turístico.

Tomando en cuenta el punto de origen juntamente con el punto de destino de los turistas podemos distinguir las siguientes formas de Turismo:

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

- Turismo Doméstico: residentes viajando dentro de su propio país.
- Turismo Receptivo: Son los no residentes procedentes de un país determinado viajando a otro a otro país.
- Turismo Emisor o Emisivo: residentes del propio país se dirigen o viajan a otros países.

2.1.2.2. Oferta Turística

Otro de los componentes dentro de la Actividad Turística es la Oferta Turística. Continuando con lo expuesto por la OMT, esta define a la misma como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. (OMT, 1996, pág. 101)

Así mismo, Roberto Boullón concluye – en su obra Planificación del Espacio Turístico – aseverando que la oferta turística está integrada por servicios suministrados por los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico, porque, en última instancia el que califica la clase de un bien es el sistema productivo y no el tipo de consumidor. (Boullón, 2006, pág. 12)

Basándonos en estas dos definiciones, podemos indicar que la Oferta Turística llega a ser todos aquellos bienes y servicios ofertados por los productores, a los diferentes sectores turísticos. Dicha Oferta a su vez, se divide en dos:

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

- **Oferta Básica:** Refiere a aquellos bienes y servicios necesarios para el turismo.
- **Oferta Complementaria:** Refiere a aquellos bienes y servicios que aportan a la oferta turística de manera general, pero que su uso no es exclusivo de la misma.

2.1.2.3. Espacio geográfico

Todos aquellos productos y servicios combinados que dan lugar a la actividad turística y que permiten satisfacer las necesidades y expectativas de los viajeros (experiencia turística), durante la estadía de los mismos en un determinado destino turístico tienen lugar en un espacio geográfico y tiempo determinado. (Moreno, 2005, pág. 18)

Por lo tanto, se concibe al espacio geográfico como el lugar en el que transcurre la experiencia turística, donde se encuentra la oferta turística y hacia el que se dirige la demanda.

Así también, según la OMT, el espacio geográfico es “la base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y donde se sitúa la población, que si bien no es en sí misma un elemento turístico se considera un factor importante de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística”. (OMT, 1998)

- **Espacio turístico:** Refiere al determinado lugar geográfico donde se encuentra la oferta turística y hacia el que fluye la demanda. Así también, Boullón entiende como espacio turístico a “aquel que comprende a partes del territorio donde se verifica – o podría verificarse –, la práctica de actividades turísticas y este puede ser real o potencial.”

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

El autor indica, asimismo, que el elemento clave para delimitar el Espacio Turístico son los atractivos, es decir, su materia prima.

2.1.2.4. Operadores turísticos

Los Operadores Turísticos son uno de los elementos que la OMT define como parte del sistema turístico y de acuerdo a la misma los operadores turísticos son “aquellos agentes que participan en la actividad turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final – El turista, la demanda turística –, y el producto turístico, siendo este el bien o servicio, destino turístico. (OMT, 2013, pág. 102)

Dentro de los Operadores turísticos se encuentran las Agencias de viajes, sean estas mayoristas, minoristas, etc.

2.1.3. Flujo turístico

De acuerdo a la Doctora Elena Van Povedskaya, los viajes constan de tres precisos momentos o fases: la Planificación o Preparación, el Traslado (ida-vuelta) y finalmente la estancia en el destino. Dado esto, si dicho destino llega a representar un interés por uno o muchos turistas, entenderíamos por Flujo Turístico, al número de traslados constantes hacia un determinado destino turístico. (Povedskaya, 2016, pág. 20)

Cabrera define al flujo turístico como el movimiento de turistas que se desplazan de un lugar a otro y hace representación al enlace entre los destinos, regiones o lugares en donde se genera la demanda. (Cabrera, 2014, pág. 10)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Por su parte, Marrero define al Flujo Turístico como la cuantificación de los desplazamientos de turistas entre dos puntos geográficos – lugar de origen y lugar de destino – en un periodo determinado. (Marrero, 2016, pág. 66)

De esta manera, la definición dada al Flujo Turístico para esta investigación, es la siguiente: Cantidad de turistas o viajeros que se dirigen a un determinado destino turístico, integrado también por el flujo de personas que se dirigen o que optan por un determinado servicio turístico de la Oferta Turística, que van desde los huéspedes en hotelería, los pasajeros para el transporte, hasta los comensales de un determinado restaurante.

Figura N°3
Estadísticas de Flujo de viajeros Extranjeros a Bolivia 2008 – 2021



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. 2022. <https://www.ine.gob.bo/>

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

2.1.4. Producto turístico

De acuerdo a la OMT un producto turístico es “la combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representan la esencia del plan de comercialización de un destino y que generan una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes.

Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital". (OMT, 2022, pág. 1)

Entonces, se define al Producto turístico como la sumatoria de atractivos turísticos, servicios de la planta turística y accesibilidad que, puestos en el mercado, satisfacen necesidades y motivaciones de los turistas. (Barbosa, 2007, pág. 17)

El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio, pero es algo más. La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza, sobre el producto turístico sería la siguiente: “Es un conjunto de de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (Acerenza, 1990, pág. 5)

2.1.4.1. Componentes del producto turístico



Fuente: Elaboración propia en base a Rodríguez (2021), 2022

2.1.4.1.1. Servicios turísticos

Según la OEA, los servicios turísticos, se determinan como el resultado de las funciones y actividades que se ejecutan con coordinación de por medio, cuya finalidad es obtener la satisfacción del turista, brindándole facilidades y así generando un valor económico a los atractivos turísticos. Los servicios turísticos se pueden dividir en dos: servicios básicos y servicios complementarios. (OEA, 2022, pág.24)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

● **Servicios básicos**

Los servicios básicos son todos aquellos que son fundamentales y necesarios para el turista al momento de desplazarse y quedarse en un respectivo lugar por un tiempo determinado. Entre estos servicios se puede mencionar al alojamiento, la alimentación, información turística, transporte, entre otros.

● **Servicios complementarios**

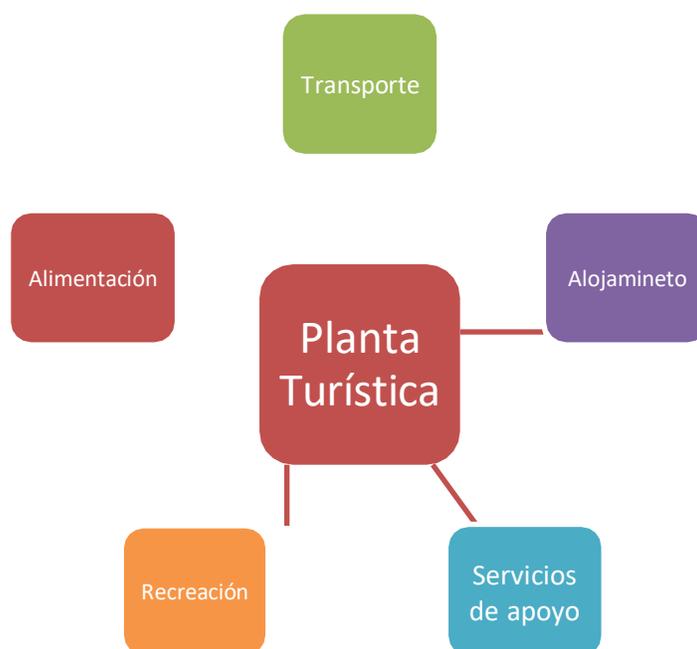
Los servicios complementarios son los servicios que hacen de la experiencia de viaje del turista más llevadera, práctica y mejor, sin embargo, no son servicios indispensables como tal. Entre estos se pueden mencionar, los bancos, las casas de cambio, entre otros.

2.1.4.1.2. Planta turística

De acuerdo a Flores, se entiende por Planta turística al conjunto de servicios básicos y complementarios que satisfacen los requerimientos del turista, entre estos tenemos instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin, regidos bajo estándares de calidad, regulados por organismos nacionales e internacionales que supervisan el cumplimiento y mejoramiento de la oferta brindada, bajo convenios establecidos de acuerdo al rubro. (Flores, 2012, pág. 5)

Figura N°5

La Planta turística y sus elementos



Fuente: Elaboración propia en base a Flores. 2021

2.1.4.1.3. Alojamiento

La OMT, define al Alojamiento, como aquella actividad ejercida por los establecimientos que presten servicios de hospedaje al público a cambio de un pago de forma profesional, este puede ser de modo temporal o permanente y puede incluir otros servicios complementarios. (OMT, 2017, pág. 263)

Sumada a esta conceptualización de alojamiento, tenemos también la conceptualización de Rivas, quien manifiesta que se entiende por alojamientos turísticos a todos aquellos

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

establecimientos destinados a proporcionar mediante un precio servicios de habitación y/o residencia junto a otros servicios.

La conjugación de las estructuras físicas con la organización de los servicios que se prestan, la imagen y el precio bajo un criterio de calidad definirán la categoría de este alojamiento. Basado en esta conceptualización esta actividad está orientada a satisfacer las necesidades de hospedaje del turista en conjunto con otros servicios complementarios en función a un precio.

En la actualidad, contamos también con una modalidad de hospedaje en hogares – Departamentos, casas de campo, etc. –, caracterizado por brindar el servicio de habitación o de residencia, incluyendo o no el servicio de comidas, mediante el pago de un precio, en un edificio con características estéticas propias de la arquitectura de la zona donde se ubique y que reúna de igual manera una serie de instalaciones y servicios mínimos. (García y Olmos, 2016, pág. 265)

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo, OMT, indica que el servicio y alojamiento se clasifica en:

- Establecimientos Hoteleros: Los Establecimientos Hoteleros a su vez se encuentran formados por: Hoteles, hoteles apartamento, moteles y hostales o pensiones
- Extra Hoteleros: Los establecimientos Extra Hoteleros se encuentran conformados por campamentos, casas de alojamiento, casas rurales y departamentos privados.

2.1.5. Tipos de Turismo

En cuanto a la tipología del turismo, podemos encontrar diferentes enfoques y clasificaciones dependiendo del autor. Una de estas, es la expuesta por Cárdenas quien plantea una clasificación de acuerdo a la segmentación del mercado, siendo este emisor, receptor e interno. (Cárdenas, 2001, pág. 48)

Así también, otra forma de clasificación del turismo basada de acuerdo a la forma de adquisición del producto turístico es, el turismo independiente y turismo todo incluido u organizado. (Acerenza, 2001, pág.16)

Además, una de las clasificaciones menos frecuentes, pero no menos importante a mencionar para la realización del presente trabajo de investigación, es la clasificación de acuerdo a la permanencia en el destino, clasificándose así en: turismo residencial – de estadía prolongada –, y turismo itinerante – permanencia breve o corta –, vinculadas a la fidelidad y al tipo de alojamiento.

2.1.5.1. Turismo Colaborativo como alternativa al Turismo Tradicional

Esta nueva tipología de turismo nace junto a las prácticas propias de la Economía Colaborativa; puesto que dicha economía permite un mejor y mayor acceso a bienes de alto costo y de bajo costo, especialmente en el rubro del hospedaje. (Trivett, 2013, pág. 51)

Por lo tanto, las prácticas de la Economía Colaborativa en el turismo conforman el Turismo Colaborativo. Cabe mencionar que actividades tradicionales dentro de las áreas clave de la

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

actividad turística como son el transporte, guiaje y sobre todo la hospitalidad y hospedaje, puesto que adquieren de acuerdo a Garibaldi, un sentido ligado a vivir la experiencia constituyéndose así en una alternativa al Turismo de Masas o Tradicional. (Forno y Garibaldi, 2015, pág. 29)

De la misma manera, uno de los factores que acompaña al nacimiento y desarrollo del Turismo Colaborativo es la evolución de las tecnologías de la información de la Comunicación que permiten al turista acceder a la información de manera más rápida, precisa y confiable, haciendo que la búsqueda de servicios pase por un proceso de comparación que posteriormente llegue a la reserva anticipada de dichos servicios. (Buhalis y Law, 2008, pág. 74)

Esta tipología de turismo, nace como una respuesta a una demanda más especializada, con mejor habilidades tecnológicas, mayor interés por la experiencia y que logra integrarse al fundamentado en los principios de reciprocidad y colaboración mutua; ya que es a través de la flexibilidad de la Economía Colaborativa que el Turismo Colaborativo ofrece a los viajeros redescubrir la belleza y singularidad del patrimonio histórico, el arte, el folclore, los alimentos y bebidas locales y la humanidad en general. (Forno y Garibaldi, 2015, pág. 33)

2.1.5.2. Razones para realizar Turismo Colaborativo

- La rápida identificación de las necesidades de los consumidores y la agilidad en el alcance de los potenciales clientes por medio de productos y servicios personalizados.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

- Creación de un nuevo modelo de negocios en el área del hospedaje.
- Favorecimiento a la micro tercerización, es decir, al emplear menor número de trabajadores formales, permite generar ingresos a otras áreas.

2.1.6. Perfil del turista

De acuerdo a Milano, a medida que cambian las tendencias en cuanto a la forma de viajar se refiere, cambian también los consumidores, es decir los turistas. (Milano, 2018, pág. 48). Este fenómeno generado casi en su totalidad por el uso de las nuevas tecnologías de la información y la producción de contenido interactivo conlleva a la identificación de los siguientes perfiles de turistas. (Milano, 2018, pág. 11)

2.1.6.1. El Turista Tradicional

Es aquel turista que para poder visitar un destino y realizar las reservas correspondientes para su viaje, debe acudir a las agencias de viaje para la organización y posterior adquisición de los servicios. Este tipo de turista en particular, no hace uso de las nuevas tecnologías, como las plataformas de reservas de transporte o de reservas de hospedaje para la adquisición de productos o servicios turísticos. (Marrero, 2016, pág. 138)

2.1.6.2. El Turista Social

El turista social, es aquel que, a diferencia del turista tradicional, hace uso de la tecnología para la reserva y adquisición de productos y servicios turísticos, todo esto mediante internet. Así también, comparte sus experiencias y es creador de contenido. (Benitez, 2018, pág. 12)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

2.1.6.3. El Turista Colaborativo 3.0

La Organización Mundial del Turismo define a los turistas como “aquellas personas que viajan a un destino principal ajeno a su lugar de residencia habitual por motivos de ocio o negocios, y que tienen una estancia mínima de una noche en dicho lugar”. (Marreno, 2016, pág. 140)

El Turismo P2P (de igual a igual), o también llamado Turismo Colaborativo, está cambiando la forma en que se gestan los procesos de compra y venta de productos y servicios turísticos, dicho dinamismo viene intrínsecamente ligado a los cambios de la demanda, es decir, de turistas y viajeros del Siglo XXI. (Such, 2022, pág. 28)

En cuanto al perfil de turista que decide y opta por realizar turismo colaborativo, presenta las siguientes características: (Buhalis y Law, 2008, pág. 23)

- Planifica con bastante anticipación el viaje.
- Busca, compara y realiza reserva de servicios turísticos utilizando internet.
- Busca opciones coherentes a su poder adquisitivo.
- Es un viajero con mayores habilidades tecnológicas y lingüísticas.
- Es un turista más experimentado.
- Busca seguir menos a las multitudes y adquirir paquetes turísticos.
- Es un viajero activo y creativo, ya que busca experiencias nuevas, significativas y memorables. (Garibaldi y Forno, 2015, pág. 33)
- Tiene mayor interés en la conservación del medio ambiente y la sustentabilidad.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

(Dredge y Gyimóthy, 2015, pág. 41)

- Se interesa en preservación del patrimonio cultural local valorando lo que es auténtico y original, en detrimento de lo artificial. (Forno y Garibaldi, 2015, pág. 33)

2.1.7. Turismo electrónico

Según Conde el Turismo Electrónico o también llamado E-Turismo, es una alternativa para organizar vacaciones y viajes sin la necesidad de pasar por una agencia de turismo física como antes se solía hacer, lo que permite poder conseguir precios más bajos y también ayuda al incremento del número de desplazamientos en todos los medios de transporte, pero sobre todo en avión. (Cornejo, 2011, pág. 71)

2.1.8. El internet como herramienta en la actividad turística

Hoy en día, el Internet es una herramienta utilizada mundialmente no solamente para la actividad turística sino también para todo en general. Refiriéndonos específicamente al turismo, se puede encontrar diferentes sitios web y plataformas virtuales especializadas en brindar servicios turísticos a los usuarios. Algunos de estas aplicaciones pueden ser las siguientes:

- Hospedaje: Booking.com, LMT, Trivago, Airbnb, Couchsurfing, Workaway.
- Alimentación: UberEats, PedidosYa, JustEat, Deliberoo.
- Transporte: Uber, Blablacar.
- Guiaje: Google Maps, Google Earth, Open Street Maps, Here We Go.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

En esa misma línea, las personas o empresas que ofrecen servicios turísticos utilizan el internet para llegar a clientes potenciales por medio de publicidad y marketing de sus servicios y productos, generando así un mayor alcance. Debido a esto, hoy en día es común encontrar Agencias de Viaje Online que ya no cuentan con oficinas físicas a donde ir a consultar, todo se realiza mediante Internet. (Cornejo, 2011)

2.2. HOTELERÍA

2.2.1. Definición

La hotelería – de acuerdo a Villena – es el conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que brindan servicios de hospedaje y restauración, de manera profesional y habitual, ya sean habitaciones o apartamentos, incluidos o no los servicios complementarios. (Villena, 2003, pág. 11)

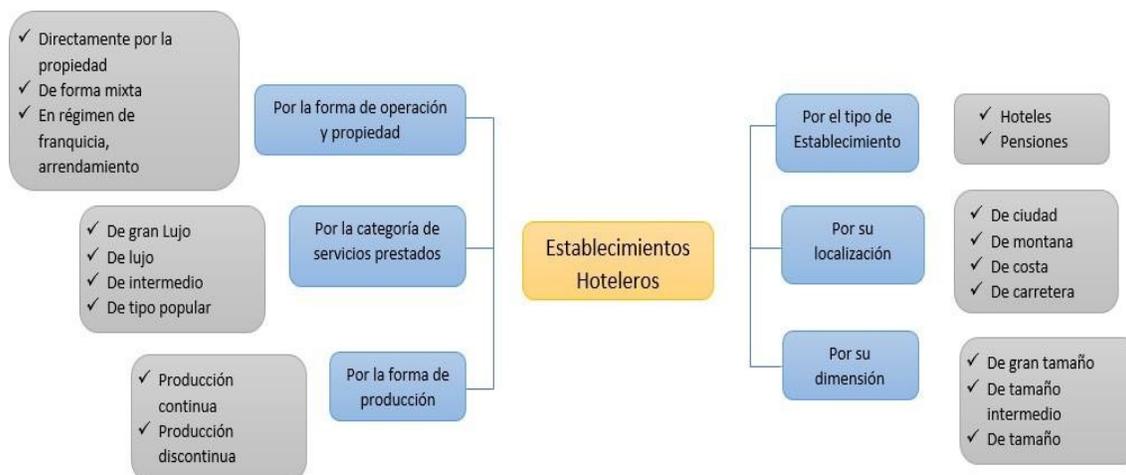
Asimismo, la OMT, define a la Hotelería como “la rama del turismo que presta el servicio del alojamiento al turista y esta puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren, además de la clasificación de cada país o región. (Foster. 1994. Pág. 43)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Los establecimientos hoteleros de acuerdo a la OMT, se clasifican de la siguiente manera:

Figura N°6

Clasificación de Establecimientos hoteleros



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Foster (1994), 2022

2.2.2. Unidades de Turismo que regulan la Actividad Hotelera

En la anterior Ley 2074 Ley de promoción y desarrollo de la actividad turística en Bolivia las unidades departamentales de turismo ejercían las siguientes funciones. (Nacional, 2000)

- Autorizar la inscripción en el registro departamental de turismo; su funcionamiento suspensión y cese de actividades de establecimientos de hospedaje turístico con formaciones legales vigentes y siempre que han cumplido lo estipulado por el presente reglamento.
- Fijar en su caso modificar la clase o categoría de establecimientos de hospedaje turístico de acuerdo a las previsiones del artículo 6 del reglamento.
- Verificar que los establecimientos de hospedaje turístico cumplan con sus propios servicios y no realicen actividades que correspondan a otras categorías de servicios.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

- Resolver los reclamos de turistas y o establecimientos de hospedaje dentro del ámbito de aplicación administrativa de la unidad departamental de turismo correspondiente.
- Proporcionar la capacitación permanente de los recursos humanos de establecimientos de hospedaje turístico en coordinación con el viceministerio de turismo.
- Aplicar sanciones administrativas a los establecimientos de hospedaje a que hubiere lugar infracciones según reglamentos.

2.2.3. Requisitos legales para la apertura de un Establecimiento Hotelero

Para un funcionamiento correcto y legal de un establecimiento hotelero o lugar de hospedaje en nuestro territorio, estos deben presentar a la Unidad de Turismo los siguientes requisitos:

- Testimonio de Constitución de la sociedad (si corresponde).
- Balance de apertura.
- Registro Nacional de Comercio en Fundempresa.
- Licencia de funcionamiento (expedido por el Gobierno Municipal).
- Inscripción en el servicio de Impuestos Nacionales, NIT (Número de Identificación Tributaria).
- Cédula de identidad del propietario (si corresponde a una empresa unipersonal).
- Autorización de la Unidad Departamental de Turismo, previa verificación de cumplimiento de los requisitos, esta unidad registrará al establecimiento de hospedaje legalmente establecidos.

2.2.4. Legislación Tributaria aplicada al Sector Hotelero

2.2.4.1. Impuestos en las Empresas Hoteleras

Las empresas hoteleras, de acuerdo a su naturaleza, deben cumplir con las obligaciones tributarias citadas en el número de identificación tributaria.

2.2.4.2. Impuestos Nacionales Vigentes

De acuerdo a la Ley 843, las empresas hoteleras al momento de adquirir su calidad de contribuyentes, deben cumplir con obligaciones tributarias estipuladas en la mencionada Ley, y éstas son (Nacional, 2004):

- Impuesto al pago al valor agregado.
- Impuesto a las transacciones.
- Régimen complementario al impuesto al valor agregado.
- Impuesto sobre las utilidades de las empresas.
- Retenciones impositivas.
- La Factura Turística.
- Impuestos municipales.

2.2.5. Clasificación y Categorización de los Establecimientos de Hospedaje Turístico en Bolivia

El Reglamento específico de Establecimientos de Hospedaje Turístico en su Artículo 3.- (Categorización de los Establecimientos de Hospedaje) señala las siguientes clasificación y categorización de los Establecimientos de Hospedaje Turístico:

Cuadro N°3
Clasificación y categorización de los Hoteles en Bolivia

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

CLASE	CATEGORÍA
Hoteles	De 1 a 5 Estrellas
Apart Hoteles	De 3 a 5 Estrellas
Resorts	De 3 a 5 Estrellas
Hoteles Boutique	De 4 a 5 Estrellas
Hostales y/o Residenciales	De 1 a 3 Estrellas
Alojamientos	Tipo A & B
Lodges	Categoría Única
Hotel Rural	Categoría Única
Hostería	Categoría Única
Áreas de Camping	Categoría Única

Fuente: Reglamento Específico de Establecimientos de Hospedaje Turístico (2018), 2022

2.2.6. Establecimientos de Hospedaje Turístico

Conforme a la denominación especificada en el Reglamento de hospedaje turístico consultado para la investigación, los establecimientos de Hospedaje Turístico son todos aquellos que prestan un servicio para alojarse en forma temporal, y que funcionen en una edificación construida o acondicionada para tal fin, cuyas instalaciones reúnan las condiciones mínimas requeridas para el huésped, conformando su infraestructura un todo unitario. (Turismo, 2018)

2.2.6.1. El Hotel

De acuerdo a Barragán, el hotel es aquel lugar que proporciona alimentación y hospedaje, un lugar de entretenimiento para el viajero, un edificio público, una institución de servicio doméstico, operado bajo una fase para obtener utilidades. (Barragán, 2022, pág. 6)

Por otra parte, Murino define al Hotel como "un establecimiento de carácter público,

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”
destinado a dar una serie de servicios, alojamiento, alimentos, bebidas y entretenimiento; que persigue tres grandes objetivos: ser fuente de ingresos, ser fuente de empleos y dar servicio a la comunidad". (Murino, 2012)

Es por esto que un hotel además de proporcionar servicios de alojamiento, alimentos, bebidas entre otros, también busca obtener una ganancia, como todo negocio, a través de la promoción y prestación de sus servicios, generando una expectativa desde el mismo momento en que un turista o viajero los contrata y adquiriendo el compromiso de hacerlas realidad, apoyándose de todo un equipo de colaboradores que forman parte de la operación del hotel para lograr que la experiencia (que es lo único que se lleva el cliente cuando regresa a su lugar de origen) sea única.

2.2.7. Extra Hotelería

De acuerdo a Sotelo, la Extra Hotelería comprende a todos aquellos establecimientos turísticos no hoteleros destinados a proporcionar habitación o residencia a personas en épocas, zonas o situaciones turísticas, con modalidades diversas de habitación. (Sotelo, 2018, Pág. 13)

En esa misma línea, el departamento de Turismo y Hotelería del Gobierno de Aragón, indica que la Extra Hotelería comprende a todos aquellos “apartamentos, alojamientos al aire libre, bloques o conjuntos de pisos, casas, villas, chalés o similares que ofrezcan, mediante precio, alojamiento turístico, cuando se ceda el uso y disfrute de los locales referidos con mobiliario, instalaciones, servicios y equipo en condiciones que permitan su inmediata ocupación, cumpliendo las exigencias establecidas reglamentariamente”. (CESA, 2020)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

2.2.7.1. Establecimientos Extra Hoteleros

Esta nueva modalidad de Hospedaje surge gracias a dos factores: la Economía Colaborativa y el auge de las Plataformas Virtuales de Hospedaje como Airbnb, Vrbo, entre otros; y su consecuente utilización masiva.

De igual manera, los cambios suscitados en la sociedad a partir del 2008, año en el que se vivió una de las más grandes crisis económicas mundiales propició un cambio en la conducta de las personas, pues fue a partir de este momento que se toma mayor conciencia del espacio compartido y del consumo personal excesivo propio del Siglo XX.

Es así que, esta amalgama de cambios, da pie al controvertido nacimiento del Alojamiento Colaborativo o como algunos lo definen, la Extra Hotelería o Para hotelería, la cual, de acuerdo a Ana María de la Encarnación, podemos definirla como “la alternativa al alojamiento tradicional”, ofertado mediante plataformas virtuales. (Encarnación, 2016, pág. 32)

Es de esta manera que, bajo los nuevos cambios entre la demanda y la oferta, que el turismo colaborativo gana más afectos y la ciudad de La Paz no queda fuera de esta nueva tendencia, pues zonas residenciales como Sopocachi, San Jorge, Calacoto y Obrajes se convierten en los barrios de mayor oferta y su popularidad crece rápidamente entre los viajeros

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

colaborativos en razón de factores como la confianza, experiencia, calidad en los servicios y precios módicos.

2.2.7.2. Clasificación de los Establecimientos Extra Hoteleros

Los Establecimientos Extra Hoteleros agrupan a diversos tipos de alojamiento, siendo estos los siguientes:

- Campamentos: Son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o caravanas móviles. Cuentan con instalaciones comunes (sanitarios, lugares para el aseo, el lavado y el tendido de ropa, zonas recreativas).
- Casa de alojamiento: Normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turística y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino.
- Casas rurales: Comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas.
- Apartamentos: Que han sido adaptados para permanencias largas.
- Viviendas particulares

2.2.7.2.1. Alquiler Vacacional

Tomando como referencia el punto de vista del propietario se considera alquiler vacacional, a todos aquellos espacios propios que son alquilados a turistas y viajeros, así como un hotel, y del que el turista utiliza como alojamiento durante su estancia en el destino.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Siendo la vivienda alquilada por el turista, el propietario se convierte en anfitrión, tomando un rol similar al de un recepcionista de hotel, pues cumple con funciones similares al de un recepcionista de hotel como brindar información turística, enseñar los ambientes del lugar, etc. Además de las funciones similares al de un recepcionista, el anfitrión brinda servicios adicionales a los básicos; como ser paseos por la ciudad, degustación de la gastronomía del lugar; es decir, el anfitrión se encarga de brindar una experiencia local y cultural, compuesta de elementos y detalles que son requeridos por los turistas y viajeros del siglo XXI.

Consecuentemente, el fenómeno de los alquileres vacacionales se sustenta en dos factores importantes; por un lado, éstos representan una forma nueva y diferente de hospedarse y de disfrutar un viaje (busca vivir la experiencia local y no un producto estandarizado) y, por otro lado, el motivo económico; ya que los alquileres vacacionales cuentan con tarifas más reducidas y asequibles para los turistas.

2.2.7.2.2. Apartamentos Turísticos

De acuerdo a la definición de la Junta de Andalucía, esta define a los Apartamentos Turísticos como aquellos espacios que ofertan el servicio de alojamiento a los usuarios a través de cualquier medio de difusión publicitario, o bien cuando se facilita alojamiento en una o más ocasiones dentro del mismo año por tiempo que, en conjunto, excede de un mes. (Andalucía, 2020, pág. 40)

Así también, se entiende por Apartamentos turísticos a aquellos inmuebles que ofrecen un servicio de alojamiento temporal por estancias cortas, generalmente a turistas, de ahí su nombre.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

2.2.7.2.3. Viviendas Turística

En cuanto a la Vivienda Turística se define como los inmuebles que ofrecen un servicio de alojamiento temporal por estancias cortas, generalmente a turistas.

De acuerdo a Torres, la principal diferencia entre apartamentos turísticos y vivienda de uso turístico es su razón social. Las viviendas de uso turístico tienen como uso principal el residencial, ya que son viviendas de particulares, mientras que en los apartamentos turísticos su uso principal es el alquiler como alojamiento temporal. (Torres, 2017, pág. 23)

2.2.7.3. Efectos del Establecimiento Extra Hotelero

2.2.7.3.1. La Turistificación

Denominado también como ‘Gentrificación Turística’ o ‘Síndrome de Venecia’, el término hace referencia al “impacto que tiene para en los habitantes de un barrio o ciudad el hecho de que los servicios, instalaciones y comercios pasen a orientarse y concebirse pensando más en el turista que en el ciudadano que vive en el mismo (Taboada, 2022, pág.23)

Esta nueva mirada hacia el turismo por parte de la población local, es el resultado de años de masificación turística y de la poca repercusión del turismo como actividad de desarrollo y crecimiento en la población local, dicha situación se incrementa año tras año en destinos turísticos convencionales y también en los destinos emergentes. Sumado a esto, tenemos el incremento de alquileres turísticos de corta duración, que debido a las ganancias que representan para los propietarios de estos, deciden abocarse solo a este nicho de mercado, dejando así a la población local imposibilitada de optar por este tipo de alquileres.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Esta situación no ha sido ajena a nuestro campo de investigación, presentándose en diferentes zonas de la ciudad de La Paz, siendo una de estas la Zona de Sopocachi, donde encontramos la mayor cantidad de viviendas de Hospedaje de tipo Casero destinado únicamente a turistas, escenario que ha propiciado el incremento en los precios de alquileres de larga duración y así también se presenta un alza en los precios de diferentes artículos de primera necesidad.

2.2.7.3.2. La Gentrificación

Se define a este término como “el proceso de sustitución de un determinado grupo social, por otros de mayores ingresos y capacidad de consumo en un determinado territorio”. Asimismo, este fenómeno visto al principio solo desde la parte inmobiliaria ha llegado a abarcar campos como las reformas, proyectos urbanísticos y sobre todo el paisaje urbano. (Glass, 1964, pág. 89). A partir de los 90’s en las localidades costeras de Europa, se dio el escenario para que los locales comiencen a apostar por el alquiler vacacional, alquilando así, sus viviendas a turistas por periodos cortos y a precios bajos.

2.2.7.4. Aspectos Positivos del servicio de Establecimientos Extra Hoteleros

El auge en el alquiler vacacional de viviendas u hospedaje de tipo casero ha generado opiniones divididas entre el Sector Hotelero y los turistas; ya que, para unos, la Extra Hotelería representa una competencia desleal y para otros un beneficio. De esta manera, en el cuadro siguiente se indica cuáles son los aspectos positivos que representa en el auge y crecimiento de este tipo de espacios de hospedaje para la actividad turística y para el turista.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Cuadro N°3

Cuadro de aspectos positivos de los establecimientos extra hoteleros

Aspectos Positivos para el Turista	Aspectos Positivos para la Actividad Turística
Diferencia de Precios, tarifas flexibles y más bajas en comparación a hoteles	Desestacionalidad, disminución en la estacionalidad
Espacios amplios, con mayores facilidades y equipamiento	Permite que más personas perciban el efecto multiplicador del turismo
Trato personalizado por parte del anfitrión del establecimiento	Promociona el turismo en zonas o áreas típicamente no turísticas
Experiencia más auténtica y real, de manera participativa entre el anfitrión y el turista	Permite conservar el paisaje natural sin modificarlo, evitando la construcción de nuevos hoteles
Ubicación en áreas no turísticas, que permiten ser parte de una experiencia diferente	Motiva a realizar un tipo de turismo más consciente y participativo con el entorno

Fuente: Elaboración propia con datos de Silva, 2022

2.2.7.5. Aspectos Negativos del servicio de establecimientos extra hoteleros

El siguiente cuadro es un resumen del estudio realizado por Silva el año 2019, donde analiza el mercado de alojamientos turísticos en Islas Baleares, España.

Cuadro N°4

Aspectos negativos del servicio de Establecimientos Extra hoteleros

Aspectos Negativos para el Turista	Aspectos Negativos para la Actividad Turística
Generalmente, los anfitriones no cuentan con una formación en el área	Los establecimientos extra hotelero, no tributan

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Cuentan con menor prestación de servicios básicos y complementarios	Informalidad, este tipo de establecimientos no cuentan con permisos o requerimientos para su apertura o funcionamiento
Ante reclamos o quejas por el servicio o instalaciones no existe autoridad que se haga cargo de la misma	Falta de protección al turista, situación que desencadena en una mala imagen del destino o del país
Riesgo de estafas, al no ofrecer seguridad ni garantías en el servicio	Estos establecimientos no presentan un reporte diario de huéspedes a las autoridades correspondientes, por lo que podría darse casos de tráfico humano e incremento de la criminalidad

Fuente: Elaboración propia con datos de Silva, 2022

2.3. ECONOMÍA COLABORATIVA

2.3.1. Definición

La economía colaborativa posee diferentes definiciones, siendo esta una de ellas, “es un movimiento que engloba nuevas prácticas económicas que tienen en común algún grado de participación u organización colectiva en la provisión de bienes y servicios”. La unión y la colectividad de distintos sectores se hacen presentes en este concepto, con la finalidad de intercambiar y compartir bienes y/o servicios generalmente a cambio de un pago asignado. (Nicolini, 2013, pág. 1)

Sin embargo, otra definición que refleja variables no mencionadas en el concepto anterior sobre este nuevo tipo de economía indica que “la Economía Colaborativa consiste en una oleada de nuevos negocios que se sirven de internet para poner en contacto a clientes con

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

proveedores de servicios a fin de realizar transacciones en el mundo real, como el alquiler de apartamentos por breves periodos, trayectos en coche o tareas del hogar”. Lo relevante de este concepto es que los medios digitales juegan un rol muy importante para que la Economía Colaborativa pueda llevarse a cabo que es el canal principal para ofrecer el servicio o producto y llegar a clientes potenciales. (Slee, 2016, pág. 52)

De acuerdo a los conceptos previamente expuestos se entiende que la Economía Colaborativa se basa en la razón de comunidad, de compartir y de participación entre los involucrados donde un aspecto importante es la confianza que permite establecer vínculos y conexiones por medio de la tecnología moderna. Es una manera innovadora de compartir, intercambiar, prestar y alquilar productos y/o servicios.

2.3.2. Modalidades de la Economía Colaborativa

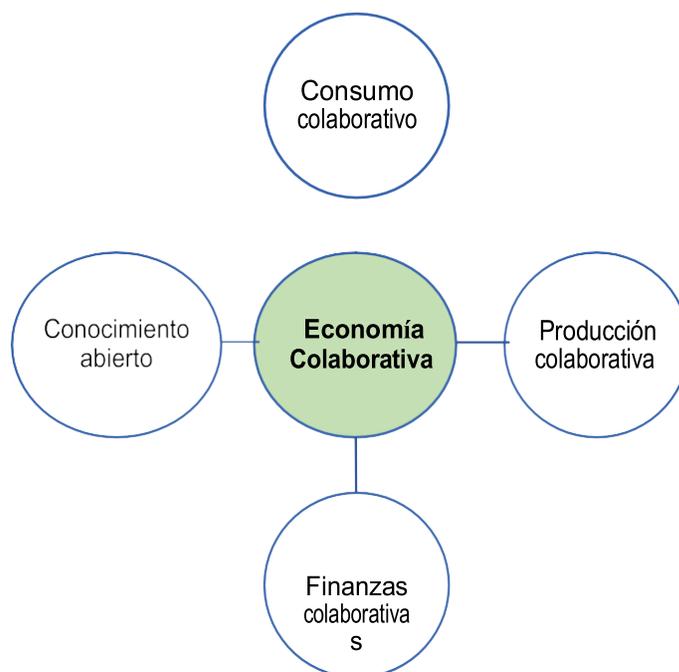
Como señala el gráfico, existen cuatro modalidades dentro de la Economía Colaborativa, siendo estas las siguientes: Finanzas colaborativas, Producción colaborativa, Conocimiento colaborativo y Consumo colaborativo. (Cañigüeral, 2022)

2.3.2.1. Consumo colaborativo

El consumo colaborativo es la modalidad más conocida e importante de la Economía Colaborativa, puesto que es posible encontrar gran cantidad de páginas y plataformas por internet, donde la gente se pone en contacto para compartir viajes en coche, espacios en viviendas particulares, vender productos de segunda mano, o realizar trueques e intercambio de bienes y servicios. De esta forma se le puede dar utilidad a bienes y recursos que ya no la tenían.

Figura N°7

Modalidades de consumo en la Economía Colaborativa



Fuente: Elaboración propia con datos de Cañigüeral, 2022

2.3.2.2. Producción colaborativa

Llamado también Movimiento *maker*, se basa en la aplicación de los principios del software libre a la fabricación, con intención de crear fábricas digitales, un término que parece de ciencia ficción, pero que está siendo posible gracias a los nuevos avances en herramientas de fabricación digital, como las famosas impresoras 3D, y al intercambio de conocimiento e información entre fabricantes y productores.

2.3.2.3. Finanzas colaborativas

El objetivo principal que las finanzas colaborativas y participativas tienen es reinventar el concepto de dinero, ya sea en sus funciones, su creación y en su forma de circular. También llamado Crowdfunding, este modelo de financiación pretende apoyarse en las redes sociales y en diferentes plataformas de finanzas participativas de internet para conectar a desarrolladores de proyectos con necesidades de financiación con una amplia red de inversores dispuestos a asumir el riesgo a cambio de una recompensa física o digital.

2.3.2.4. Conocimiento abierto

Esta definición engloba una serie de iniciativas que contribuyen al acceso libre a la información, la investigación y la producción de aprendizaje. Se pretende que el conocimiento abierto sea la base de las nuevas formas sociales del futuro, en las que se garantice la colaboración y la sostenibilidad.

2.3.3. Comportamiento del consumidor

La American Marketing Association define el comportamiento del consumidor como “la interacción dinámica del afecto y la cognición, el comportamiento, y el medio ambiente por el cual los seres humanos llevan a cabo los aspectos de intercambio comercial de sus vidas”. (AMA, 1995, pág. 75). Por otra parte, Wilkie define el comportamiento del consumidor como “el conjunto de actividades que hacen las personas cuando seleccionan, compran, evalúan y utilizan bienes y servicios para satisfacer sus deseos y necesidades, actividades en

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

que están implicados procesos mentales y emocionales, y también acciones físicas”. (Wilkie, 1994, pág. 92)

Entonces, se puede llegar a la conclusión de que el comportamiento del consumidor suele ser cambiante y a la vez dinámico y que se deja influenciar de gran manera por las redes sociales y el internet que constantemente va metiendo al consumidor publicidad de productos y servicios de toda índole que puede o no necesitar.

2.3.3.1. Comportamiento del consumidor en la economía colaborativa

A medida que la tecnología avanza y es más sencillo usarla por medio de computadoras, teléfonos móviles, tabletas, entre otros dispositivos tecnológicos, las plataformas virtuales y sitios webs se van desarrollando permitiendo al consumidor tener una experiencia cada vez mejor y más personalizada. El consumidor se abastece de mucha información sobre bienes y servicios a través de distintos canales y de medios de comunicación lo que proporciona a los consumidores aún más posibilidades de participación e intercambio a través de las comunidades y redes sociales.

Según Rodríguez, los consumidores interactúan con diferentes medios virtuales, y es por ello, que los expertos en marketing se ven obligados a “reforzar, conocer y comprender cuáles son las decisiones de navegación y consumo, sin olvidar por ello las aproximaciones habituales al comportamiento del consumidor”. (Rodríguez, 2010, pág. 21)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

La acción de compartir proviene de hace muchos años atrás, partimos de que es un tipo de consumo prehistórico, un fenómeno como el tiempo en sí, y que en la actualidad toma empuje y un mayor significado entre los expertos, donde la mayoría de ellos intentan conceptualizar esta tendencia creciente y a investigar cuáles son los comportamientos de los consumidores en este nuevo enfoque, investigación que todavía se encuentra en una fase muy significativa. (Belk, 2011, pág. 46)

2.3.4. Ventajas de la economía colaborativa

El hecho de que haya cada día más y más ofertas en cuestión a la Economía Colaborativa y todo lo que conlleva, refleja las ventajas que diferentes usuarios pudieron percibir gracias a la misma. (Suárez, 2016, pág. 23). Siendo estas las siguientes:

- **Precios económicos**

Esta es una de las características más relevantes de este tipo de economía, dado que, en comparación a los precios de la oferta convencional que se puede encontrar en el mercado, usualmente, los que aplican la Economía colaborativa tienen un precio más bajo y módico que puede ayudar a los usuarios a ahorrar. Claro es el caso de los propietarios de inmuebles que alquilan habitaciones, departamentos hasta casas enteras. (Suárez, 2016, pág. 24)

- **Optimización de recursos ya disponibles**

Se evita la fabricación de nuevos productos innecesarios. En definitiva, compartir resulta rentable y sostenible para ambas partes: el proveedor y el consumidor. Esto impacta de manera positiva, rentable y sostenida hasta al medio ambiente por las acciones de compartir, reciclar, vender, alquilar o hasta regalar recursos ya disponibles evitando la fabricación de

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

nuevos productos innecesarios.

- **Amplia oferta**

Por medio de internet, se puede hacer una búsqueda relativamente sencilla de lo que se necesita, encontrando bastantes y diferentes tipos de ofertas que se acomodan a las características que cada persona busca.

2.3.5. La economía colaborativa en el sector turístico

La actividad turística es importante en la economía de un país, en diferentes niveles. Es por eso que se hacen inversiones por parte del Estado con el objetivo de generar interés y atracción por parte de turistas extranjeros como también locales.

El concepto de economía colaborativa ingresó al mercado del turismo, incluyendo términos como colaboratividad, reciprocidad, confianza, compartir, hospitalidad, sostenibilidad, pobreza, crisis financiera, etc., que junto a la introducción de plataformas Peer-to-Peer de servicios de alojamiento, han hecho posible este fenómeno. (Bonnet, 2017, pág. 26)

Una de las plataformas virtuales más conocidas relacionadas al turismo y el hospedaje es Airbnb, que es una plataforma de comercialización de alojamientos donde se reservan viviendas particulares o privadas en diferentes países y lugares. Su misión consiste en poner en contacto viajeros de todo el mundo con personas que quieren alquilar su casa, apartamento, cabaña, entre otros, a cambio de un precio módico.

Sin embargo, también existen plataformas virtuales sin fines de lucro que se dedican a brindar alojamiento a viajeros, una de las más conocidas es *Couchsurfing*, usualmente, en esta

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

aplicación se ofrecen lugares modestos como sofás para pasar unas cuantas noches sin costo alguno, solo a cambio de compartir experiencias y hacer amigos de toda parte del mundo.

2.3.5.1. Plataformas P2P dentro de la Actividad Turístico

El significado de P2P es “economía entre pares” (Peer -P2P- Economy) y se conocen como los nuevos intermediarios colaborativos.

Estas plataformas son conocidas en el mundo de la informática como web 2.0, donde el usuario es el verdadero rey; ya que pasa de ser un espectador y consumidor a convertirse en el creador de los contenidos y servicios. En estas nuevas plataformas los usuarios tienen una actitud activa ya que no sólo leen, sino que también discuten, comentan, valoran, proponen, opinan, publican, intercambian, en otras palabras, participan activamente, ellos son quienes generan el contenido más valioso de la plataforma. (Nafría, 2000, pág. 49)

En cuestión a las plataformas P2P diseñadas para el turismo colaborativo son sitios web programados que les permiten a sus usuarios generar los contenidos; para ser más claros, permite al proveedor informar sobre lo que ofrece y distinguirlo por sus características, y a la vez permite a los usuarios comentar sus experiencias en relación a esos servicios, que básicamente son esos comentarios y valoraciones los que generan la nueva moneda de la economía colaborativa que es la confianza y seguridad.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

2.3.5.2. Servicio de Plataformas virtuales Extra Hotelera

Para poder entender este punto de una manera más integral debemos comprender primero qué es un servicio “extra hotelero”. Para esto haremos un hincapié en los alojamientos hoteleros convencionales; estos estarán regidos por clasificaciones según la normativa de su país, por otra parte, es un servicio que se realiza de forma profesional y continuada a sus clientes. (Iglesias, 2010, pág. 58)

Cabe mencionar que los servicios extra hoteleros en su gran mayoría son establecimientos particulares que ofrecen alojamiento a los visitantes como es el caso de Airbnb entre muchas otras plataformas.

Los servicios de plataformas virtuales extra hoteleras nacen por la forma más accesible y económica en la que se dan, además de ofrecer ingresos pasivos a los anfitriones de estos servicios extra hoteleros, al día de hoy dichos servicios, son un rival muy grande para los alojamientos hoteleros convencionales. Tanto así que en muchos países realizaron protestas para legislar y limitarlos, ya que se llevaban una gran parte de la demanda turística en cuanto a este servicio se refiere. (Torrecilla, 2020, pág. 67)

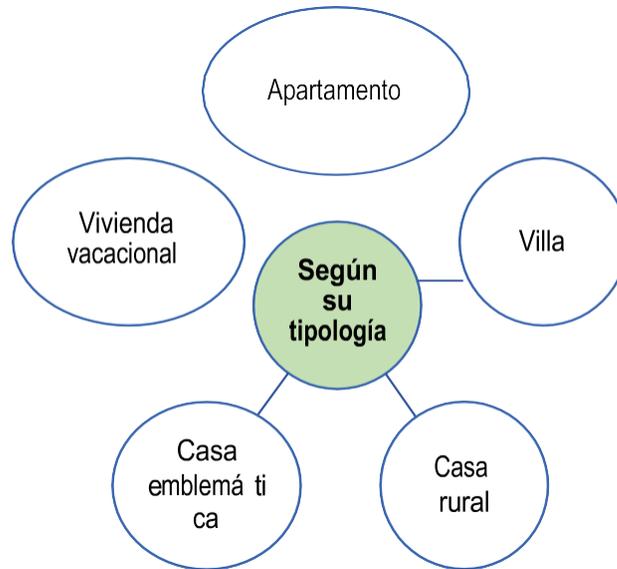
2.3.5.3. Clasificación de Plataformas virtuales Extra hoteleras

Las plataformas las virtuales de servicio extra hotelero se clasifican según su tipología y sus fines:

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Figura N°8

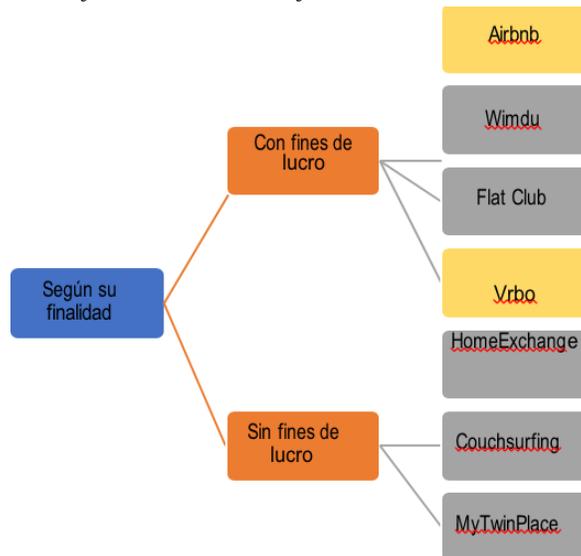
Clasificación de viviendas turísticas según su tipología



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Iglesias, 2022

Figura N°9

Clasificación de Plataformas Extra hoteleras



Fuente: Elaboración propia 2022

Fuente: Elaboración propia 2022

2.3.5.4.Principales Plataformas virtuales Extra hoteleras

2.3.6.4.1. Airbnb

Entre las que encabezan esta lista de plataformas virtuales extra hoteleras está la pionera Airbnb que cuenta con 4.5 millones de propiedades registradas alrededor del mundo. Una de las características más grandes que tiene es que esta plataforma es bajo la modalidad de *Bed and Breakfast* de ahí su acrónimo. Presente en más de 190 países alrededor del mundo, una de las formas más económicas de encontrar alojamiento no solo en ciudades principales sino también en ciudades secundarias.

En AirBnB no solo puedes alquilar tu apartamento, sino también tu casa, iglús o tu casa del árbol, así de eficiente y económico puede ser. AirBnB está bajo la economía colaborativa por lo tanto el anfitrión y el visitante son los beneficiados. (Mody y Gómez, 2018, pág 3)

2.3.6.4.2. Vrbo

Como se menciona en la página web de Vrbo, es una comunidad global de rentas vacacionales con más de 2 millones de propiedades únicas que busca conectar a las personas con la gente y los lugares que aman.

Desde 1995, Vrbo ofrece una plataforma mediante la cual se pone en contacto a los dueños de las casas vacacionales con las familias y los amigos que buscan un lugar para hospedarse. Vrbo te ofrece el espacio que necesitas para dejar atrás las distracciones de la vida cotidiana y simplemente disfrutar tu viaje junto con la gente que te acompaña. Con una amplia gama de casas en renta para vacacionar, desde condominios, cabañas, casas de playa y más, Vrbo

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

tiene algo para todos los gustos y para grupos de todos los tamaños. (Vrbo, 2022)

2.4.RELACIÓN Y EFECTO ENTRE HOSPEDAJE TRADICIONAL Y HOSPEDAJE DE ALQUILER TURÍSTICO

2.4.1. Economía Colaborativa en el sector de los Alojamientos turísticos

El nacimiento de la economía colaborativa, y su consiguiente crecimiento va ganando adeptos y personas que se sienten interesadas por esta nueva forma de hacer uso de bienes y servicios, este nuevo tipo de sistema económico se constituye, como señala Rachel Bostman, en “una poderosa fuerza cultural y económica que no sólo va a cambiar lo que consumimos, sino el modo en que lo hacemos”. (Botsman, 2010, pág. 78)

Por tanto, el revolucionario cambio desencadenado por la economía colaborativa en distintas áreas, sumando a las facilidades aportadas por la democratización de la información, los avances en las nuevas tecnologías, y los cambios que presenta la demanda, es decir los turistas y viajeros, logra su inmersión en el sector del alojamiento turístico el año 2008 junto a las plataformas de alojamiento de corta estancia y de mayor éxito hasta el momento.

De acuerdo al, fundador de Airbnb, esta plataforma coloca a disposición de los usuarios un espacio donde puedan ofrecer y reservar alojamiento, permitiendo, tanto a propietarios de viviendas o departamentos, generar ingresos y así también, poner a disposición de los huéspedes una herramienta para socializar y conseguir tener experiencias más locales. (Caro, 2016, pág. 8)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

El modelo de negocios de esta plataforma se basa en el acceso gratuito a la aplicación, donde los propietarios fijan el precio de la habitación, departamento o vivienda, permitiendo esto, aumentar el nivel de satisfacción de los anfitriones.

Es de esta manera que las plataformas de hospedaje turístico como la mencionada anteriormente, basan su modelo de negocios en proporcionar a los propietarios de viviendas el poder generar ingresos por espacios que no son utilizados por ellos mismos, y así también, que los viajeros y turistas, puedan acceder a estos espacios a precios más reducidos y más acordes a sus necesidades y requerimientos.

2.4.2. Las plataformas virtuales extra hoteleras frente a los hoteles tradicionales

El Internet es una herramienta muy utilizada hoy en día para diferentes actividades, una de ellas, es la comercialización de bienes y servicios en distintos ámbitos. Existe una variedad de plataformas virtuales donde los usuarios encuentran lo que necesitan y una muy conocida a nivel mundial es la plataforma virtual Extra hotelera AirBnB y Vrbo (antiguamente HomeAway).

Una cantidad significativa de propietarios de viviendas han encontrado en plataformas como AirBnB y Vrbo, la posibilidad de alquilar apartamentos o habitaciones a turistas o viajeros, generando así un ingreso económico extra para el anfitrión fuera de su actividad económica principal.

Las razones principales por las que los viajeros prefieren este tipo de plataformas virtuales son por ejemplo por los precios más bajos que los anfitriones ofrecen en comparación a los

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

hoteles convencionales, el contacto directo con los dueños de las viviendas, una mayor comodidad y flexibilidad y una comunidad de usuarios ya establecida detrás de dichas plataformas que garantizan y recomiendan la calidad de la vivienda, y también porque utilizando estas plataformas los huéspedes puedan vivir una experiencia más auténtica y única y no solo comportarse como turistas.

Según Heo, debido a la falta de transparencia y burocracia en cuestión a regulaciones legislativas o impuestos con la que usualmente operan los anfitriones de este tipo de plataformas. (Heo, 2016, Pág. 51)

2.4.3. El impacto de las plataformas virtuales de establecimientos extra hoteleros

Como mencionado en el previo punto, es cierto que existe un claro impacto de las plataformas virtuales de establecimientos extra hoteleros hacia la hotelería tradicional o convencional. Existen numerosos operadores que se dedican al alquiler vacacional, entre los que destacan Airbnb o Vrbo, conocido previamente como HomeAway, si bien, en el caso concreto del estudio propuesto, se consideran exclusivamente los alquileres que figuran en la primera plataforma, con una implantación a nivel mundial mucho mayor. (Oskam y Boswijk, 2016, pág. 21)

Estas plataformas virtuales, se han convertido en un competidor claro de los alojamientos tradicionales; ya que se basa en un modelo de negocio sólido, que ofrece gran variedad de alojamientos que proveerán de experiencias muy variadas, a la vez que es muy visual y actúa a través de una potente aplicación móvil. Aprovecha por tanto los importantes cambios

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”
sociales vividos en épocas recientes, donde las TICs desempeñan un papel clave en el desarrollo económico y en las formas de relación. (Romero, 2014, pág. 66)

Aunque Airbnb y Vrbo han sido vista como ejemplo de economía colaborativa en el ámbito turístico, conviene precisar que para los huéspedes es una opción de bajo coste, mientras que para los anfitriones es una forma de obtener ingresos complementarios.

2.4.3.1. Caso Airbnb

2.4.3.1.1. Inicios de Airbnb

Airbnb fue fundada por Brian Chesky y Joe Gebbia en 2008, en San Francisco, California.

El concepto inicial era alquilar sus habitaciones como un “bed and breakfast” (B&B) o en español “cama y desayuno” que es un tipo de alojamiento sencillo en una casa o residencia privada de entre cuatro y once habitaciones, que ofrecen alojamiento barato y un desayuno.

Se caracterizan por un ambiente familiar y hogareño, por lo que es usual que los dueños de los B&B vivan en el mismo inmueble y también donde los huéspedes pueden dormir en sus colchones durante los periodos de máxima afluencia cuando hay escasez de alojamiento en hoteles en las ciudades debido al gran número de turistas y visitantes por diferentes motivos. Pronto se dieron cuenta de la necesidad potencial de este mercado y se unieron con el programador Nathan Bleckarczyk que abrió camino como uno de los pioneros en la aplicación peer-to-peer especializada en el alojamiento de viajes. (Bonnet, 2017, pág. 13)

A diferencia de los hoteles tradicionales que mantienen inventarios de habitaciones, Airbnb releva su capacidad de habitaciones aumentando su escala de anfitriones que pueden ofrecer

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

espacio y lo pone a disposición de los viajeros. Esto permite a Airbnb ahorrar costes en el mantenimiento de activos. Además, Airbnb facilita y proporciona una plataforma online que permite a los usuarios y huéspedes registrarse, crear un perfil personal y hacer coincidir las necesidades en función de los requisitos de los participantes, además de poder calificar a los anfitriones, su servicio, y el alojamiento que ofrecen.

2.4.3.1.2. Características principales de Airbnb

Airbnb empezó a perturbar al sector de la hotelería, ya que proporciona precios más bajos y soluciona el desequilibrio de habitaciones de hoteles durante la temporada alta. Lo que hace único a este tipo de servicios es la colaboración entre la comunidad local al proporcionar una plataforma para conectar con personas de todo el mundo y ofrecer sus habitaciones a cambio de una tarifa. Además, los viajeros han evolucionado y quieren experimentar un concepto diferente de viajar mezclándose con los lugareños o locales mientras pueden ahorrar en el pago de un hotel por un alojamiento que se ajuste a sus necesidades.

El concepto de "home away from home" que significa en español “hogar fuera del hogar” que Airbnb sostiene, se ha convertido en un éxito desde hace unos nueve años y cuenta con más de tres millones de listados, 200 millones de huéspedes totales y está presente en más de 191 países en todo el mundo según estadísticas de la plataforma “Inside Airbnb”.

Reuters (2016) informó que la valoración de la empresa podría alcanzar unos 30.000 millones de dólares en los próximos años, lo que la convertirá en la empresa de más rápido crecimiento. Airbnb es un mercado comunitario de confianza para que la gente anuncie,

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

descubra y reserve alojamientos únicos en todo el mundo. Se trata de una plataforma P2P que significa “entre iguales o de igual a igual” que permite a las personas alquilar unidades residenciales (incluidas sus propias casas) a corto plazo o en algunos casos, también a mediano plazo. (Konrad y Mac, 2022, pág. 2)

2.4.3.1.3. Cómo funciona Airbnb

Cuando Airbnb debutó en 2008, era simplemente un lugar para listar y buscar alojamientos de corta duración. Ahora, catorce años después de su fundación, Airbnb se ha expandido, añadiendo nuevas herramientas al servicio que lo convierten en una ventanilla única para consolidar los planes de viaje.

Las experiencias que aparecen en Airbnb pueden incluir todo tipo de actividades, desde excursiones a pie hasta yoga en la playa y una caminata por un bosque. A parte que, en 2017, el servicio se asoció con Resy para permitir a los usuarios reservar restaurantes directamente a través del sitio.

Mirar los detalles de la propiedad es sólo una de las formas en que los usuarios de Airbnb pueden aprender sobre una casa potencialmente listada en Airbnb. El sitio también cuenta con una sección de reseñas que permite a los huéspedes dejar sus opiniones después de su estancia, clasificando todo, desde la ubicación hasta la limpieza de la propiedad.

Las ganancias directas que recibe Airbnb, cobra tasas tanto a los anfitriones como a los huéspedes. A los huéspedes se les suele cobrar entre el 5% y el 15% del subtotal de la reserva.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Por su parte, los anfitriones cobran un 3% cada vez que se completa una reserva con Airbnb.

Y si usted es el anfitrión de una experiencia, Airbnb le cobrará una tasa de servicio del 20%.

(Oskam, 2016, pág. 7)

2.4.3.1.4. Airbnb en Bolivia

En Bolivia, existen más de 1.500 propiedades que son parte de la plataforma virtual Airbnb, poniendo a disposición de los viajeros sus inmuebles a cambio de un precio módico. Por su parte, en una entrevista realizada al presidente de la Cámara Boliviana de Hotelería (CBH),

Luis Ampuero, este señaló que Airbnb llegó a Bolivia hace siete años, causando pérdidas de hasta millones de dólares al año a los establecimientos hoteleros tradicionales dado que, cada vez los viajeros prefieren utilizar esta plataforma virtual como opción de alojamiento, dejando atrás el alojamiento tradicional. (Ampuero, 2019, S.P.)

2.4.3.2.Caso Vrbo

2.4.3.2.1. Inicios de Vrbo

De acuerdo a Tecnosfera, la Plataforma virtual extra hotelera “VRBO”, fue creada en 1995 por su fundador, David Clouse, como un sitio web utilizado para alquilar su estación de esquí en el popular destino de Breckenridge, Colorado. En este entonces, los sitios web comenzaban, por lo que esta plataforma se convirtió en uno de los canales de reserva más antiguos para alquileres vacacionales en todo el mundo.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Vrbo fue adquirida más tarde, año 2006, por HomeAway, otro sitio de gran relevancia para realizar reservas de apartamentos turísticos. En el año 2015, el grupo Expedia adquirió HomeAway y más tarde VRBO pasó a llamarse Vrbo, incluyendo las mayúsculas y la pronunciación ("ver-boh"). En 2020, los sitios web de HomeAway y Vrbo se fusionaron en un único sitio web de Vrbo.

"Vacation Rentals by Owner" abreviado como Vrbo que significa en español “Alquileres de vacaciones por parte de los propietarios” es un canal de reservas online que conecta a los propietarios de alquileres vacacionales y a los anfitriones de corta duración con sus viajeros potenciales y ha sido una de las plataformas de reservas más importantes para los alquileres vacacionales durante más de 25 años. (Tercnósfera, 2017)

2.4.3.2.2. Características principales de Vrbo

Según SmartTravel, Vrbo es ahora un mercado global de alquiler de establecimientos extra hoteleros, parte de una importante red internacional que ofrece más de 2 millones de propiedades vacacionales en 190 países. Así es como Vrbo consigue seguir teniendo éxito a pesar de la creciente competencia de Airbnb y Booking.com.

De acuerdo al sitio web mencionado, en un esfuerzo por delimitar claramente sus unidades de negocio, Expedia fusionó HomeAway y Vrbo en 2020 y desde entonces gestiona ambas bajo la marca "Vrbo". Esto significa que todas las propiedades de alquiler vacacional fueron transferidas oficialmente a Vrbo, dejando el portal de Expedia exclusivamente para los hoteles. En otras palabras, el Grupo Expedia eliminó algunos listados pertenecientes al

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

segmento de alquileres vacacionales de su portal Expedia. Estos listados se incorporaron a Vrbo, una plataforma dedicada exclusivamente a este segmento. (SmartTravel, 2022)

2.4.3.2.3. Cómo funciona Vrbo

Vrbo también ofrece una sección de reseñas que permite a los usuarios calificar su estancia en una propiedad concreta. Sin embargo, el sitio también permite a los propietarios publicar una respuesta al revisor, que se muestra debajo de una opinión determinada. Esto significa que los usuarios de Vrbo no sólo pueden encontrar más información sobre la experiencia de alojarse en una propiedad, sino que también pueden obtener más información de los propietarios antes de iniciar el proceso de reserva de una estancia.

Al igual que Airbnb, Vrbo también cobra tasas tanto a los propietarios como a los huéspedes. A los huéspedes se les suele cobrar una tasa de servicio de entre el 6% y el 12%. La cuota de servicio es más complicada para los propietarios. Para publicar un alquiler en Vrbo, deben pagar una cuota de suscripción. Hay dos planes principales de pago de suscripción disponibles para los anfitriones de Vrbo: pago por reserva, en el que se cobra a los anfitriones un 8% por cada reserva recibida a través del sitio y un pago de suscripción anual, que cobra a los propietarios una cuota fija de \$ 499 USD por adelantado para el año.

2.4.3.2.4. Vrbo en Bolivia

Esta plataforma virtual es de igual manera utilizada en Bolivia como una alternativa para reservar un hospedaje turístico (departamentos, casas, habitaciones), aunque es menos

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

popular que la ya mencionada plataforma AirBnB. Sin embargo, cuenta con más de cientos de propiedades a nivel nacional, y en el caso de la ciudad de La Paz, estas alcanzan un número de treinta y siete propiedades. Las cuales ofrecen servicios de hospedaje, alimentación, recreación y hasta tours guiados que en algunos casos no representan un costo adicional, dado que, son realizados por los propietarios o anfitriones de dichos establecimientos. Con el fin de optimizar la experiencia local del turista. (Vrbo, 2021)

2.4.4. Regulaciones para hospedaje de alquiler turístico

Una de las batallas más duras que las plataformas tienen que superar a nivel mundial es la reacción de la industria hotelera, puesto que la creciente oferta de viviendas de alquiler para turistas no cumple con las regulaciones o leyes que los hoteleros tienen que soportar. (Di Nardo y Nicita, 2016, pág. 34).

Ya sea que se denomine como la "nueva manera de hacer Turismo", para muchos o la mayoría, esto significa no tener que incurrir en los mismos costos regulatorios y regulaciones tradicionales a las que se enfrentan los hoteles, como los derechos del consumidor, los estándares de calidad, las obligaciones fiscales, etc. Muchos consideran la actividad como una oferta irregular, desleal, e ilegal, y a causa de esta situación el año 2016, la OMT realiza la “Primera jornada de la Reunión Iberoamericana de la OMT sobre economía colaborativa en el alojamiento turístico”, cuyo objetivo fue comenzar a trazar acuerdos regionales e internacionales para la regulación y el control del alojamiento turístico informal.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

En la actualidad, debido a los efectos provocados por las Plataformas virtuales Extra Hoteleras, algunos países y ciudades comenzaron a regularizar la actividad de alquiler turístico mediante normas y leyes ya establecidas. Siendo estos los siguientes: (Encarnación, 2022, pág. 15)

Cuadro N°5

Regulación de Alquileres turísticos en el mundo

Continente	Países	Ciudad	Normativa y descripción
Europa	Países Bajos	Ámsterdam	<ul style="list-style-type: none"> - Alojamientos que se alquilen durante más de 60 días al año deben inscribirse en la categoría “Bed and Breakfast” - Impuesto turístico del 5% - Requisitos al anfitrión: Normativa de incendios, número máximo de huéspedes que pueden alojarse al mismo tiempo en un inmueble.
	España	Barcelona	<p>Decreto 159/2012</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las viviendas de uso turístico deben presentar una previa solicitud antes de querer operar en este rubro. - Esta actividad económica puede estar sujeta a tributación impositiva.
		Valencia	<p>Ley 3/1998, de Turismo de la Comunitat Valenciana</p> <ul style="list-style-type: none"> - Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunitat Valenciana.
		Islas Baleares	<p>La Ecotasa</p>
	Alemania	Berlín	<ul style="list-style-type: none"> - Prohibición de alquiler de carácter turístico de todo un departamento, permitiendo solo el alquiler de una parte o porción de la

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

			vivienda.
			- El anfitrión debe permanecer en la vivienda al momento del alquiler de la misma.
	Portugal	Lisboa	- Los turistas deben pagar una tasa turística, al igual como se hace en los hoteles convencionales.
	Italia	Milán	- Mantenimiento de toda la infraestructura y pago de los servicios como luz, gas, agua, etc.
		Roma	- Requisitos al anfitrión: Inscripción como “empresario” a quien cuente con alquiler de más de tres viviendas de uso turístico.
	Francia	Paris	- Autoridades municipales cobran impuestos (83 centavos de euro) por persona y por noche a los turistas. - Los anfitriones deben solicitar autorización que permita el uso turístico de la vivienda.
América	Estados Unidos	Chicago	- Los anfitriones deben solicitar una Vacation Rental License obligatoria a todo aquel que desee poner en alquiler de su propiedad.
		Miami	- Se establecen zonas delimitadas para las viviendas de alquiler.
		Nueva York	- Los inmuebles deben estar libres de cualquier tipo de inhabilitación impuesta por el New York City Zoning Code.
		San Francisco	Ley Airbnb - Los propietarios deben pagar los mismos impuestos que los hoteles. - Creación de registro público, los anfitriones deben pagar una tasa de 50 dólares y registrarse en el Departamento de Planificación.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Asia	Singapur		- Las viviendas solo se pueden alquilar por periodos de tiempo superiores a los 6 meses.
	Japón		- Las viviendas solo pueden ser alquiladas por un máximo de 7 días, solicitando autorización a la Administración del Edificio y a la Comuna.

Fuente: Elaboración propia en base a estudio de Di Nardo, 2022

2.4.5. Nuevos paradigmas frente a la saturación turística

De acuerdo a Briceño, al ser el turismo una actividad humana, la misma está ligada a los cambios sociales y culturales que se suscitan en ella. El turismo ha evolucionado a lo largo de la historia de la humanidad, por ende, acompañado de este cambio se presenta una diversificación en las razones por las cuales se efectúa el turismo y de igual manera cambia los medios y sistemas de los cuales el turismo se ha valido para su realización.

Por lo tanto, no es erróneo mencionar que “la industria turística es un reflejo de la sociedad humana contemporánea” y que dichos cambios y nuevas tendencias hayan repercutido en las prácticas y consumo de los productos turísticos.

Así también, este autor señala que, desde los inicios de dicha actividad junto a los avances tecnológicos que van desde la invención del ferrocarril, la expansión de las rutas ferroviarias (locomotora) y marítimas, hasta la posterior parición de la energía eléctrica, el automóvil y la aviación, el turismo se fue masificando, suscitando cambios tanto positivos como negativos en los destinos turísticos. (Briceño, 2016, pág. 31)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Actualmente, el turismo está vinculado al estilo de vida del hombre; ya que las personas hacen turismo en función de su constitución física, estructura familiar, educación, orientaciones de consumo, relaciones interpersonales y relaciones laborales. Juntamente con estos cambios, se presentan cambios en las necesidades y expectativas de los turistas, generando una masificación y saturación de la actividad turística.

Habiendo abordando la evolución y surgimiento del turismo de masas, es necesario abordar los comportamientos recientes de la actividad turística y sus nuevas perspectivas.

2.4.5.1. Del turismo de masas al nuevo turismo

Es a partir de los años ochenta que junto a un nuevo estilo de vida del hombre y la relación del hombre con la naturaleza – una mayor conciencia de los problemas medioambientales – acompañados por el avance y desarrollo de las nuevas tecnologías, surge un nuevo turismo sustentado por tres principios: (Díaz, 2006, pág. 17)

- Flexibilización de la producción
- Sostenibilidad del destino
- Personalización del consumo

En la actualidad el turista ya no busca únicamente el viaje como escape de la rutina, sino también una búsqueda de emociones que lo lleven a un enriquecimiento personal y a percibir felicidad (Opaschowsk. 2001. Pág. 19). El turismo de masas fue reemplazado por un tipo de turismo ligado a la sensibilidad del turista y los nuevos avances tecnológicos.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

El turista actual, a diferencia del turista de masas, opta por un turismo más planificado y controlado, que para satisfacer el patrón de consumo del mismo debe contemplar factores como el medio ambiente, una mayor personalización, flexibilidad, y calidad en el servicio.

2.4.6. La experiencia “Live like a local”

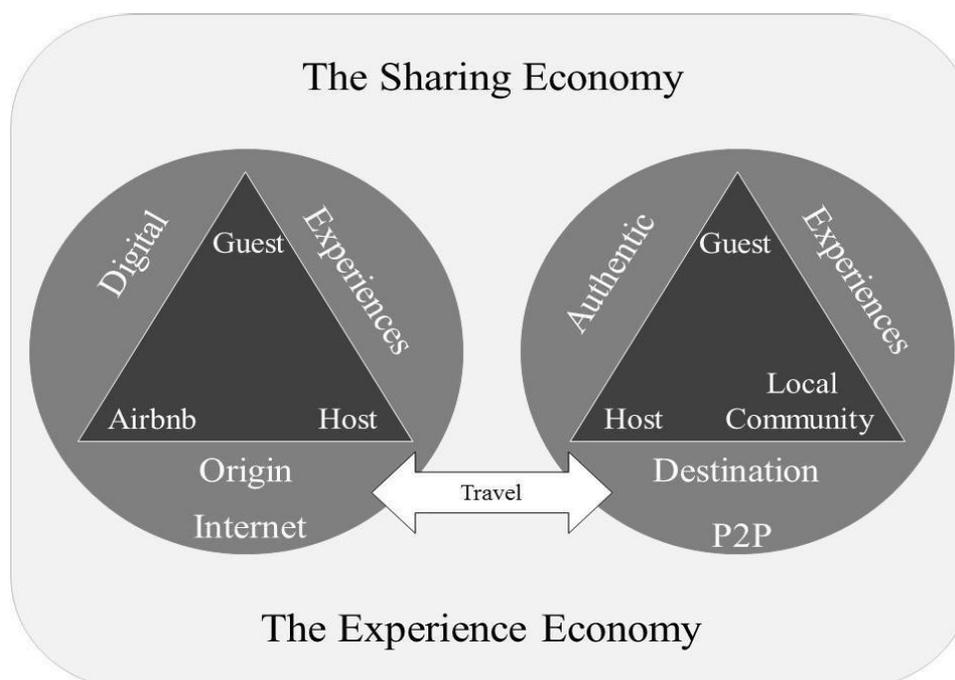
Los viajeros actuales demandan experiencias diferentes y poder interactuar de manera más significativa con los locales, de esta manera la economía colaborativa surge como respuesta a esta demanda y nueva tendencia de consumo, siendo este la base de la experiencia “live like a local”.

Refiriéndonos a la autenticidad uno de las características principales de la economía colaborativa, Kirilova señala que este término es una mezcla de conceptos tanto filosóficos y psicológicos como espirituales. Esta tendencia relacionada directamente en el cambio del turista convencional de masas a viajero radica en esta característica, en la búsqueda de la “autenticidad”, de lo “real” y de igual manera la autorrealización.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Figura N°10

El nexo de la autenticidad, las experiencias turísticas y la economía colaborativa



Fuente: Paulauskaite. 2017

El lema de las 3L – Live Like a Local – se ha convertido en una respuesta a una nueva tendencia de turismo y de la práctica de estas, y así también una respuesta a destinos turísticos saturados. Esta tendencia de vivir como un local y de alojarse en viviendas de uso turístico ha provocado como señala Milano, una gran cantidad de debates sobre todo entre los agentes turísticos tradicionales y también las comunidades locales. (Milano, 2018, pág. 66)

Sin lugar a duda, la experiencia de vivir como un local y de alojarse en viviendas de uso turístico ha generado muchos debates entre los agentes turísticos tradicionales y las comunidades locales.

2.4.7. Viviendas de alquiler y de uso turístico: Caso Palma de Mallorca, España

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Baleares es uno de los destinos más visitados y demandados en toda Europa, especialmente en los meses de verano. Especialmente el destino Mallorca, que según Ferrer destaca por ser una isla que cuenta con ciudad, playas, callas, montañas y ciudad, que junto al favorable clima templado de la isla se presenta como un gran atractivo para los turistas, en su mayoría procedentes de países como Inglaterra, Países Bajos, Países Nórdicos, Luxemburgo y Francia; turistas que cuentan con un fuerte poder adquisitivo y de gasto a diferencia de turistas de otras nacionalidades.

Como consecuencia de este fuerte flujo turístico en la isla, el sector hotelero se ve saturado año tras año, es así que la aparición y pronto crecimiento de viviendas de uso turístico o extra hoteleras, se presentó como una respuesta inmediata a esta dinámica turística.

Debido a la situación actual de saturación turística y por consiguiente hotelera, asociados a la gran huella ecológica del turismo en la isla, el Parlamento de la isla dio luz verde a una ley pionera, la cual busca eliminar una parte de las 625.000 plazas hoteleras que actualmente existen en las islas. Buscando suprimir un máximo de 40.000, sobre todo pequeños hoteles de baja categoría (Ferrer, 2019, pág. 37). Asimismo, la ya mencionada huella ecológica turística se ha incrementada debido a la proliferación de viviendas de uso turístico, por esta razón se optó por regular el alquiler de viviendas en pisos a turistas. Además, para conseguir un turismo sostenible y mejorar las infraestructuras de las Illes Balears, se puso en marcha en el 2016 el impuesto sobre estancias turísticas, conocido como Ecotasa. (Serras, 2017, pág. 85)

Adicionalmente, de acuerdo a ley de Turismo de 2012, los propietarios de viviendas turísticos

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

deben realizar una declaración a la Conselleria de Turismo y también pagar veinticinco euros por plaza vacacional. Por su parte, los turistas deben pagar el impuesto de Turismo Sostenible. (Rodríguez, 2018, pág. 29)

2.4.7.1. Saturación turística Mallorca

Dado el reducido territorio de la isla para la cantidad de turistas que ingresan, los residentes y locales denuncian una sensación de saturación y asfixia en su diario vivir, escenario que va en contra de la calidad de vida de los residentes. Esta situación, el gobierno ha impuesto medidas para limitar el crecimiento de la industria turística. Entre dichas medidas puestas en marcha esta fijar un tope al número de coches que entran en la isla, regular la cantidad de cruceros e incluso reducir el número de plazas hoteleras. (Ferrer, 2019, pág. 38)

2.4.7.2. Consecuencias y soluciones para la saturación turística

El caso de la saturación turística se visualiza ante la población local mallorquina en problemas externos negativos, entre los cuales está, un déficit hídrico, en los meses de verano, el colapso de playas y de carreteras, contaminación acústica en las áreas de fiesta de la ciudad y la contaminación con residuos sólidos en la ciudad y playas.

Entre una de las soluciones ante la saturación turística, las autoridades mallorquinas se han propuesto apostar por el Turismo Sostenible, fomentando actividades como el ciclo turismo y el senderismo, especialmente en los meses de menor afluencia turística.

2.4.7.2.1. Ley Ecotasa o ley de impuestos sobre las estancias turísticas

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Siendo el turismo una de las principales actividades económicas de la región y la que representa mayor fuente de empleos y de ingresos en las Islas Baleares, esta ha generado consecuentemente una serie de problemas medioambientales y sociales en su entorno; al estar avocados principalmente al turismo de masas; es por esto que las autoridades de la región deciden impulsar una ley para el desarrollo del Turismo Sostenible, hacer frente a la problemática del cambio climático y poder desarrollar una infraestructura turística de alta calidad.

2.4.8. Viviendas de alquiler y de uso turístico: Caso Extremadura, España

Entre los diversos casos alrededor del mundo, en los que la proliferación de alquileres de uso turístico – Airb&b – ha generado una situación de disconformidad en el sector hotelero convencional y la población local; se presenta el caso de la comunidad autónoma de Extremadura, una región montañosa en el occidente de España. En este caso de estudio mencionado, la proliferación de las viviendas de alquiler destinadas al uso turístico, actúan al margen o bordeando la legalidad existente de dicho país.

En Extremadura, existe una especie de competencia entre las tipologías de alojamiento legalmente establecido – casas rurales, hoteles, posadas, pensiones, albergues, etc. – y los alquileres de uso turístico ofertados en plataformas como ser Airbnb. (Sánchez y Rengifo. 2019, pág. 99)

Por lo tanto, de acuerdo a Sánchez y Rengifo, Airbnb se presenta como una competencia para

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

los establecimientos que cuentan con los requerimientos legales vigentes, situación que genera posibles pérdidas en el volumen de turistas alojados en los establecimientos legalmente establecidos y que, conforme al número de pernотaciones en dichos establecimientos, llegarían incluso a perjudicar en el desarrollo de una oferta legal.

CAPÍTULO III - MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Diseño y método de investigación

Para el presente trabajo de investigación se emplea el método cuantitativo, mediante la elaboración de encuestas que tienen el fin de recolectar datos necesarios para la descripción y análisis de los hoteles estudiados, establecimientos extra hoteleros, características de consumo de los turistas y las acciones que tomadas por parte del sector hotelero legalmente establecido frente al fenómeno de la Extra Hotelería.

Como señala Sampieri una investigación cuantitativa da por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. Dicho enfoque emplea la recolección de datos para comprobar la hipótesis planteada con antelación al proceso metodológico. Con un enfoque cuantitativo se plantea un problemática y preguntas concretas que generan más tarde la hipótesis.

Otra de las características del enfoque cuantitativo es que se emplean experimentaciones y análisis de causa-efecto, también se debe resaltar que este tipo de investigación conlleva a un proceso secuencial y deductivo. Al término de la investigación se debe lograr una

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

generalización de resultados, predicciones, control de fenómenos y la posibilidad de elaborar réplicas con dicha investigación. (Sampieri, 2006, pág. 34)

Así también, para complementar la investigación, se utilizarán métodos de carácter cualitativo como es la entrevista y la observación.

El enfoque cuantitativo empleado en la presente investigación, se caracteriza por presentar una perspectiva amplia del fenómeno estudiado. Asimismo, el problema se ve reflejado con claridad con objetivos propiamente formulados y apropiados para el estudio junto a una conceptualización teórica justa al fenómeno que se investiga.

Entonces, se da como resultado al final del trabajo un informe minucioso de la situación estudiada.

3.2. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL

3.2.1. Investigación No Experimental transversal

Para el presente trabajo de investigación se emplea el método de investigación no experimental transversal, ya que este se realiza sin la manipulación deliberada de variables y sin realizar cambios en nuestra muestra estudiada. Basándose fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

Según Hernández, la investigación correlacional es un tipo de estudio que cuenta como objetivo evaluar la relación que exista entre dos o más variables. Los estudios de carácter

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

cuantitativo correlacional miden el grado de relación entre ambos. Refiriéndose a que miden cada variable relacionada para así analizar la correlación entre ambas. (Hernández, 2003, pág. 121)

Por otra parte, García explica que este tipo de investigación se centra en encontrar explicaciones por medio del estudio de relaciones entre variables en marcos naturales, sin que se halle la manipulación de dichas variables. (García, 2021, pág. 104)

3.2.2. Fuentes utilizadas

El presente trabajo emplea para su elaboración información tanto de tipo primaria como secundaria. Como Fuentes Primarias utilizadas se tiene testimonios directos de hoteleros y anfitriones obtenidos mediante encuestas y la entrevista realizada a la representante de la Cámara Hotelera de La Paz. De igual manera se cuenta con información brindada por el consumidor final – turista –, a través de encuestas.

Por otra parte, entre las fuentes secundarias empleadas tenemos la revisión de libros, tesis, monografías, proyectos de grado, artículos de revistas y periódicos, informes turísticos, investigaciones en el área del turismo y la economía e informes anuales de ocupación hotelera.

3.2.3. Técnicas utilizadas

3.2.3.1. Observación

De acuerdo a Bunge, la observación es el procedimiento empírico elemental de la ciencia que

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

tiene como objeto de estudio uno o varios hechos, objetos o fenómenos de la realidad actual. Esta técnica es empleada en la presente investigación con el fin de elaborar un cuadro comparativo de los servicios, infraestructura y tarifas entre Establecimientos Extra Hoteleros y Hoteles Convencionales. (Bunge, 2007, pág. 31)

3.2.3.2. Entrevista

Murillo señala que la entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de forma oral y personalizada y que esta información versa en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. (Murillo, 2006, pág. 42)

Una de las técnicas empleadas para recabar la información requerida en el presente trabajo de investigación es la entrevista, dirigida a la directora de la Cámara Departamental de Hotelería de La Paz, como figura representativa del sector hotelero legalmente establecido.

3.2.3.3. Encuesta

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. (Casas, 2022, pág. 27)

Esta técnica de investigación es utilizada en el presente documento para tres públicos objetivos:

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Siendo la primera los consumidores finales, en este caso los turistas, donde se pudo determinar el comportamiento del consumidor, es decir, las preferencias al momento de elegir entre hoteles convencionales o establecimientos extra hoteleros. Además, de otras variables importantes para la investigación.

Como segundo grupo de estudio, se tiene a los representantes de establecimientos hoteleros de la Zona El Rosario con el objetivo de recabar datos sobre la situación en cuanto a su ocupación hotelera e ingresos económicos del año 2019 y su percepción ante las plataformas virtuales extra hoteleras – Airbnb y Vrbo – entre otros aspectos.

Como tercer grupo complementario de estudio, se tiene a los anfitriones de establecimientos extra hoteleros, con el fin de recabar datos respecto a la ocupación de turistas, ingresos económicos y servicios prestados.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1. Población

Población 1: Para la investigación, se define como Población principal o Universo a los prestadores de servicio de hospedaje de la ciudad de La Paz. Sin embargo, al ser estos diversos, se delimita como Muestra a los Hoteles de la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz (Unidad de Análisis).

Los Hoteles de la Zona El Rosario estudiados durante la investigación fueron los siguientes: Hotel El Rosario, Hotel Sajama, Hotel Las Brisas, Hotel Terraza, Hotel Qantu, Isabela Hotel Suite, Hotel, Hotel Inca’s Room, Hotel Sagárnaga, Hotel Majestic, Skyline Hotel, Golden

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Palace Hotel, Lion Palace Hotel, Hotel La Joya, Hotel RIXXA y Hotel Diamante Azul.

Población 2: Como parte de la investigación, se vi imprescindible estudiar a los turistas que llegan a la ciudad de La Paz mediante encuesta, con el fin de reforzar la hipótesis presentada.

Para esta parte de la investigación se tendrá como población a turistas que pernoctan ya sea en hoteles o establecimientos extra hoteleros en la ciudad de La Paz.

3.3.2. Tipo de muestra

3.3.2.1. Muestreo de Población 1 (hoteles)

❖ Muestreo deliberado o intencionado

El muestreo deliberado, crítico o por juicio, es definido por Salamanca como aquel que se selecciona con base en el conocimiento de una población o propósito del estudio. Eligiendo la muestra sobre la base que el investigador tenga de la población, sus elementos y la naturaleza de los objetivos de la investigación. (Salamanca, 2007, pág. 45)

Este tipo de muestreo centra la idea en que el investigador elige la muestra porque los considera más representativos en base a criterios que cumplen con una descripción o propósito específico que es necesario para realizar la investigación.

Es por esta base teórica que se elige esta muestra en particular en el presente trabajo investigativo.

3.3.2.2. Muestreo de población 2 (turistas)

❖ Tamaño de la Muestra

Partiendo del concepto de muestra, según Hernández, esta es en esencia un subgrupo de la población, es decir que pertenecen al conjunto definido en su característica. (Hernández, 2006)

En la presente investigación, nuestra población objetivo son los turistas que pernoctaron ya sea en Hoteles o Establecimientos Extra hoteleros en la ciudad de La Paz.

El muestreo se calculará con la siguiente fórmula estadística siendo la población finita.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población = 401.412
- Z_{α} = Es el nivel de confianza = del 90% = 1.645
- p = proporción esperada = en este caso 5% = 0.05
- q = Es la variabilidad negativa = $1 - p = 0.5$
- d = margen de error = 10% = 0.10

Esta muestra fue determinada basándose en datos recopilados por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). El flujo internacional de turistas que pernoctaron el año 2019 en la ciudad de La Paz, fue de 401.412 visitantes nacionales y extranjeros.

$$n = \frac{401.412 * 1.645^2 * 0.05 * 0.5}{0.10^2 * (401.412 - 1) + 1.645^2 * 0.05 * 0.5}$$

$$n = 69$$

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Dado este resultado el tamaño de la muestra para la investigación es de 69 encuestas.

Cuadro N°6

Llegada de visitantes extranjeros por aeropuerto 2018 – 2019

BOLIVIA: LLEGADA DE VISITANTES EXTRANJEROS POR AEROPUERTO, 2018 - 2019^(p)
(En número de personas)

AEROPUERTO	2018		2019 ^(p)		VARIACIÓN PORCENTUAL
	Visitantes	Participación porcentual	Visitantes	Participación porcentual	
Total	414.961	100,0	382.971	100,0	-7,7
Viru-Viru - Santa Cruz	256.391	61,8	248.284	64,8	-3,2
El Alto - La Paz	127.091	30,6	110.270	28,8	-13,2
Jorge Wilsterman - Cochabamba	31.479	7,6	24.417	6,4	-22,4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
(p) Preliminar

Fuente: INE, 2020

Cuadro N°7

Llegada de visitantes extranjeros por punto fronterizo, 2018 – 2019

BOLIVIA: LLEGADA DE VISITANTES EXTRANJEROS POR PUNTO FRONTERIZO, 2018 - 2019^(p)
(En número de personas)

FRONTERA	2018		2019 ^(p)		VARIACIÓN PORCENTUAL
	Visitantes	Participación porcentual	Visitantes	Participación porcentual	
Total	726.899	100,0	856.310	100,0	17,8
Desaguadero	188.285	25,9	243.001	28,4	29,1
Villazón	166.309	22,9	205.490	24,0	23,6
Kasani/Copacabana	102.857	14,2	91.312	10,7	-11,2

Fuente: INE, 2020

3.4. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

3.4.1. Hipótesis de la investigación

La hipótesis de la presente investigación se caracteriza por ser correlacional, pues muestra correlación y asociación entre dos variables y en qué grado una afecta a la otra. En este caso,

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

el Flujo Turístico de los hoteles de la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz y la prestación de servicios de Plataformas Virtuales de Establecimientos Extra hoteleros. Siendo la hipótesis la siguiente:

“La utilización de las plataformas virtuales prestadoras de servicios extra hoteleros influye en el flujoturístico de los Hoteles de la Zona el Rosario”

La Relación entre el Flujo Turístico de los Hoteles de la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz y el servicio prestado por las Plataformas Virtuales Extra hoteleras o de Alquiler Turístico en la gestión 2019.

3.4.2. Definición conceptual de las variables y operacionalización de las variables

3.4.3. Definición Conceptual de Variables

Variable 1: Flujo Turístico

De acuerdo Povedskaya, los viajes constan de tres precisos momentos o fases: la Planificación o Preparación, el Traslado (ida-vuelta) y finalmente la estancia en el destino. Dado esto, si el destino llega a representar interés por uno o muchos turistas, entenderíamos por Flujo Turístico, al número de traslados constantes hacia un determinado destino turístico. (Povedskaya, 2016, pág. 14)

De esta manera, la definición que daremos al Flujo Turístico adecuado para la investigación, es la siguiente: Es la cantidad de turistas o viajeros que se dirigen a un determinado destino turístico, esto integra también el flujo de personas que se dirigen o que optan por un determinado servicio turístico de la Oferta Turística, que van desde huéspedes en la hotelería, pasajeros para el transporte, hasta comensales de un determinado restaurante.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Variable 2: Plataformas virtuales de establecimientos extra hoteleros

Son todos aquellos sitios en red denominados “mercados comunitarios virtuales” o plataformas colaborativas que cumplen el rol de intermediarios tecnológicos entre los oferentes de viviendas de alquiler vacacional y los demandantes que buscan algún tipo de hospedaje no tradicional durante sus viajes. (Emilio, 2018, pág. 18)

Por lo tanto, las Plataformas Virtuales de establecimientos extra hoteleros, son espacios online de encuentro entre la demanda y la oferta de hospedaje no convencional; los cuales funcionan a su vez como intermediarios entre estos dos a cambio de comisiones por las reservas realizadas. En parte, una de las ideas centrales, de esta nueva tendencia, es optar por un servicio más holístico e integrador con la comunidad receptora a precios módicos.

Cuadro N°8

Definición Conceptual de Variables

Variables	Unidad de Análisis	Contexto
V1: Flujo turístico V2: Servicio de las Plataformas Virtuales de establecimientos extra hoteleros	Hoteles de la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz	Lugar: Zona El Rosario de la ciudad de La Paz Año: 2019

Fuente: Elaboración Propia, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

3.4.3.1. Operacionalización de variables

Cuadro N°9
Operacionalización de variables

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos	
V.I. Servicio de Plataformas Virtuales Extra hoteleras		Servicios básicos	Encuesta 1 – P1 Encuesta 2 – P2 Encuesta 3 – P5	
		Servicios complementarios	Encuesta 2 – P2, P5	
	Calidad del servicio	Calificación del Establecimiento Extra Hotelero		Encuesta 4 – P5
		Empleo de técnicas de fidelización al cliente		Encuesta 3 – P7
	Acceso a las Plataformas Virtuales Extra hoteleras	Privacidad y seguridad de datos personales		Encuesta 2 – P2
		Facilidad en su utilización y navegación		
	Interacción directa con el anfitrión	Rapidez de respuesta		
		Experiencia “Live like a local”		Encuesta 2 – P2
	Presencia en el rubro hotelero	Tarifas accesibles y competitivas		Encuesta 3 – P3 Encuesta 4 – P3
		Imagen del Establecimiento		Encuesta 4– P2, P5 Entrevista 1 – P2, P7
		Personalización de los servicios		Encuesta 3 – P7 Observación 1
		Competencia en la oferta hotelera		Encuesta 1 – P7, P8, P9 Entrevista 1 – P1, P5

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

**“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”**

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Flujo turístico de los Hoteles de la Zona El Rosario	Desplazamiento de turistas al destino	Mayor turismo receptivo	Encuesta 2 – P3, P4, P5, P6, P7
		Mayor turismo emisivo	Encuesta 2 – P8
	Ocupación hotelera	Considerable número de reservas	Encuesta 1 – P3
		Alto promedio de noches pernoctadas	Encuesta 1 – P4 Encuesta 3 – P4 Encuesta 4 – P4
		Empleo de plataformas extra hoteleras	Encuesta 2 – P1, P2 Encuesta 4 – P1
	Canal de reserva	Empleo de plataformas hoteleras	Encuesta 2 – P1 Encuesta 3 – P1, P2 Encuesta 4 – P1

Fuente: Elaboración propia, 2022

CAPÍTULO IV – ANÁLISIS DE RESULTADOS

ENCUESTA 1

**ANÁLISIS Y RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A
GERENTES HOTELEROS O ENCARGADOS DE HOTELES DE LA ZONA EL
ROSARIO DE LA CIUDAD DE LA PAZ**

Cuadro N°10

Establecimientos Hoteleros encuestados de la Zona El Rosario

N.º	Nombre del Establecimiento	Persona encuestada	Cargo o posición
1	Hotel Qantu	Liliana Bozo	Administradora
2	Hotel Las Brisas	Álvaro Quispe	Administrador
3	Hotel Terraza	Henry Caro	Gerente General
4	Hotel Rosario	Scarlett Herrera	Encargada de Ventas y Reservas
5	Isabela Hotel Suite	Alfredo Torres	Administrador
6	Inca’s Room Hotel	Mayumi Huayhua	Recepcionista
7	Hotel Sagárnaga	Wilmer Quispe Alaña	Recepcionista
8	Hotel Majestic	María Tellez	Recepcionista
9	Hotel La Joya	Freddy Sullcani	Recepcionista
10	Golden Palace Hotel	Marité Lima	Encargada de Reservas
11	Skyline Hotel	Lesly Valencia	Recepcionista
12	Hotel Diamante Azul	Danitza Gutiérrez	Encargada de Reservas
13	RIXXA Hotels	Wendy Callisaya	Administradora
14	Lion Palace Hotel	Jimena Jiménez	Recepcionista
15	Hotel Sajama	Corina Paco	Gerente General

Fuente: Elaboración propia con información del marco muestral, 2021

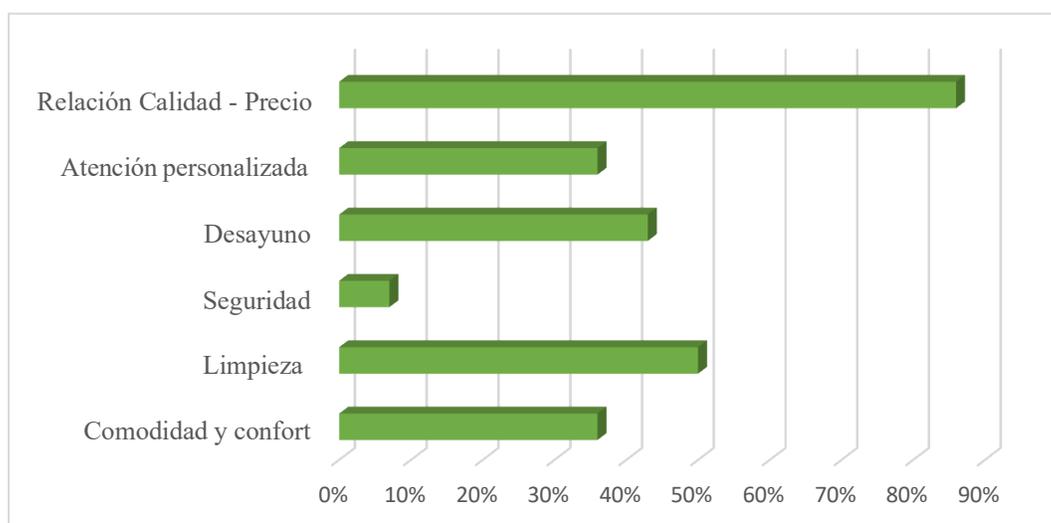
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 1 – ¿Cuál cree usted que es el motivo por el que las personas deciden hospedarse en su hotel?

Es importante conocer los factores que los hoteleros creen relevantes y que destacan de su establecimiento hotelero.

Gráfico N.º 1

¿Cuál cree usted que es el motivo por el que las personas deciden hospedarse en su hotel?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestión podemos establecer que:

Un 86 %, como se observa en el gráfico, indica que la razón principal porque los turistas eligen su Hotel, es la Relación Calidad – Precio. Un 50 % indica que la Limpieza es otra de las razones para escoger su establecimiento hotelero. Sin embargo, un 7 %; es decir, solo una persona, indica que el factor “Seguridad”, es uno de los motivos para hospedarse en su hotel. Esto refleja que la seguridad de la zona en general no favorece, más al contrario perjudica en la imagen y posicionamiento de los hoteles.

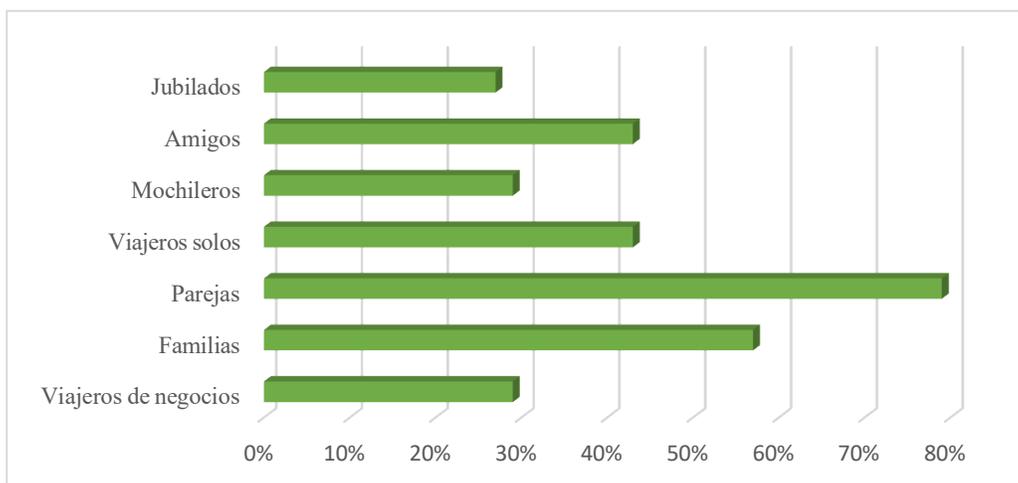
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 2 – ¿A qué público o tipo de turista está destinado su Hotel?

Es esencial conocer el público al cual está destinado los hoteles ubicados en la zona El Rosario, para así poder elaborar un perfil del turista.

Gráfico N.º 2

¿A qué público o tipo de turista está destinado su Hotel?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestión, se establece que:

Un 79 % indica que su principal público este compuesto por Parejas. Por otro lado, con 57 % se evidencia que, el segundo grupo de mayor afluencia a estos establecimientos hoteleros, está compuesto por Familias.

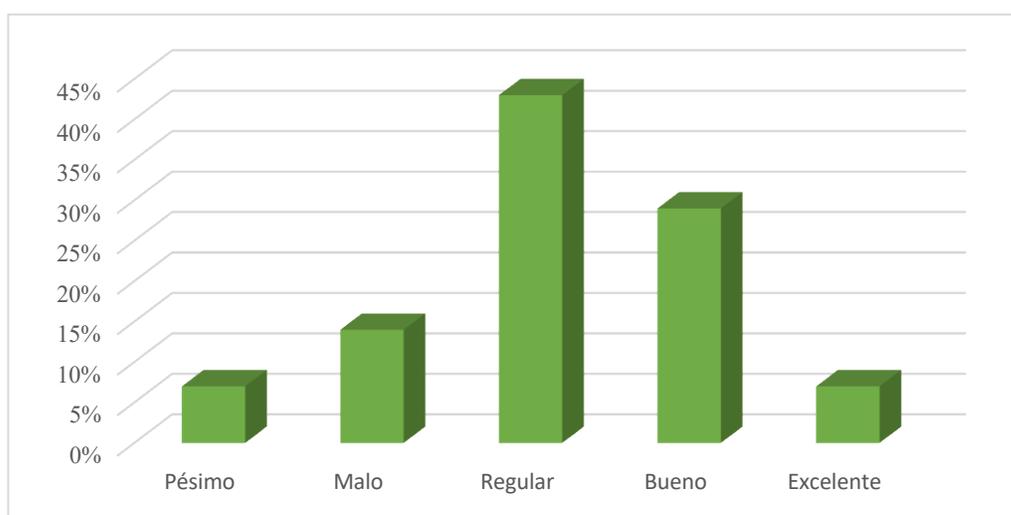
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 3 – ¿Cuál fue la situación en cuanto a la ocupación de su Hotel durante el año 2019?

Este dato es fundamental, dado que el presente trabajo de investigación se centra en conocer la situación de dichos hoteles en cuanto a su flujo turístico, en la gestión 2019.

Gráfico N° 3

¿Cuál fue la situación en cuanto a la ocupación de su Hotel durante el año 2019?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestión, se establece que:

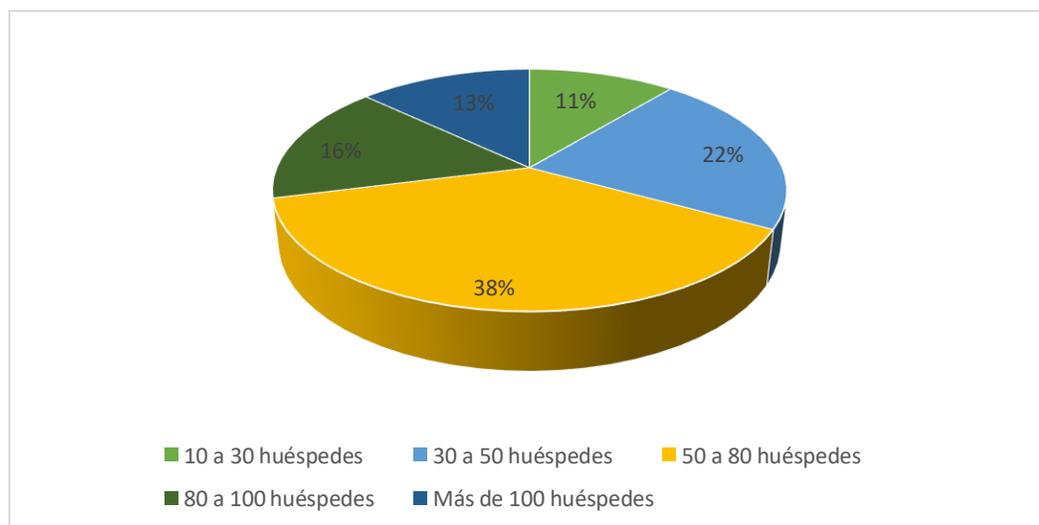
Este gráfico cuenta con una escala de valoración. Dicho gráfico, muestra que la situación de la mayoría de los hoteles en cuestiona su ocupación hotelera fue Regular (43 %).

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 4 – ¿Cuál es el número aproximado de huéspedes que el hotel percibe mensualmente?

Gráfico N°4

Número aproximado de huéspedes por mes



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante se establece que:

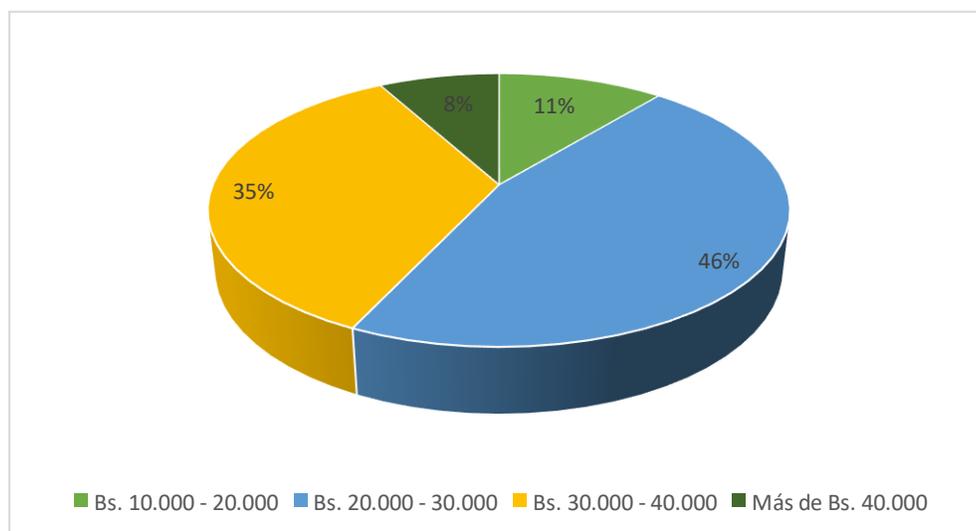
La mayoría de los hoteles encuestados reciben un promedio de 50 a 80 huéspedes mensualmente 38%, en segundo lugar, con un 22% reciben de 30 a 50 huéspedes por mes, en tercer lugar, un 16% indica recibir de 80 a 100 huéspedes, lo cual refleja que estos hoteles generalmente operan ocupando su capacidad máxima cada mes. Por otro lado, un 13% menciona hospedar a más de 100 huéspedes mensualmente y finalmente con un porcentaje bajo de 11% están los que indicaron hospedar aproximadamente de 10 a 30 personas por mes.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 5 - ¿Cuál es el promedio aproximado de ingresos mensuales de carácter neto (después de impuestos) en bolivianos percibidos por su Hotel?

Gráfico N°5

Ingresos mensuales percibidos por los hoteles



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante,

Se percibe que el 46% de los encuestados dicen que el hotel recibe Bs. 20.000 a 30.000 aproximadamente por mes después de impuestos, segundo se tiene un porcentaje de 35% de hoteles que reciben Bs. 30.000 – 40.000 al mes y por otra parte, los que reciben más de Bs. 40.000 mensualmente con un 8%.

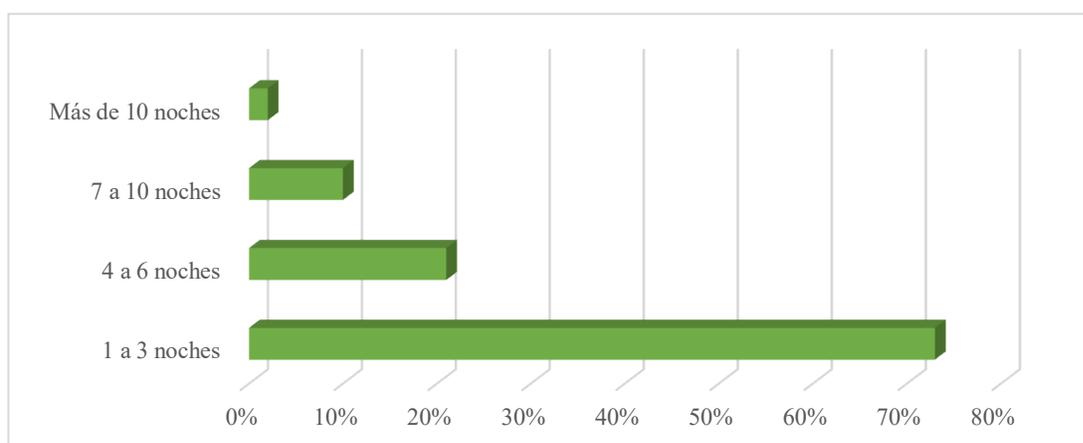
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 6 – Promedio de noches pernoctadas por huésped

Conocer en general la cantidad de noches pernoctadas por los turistas en estos hoteles, dato crucial para elaborar el perfil del turista.

Gráfico N°6

Promedio de noches pernoctadas por huésped



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestión, se establece que:

Un 72% de turistas que se hospedan en estos hoteles, pernoctan de 1 a 3 noches como máximo. Por otro lado, se muestra que los turistas no se hospedan más de 7 noches en adelante.

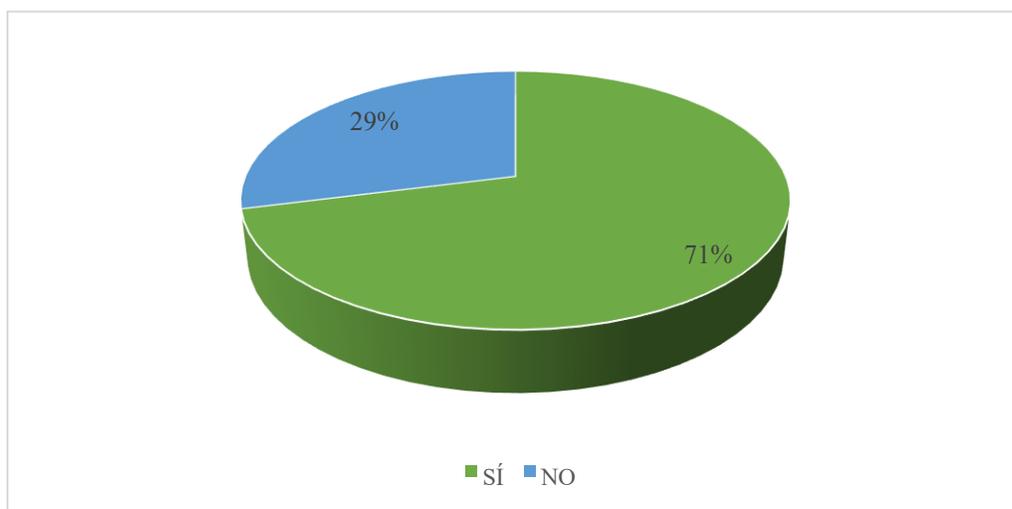
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 7 – ¿Conoce usted las Plataformas Virtuales Extra Hoteleras como ser Airbnb y/o Vrbo?

Este dato, es relevante para la investigación; ya que permite saber si los hoteles conocen la existencia de las Plataformas Virtuales Extra Hoteleras.

Gráfico N°7

¿Conoce usted las Plataformas Virtuales Extra Hoteleras como ser Airbnb y/o Vrbo?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestión, se establece que:

- Un 71 % conoce las Plataformas Virtuales Extra hoteleras
- Un 29 % desconoce la existencia de estas plataformas

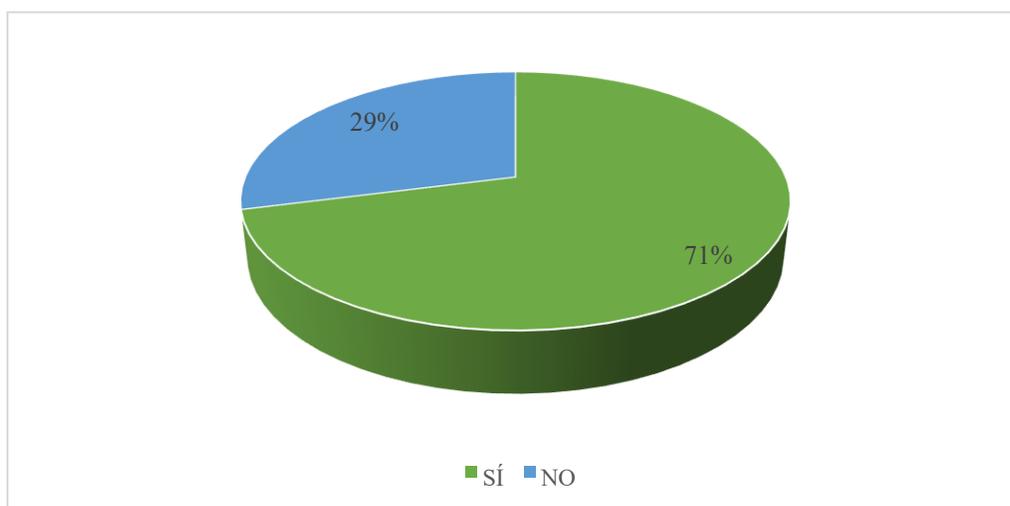
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 8 – ¿Utiliza la Plataforma Airbnb y/o Vrbo para promocionar su negocio?

La utilización de plataformas extra hoteleras por parte de los hoteleros juega un rol importante, al permitirles contar con una herramienta adicional para la promoción de su negocio, el uso de éstas refleja una estrategia de mercado.

Gráfico N°8

¿Utiliza la Plataforma Airbnb y/o Vrbo para promocionar su negocio?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestión podemos establecer que:

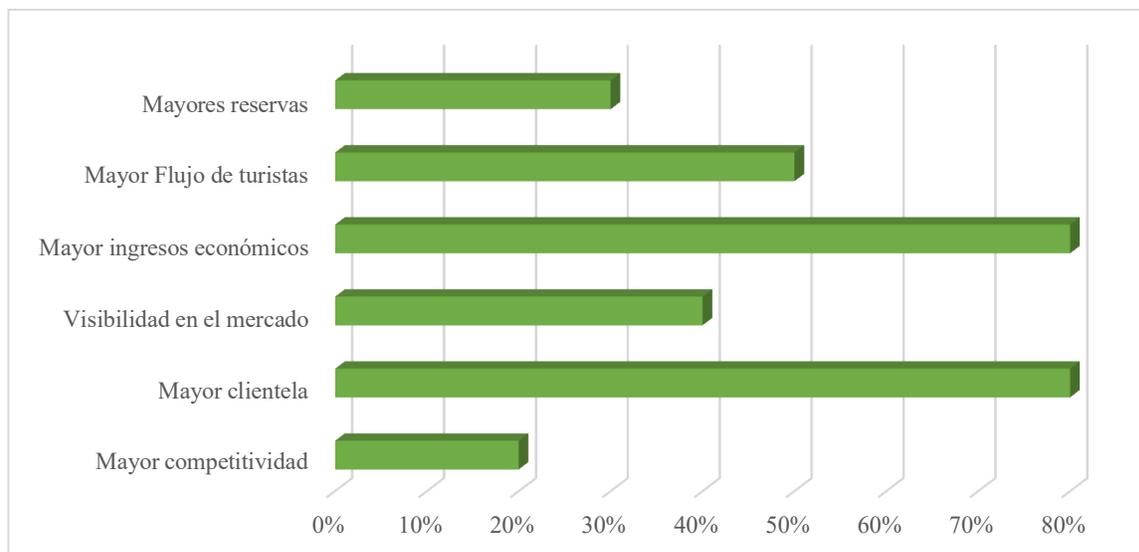
Un 71 % de los Hoteles no emplean Plataformas extra hoteleras – Airbnb, Vrbo –, es decir, no cuentan con una herramienta adicional que les permita que su negocio cuente con mayor visualización en el mercado. Un 29 % indica utilizar este tipo de plataformas para ser competitivos en el mercado.

* Si escogió *SÍ en la pregunta anterior seleccione los motivos

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Gráfico N°9

Razones para la utilización de Plataformas Virtual Extra hoteleras



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestión podemos establecer que:

Un 80 % de los encuestados emplea las plataformas extra hoteleras, principalmente para la captación de mayores clientes. Un 40% indica obtener mayor visibilidad en el mercado gracias a la utilización de estas plataformas. Sin embargo, a pesar de contar con mayor visibilidad en el mercado o captar más clientes, las Reservas no parecen aumentar y por ende los ingresos económicos tampoco.

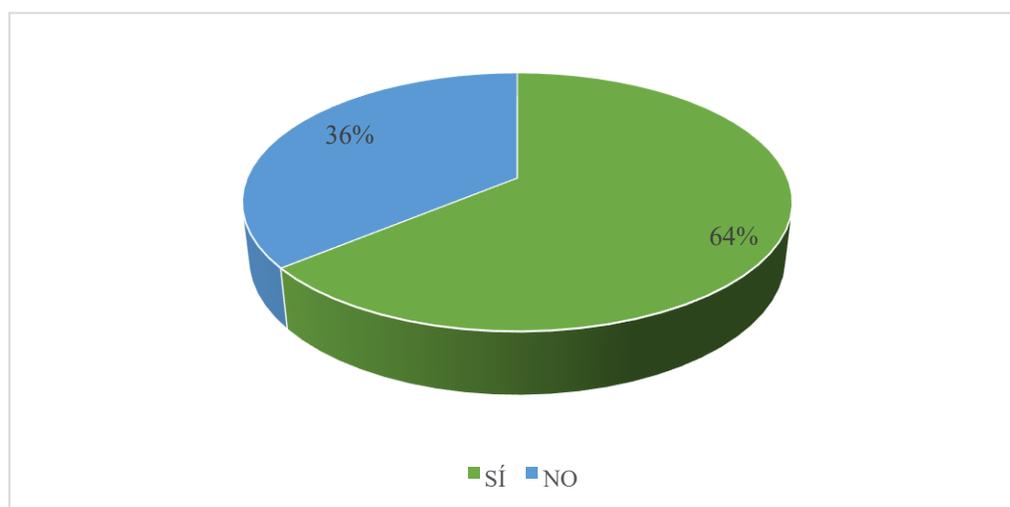
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 9 – ¿Representan las plataformas virtuales extra hoteleras una competencia directa para su hotel?

Debido al creciente aumento de apartamentos de uso turístico en la ciudad de La Paz, es necesario saber si estos representan una competencia directa hacia los hoteles.

Gráfico N°10

¿Representan las plataformas virtuales extra hoteleras una competencia directa para su hotel?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestión podemos establecer que:

Un 64% de los encuestados, indica que los apartamentos, viviendas o habitaciones de alquiler turístico representan una competencia directa a sus negocios.

Por el contrario, un 36% menciona que este tipo de hospedajes turísticos no son una competencia para los mismos; ya que dichas viviendas o apartamentos turísticos, no se encuentran en la misma zona que los hoteles.

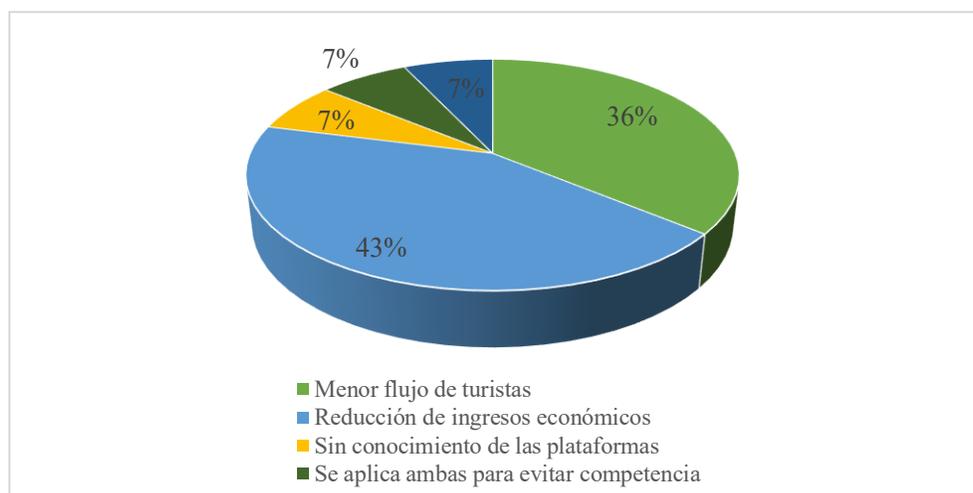
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 10 – ¿Cómo ha afectado estos establecimientos promocionados por Airbnb y/o Vrbo a su negocio?

Es necesario conocer de qué manera el servicio de las plataformas extra hoteleras ha repercutido en el funcionamiento de los hoteles tradicionales.

Gráfico N°11

¿Cómo ha afectado estos establecimientos promocionados por Airbnb a su negocio?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante, se establece lo siguiente:

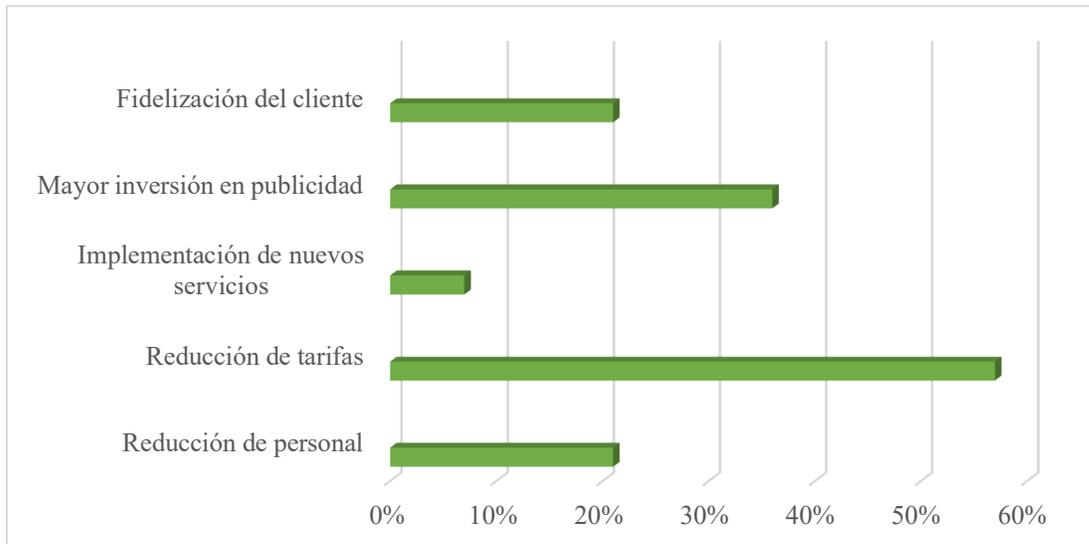
Un 43% de los hoteleros indican que hay una notable reducción de ingresos económicos, debido a las Plataformas virtuales como ser Airbnb y Vrbo, relacionado a esto, se percibe un menor flujo de turistas reflejado en un 36% que demuestran un menor flujo en la ocupación hotelera. Mientras que, en un mínimo porcentaje de 7%, desconocen la existencia de estas plataformas virtuales, demostrando un desconocimiento de su competencia directa. Al contrario de otros hoteleros, que conocen las plataformas Extra hoteleras y las emplean para su propio beneficio (7%).

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 11 – ¿Cuáles han sido las medidas tomadas por su negocio para contrarrestar esta situación?

Gráfico N°12

¿Cuáles han sido las medidas tomadas por su negocio para contrarrestar esta situación?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante, se establece lo siguiente:

Para contrarrestar los efectos ocasionados por el uso de las plataformas extrahoteleras, los Hoteleros optaron sobre todo por reducir las tarifas de las reservas (57%).

Entre otra de las medidas asumidas por el sector hotelero, está por optar por una mayor inversión en publicidad, sea esta por redes sociales como también por plataformas hoteleras, como lo es Booking o Trivago, entre otros (36%).

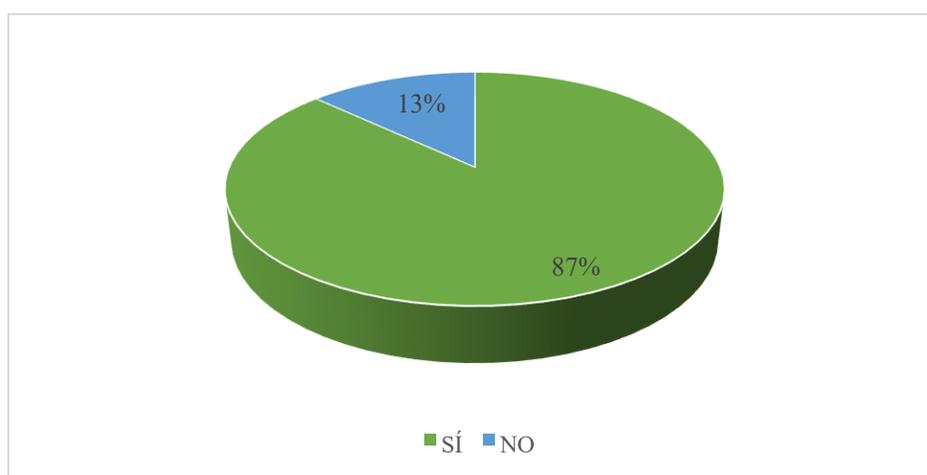
Así también, una de las medidas asumidas con un porcentaje igual al 21% se tienen las siguientes medidas: Reducción de personal y Medidas de fidelización para el cliente.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 12 – ¿Está de acuerdo con que el Estado regule este tipo de servicios pagando una tasa tributaria y cumpliendo con las normas locales tal como los hoteles?

Gráfico N°13

¿Está de acuerdo con que el Estado regule este tipo de servicios pagando una tasa tributaria y cumpliendo con las normas locales tal como los hoteles?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

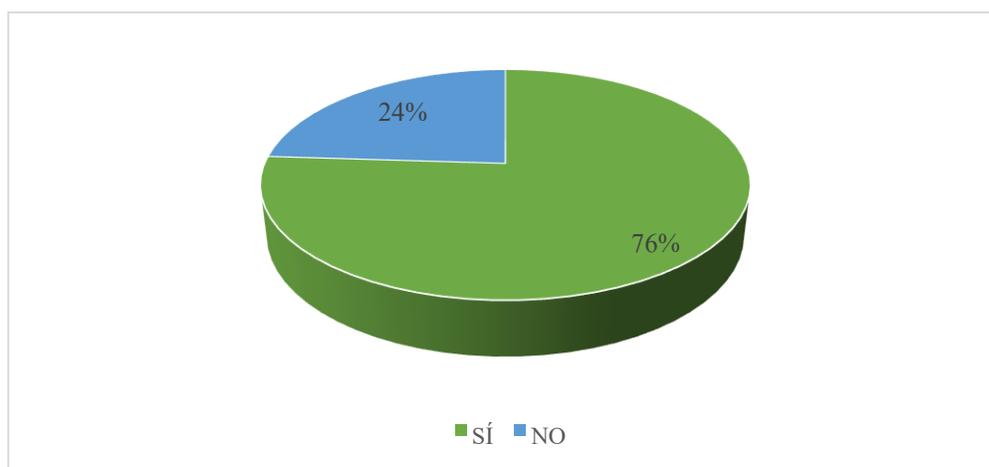
Un 87% de los encuestados indican que SÍ están de acuerdo con que el Estado regule este tipo de servicios pagando una tasa tributaria y cumpliendo con las normas locales tal como los hoteles. Mientras que, un 13% indica que NO están de acuerdo con que el Estado regule este tipo de servicios pagando una tasa tributaria y cumpliendo con las normas locales tal como los hoteles.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 13 – ¿Cree usted que el Estado, en lugar de regular este tipo de negocio, prohíba su actividad en Bolivia?

Gráfico N°14

¿Cree usted que el Estado, en lugar de regular este tipo de negocio, prohíba su actividad en Bolivia?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

Un 24%, indica que NO está de acuerdo con que el Estado prohíba el servicio brindado por las plataformas extra hoteleras como ser Airbnb y Vrbo en Bolivia.

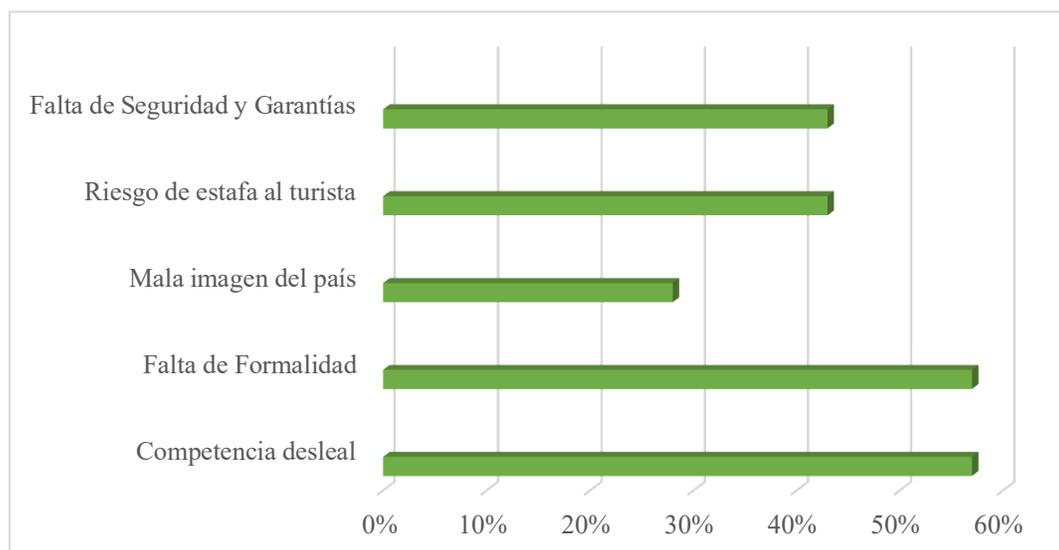
Por otro lado, un 76% indica que SÍ está de acuerdo con que el Estado prohíba el servicio brindado por las plataformas extra hoteleras como ser Airbnb y Vrbo en Bolivia.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

**** Si eligió *SÍ en la pregunta previa, indique los motivos**

Gráfico N°15

Motivos por los que el Estado debería prohibir la actividad extra hotelera



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

Según el gráfico, se demuestra que en un mismo porcentaje de 57% los motivos principales que los hoteleros poseen para que el Estado prohíba la actividad de las plataformas extra hoteleras en Bolivia, son: la competencia desleal y la falta de formalidad y profesionalismo en el servicio ofertado.

Así también, los hoteleros indican (43%) que dichas plataformas representan un riesgo de estafa para el consumidor y que no ofrecen seguridad ni garantías, al momento de optar por sus servicios.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

ENCUESTA 2

ANÁLISIS Y RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENCUESTAS HECHAS A ANFITRIONES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS

Cuadro N°11

Establecimientos Extra Hoteleros encuestados

N°	Nombre del propietario	Plataforma	Información del establecimiento	Precio por noche	Tipo de vivienda extra hotelera
1	Silvia Paredes	Airbnb	Capacidad: 2 pax Ubicación: El Rosario	\$18 USD	Habitación con baño compartido
2	Diego Rodriguez	Airbnb	Capacidad: 4 pax Ubicación: San Pedro	\$32 USD	Departamento con dos habitaciones y dos baños
3	Nassia Jhoselin	Airbnb	Capacidad: 3 pax Ubicación: San Pedro	\$21 USD	Apartamento de una habitación, cocina y baño
4	Alejandro Lopez	Airbnb	Capacidad: 2 pax Ubicación: Sopocachi	\$31 USD	Apartamento de una habitación, cocina y baño
5	Reinaldo Salazar	Airbnb	Capacidad: 2 pax Ubicación: Sopocachi	\$34 USD	Casa de dos habitaciones y un baño
6	Pablo Pacheco	Vrbo	Capacidad: 8 pax Ubicación: Sopocachi	\$39 USD	Apartamento con cocina, sala y 3 habitaciones
7	Drea Lopez	Vrbo	Capacidad: 2 pax Ubicación: Zona Sur	\$12 USD	Habitación con baño privado
8	Boria Patton	Vrbo	Capacidad: 5 pax Ubicación: Centro	\$60 USD	Apartamento de 3 habitaciones y un baño

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

9	Roger Flores	Vrbo	Capacidad: 5 pax Ubicación: Zona Sur	\$35 USD	Apartamento de 3 habitaciones y 3 baños
10	Genaro Salinas	Vrbo	Capacidad: 4 pax Ubicación: Zona Sur	\$40 USD	Apartamento de 2 habitaciones y 2 baños
11	Juan Pablo	Airbnb	Capacidad: 2 pax Ubicación: Zona El Rosario	\$43 USD	1 habitación, 1 baño
12	Cynthia Carvajal	Airbnb	Capacidad: 2 pax Ubicación: Zona San Jorge	\$58 USD	Vivienda, 2 habitaciones
13	Julio César	Airbnb	Capacidad: 3 pax Ubicación: Zona Sopocachi	\$26 USD	1 habitación, baño privado y parqueo
14	María Zulma	Airbnb	Capacidad: 4 pax Ubicación: Zona de Sopocachi	\$43 USD	Vivienda entera
15	Rodrigo Rafael	Airbnb	Capacidad: 3 pax Ubicación: Zona San Jorge	\$32 USD	Apartamento
16	Adrián Ramírez	Airbnb	Capacidad: 4 pax Ubicación: Macrodistrito	\$46 USD	Apartamento
17	Christian Pedrajas	Airbnb	Capacidad: 4 pax Ubicación: Zona Alto Obrajes	\$30 USD	Apartamento, parque, 2 baños, terraza
18	Guillermo Alberto	Airbnb	Capacidad: 2 pax Ubicación: Zona Miraflores	\$16 USD	Habitación con baño
19	Ediberto	Airbnb	Capacidad: 5 pax Ubicación: Zona San Jorge	\$45 USD	Departamento con baño, sala comedor
20	José Murillo	Airbnb	Capacidad: 3 pax Ubicación: Zona Central	\$32 USD	Habitación con baño privado

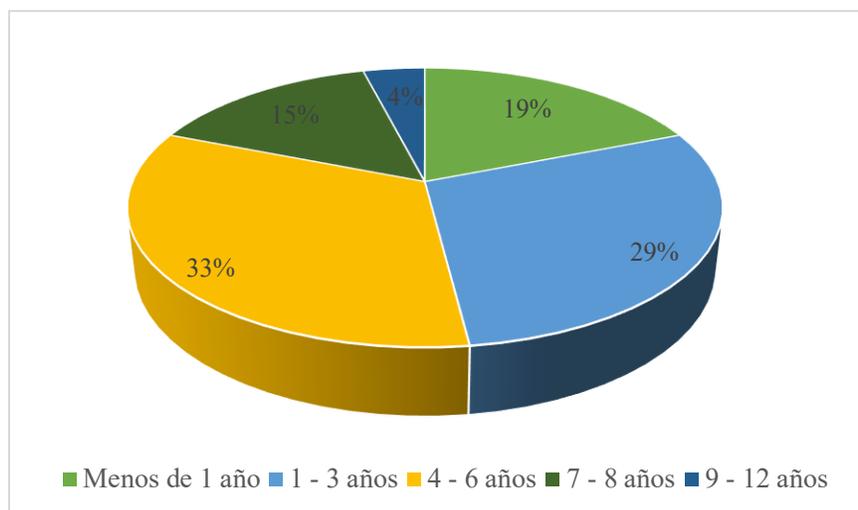
Fuente: Elaboración propia con información del Marco Muestral, 2021

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 1 – ¿Desde hace cuánto tiempo oferta su vivienda en Plataformas Extra Hoteleras?

Gráfico N°16

¿Desde hace cuánto tiempo oferta su vivienda en Plataformas Extra Hoteleras?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

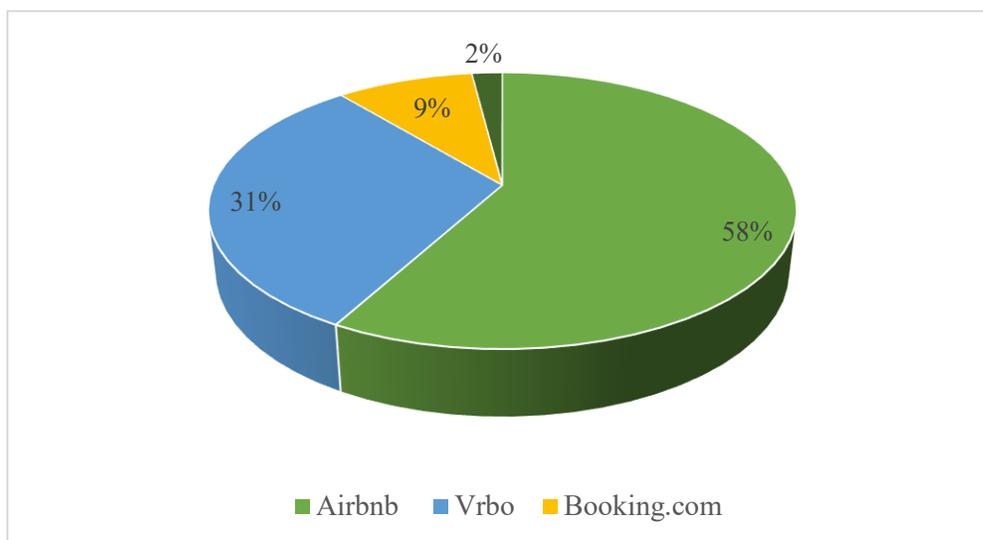
De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

En el gráfico se observa los años de operación de cada establecimiento extra hotelero dentro de las plataformas virtuales, como son Airbnb, Vrbo, entre otros. El 33% indica ofertar su vivienda, dentro de estas plataformas, desde hace 4 a 6 años. El 29% señala que ofertan sus viviendas desde hace solo 1 a 3 años, el 15% representa a los establecimientos con 7 a 8 años de antigüedad.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 2 – ¿Cuál o cuáles son las plataformas que utiliza para ofrecer su establecimiento?

Gráfico N°17
Plataforma Extra Hotelera empleada



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

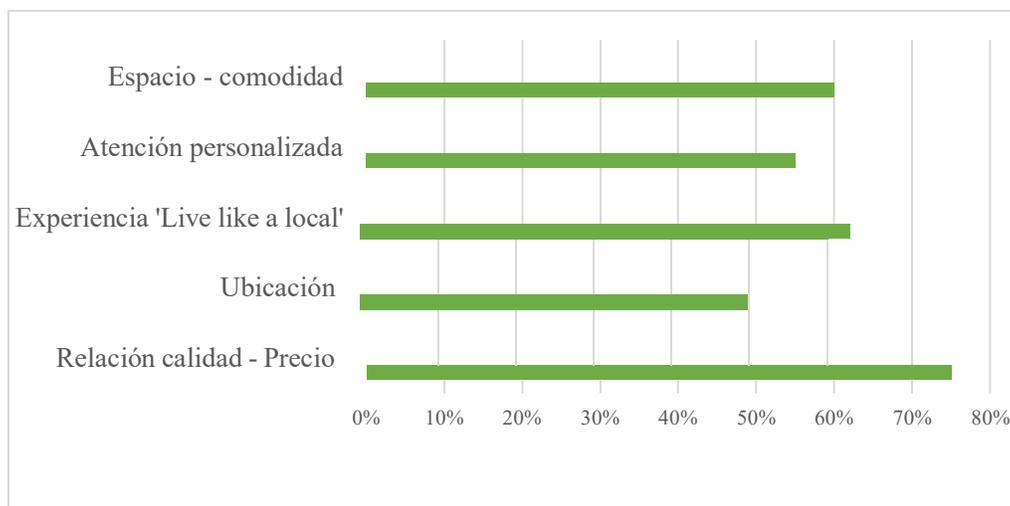
En el gráfico se observa que un 58% de los anfitriones o propietarios de establecimientos extra hoteleros opta por ofrecer sus espacios en la plataforma más popular dentro de la Economía colaborativa, es decir Airbnb. El 9% opta por ofertar sus viviendas en Booking.com, plataforma que particularmente ofertaba únicamente establecimientos hoteleros. Por otro lado, tan solo un 31% de los encuestados ofrece sus viviendas en la plataforma Vrbo, antiguamente Home Away.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 3 – ¿Cuál cree usted que sea el motivo principal por el que las personas deciden hospedarse en su establecimiento extra hotelero?

Gráfico N°18

Motivos principales para elegir un Establecimiento Extra Hotelero



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

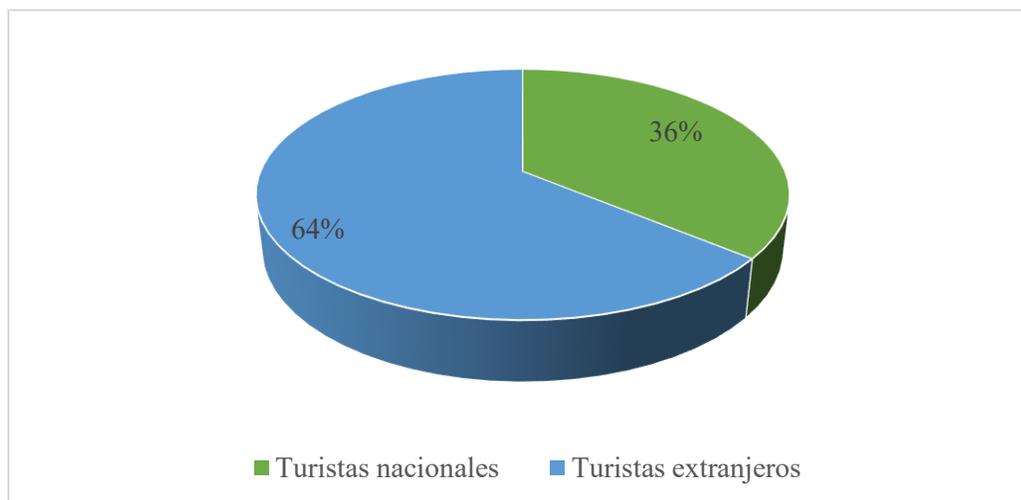
El 75% de los anfitriones encuestados indica que la Relación Calidad – Precio se constituye como uno de los motivos principales para que los turistas deciden hospedarse en sus establecimientos. La experiencia ‘Live like a local’, es otro de los motivos principales, representando un 65%. Así también, un 60% indica que la atención personalizada es un motivo de importante relevancia al momento de escoger sus establecimientos.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

**Pregunta 4 – Indique de dónde provienen los turistas que se hospedan en su
Establecimiento Extra Hotelero**

Gráfico N°19

Proveniencia de los huéspedes



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

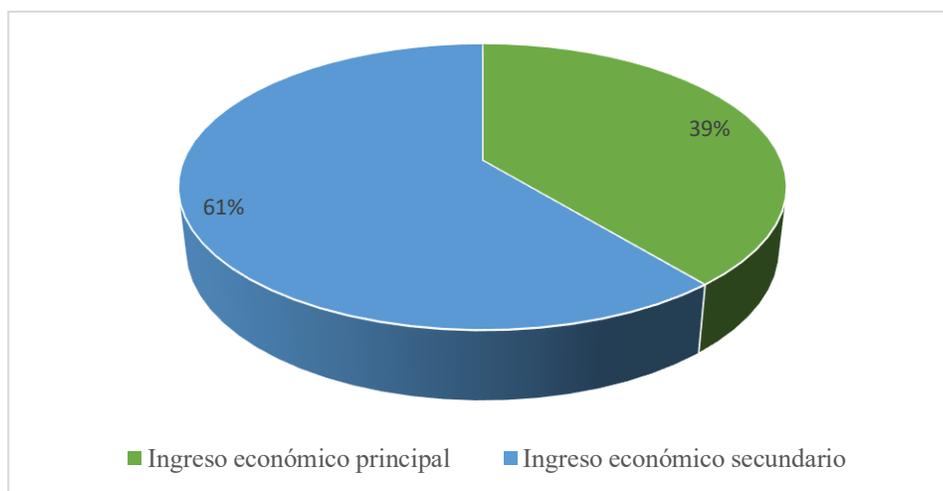
Los anfitriones de establecimientos extra hoteleros, como señala el gráfico, indican que un 64% de sus huéspedes son turistas extranjeros. Por otra parte, un 36% son turistas nacionales.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 5 – ¿Alquilar su establecimiento, es su ingreso económico principal o es su ingreso económico secundario?

Gráfico N°20

Ingreso económico principal o secundario



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

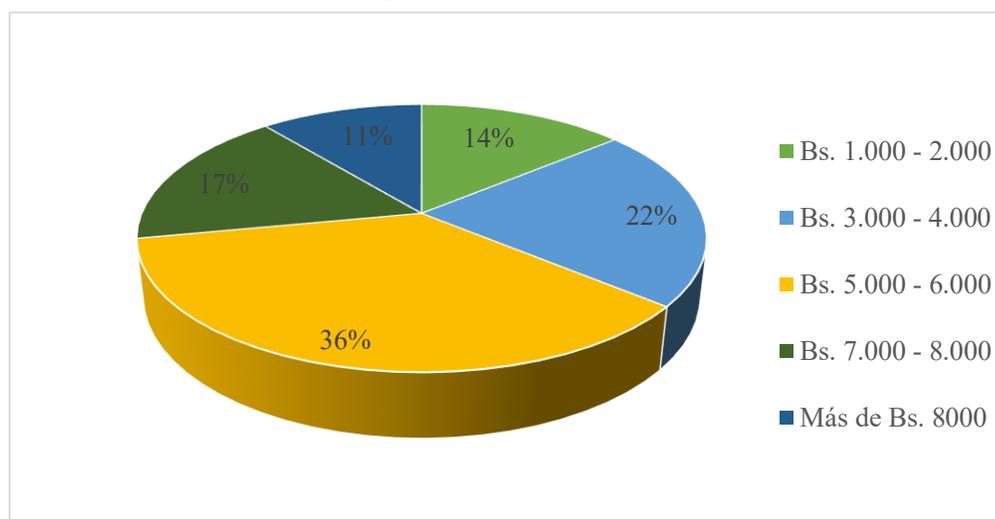
Un 61% de los anfitriones de establecimientos extra hoteleros indican que la actividad económica de alquilar un espacio como alojamiento para turistas, es un ingreso económico de carácter secundario, mientras que, por otro lado, un 39% de estos anfitriones perciben esta actividad como su principal fuente de ingreso económico.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 6 - ¿Cuál es el promedio aproximado de ingresos mensuales en bolivianos percibido por su Establecimiento Extra Hotelero?

Gráfico N°21

Promedio de ingresos mensuales en bolivianos



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

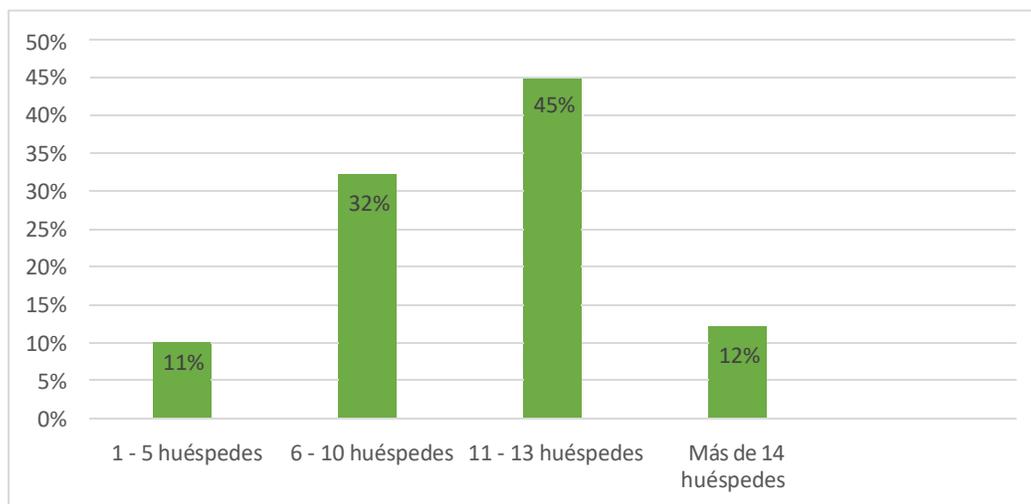
Un 45% de los anfitriones de establecimientos extra hoteleros indican recibir un aproximado de entre Bs. 5.000 a Bs. 6.000 de ingresos generados por el alquiler de sus viviendas. Un 22% percibe entre Bs. 3.000 a Bs. 4.000 mensuales. El 14% percibe mensualmente entre Bs. 1.000 a Bs. 2.000 y tan solo un 17% percibe mensualmente entre Bs. 7.000 a Bs. 8.000 por el alquiler de sus establecimientos, un 11% de anfitriones que reciben más de Bs. 8.000 por mes.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 7 – ¿Cuántos huéspedes pernoctan en su Establecimiento Extra Hotelero mensualmente?

Gráfico N°22

Número de huéspedes que pernoctan mensualmente en Establecimientos Extra Hoteleros



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

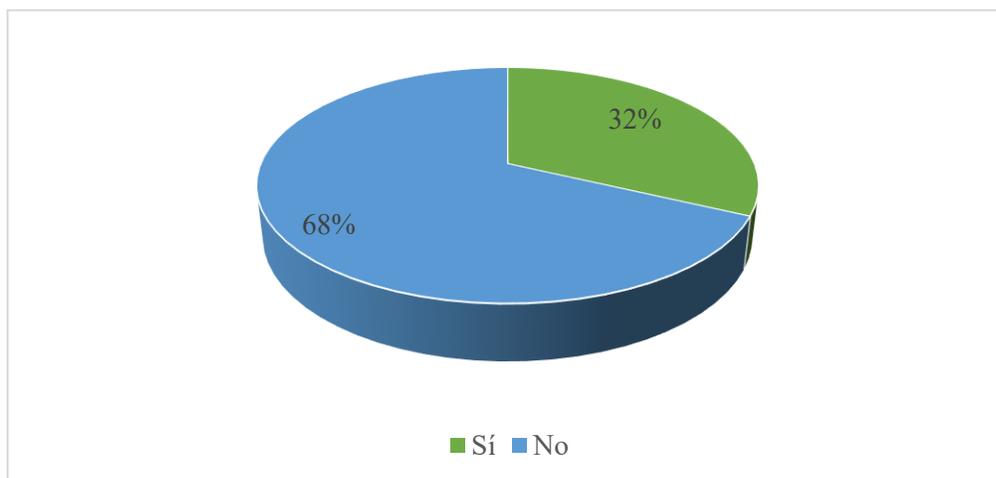
El gráfico muestra que un 45% de éstos hospedan a un promedio de 11 a 13 huéspedes por mes, recibiendo así entre 3 a 4 huéspedes por semana. Un 32% señala recibir entre 6 a 10 huéspedes por mes. El 11% representa a los establecimientos que albergan entre 1 a 5 huéspedes por mes, siendo este número uno de los más bajos. Estos datos muestran que el número de huéspedes que acogen los establecimientos extra hoteleros, siendo este en su mayoría de 11 a 13 huéspedes, no representan una competencia directa en cuanto a los hoteles; ya que poseen una capacidad menor al de los hoteles de la zona El Rosario.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 8 – ¿Considera usted que los establecimientos extra hoteleros representan una competencia directa a los hoteles?

Gráfico N°23

¿Considera usted que los establecimientos extra hoteleros representan una competencia directa a los hoteles?



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

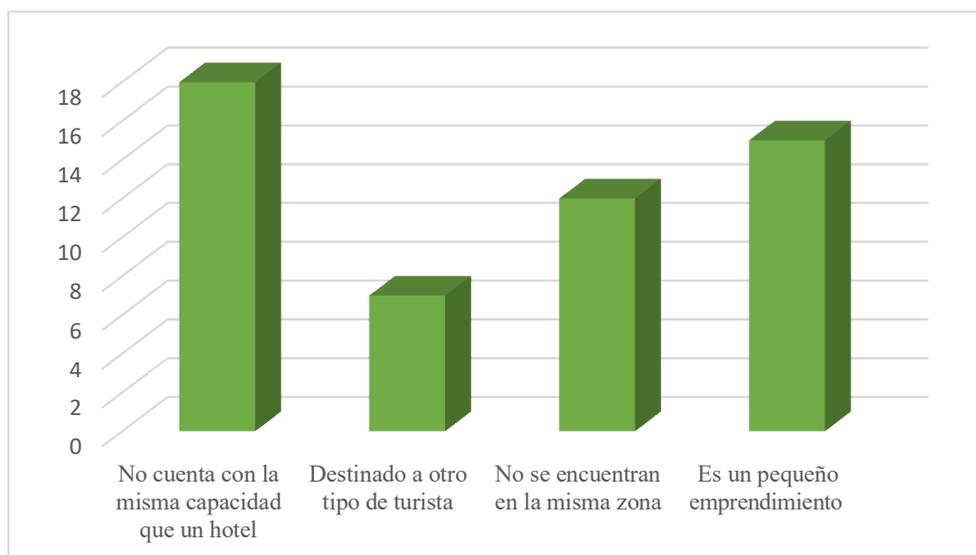
Un 68% de los anfitriones y/o propietarios de establecimientos extra hoteleros NO se consideran como una competencia directa de los hoteles. Sin embargo, un 32% de los encuestados SÍ se consideran como una competencia directa de los hoteles.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

**** Si eligió *NO en la pregunta previa, indique los motivos**

Gráfico N°24

Motivos por el cual no afecta Airbnb a los hoteles



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece lo siguiente:

La mayoría de los encuestados señalan que, al ser por lo general un espacio reducido, estos establecimientos no se consideran competencia ya que no pueden albergar a la misma cantidad de turistas que un hotel, otros indican también que los aibnbs están destinados a otro tipo de turistas, de igual manera dicen que son pequeños emprendimientos que por lo general son considerados como un ingreso económico adicional, es decir que no se sustentan totalmente de esta actividad.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

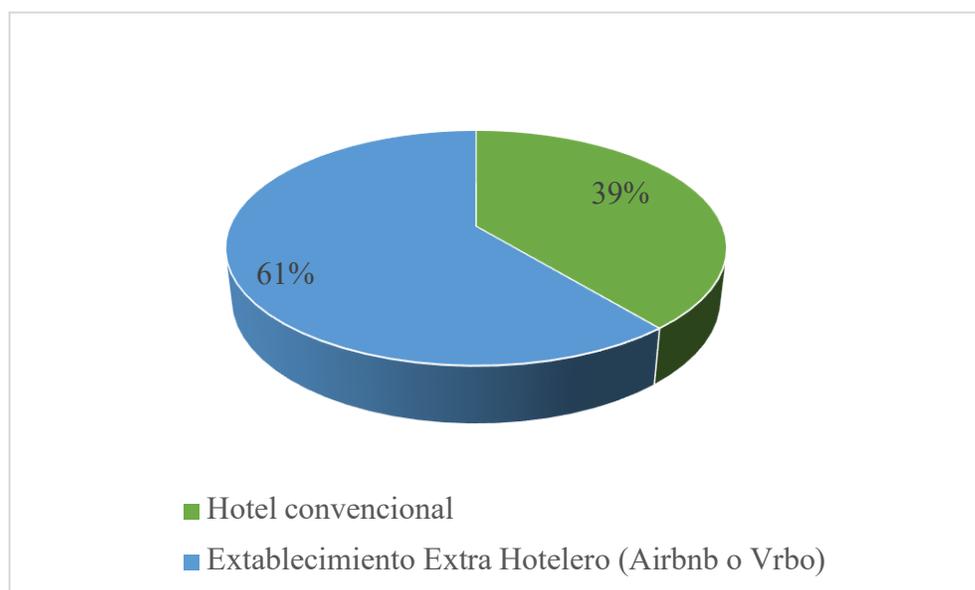
ENCUESTA 3

**ANÁLISIS Y RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENCUESTAS HECHAS A
TURISTAS QUE LLEGARON A LA CIUDAD DE LA PAZ**

Pregunta 1 - ¿Qué tipo de establecimiento de hospedaje escogió para su estadía en la ciudad de La Paz?

Gráfico N°25

¿Qué tipo de establecimiento de hospedaje escogió para su estadía en la ciudad de La Paz?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

Un 61% de los turistas encuestados, señalan haber elegido el servicio de establecimientos extra hoteleros (departamento, habitación, vivienda, entre otros) ofertado en plataformas

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

virtuales como ser Airbnb, Vrbo, etc, para su estadía en la ciudad de La Paz; sobre poniéndose así en un porcentaje mayor a los hoteles convencionales, lo cual demuestra una mayor preferencia por el servicio extra hotelero, puesto que estos brindan una experiencia más completa al turista mediante la incorporación en su oferta de servicios y actividades relacionados a “Live like a local” y la Economía colaborativa, siendo esto, un claro reflejo de los gustos, preferencias, y necesidades del turista actual.

Además, los factores que influyen al momento de elegir los establecimientos extra hoteleros sobre los hoteles convencionales es el precio – que, en la mayoría de los casos, suelen contar con tarifas reducidas y más convenientes para los turistas –, dado que los espacios de dichos establecimientos cuentan con más comodidades y facilidades para el huésped (cocina, lavandería privada, sala de estar, entre otros).

Asimismo, el factor privacidad es uno de los puntos relevantes e influyentes que determinan elegir entre un hotel convencional y un establecimiento extra hotelero. Ya que estos se caracterizan por ser espacios que cuentan con mayor privacidad, a diferencia de los hoteles convencionales que cuentan con espacios de carácter común, caracterizados por una amplia cantidad de habitaciones que albergan a viajeros de diferentes partes del mundo.

Por otro lado, un 39% de los turistas encuestados, mencionan haber elegido a los hoteles convencionales, que en este caso son los diferentes hoteles que se encuentran en la Zona El Rosario para su estadía en la ciudad de La Paz. Este menor porcentaje indica que los hoteles son de igual manera una opción de hospedaje para los turistas que llegan a la ciudad, dado

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

que la ubicación de estos es óptima y conveniente para desplazarse de una manera fácil y practica por los atractivos icónicos de la ciudad, siendo entre éstos la Calle de Las brujas, caracterizada por ser un punto de venta de artesanías locales, e igualmente San Francisco, iglesia y museo icónico de la ciudad.

Así también, en esta zona se puede encontrar una amplia gama de agencias de turismo que ofertan paquetes turísticos de diferentes destinos en Bolivia, sin olvidar la extensa oferta gastronómica brindada por los restaurantes de la Zona, que van desde comida rápida hasta la comida tradicional.

Otro de los puntos fuertes que destacan a los hoteles convencionales de la zona, son la facilidades y servicios que brindan exclusivamente los hoteles, como ser, recepción 24-7 en algunos casos, limpieza de la habitación, servicio de alimentos y bebidas, entre otros.

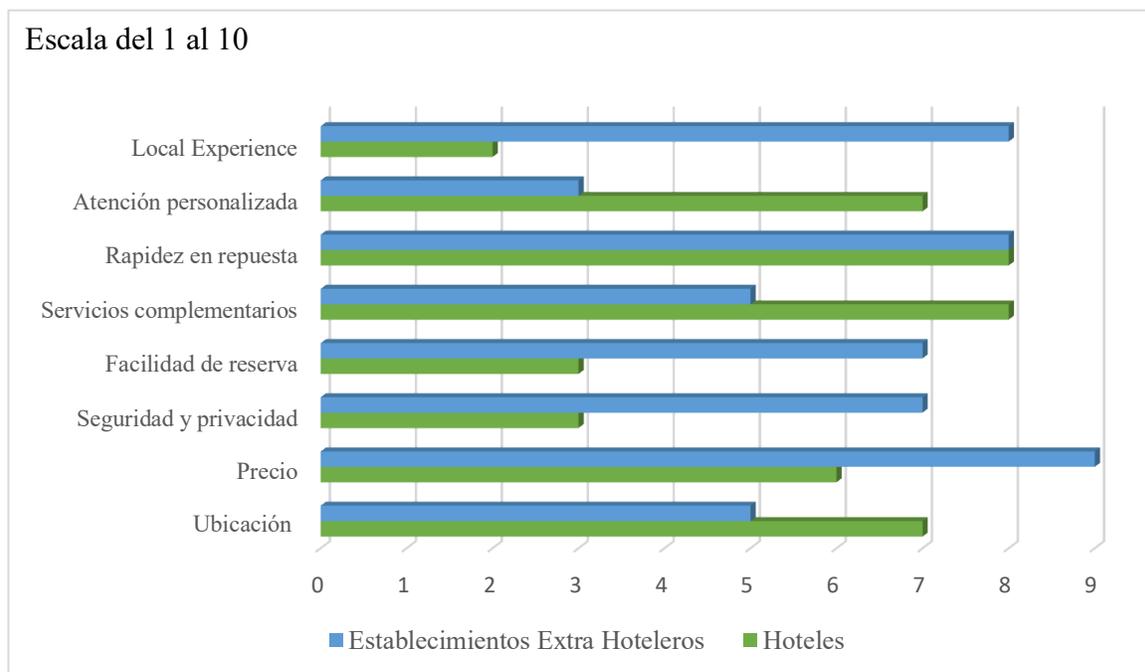
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 2 - Motivos o razones por lo que escogió su Hotel o su Establecimiento Extra Hotelero

Esta pregunta es de suma importancia para la investigación, dado que se necesita conocer el punto de vista, necesidades y expectativas de los turistas y las razones por las cuales eligieron un hotel o establecimiento extra hotelero.

Gráfico N° 26

Motivos por el cual eligió su establecimiento de hospedaje



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

En el gráfico comparativo se muestra que las razones principales por las que los turistas escogen hospedarse en un hotel son: Los servicios complementarios (8/10), Calificación (8%), refiriéndose a los comentarios de huéspedes pasados que ya se hospedaron en dichos

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

hoteles, Atención personalizada (7/10) dado que los hoteles con personal calificado atentos a cumplir y satisfacer las necesidades del turista, como, por ejemplo: recepción las 24 horas, A y B, servicio de lavandería, información turística, servicio de transporte, primeros auxilios, entre otros.

Por otra parte, las razones principales por las que los turistas escogen hospedarse en un establecimiento extra hotelero ya sea por medio de Airbnb o Vrbo son: Precio (9/10) puesto que las tarifas establecidas son menores a comparación de los hoteles. Del mismo modo, los turistas indican preferir un establecimiento extra hotelero por encima de un hotel por el tema de “Local Experience” o experiencia local, ofrecida especialmente por los anfitriones o propietarios de este tipo de viviendas (8/10). Seguido se tiene a la “Privacidad” y “Seguridad” como factor decisivo (7/10) porque las zonas donde se encuentran estos establecimientos son considerados espacios tranquilos y seguros de la ciudad a comparación de la zona El Rosario.

Sin embargo, los puntos débiles de los Establecimientos Extra Hoteleros, que cuentan con una menor calificación es por la “Atención personalizada” (5/10), dado que en la mayoría de los casos estos no cuentan con recepcionistas dentro del establecimiento, aunque sí ofrecen como previamente se ha mencionado el servicio de “Local Experience”.

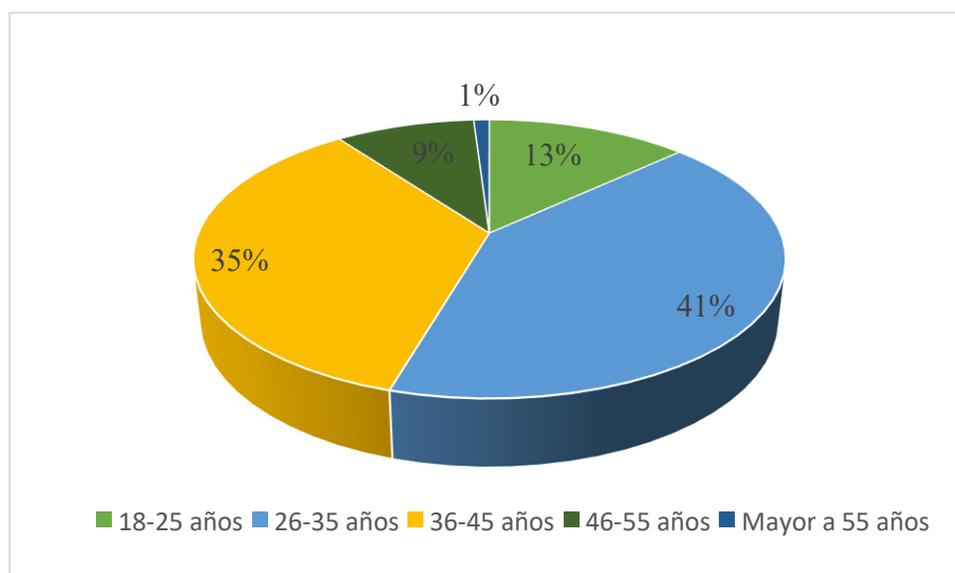
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 3 - Edad

Es importante conocer el rango de edad de los turistas que eligen hospedarse en hoteles convencionales para así poder determinar el perfil del turista.

Gráfico N° 27

Grupos etarios



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

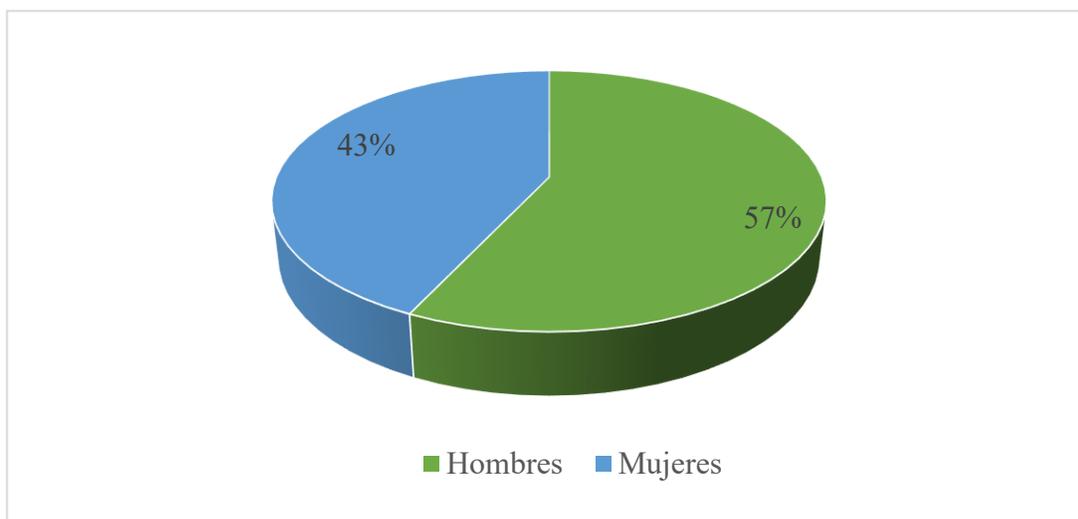
Para poder determinar el rango de edades de turistas que visita la ciudad de La Paz, se establecieron grupos etarios. En cuanto a la edad promedio de los turistas, esta se encuentra en su mayoría en el rango de “jóvenes de 26 a 35 años” (41%), seguidos por “adultos de 36 a 45 años” (35%), posteriormente tenemos “adultos de 45 a 55 años” (9%). Finalmente tenemos a “jóvenes de 18 a 25 años” (13%), y en último lugar tenemos a los “adultos mayores a 55 años” (1%).

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 4 - Género

Gráfico N° 28

Género de los encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

En cuanto a las características sociodemográficas, con respecto al género de los turistas que visitan la ciudad de La Paz, su representatividad en el destino es en su mayoría de hombre (57%), seguido del género femenino (43%).

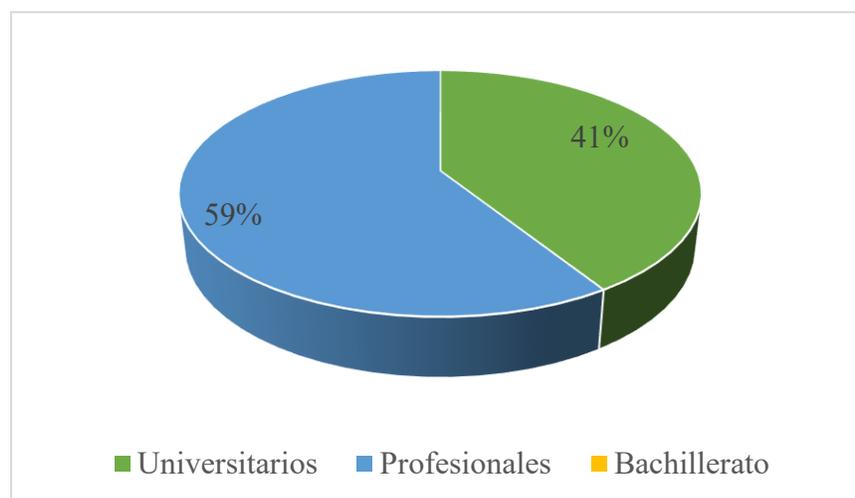
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 5 – Nivel Académico

Es importante conocer este dato; ya que el mismo nos permitirá conocer el nivel académico o de estudio de los turistas, para así elaborar un perfil de turista.

Gráfico N° 29

Nivel académico de los encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

El 59% de los encuestados respondieron que son profesionales, es decir, que ya no se encuentran en la universidad, y ejercen como trabajadores en la sociedad. Por otra parte, con un porcentaje más bajo de 41%, se encuentran a los que siguen son estudios superiores. Ya sea en universidad o en una carrera técnica.

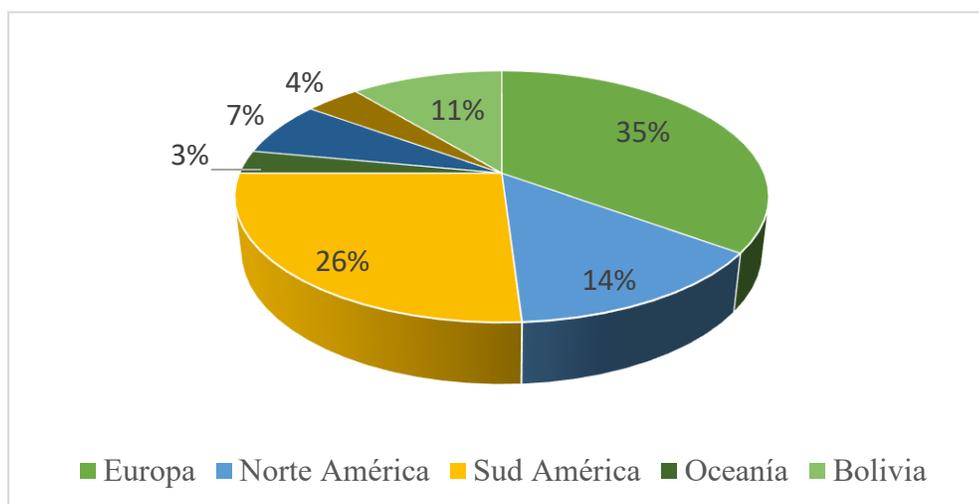
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 6 – Continente de Procedencia

Es pertinente conocer de donde provienen las personas encuestadas con el fin de realizar el perfil de turista.

Gráfico N°30

Procedencia de los encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

De igual manera, otro dato importante para la elaboración del perfil de turista que llega a la ciudad de La Paz es el lugar de procedencia de éstos, como se muestra en el Gráfico 26, entre los turistas de mayor presencia tenemos a “turistas europeos” (35%), seguido de “turistas de Sud América” (26%), “turistas de Norte América” (14%) y finalmente a “turistas procedentes de Oceanía” (3%), sin embargo, hay también un porcentaje de turistas nacionales de 11%

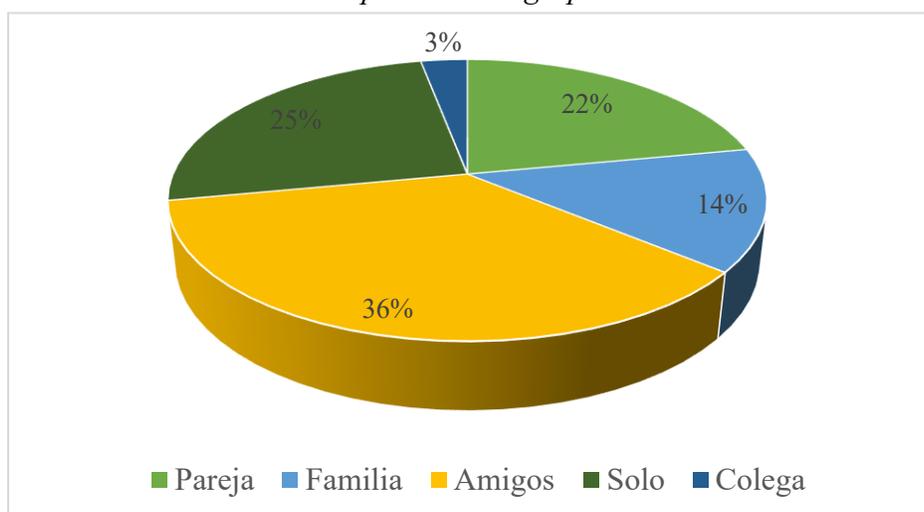
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 7 – Tipo de compañero o compañera de viaje

Conocer este dato servirá como información complementaria para la realización del perfil del turista.

Gráfico N°31

Composición del grupo



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

Respecto a la forma en que viajan los turistas, refiriéndose a la composición del grupo, se cuenta con los siguientes datos – Obsérvese Gráfico 19 –. En su mayoría estos viajan en “grupos de amigos” (36%), seguido de aquellos que indican viajar “solos” (25%), están presentes también aquellos que viajan en “pareja” (22%). Los que viajan en “familia” representan un porcentaje menor en comparación a los demás (14%) y finalmente aquellos que viajan acompañados de un o una “colega” (3%).

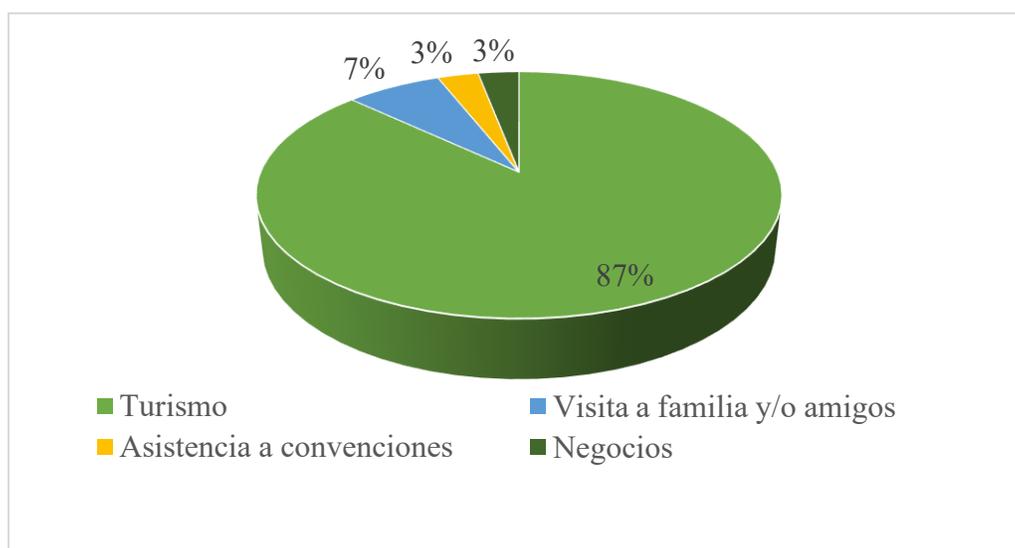
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 8 – Razón o motivo de viaje

Esta pregunta es importante a fin de saber cuál es el motivo o la razón principal de viaje de los turistas que llegan a la ciudad de La Paz.

Gráfico N°32

Motivo de viaje



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

La mayoría de los turistas encuestados indican que su motivo de viaje es principalmente por “Turismo” (87%). Seguido por aquellos que llegan a la ciudad por motivos de “Visita a familiares o amigos” (7%), “Negocios” (3%) y “Asistencia a convenciones” (3%).

ENCUESTA 3.1.

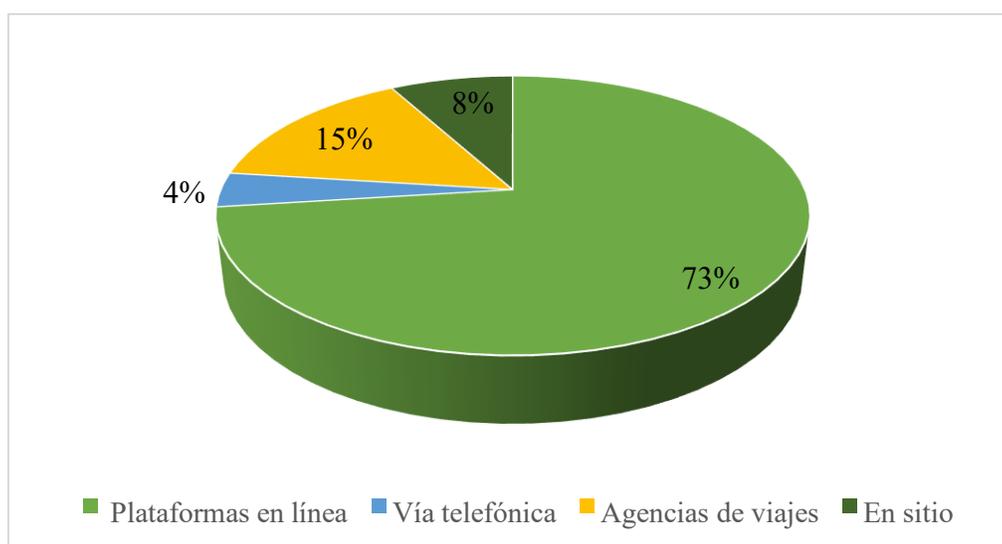
ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS DE TURISTAS QUE SE HOSPEDARON EN HOTELES CONVENCIONALES

Pregunta 1 - ¿Qué medio escogió para hacer la reserva de hotel en la ciudad de La Paz?

Este dato es necesario conocer para saber qué medio prefieren los turistas utilizar al momento de hacer una reserva de hotel.

Gráfico N°33

Medio escogido para hacer la reserva de hotel



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

La mayoría de los turistas encuestados indicaron haber realizado su reserva de hospedaje mediante plataformas en línea (73%). Seguido por reservas realizadas mediante agencias de viaje y tour operadoras (15%). Por otra parte, se muestra un pequeño porcentaje de turistas que eligieron reservar una vez en el destino (8%) y otros por vía telefónica (4%).

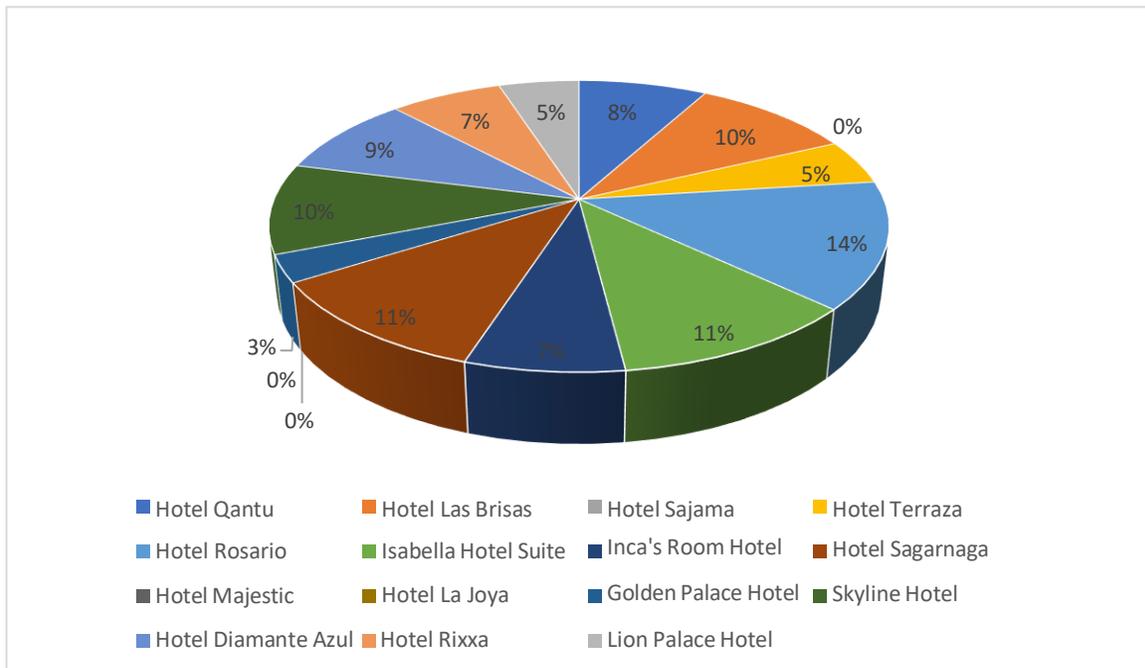
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 2 - ¿Cuál es el nombre de su hotel?

Esta pregunta se hizo para saber qué hotel de la Zona el Rosario (de los cuales se está haciendo el respectivo estudio) es el preferido por los turistas.

Gráfico N°34

Nombre del hotel



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

Entre los hoteles estudiados se puede determinar que el hotel con mayor flujo turístico es el Hotel Rosario con un 14%. Seguido a este hotel, se encuentra los hoteles Isabella Hotel Suite (11%), y el Hotel Sagárnaga (11%). Se cuenta también con los hoteles Skyline y Las Brisas (10%). Con una menor afluencia de turistas, se tiene a los hoteles Qantu (9%), Inca’s Room Hotel (8%), Rixxa (7%), Sajama (5%), Terraza (5%), Lion Palace (3%). Por último, los hoteles Diamante Azul, Golden Palace y La Joya sin ningún registro de turistas.

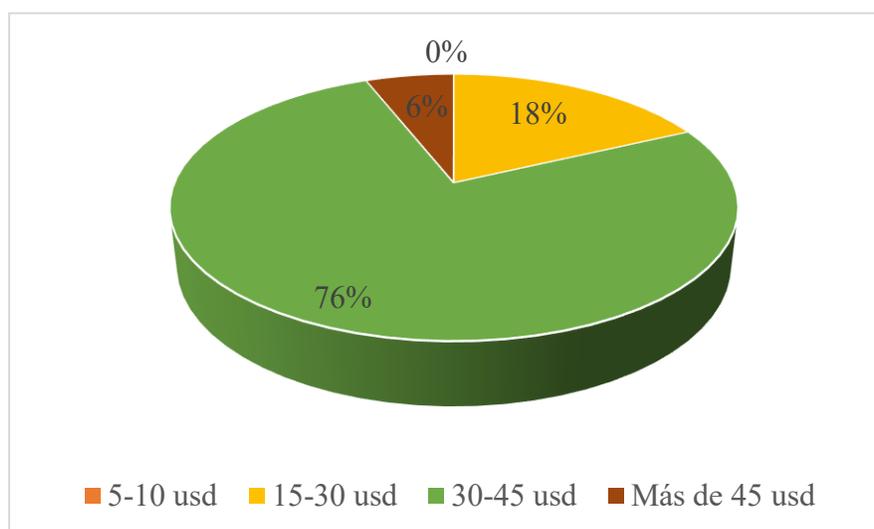
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 3 – Indique el precio pagado por noche en su hotel en la ciudad de La Paz

Esta pregunta es relevante saber el rango de precio estimado que pagaron por una noche de hospedaje en un hotel en la ciudad de La Paz.

Gráfico N°35

Precio de hotel



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

El 76 % de los encuestados responden que, el precio promedio que pagaron por noche en el hotel elegido se encuentra en un rango de 30\$ a dólares americanos. Seguido de los Hoteles que tiene un precio por noche de 15 a 30 dólares americanos (18%). Mientras que, tan solo un porcentaje reducido (6%) indica haber pagado más de 45 dólares americanos por noche en su hotel.

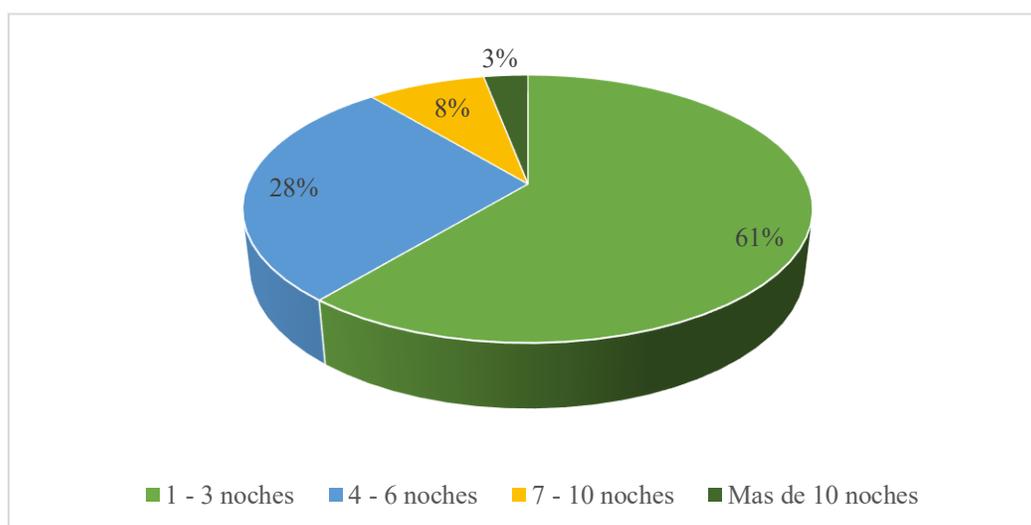
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 4 – Indique el número de noches reservadas en su hotel

El número de noches reservadas en el hotel de La Paz es importante saber dado que es un dato que nos menciona cuantos días aproximadamente el turista decide quedarse en La Paz.

Gráfico N°36

Número de noches reservadas en el hotel



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante, se establece que:

La mayor parte de los turistas con un 61% permanecen en la ciudad de La Paz en el promedio de 1 a 3 noches. Así también, un 28 % de los turistas indicaron haber reservado su hotel para 4 a 6 noches. Por otro lado, en un porcentaje mínimo, se encuentra a los que reservaron por 7 a 10 noches (8%), y de más de 10 noches (3%).

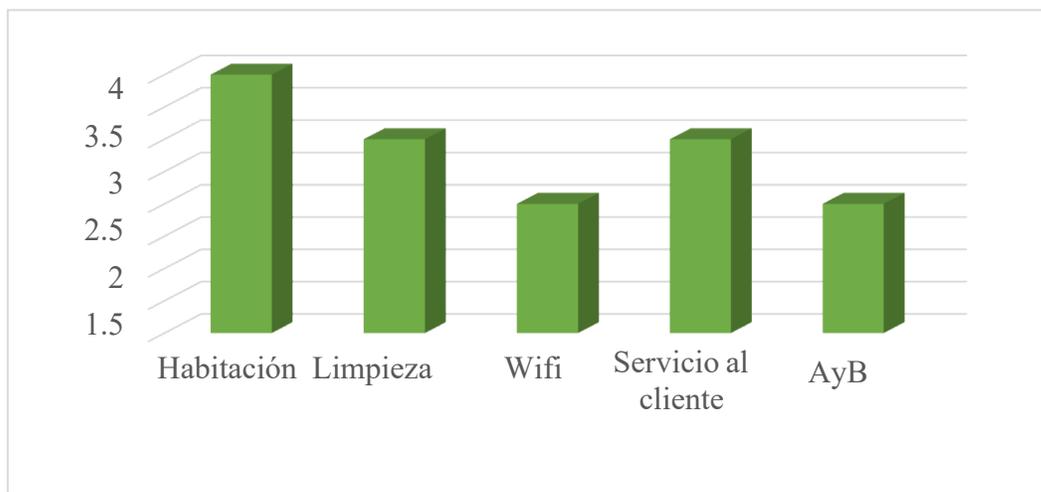
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 5 – Califica los siguientes puntos de tu hotel en La Paz

Esta pregunta es relevante dado que muestra los puntos fuertes y débiles que posee cada hotel según los turistas encuestados que se hospedaron en los hoteles mencionados.

Gráfico N°37

Calificación de los hoteles respecto a los servicios ofrecidos



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

De acuerdo a la cuestionante y los gráficos, se establece que:

Los factores de mayor puntuación calificados como “muy bueno” con 4/5 son la “habitación”, seguidos a este se tiene al “Servicio al cliente” y la “Limpieza”, con una puntuación de 3/5 puntos. Siendo estos, los servicios mejor valorados por los turistas. Por otra parte, se cuenta con los servicios de “Alimentos y Bebidas” y “Wifi” como los peores valorados por los huéspedes, contando ambos con una calificación de 2/5 puntos, éstos servicios fueron percibidos como “regular a pésimo”.

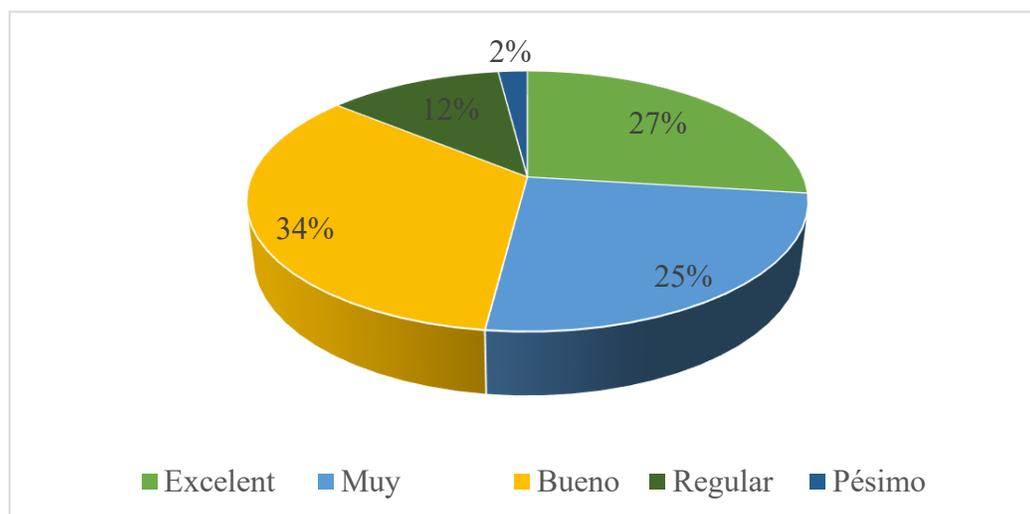
Los motivos principales para que los turistas escogieran hospedarse en dichos hoteles. Refiriéndonos a la ubicación, este es un punto fuerte en los hoteles, ya que se encuentran en un área bastante turística y de cercanía a diferentes atractivos turísticos de la ciudad.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 6 – Califica a tu hotel en una escala del 1 al 5

Gráfico N°38

Calificación de los hoteles en una escala de 1 al 5



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante, se establece que:

Un 27% considera que el servicio prestado por los hoteles es “Excelente”, demostrando un grado notorio de satisfacción por la totalidad de los servicios prestados por los hoteles. Seguido por los hoteles calificados con un puntaje de 4/5 puntos, siendo así percibidos como “Muy bueno”, resaltando así el grado de satisfacción por parte de los turistas y la calidad en cuanto a instalaciones y servicios prestados por los hoteles. Sin embargo, existe un grupo menor que califica a los hoteles de la Zona El Rosario como “Regular” (13%), así también existe un porcentaje mínimo que califica como “Pésimo” a los hoteles (2%), denotando así un grado de insatisfacción en cuanto a los servicios prestados y las instalaciones de los mismos, puesto que al ser en su mayoría de “Tres estrellas”, no son percibidos de esta manera por los clientes encuestados.

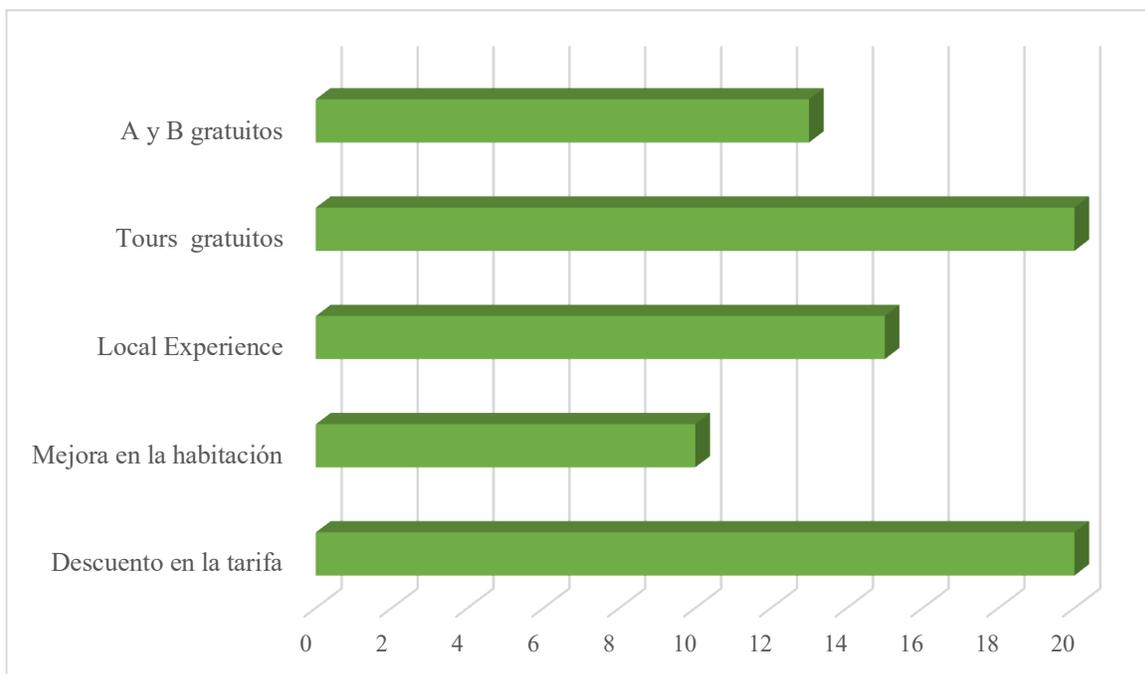
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 7 - ¿Qué tipo de incentivos le gustaría percibir en su hotel?

Los resultados acerca de esta cuestionante, permite identificar los incentivos que los encuestados quisieran recibir al momento de elegir un hotel. Esto permitirá a los hoteleros conocer e identificar los incentivos que mejorarían la experiencia del huésped en sus hoteles.

Gráfico N°39

Incentivos en el hotel



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante, se establece que:

Los incentivos de mayor elección por los encuestados son: Tours gratuitos y Descuentos en el precio de la reserva (80%). El siguiente incentivo predominante es: Local Experience (75%) A y B gratuitos (70%) y Mejora de la habitación con un 50% de los turistas encuestados.

ENCUESTA 3.2

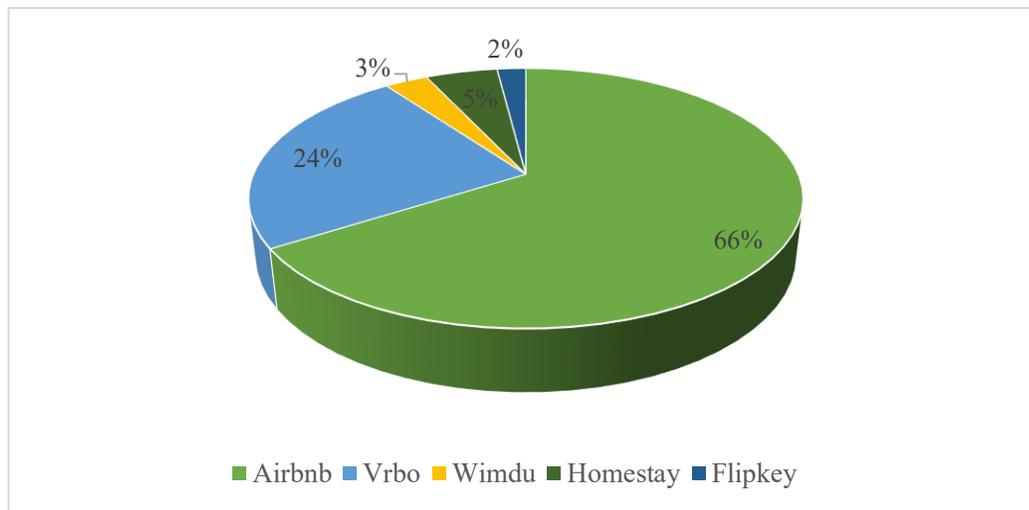
ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS DE TURISTAS QUE SE HOSPEDARON EN ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS

Pregunta 1 – ¿Qué plataforma utilizó para reservar su hospedaje en la ciudad de La Paz?

Esta pregunta es esencial conocerla; puesto que nos permite identificar las Plataformas extra hoteleras de mayor empleo por parte de los turistas. De igual manera, nos permite conocer cuál de estas plataformas es la de mayor uso al momento de realizar una reserva en la ciudad de La Paz

Gráfico N°40

¿Qué plataforma utilizó para reservar su hospedaje en la ciudad de La Paz?



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante podemos establecer que:

La Plataforma Extra Hotelera de mayor utilización por parte de los turistas al momento de reservar su hospedaje en la ciudad de La Paz, es la plataforma Airbnb, con un 66% del total,

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

esto se ve relacionado al hecho de que Airbnb abarca gran parte de la oferta de apartamentos o viviendas turísticas, con aproximadamente más de 900 establecimientos Extra hoteleros en toda la ciudad. Del mismo modo, otra de las plataformas más empleadas por los turistas es “Vrbo”, con un 24 % del total de encuestados.

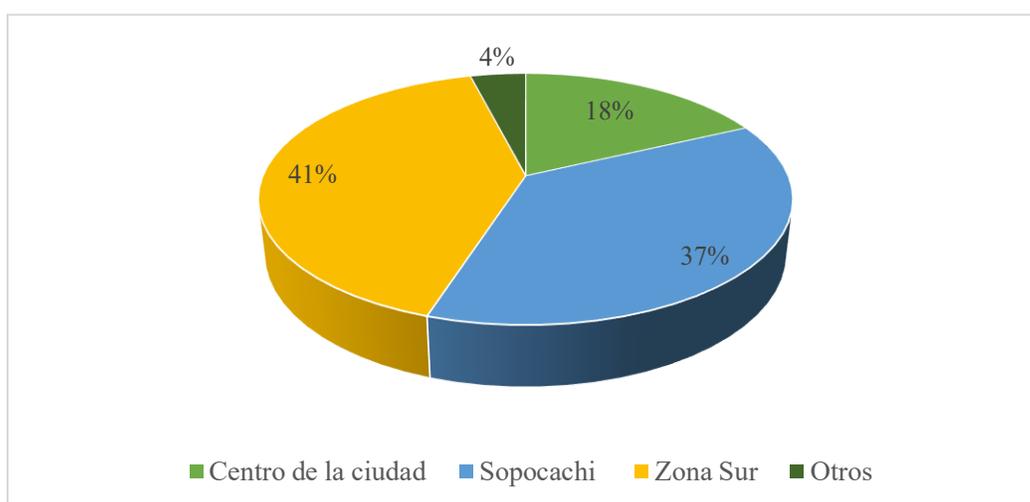
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 2 – Ubicación del Establecimiento Extra hotelero

Con este dato, podemos identificar la ubicación de los establecimientos Extra hoteleros reservados por los turistas que arriban a la ciudad de La Paz y si dichos establecimientos se encuentran en la misma zona o barrio de los hoteles convencionales estudiados.

Gráfico N°41

Ubicación del Establecimiento Extra hotelero



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante podemos establecer que:

En lo que respecta a los Establecimientos Extra Hoteleros y su ubicación dentro de la ciudad de La Paz, escogidos por los encuestados, indican que estos se ubican en la Zona Sur (41%) y la Zona de Sopocachi (37%). Del mismo modo, otro porcentaje representativo (18%), es ocupado por los establecimientos parahoteleros ubicados en la Zona Central de la ciudad, situándose estos en proximidades de los hoteles convencionales de la Zona el Rosario.

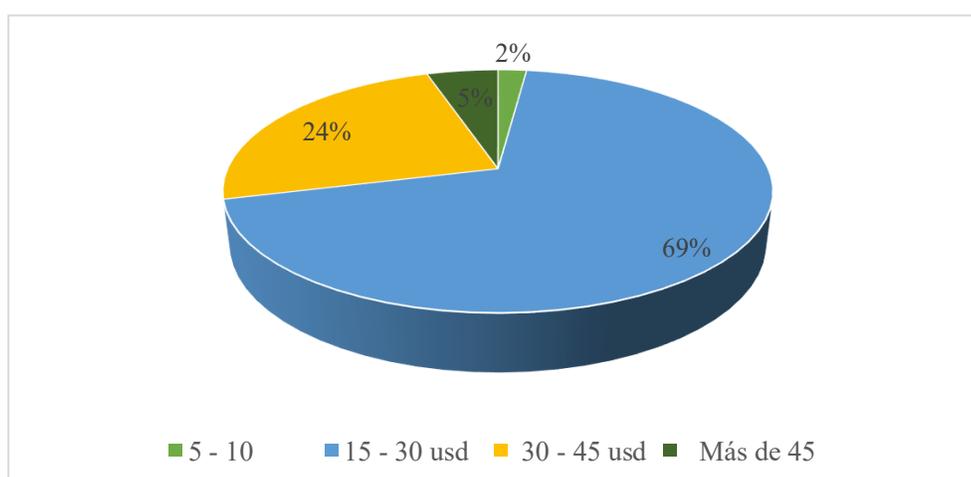
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 3 – Precio pagado por noche de su hospedaje en la ciudad de LaPaz

Esta información nos permite conocer el rango de precios por noche que pagan los turistas por hospedarse en Establecimientos Extra hoteleros y si dichas tarifas pueden considerarse competitivas en relación a las tarifas de hoteles convencionales.

Gráfico N°42

Precio que pagado por noche de su hospedaje en la ciudad de La Paz



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante podemos establecer que:

En cuanto al precio pagado por noche de hospedaje, las personas encuestadas que eligieron hospedarse en establecimientos Extra hoteleros, un 69% pagó entre 15 a 30 USD por noche, cabe mencionar que este precio incluye todo el ambiente ofertado por la plataforma, sean estos departamentos, viviendas o casas enteras, a diferencia de los hoteles convencionales de la Zona el Rosario, donde se ofertan habitaciones por el mismo precio que estos establecimientos.

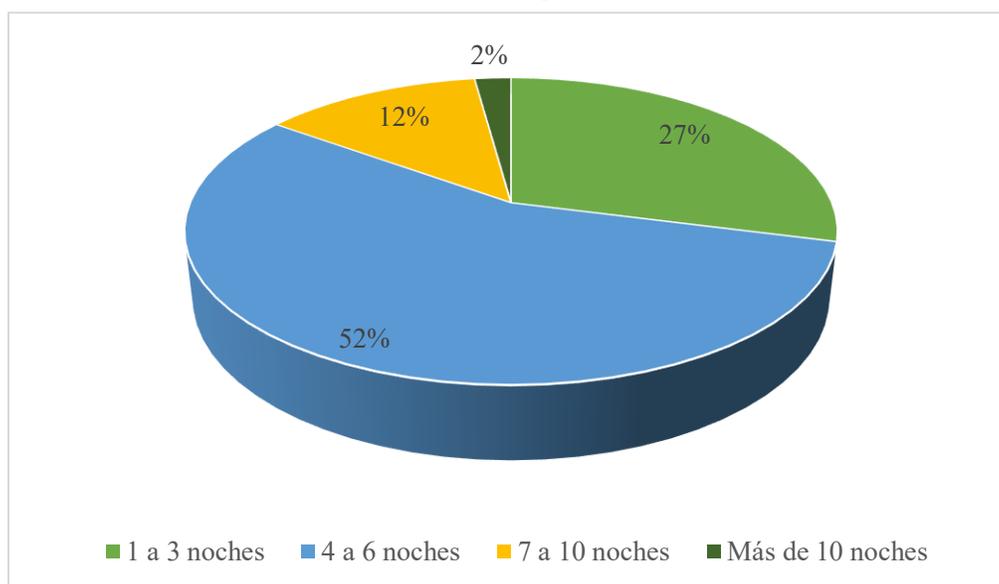
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 4 – Número de noches reservadas para su estadía en La Paz

El número de noches reservadas nos permite conocer el promedio de estadía de cada turista en los establecimientos extra hoteleros.

Gráfico N°43

Número de noches reservadas para su estadía en La Paz



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante podemos establecer que:

La mayoría de los encuestados indican haber realizado la reserva de su hospedaje, en un promedio de ente 4 a 6 noches (52%), siendo este número de noches superior al de reservados en hoteles convencionales. Del mismo modo, otro porcentaje importante señala haber reservado un promedio de entre 1 a 3 noches (27%) en los establecimientos Extra hoteleros; siendo este promedio similar al promedio de noches pernoctadas por los huéspedes en hoteles convencionales. Sin embargo, solo un 12% de los encuestados indica haber reservado un promedio mayor de 7 a 10 noches.

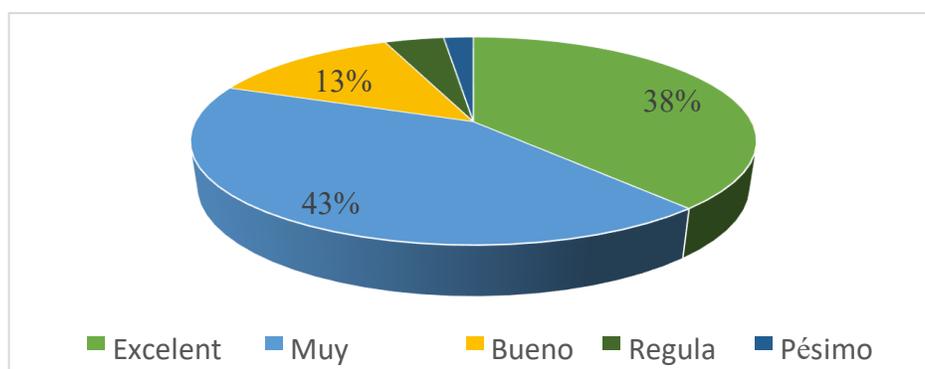
“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Pregunta 5 – Califique en una escala del 1 al 5, a su establecimiento de hospedaje, donde 1 es pésimo y 5 excelente

Esta información nos permite conocer el grado de satisfacción de los clientes que se hospedaron en los hoteles de la Zona el Rosario, donde “1” es pésimo y “5” es Excelente.

Gráfico N°44

Calificación de turistas de los establecimientos extra hoteleros



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2021

Respecto a la cuestionante, se establece que:

Un 38% considera que el servicio prestado por los establecimientos extra hoteleros es “Excelente”, demostrando un grado notorio de satisfacción por la totalidad de los servicios prestados por los hospedajes extra hoteleros ofertados en las plataformas virtuales extra hoteleras. Un 43% de los turistas encuestados que indican hospedarse en establecimientos extra hoteleros, señalan una calificación de 4 que significa “Muy Bueno”, denotando así un grado de satisfacción bueno por parte de los turistas. Por otro lado, un 13% de los encuestados, califican al servicio como “Bueno”. Un 4% de los encuestados calificaron a los

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

establecimientos extra hoteleros donde se hospedaron como “Regular”. Un 2%, percibe al servicio ofrecido por las plataformas virtuales extra hoteleras como Pésimo, este porcentaje refleja un grado de insatisfacción en cuanto al servicio esperado por los turistas. Sin embargo, es un porcentaje mínimo.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Síntesis analítica de los resultados de las encuestas

Después de realizar un análisis de las preguntas realizadas en las encuestas, es necesario resaltar ciertos resultados y respuestas que complementan y refuerzan la hipótesis de esta investigación.

Las respuestas brindadas por los encuestados (turistas) con respecto a sus preferencias al momento de reservar el servicio de hospedaje, indican que, hay un porcentaje considerable de turistas que prefieren y optan por hospedarse en establecimientos extra hoteleros, ofertados en plataformas como Airbnb y Vrbo. Entre los motivos principales por los cuales eligen esta opción de hospedaje, por encima de hoteles convencionales, según las respuestas de los encuestados, son: la privacidad, un punto notable que la mayoría de establecimientos como Airbnb ofrecen, dado que, se tratan de departamentos o casas, donde se encuentran solos y pueden aprovechar de todas las comodidades y facilidades como si se tratase de la casa u hogar propio. Mientras que, en un hotel, no siempre es así, puesto que en la mayor parte del tiempo se encuentran a personas desconocidas por las instalaciones y ambientes del hotel.

Continuando con los motivos principales, la ubicación es el segundo más escogido, siendo la zona de Sopocachi en la ciudad de La Paz donde la mayor cantidad de Establecimientos Extra Hoteleros se encuentran. De igual manera, otro de los factores relevantes es el precio, dado que este tipo de establecimientos ofrece sus ambientes a tarifas asequible y acordes al bolsillo del viajero. Otro punto importante que hace diferente a los alquileres turísticos extra hoteleros

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

ofertados en dichas plataformas virtuales es la experiencia local (*Local Experience*), que algunos de los anfitriones o propietarios de estos ofrecen, ya sea conviviendo con los huéspedes, a través de almuerzos familiares, tours guiados por la ciudad, elaboración de alimentos, entre otros.

Sin embargo, cabe recalcar que, si bien se pudo demostrar que la mayor parte de turistas encuestados eligieron a Airbnb como opción de hospedaje, existe también un flujo de turistas que siguen optando por alojarse en hoteles.

Por otra parte, los resultados de la encuesta dirigida a los encargados de los hoteles de la Zona El Rosario de la ciudad de La Paz, mostraron igualmente, aspectos pertinentes a mencionar para la presente investigación, pues un porcentaje de los encuestados no cuentan con conocimiento acerca del concepto y existencia de las plataformas virtuales de establecimientos extra hoteleros (Airbnb, Vrbo, entre otros), lo cual demuestra que no cuentan con un estudio o conocimiento de la competencia directa; siendo este aspecto uno de los más llamativos al realizar el estudio. En cambio, otro porcentaje reducido utiliza la plataforma de Airbnb para ofertar habitaciones dentro de sus hoteles, pasando a ser parte de la competencia y a cambiar el modelo original de la Plataforma Airbnb.

Del mismo modo, entre otras respuestas, los turistas eligen a los hoteles convencionales especialmente por el precio; ya que las tarifas de los hoteles se ven influenciadas por los de la competencia. Otro de los aspectos importantes a mencionar y que resulta preocupante para la actividad turística en la ciudad, es la opción con menos cantidad de votos, la seguridad del

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

hotel, dado que la Zona El Rosario se considera insegura para los turistas debido a la creciente actividad delincriminal en la zona, además de la falta de policía turística.

En conclusión, los turistas encuestados optan más por hospedarse en Establecimientos Extra Hoteleros que, en Hoteles convencionales, debido a los aspectos mencionados previamente.

A causa de esto, los establecimientos hoteleros señalan que como primer y principal medida tomada para contrarrestar la disminución de reservas en sus hoteles, es la reducción de tarifas, pues éstos buscan así mantenerse competitivos ante el fenómeno Extra Hotelero.

En cuanto a los propietarios o gerentes del sector hotelero, éstos en su mayoría opinan que se deberían tomar acciones legales en contra de este tipo de establecimientos y bien la prohibición del funcionamiento de plataformas como Airbnb en Bolivia dado que son percibidos como competencia desleal e ilegal, al no contar con los permisos y autorizaciones que los hoteles están obligados a cumplir para el funcionamiento de dicha actividad económica.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Síntesis analítica de la entrevista dirigida a la directora general de la Cámara

Hotelera Departamental de La Paz

La entrevista presentada a la directora general de la Cámara Hotelera Departamental de La Paz, la Dra. Helen Canqui Tellería demuestra puntos de relevancia para la presente investigación. Los aspectos que se pueden resaltar en cuestión a las respuestas de la directora son los siguientes:

En cuanto al funcionamiento de los establecimientos extra hoteleros ofertados mediante la plataforma Airbnb y Vrbo, considera que estos representan una competencia desleal e ilegal – operando en la informalidad –, dado que, no cuentan con los permisos, requisitos, obligaciones y autorizaciones establecidos por la ley para poder operar dentro del sector hotelero. Sin embargo, ambos negocios (hoteles y establecimientos extra hoteleros) se encuentran operando dentro de la oferta de hospedaje de la ciudad de La Paz, a diferencia de los hoteles que deben cumplir con todo lo mencionado previamente si desean operar legalmente, en caso de no cumplir, corren el riesgo de percibir sanciones económicas hasta la clausura de sus respectivos negocios.

De la misma forma, señala que, la Extra hotelería, constituye un riesgo y amenaza para la seguridad nacional, ya que la Cámara Hotelera recibió quejas y reclamos por parte de la Interpol junto a la Policía Nacional, de posibles casos criminales como trata y tráfico de personas, secuestros, estafas, corrupción de menores, entre otros delitos que tomaron lugar en dichos establecimientos ilegales; ya que los encargados o anfitriones de estos

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

establecimientos no solo no realizan un registro de huéspedes donde se verifique la identidad de éstos, sino que tampoco brindan “el parte diario” a la Policía Nacional. Además de no contar, en la mayoría de los casos, con cámaras de seguridad y/o recepcionistas, poniendo también en riesgo la seguridad del turista.

Con respecto a las medidas que la Cámara Hotelera creen convenientes que el Estado debería adoptar para regularizar la situación de informalidad de este sector, es trabajar con un equipo multidisciplinario conformado por representantes del Viceministerio de Turismo, el Gobierno Municipal de La Paz, Impuestos Nacionales, Fiscalía, Defensoría de la Niñez (en caso de presencia de menores de edad) para realizar operativos de control.

La entrevistada menciona que, si bien la plataforma Airbnb indica a los anfitriones cumplir con las normas y leyes del país al momento de registrarse en esta plataforma, la mayor parte hace caso omiso ante lo establecido. Que, en el caso de Bolivia, ya se encuentra establecido en la normativa (Reglamento de hospedaje turístico) que la actividad turística de carácter ilegal debe ser clausurado de manera inmediata, siendo Airbnb, y todas las plataformas de carácter extra hotelero consideradas actividades económicas ilegales.

Así también, la Dra. Canqui afirma que en la gestión 2019, la Cámara Hotelera trabajó junto a Impuestos Nacionales para sancionar y clausurar a los establecimientos extra hoteleros ofertados mediante plataformas virtuales y redes sociales, en caso de no estar registrado en el SIN, no contar con NIT ni emitir factura. Sin embargo, no se alcanzó a cumplir lo esperado, dado que, Impuestos Nacionales no solo pretendía sancionar al sector extra

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

hotelero, sino también a todo negocio y/o emprendimiento que oferte sus servicios o productos mediante Redes Sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, entre otros), generando malestar y descontento en la población, quedando dichas medidas sin ejecución alguna.

No obstante, actualmente la Cámara Hotelera trabaja junto al Gobierno Municipal de La Paz, para pedir un informe a la plataforma Airbnb de los establecimientos registrados en su plataforma, con el fin de separar de la informalidad a este sector y así conseguir la igualdad de condiciones entre ambos sectores.

Para finalizar con la entrevista, la directora indica que la plataforma Airbnb como tal es un excelente medio de difusión de la oferta hotelera que existe en Bolivia, pero lo que provoca la rivalidad entre ambos son los anfitriones o propietarios que no cumplen con lo ya mencionado y que, en algunos casos, ocasionan una mala imagen del país.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Verificación de la hipótesis

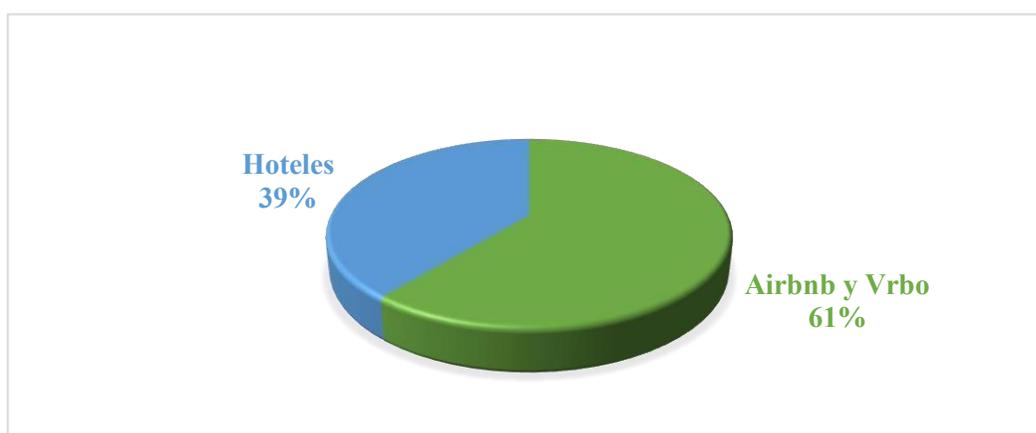
La hipótesis de la presente investigación se caracteriza por ser correlacional. Siendo la siguiente:

“La utilización de las plataformas virtuales prestadoras de servicios extra hoteleros influye en el flujo turístico de los Hoteles de la Zona el Rosario”

De acuerdo a las encuestas realizadas dirigidas hacia turistas, se comprueba que la mayoría opta por adquirir el servicio de establecimientos extra hoteleros por medio de plataformas virtuales como Airbnb y Vrbo. Principalmente por sus mejores tarifas, mejor ubicación en cuanto a seguridad, mayor privacidad y comodidad, pero sobre todo porque ofrecen la experiencia “Live like a local” que permite una mejor interacción entre anfitrión y huésped.

Gráfico N°45

Tipo de hospedaje escogido por el turista



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas realizadas, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Por otro lado, las encuestadas realizadas al sector hotelero, confirman el impacto directo en su flujo turístico viéndose este reducido a causa de dichas plataformas. Sin embargo, una parte de este sector percibe a Airbnb y Vrbo como una herramienta de promoción a sus hoteles, llegando así a ofertar sus servicios en las mencionadas plataformas.

Docimasia de la Hipótesis

Cuadro N°12

Docimacia de Hipótesis

VARIABLES		DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	A	R	
VI	Servicio de Plataformas Virtuales Extra hoteleras	Calidad del servicio	Servicios básicos	Encuesta 1 – P1 Encuesta 3 – P2 Encuesta 3.1 – P5	✓		
			Servicios complementarios	Encuesta 3 – P2, P5	✓		
			Calificación del Establecimiento Extra Hotelero	Encuesta 3.2 – P5	✓		
			Empleo de técnicas de fidelización al cliente	Encuesta 3.1 – P7	✓		
		Acceso a las Plataformas Virtuales Extra hoteleras	Privacidad y seguridad de datos personales	Facilidad en su utilización y navegación	Encuesta 3 – P2	✓	
						✓	
		Interacción directa con el anfitrión	Rapidez de respuesta	Experiencia “Live like a local”	Encuesta 2 – P3 Encuesta 3 – P2	✓	
			✓				
		Presencia en el rubro hotelero	Tarifas accesibles y competitivas	Imagen del establecimiento	Encuesta 3.1 – P3 Encuesta 3.2 – P3	✓	
						Encuesta 3.2 – P2, P5 Entrevista 1 – P2, P7	

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

			Personalización de los servicios	Encuesta 3.1 – P7 Observación 1	✓	
			Competencia en la oferta hotelera	Encuesta 1 – P7, P8, P9 Entrevista 1 – P1, P5	✓	
VD	Flujo turístico de los Hoteles de la Zona El Rosario	Desplazamiento de turistas al destino	Mayor turismo receptivo	Encuesta 3 – P3, P4, P5, P6, P7 Encuesta 2 – P4, P6	✓	
			Mayor turismo emisor	Encuesta 3 – P8 Encuesta 2 – P4, P6		×
		Ocupación hotelera	Considerable número de reservas	Encuesta 1 – P3 Encuesta 2 – P5		×
			Alto promedio de noches pernoctadas	Encuesta 1 – P4 Encuesta 3 – P4 Encuesta 3.2 – P4		×
		Canal de reserva	Empleo de plataformas extra hoteleras	Encuesta 3 – P1, P2 Encuesta 3.2 – P1 Encuesta 2 – P2	✓	
			Empleo de plataformas hoteleras	Encuesta 3 – P1 Encuesta 3.1 – P1, P2 Encuesta 3.2 – P1		×

Fuente: Elaboración propia, 2022

Fórmula de la probabilidad

$$P = \frac{\#r.f}{\#T.P.R}$$

P = Probabilidad

#r.f = Número de resultados favorables = 13

#T.P.R = Número total de posibles resultados

$$P = \frac{13}{5}$$

$$P = 72\% > 28\%$$

Por lo tanto, se establece que la **hipótesis** de la presente investigación **se aprueba con un**

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

porcentaje del 72%.

CONCLUSIONES

En la presente investigación, se logró responder a varias de las cuestionantes generadas al momento del desarrollo de la misma. Así también, se han proporcionado respuestas tanto a la pregunta principal como a las preguntas específicas planteadas, y se han alcanzado los objetivos establecidos.

❖ **Impacto en el Flujo Turístico**

Las plataformas virtuales como Airbnb y Vrbo ejercen una influencia mayoritariamente negativa en el flujo turístico de los hoteles en la Zona El Rosario de La Paz. La amplia oferta de alojamiento permite a los turistas seleccionar opciones que se ajusten a sus necesidades y preferencias. Sin embargo, es interesante notar que un reducido porcentaje de gerentes de hoteles ha adoptado Airbnb como una herramienta publicitaria, viendo en esta plataforma un aliado en lugar de un competidor directo.

❖ **Nuevas Preferencias de los Turistas**

Los resultados de la investigación demuestran un cambio en el comportamiento de los turistas, particularmente entre los jóvenes. Estos prefieren la experiencia de "Vivir como un local", buscando una inmersión más auténtica en la cultura y el entorno del destino.

Los turistas que optan por plataformas como Airbnb buscan experiencias similares, aunque esto plantea preocupaciones en cuanto al cumplimiento de los requisitos legales, lo que puede generar problemas de seguridad.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

❖ **Importancia de la Tecnología**

La investigación destaca la relevancia de la tecnología para diferenciarse en el sector turístico. La presencia en dispositivos móviles y aplicaciones es crucial para llegar a un público amplio, mejorar la competitividad y gestionar eficazmente la información.

❖ **Influencia del Marketing y las Reseñas**

Las estrategias de mercadeo, los comentarios de los usuarios y las imágenes de los alojamientos desempeñan un papel esencial en la decisión de los consumidores. Generan confianza y seguridad en los potenciales huéspedes.

❖ **Presencia en Plataformas Virtuales**

Es importante mencionar que algunos hoteles convencionales están presentes en plataformas virtuales, incluyendo Airbnb, aunque esto a veces no cumple con la legalidad vigente. Esta acción es motivada por la necesidad de competir y aprovechar las ventajas que estas plataformas ofrecen.

❖ **Posibles Estrategias para Hoteles**

A pesar de los desafíos planteados por los establecimientos extra hoteleros, los hoteles de la Zona El Rosario tienen la oportunidad de utilizar esta competencia como incentivo para mejorar sus estrategias de marketing, presencia en redes sociales y la creación de un sitio web integral para atraer a los posibles clientes.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

❖ **Llamado a la Regulación**

En última instancia, se subraya la necesidad de que el Viceministerio de Turismo, el Gobierno Municipal de La Paz y las autoridades fiscales colaboren para regularizar y formalizar la actividad de los establecimientos extra hoteleros. Esto no solo contribuirá al crecimiento económico del país, sino también a la seguridad tanto de los turistas como de la población en general.

Estas conclusiones proporcionan una imagen clara y detallada de cómo las plataformas virtuales de hospedaje alternativo están afectando al sector hotelero en La Paz, así como las estrategias que los hoteles pueden adoptar para mantener su competitividad en este entorno cambiante.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”
RECOMENDACIONES

❖ Se enfatiza la importancia del estudio académico del fenómeno de la Hotelería Informal y su relación con la actividad turística, debido a los avances tecnológicos y cambios en la demanda turística.

❖ Se recomienda a los estudiantes de Turismo profundizar en este tema, ya que está directamente vinculado a la industria del turismo.

❖ Se sugieren acciones para equiparar las condiciones entre el sector hotelero formal y los establecimientos extra hoteleros. Para el sector hotelero formal de la Zona El Rosario en La Paz, se proponen las siguientes acciones:

- Utilizar plataformas virtuales para la promoción y gestión de reservas.
- Mejorar el servicio al cliente proporcionando información turística detallada sobre atractivos, actividades y opciones gastronómicas.
- Realizar mejoras en las instalaciones, como cocinetas y áreas comunes, para mejorar la experiencia del huésped.
- Ofrecer actividades opcionales dentro del concepto de "experiencia local", como tours gastronómicos y culturales, para mejorar la experiencia del turista.
- Implementar la opción "Pet Friendly" para atraer a los turistas que viajan con mascotas y hacer que los negocios sean más inclusivos.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

- ❖ Se destaca la necesidad de regulaciones por parte de las autoridades turísticas para evitar la informalidad de los establecimientos extra hoteleros. Se sugiere que estos establecimientos estén registrados en las secretarías de turismo y se conviertan en un requisito indispensable para operar como viviendas de alquiler turístico.

- ❖ Se propone una política estratégica que eduque a los propietarios/anfitriones para que cumplan con los requisitos legales y se integren en la oferta turística de manera formal, evitando el cierre de los establecimientos informales.

- Se recomienda que el Estado y sus entes reguladores implementen medidas obligatorias contra los establecimientos extra hoteleros en La Paz, con consecuencias que van desde multas económicas hasta la clausura del negocio en caso de incumplimiento.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

**PROPUESTA DE POLITICA ESTRATEGICA PARA CONTRARRESTAR LA
INFORMALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS EN LA
CIUDAD DE LA PAZ**

Cuadro N°13

*Política Estratégica para contrarrestar la informalidad de los Establecimientos Extra
Hoteleros en la ciudad de La Paz*

Política Estratégica	“Implementar medidas obligatorias contra el servicio de Establecimientos Extra Hoteleros en la ciudad de La Paz”.
Estrategia	Llevar a cabo campañas de sensibilización y educación dirigida los propietarios de residencias, apartamentos, viviendas de alquiler turístico enfocados en disminuir el fenómeno de la Extra hotelería y formalizar a este sector.
Medios	Desarrollar encuentros periódicos destinadas a concientizar y sensibilizar a propietarios de residencias de alquiler turístico y/o anfitriones con el fin de registrarse legalmente dentro de la oferta turística del destino La Paz Impulsar el desarrollo de una Plataforma Virtual que agrupe tanto establecimientos hoteleros como establecimientos extra hoteleros, a manera de promocionar ambos tipos de negocios, en igualdad de condiciones y medios.

Fuente: Elaboración propia, 2022

Descripción:

Nuestra política estratégica tiene como objetivo abordar el crecimiento de los establecimientos extra hoteleros en la ciudad de La Paz. Buscamos equilibrar la competencia entre estos establecimientos y los hoteles convencionales, garantizando al mismo tiempo su formalización y cumplimiento de regulaciones legales.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Estrategias:

Campañas de Sensibilización y Educación:

Desarrollaremos campañas de sensibilización y programas educativos dirigidos a los propietarios de residencias, apartamentos y viviendas de alquiler turístico. El enfoque será en la importancia de cumplir con regulaciones y formalizar sus servicios.

Estableceremos encuentros periódicos con estos propietarios para brindar información y orientación sobre los pasos necesarios para registrarse legalmente y formar parte de la oferta turística de La Paz.

Plataforma Virtual Integrada:

Impulsaremos el desarrollo de una plataforma virtual que integre tanto a establecimientos hoteleros como al de extra hoteleros. El objetivo es promover ambos tipos de negocios en igualdad de condiciones y medios.

Esta plataforma proporcionará a los establecimientos extra hoteleros los recursos necesarios para cumplir con las regulaciones y garantizar la seguridad de los huéspedes. Además, fomentará la competencia justa y la transparencia en la industria.

Medios:

Utilizaremos diversos canales de comunicación, incluyendo medios digitales, redes sociales, eventos y encuentros presenciales para difundir nuestras campañas de sensibilización y educación.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Se trabajará con entidades gubernamentales y organizaciones turísticas para establecer y mantener la plataforma virtual, garantizando su accesibilidad y usabilidad para todos los propietarios y usuarios.

Se promoverá la adhesión voluntaria de los propietarios a la plataforma y se ofrecerán incentivos para fomentar su participación.

Las campañas de sensibilización se adaptarán a las necesidades y características específicas de los propietarios de establecimientos extra hoteleros, destacando los beneficios de la formalización.

Esta política estratégica tiene como objetivo abordar los desafíos planteados por el auge de los establecimientos extra hoteleros en La Paz. A través de la sensibilización, la educación y la integración en una plataforma virtual, buscamos lograr una coexistencia armoniosa entre los diversos actores del sector turístico, garantizando al mismo tiempo la calidad y seguridad de los servicios ofrecidos a los visitantes de la ciudad.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, Origen y Evolución del Turismo*. México : Trillas.
- AMA. (1995). *El comportamiento del consumidor dentro de la Economía Colaborativa*.
- Amador, C. (2022, 10 04). *Elementos Fundamentales en la Actividad Turística*. Retrieved from Elementos Fundamentales en la Actividad Turística: <https://webcache.googleusercontent.com/>
- Amador, C. F. (2012, 09 17). *Elementos Fundamentales en la Actividad Turística*. Retrieved from <https://webcache.googleusercontent.com/>
- Ampuero, L. (2022, 5 20). *En Bolivia más 1.500 propiedades son ofertadas como alojamientos en Airbnb*. Retrieved from UrgenteBo: <http://www.urgente.bo/>
- Andalucía, J. d. (2020). Registro de Turismo de Andalucía, Decreto Ley 13. *Junta de Andalucía, Consejería de Turismo Cultura y Deporte*.
- Barbosa, M. (2007). *La política del Turismo cultural y el diseño de producto turístico*. Bogotá, Colombia : Revista Escuela de Administración de Negocios.
- Barragán, L. (2022, 07 13). *La hotelería*. Retrieved from Club Ensayos: <https://www.clubensayos.com/>
- Belk, R. (2011). *The Nature and Effects of Sharing in Consumer Behavior*. London: Taylor y Francis .
- Bella, M. G. (1991). *Introducción al Turismo*. Trillas.
- Benitez, A. M.-G. (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Bonnet, J. B. (2017). *La economía colaborativa, el turismo y el comportamiento del consumidor*. Cataluña, España: Universitat Oberta de Catalunya.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

Boullon, R. C. (1985). *Planificación del Espacio Turístico* . Ciudad de México: Editorial Trillas .

Briceño, F. (2016). *Turismo 2020*. Caracas: Ediciones IESA.

Buhalis. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of eTourism research. *Tourism Management*.

Bunge, M. (2007). *La investigación científica*. México D.F.: Siglo XX.

Cabrera, G. (2014). *Administración en Hotelería y turismo*. Universidad Cesar Vallejo.

Cañigual, A. (2022, 7 17). *Hacia una economía colaborativa «responsable»*. Retrieved from Blog Consumo Colaborativo: <https://comein.uoc.edu/>

Cárdenas, F. (2001). *Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado*. México: Trillas .

CESA, I. (2020). *Ley de Empresas de Alojamiento turístico*. Aragón, España: Departamento de Turismo y Hotelería del Gobierno de Aragón.

Cioubanu, M. (2019). *Nuevas formas de denominaren la industria turística*. Bucarest: Universidad de Bucarest.

(n.d.). *Componentes del Producto turístico* .

Cornejo, E. M. (2011). *El Turismo Electrónico, Una Necesidad Para Las Empresas Del Sector*. Ciudad de México: Turismo y Desarrollo Local, Servicios Académicos Intercontinentales SL. Retrieved from Turismo y Desarrollo Local, Servicios Académicos Intercontinentales SL.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

- DANHKE, G. (1986). *Investigación y comunicación*. México D.F.: La comunicación humana: ciencia social.
- Di Nardo, G. &. (2016). *Estudio sobre las nuevas modalidades de alquiler turísticoo temporario*. [tps://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/handle/123456789/5760](https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/handle/123456789/5760).
- Di Nardo, G. (2016). *Estudio sobre las nuevas modalidades de alquiler turístico o temporario (oferta de alojamientos temporales) ofrecidas en plataformas y sitios web*. México: Instituto de Ciencias Sociales y Disciplinas Projectuales INSOD.
- Díaz, F. Á.-W. (2006). *Política Turística*. España: Editorial Tirant Lo Blanch.
- Dominyka Paulauskaite, R. P.-S. (2017). *Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy*. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>.
- Dredge, D. &. (2015). *The collaborative economy and tourism: critical perspectives, questionable claims and silenced voices*. Tourism Recreation Research.
- Encarnación, M. (2022, 07 12). *Peer-to-peer accommodation and home-sharing platforms*. Retrieved from Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica: Nueva Época: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=21857>
- Ferrer, D. A. (2022). *Análisis estadístico de las viviendas de uso turístico en España*. Segovia: FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN.
- Flores, C. (2022, 6 10). *Elementos fundamentales de la actividad turística* . Retrieved from Elementos fundamentales de la actividad turística : <https://webcache.googleusercontent.com/>

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

- Foster, D. (1994). *Introducción a la Industria de la Hospitalidad*. Madrid, España: McGraw-Hill - Serie de Turismo .
- García, R. (2016). *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Garibaldi, F. (2015). Sharing economy in travel and tourism: the case of home-swapping in Italy. *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, pp. 202-220.
- Glass, R. (1964). *Introduction: aspects of change*. Londres : Mackibbon and Ke.
- Gurria. (1991).
- Heo, C. H. (2016). *Sharing economy and prospects in tourism research*. Annals of Tourism Research.
- Hernández. (2006). *Metodología de la Investigación*. Madrid: La Brújula .
- Hurtado, H. (2012). *El proyecto de Investigación* . Caracas : Quirón .
- Iglesias, Á. N. (2010). *ipología de los contratos de alojamiento turístico extrahotelero*. Almería, España: Universidad de Almería.
- INE, I. N. (2022, 9 12). *Flujo de viajeros extranjeros a Bolivia*. Retrieved from Instituto Nacional de Estadística INE: <https://www.ine.gob.bo/>
- Intriago, J. (2017). *International Journal of Scientific Management and Tourism*. Manabí - Ecuador .
- J. Casas Anguitaa, J. R. (2022). *La encuesta como técnica de investigación.Elaboración de cuestionarios y tratamientoestadístico de los datos*. Madrid, España: Departamento de Planificación y Economía de laSalud. Escuela Nacional de Sanidad.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

Jeroen Oskam, A. B. (2022, 07 10). *AirBnb: the future of networked hospitality businesses*.

Retrieved from Journal of Tourism Futures: <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2015-0048>

Judith Martín Rodríguez, J. P. (2018). *Mallorca, al borde del colapso turístico* . Mallorca :

Facultad de Comunicación.

Konrad, A. (2022, 3 16). *Airbnb Cofounders To Become First Sharing Economy Billionaires*

As Company Nears \$10 Billion Valuation. Retrieved from Forbes:
<https://www.forbes.com>

Leiper. (1990). *Teoría del turismo: Conceptos, modelos y sistemas*. Ciudad de México:

Trillas.

Makarand Mody, M. G. (2018). *Airbnb and the Hotel Industry: The Past, Present, and Future*

of Sales, Marketing, Branding, and Revenue Management. Boston : Boston
University School of Hospitality Administration.

Mansilla, J. (2019). *Turismo y gentrificación. La reestructuración social, económica*.

Madrid, España: Tendencias Sociales,.

Marrero, F. (2016). *Glosario de términos, hotelero, turísticos y relacionados* . Tenerife -

Canarias .

Marrero, R. (2016). *TURISMO CULTURAL Y PLANIFICACIÓN DEL VIAJE: UN*

ESTUDIO DE CASO. La Laguna, España: Instituto Universitario de Ciencias
Políticas y Sociales, Universidad de La Laguna.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

- Martín, J. M. (2019). *Viviendas de alquiler (Airbnb) y alojamientos turísticos tradicionales: nuevo escenario competitivo en el mercado turístico de Extremadura*. Extremadura: Universidad de Extremadura.
- Mathieson, A. y. (1982). *Tourism: Economic, physic and social impacts*. London : Longman Group Limited.
- Michael Morgan, J. E. (2009). *Has the experience economy arrived? The views of destination managers in three visitor-dependent areas*. <https://doi.org/10.1002/jtr.719>.
- Milano, C. (2018). *Tendencias en viajes: "Live like a local" y Saturación turística*. Barcelona: Ostelea School of Tourism & Hospitality. Retrieved from Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística de Ostelea (IDITUR).
- Ministerial, R. (2001). *Reglamento de Hospedaje Turistico*. La Paz: Ministerio de Comercio Exterio.
- Morales, R. S. (2018). *CONCEPTO Y TRIBUTACIÓ DE ALQUILER DE LOSAPARTAMENTOSTURÍSTICOS*. Málaga, España.
- Moreno, A. (2005). *El trabajo de campo: estrategia didáctica en la enseñanza de la geografía*. Geoenseñanza.
- Murillo, J. (2006). *La Entrevista*. Madrid.
- Murino, L. D. (2012). *Manual práctico de recepción hotelera*. México: Trillas.
- Nacional, C. (2000). *Ley de Promoción y Desarrollo de la Actividad Turistica en Bolivia, Ley 2074*. La Paz, Bolivia: Gaceta Oficial de Bolivia.
- Nacional, H. C. (2004). *Ley 843 Ide Reforma Tributaria* . La Paz .
- Nafria, I. (2000). *Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet*. Barcelona, España.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

- Navarro, M. A. (2020). *LA REGULACIÓN DE LA VIVIENDA DE USO TURÍSTICO EN ESPAÑA*. Aragón, España: Revista aragonesa de administración pública.
- Nicolini, C. (2013). Economía Colaborativa: lo mío es tuyo y lo tuyo es de todos . *nstituto para la Integración de América Latina y el Caribe (INTAL)* .
- OEA. (2022, 9 11). *Servicios turístico: conceptos y generalidades* . Retrieved from sites: <https://sites.google.com/>
- OMT. (2022, 8 13). *World Tourism Organization* . Retrieved from Desarrollo de Productos : <https://www.unwto.org>
- Opaschowski, H. (2001). *Tourismus im 21. jahrhundert, das gekaufte paradies, B.A.T.* Hamburg: Freizeit-Forschungsinstitut GmbH.
- Oskam, J. (2022, 07 07). *Airbnb or “Networked Hospitality Businesses”*: *Between Innovation and Commercialization*. Retrieved from <http://www.researchgate.net>
- Otero-Ortega, A. (2018). *Enfoques de Investigación* . Universidad del Atlántico .
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. CABI Publishing.
- Povedskaya, E. (2016). *FLUJOS TURÍSTICOS Y ACCESIBILIDAD UNIVERSAL: ANÁLISIS Y REFLEXIONES*. Universidad Liber Quaré (ULQ).
- Rachel Botsman, R. R. (2010). *What’s Mine Is Yours: Rise of Collaborative Consumption*. New York : Harper Collin .
- Ramos, M. d. (2020). *Economía colaborativa y hospedaje no regulado en los destinos turísticos: Una aproximación a Puerto Vallarta*. México: El Periplo Sustentable Universidad Autónoma del Estado de México.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

Rheingold, H. (1993). *The virtual community: homsteading on the electronic frontier*.

London : Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc.

Rodríguez. (2021). *Componentes de producto turístico* .

Rodríguez, A. (2010). *Going with the consumer towards the social web environment: a review of extant knowledge*. Barcelona: International Journal of Electronic Marketing and Retailing.

Salamanca, A. B. (2007). *El muestreo en la investigación cualitativa*.

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo* . Organización Mundial del Turismo .

Serrana, J. I. (2022). *Economía colaborativa: qué es, beneficios e inconvenientes*. EAE Business School.

Silva, C. (2022, 07 2). *¿Qué es Airbnb y cómo funciona?* Retrieved from Entorno Turístico: Hablemos de Turismo : <https://www.entornoturistico.com>

Silva, M. E. (2018). Análisis del mercado de alojamiento turístico . *Universitat de les Illes Balears* .

Slee, T. (2016). *Lo tuyo es mío, contra la economía colaborativa*. Londres: Penguin Random House .

SmartTravel. (2018). Todo sobre Airbnb: Historia, modelo de negocio y futuro.

SmartTravel. (2022).

Sotelo, R. (2018). *CONCEPTO Y TRIBUTACION DEL ALQUILER DE LOS APARTAMENTOS TURÍSTICOS*. Málaga, España.

Suárez, N. (2016). *Economía Colaborativa*. Valladolid, España: Universidad de Valladolid, Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

- Such, M. (2022, 8 10). *Turismo P2P, una tendencia imparable* . Retrieved from Universidad de Alcalá, Portal de comunicación : <https://portalcomunicacion.uah.es/>
- Taboada, J. (2022, 7 5). Turistificación ¿Por qué los vecinos están en contra? *TYSMAG*. Tecnósfera. (2017). Homeaway, la plataforma para alquilar propiedades vacacionales.
- Tecnósfera. (2017). Homeaway, la plataforma para alquilar propiedades vacacionales.
- Torrecilla, J. C. (2020). *PLATAFORMAS DIGITALES EN EL TURISMO Y SU IMPLICACIÓN EN LA TRANSFORMACIÓN DEL MARKETING DEL SECTOR*. Segovia, España: Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación.
- Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* . La Sabana, Colombia: Pearson .
- Torres, S. R. (2017). *EL FENÓMENO DEL ALQUILER VACACIONAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA: ¿CÓMO? ¿POR QUÉ? ESTADO DE LA CUESTIÓN (2003-2016)*. Málaga, España: Universidad de Málaga.
- Trivett. (2022, 07 20). *What the Sharing Economy means to the future of travel*. Retrieved from What the Sharing Economy means to the future of travel: <http://skift.com/wp-content/uploads/2014/07/skift-what-the-sharing-economy-means-to-the-future-of-travel.pdf>
- Turismo, M. d. (2018). *Reglamento Específico de Establecimientos de Hospedaje Turístico*. La Paz .
- Turismo, V. d. (2012). *Ley General de Turismo* .
- Villena, E. (2003). *Técnico en hotelería y turismo*. Madrid: Cultural .
- Vrbo. (2022, 07 12). *Qué es Vrbo y por qué elegirnos*. Retrieved from Vrbo: Casas rurales, en la playa y apartamentos en todo el mundo : <https://www.vrbo.com/>

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

Wilkie, W. (1994). *Consumer Behavior*. New York : John Wiley.

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

ANEXOS

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO



OBJETIVO: Conocer el punto de vista de la máxima entidad representativa de hotelería del departamento de La Paz respecto a la existencia y funcionamiento de Establecimientos Extra Hoteleros o de Alquiler turístico ofertados en Plataformas como Airbnb.

INSTRUCCIONES: Por favor, leer detenidamente cada una de la pregunta y responder.

Guía de Entrevista

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DRA. HELEN CANQUI TELLERIA, DIRECTORA GENERAL DE LA CÁMARA HOTELERA DEPARTAMENTAL DE LA PAZ
1. ¿Considera usted que los alquileres turísticos representan una competencia desleal al sector hotelero? ¿Por qué? -----
2. Anteriormente, ¿recibieron quejas o reclamos de parte del sector hotelero en cuestión a Airbnb? -----
3. ¿Qué medidas como Cámara Hotelera, creen convenientes que el Estado debería adoptar y/o poner en marcha para regularizar la situación de los alquileres turísticos? -----
4. Actualmente, ¿Se cuenta con planes o ya se encuentra en ejecución alguna propuesta de norma o plan que regule la actividad de Airbnb? -----
5. Según nuestro estudio, se determinó que los turistas que llegan a la ciudad de La Paz prefieren hospedarse en establecimientos extra hoteleros que ofrecen las plataformas de Airbnb y Vrbo, ¿por qué cree que sucede esto? -----
6. ¿Qué recomendaciones ve necesarias para contrarrestar el impacto negativo de dichas plataformas virtuales hacia los hoteles? -----
7. ¿Qué aspectos positivos puede resaltar de Airbnb para la actividad turística? -----

Fuente: Elaboración propia, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO



OBJETIVO: Conocer el punto de vista de los representantes de hoteles de la Zona El Rosario en cuestión a las plataformas virtuales de establecimientos extra hoteleros y cómo impactan en su flujo turístico, entre otros aspectos.

INSTRUCCIONES: Por favor, leer detenidamente cada una de la pregunta y responder

Encuesta dirigida a representante de hotel

1. ¿Cuál cree usted que es el motivo por el que las personas deciden hospedarse en su hotel? <input type="checkbox"/> Relación Precio – Calidad <input type="checkbox"/> Atención personalizada <input type="checkbox"/> Desayuno <input type="checkbox"/> Limpieza <input type="checkbox"/> Comodidad y confort <input type="checkbox"/> Seguridad
2. ¿A qué público o tipo de turista está destinado su Hotel? <input type="checkbox"/> Jubilados <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/> Mochileros <input type="checkbox"/> Viajeros solos <input type="checkbox"/> Parejas <input type="checkbox"/> Familias <input type="checkbox"/> Viajeros de negocios
3. ¿Cuál fue la situación en cuanto a la ocupación de su Hotel durante el año 2019? <input type="checkbox"/> Pésimo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Excelente
4. Promedio de noches pernoctadas por huésped <input type="checkbox"/> 1 a 3 noches <input type="checkbox"/> 4 a 6 noches <input type="checkbox"/> 7 a 10 noches <input type="checkbox"/> Más de 10 noches
5. ¿Conoce usted las Plataformas Virtuales Extra Hoteleras como ser Airbnb y/o Vrbo? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
6. ¿Utiliza la Plataforma Airbnb y/o Vrbo para promocionar su negocio? <input type="checkbox"/> SÍ* <input type="checkbox"/> NO
* Si escogió SÍ* en la pregunta anterior, siga con las siguientes preguntas:
7. Razones para la utilización de las Plataformas Virtuales Extra Hoteleras <input type="checkbox"/> Mayores reservas <input type="checkbox"/> Mayor Flujo de turistas <input type="checkbox"/> Mayores ingresos económicos <input type="checkbox"/> Visibilidad en el mercado <input type="checkbox"/> Mayor clientela <input type="checkbox"/> Mayor competitividad
8. ¿Representan las plataformas virtuales extra hoteleras una competencia directa para su hotel? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
9. ¿Cómo ha afectado estos establecimientos promocionados por Airbnb y/o Vrbo a su negocio? <input type="checkbox"/> Menor flujo de turistas <input type="checkbox"/> Reducción de ingresos económicos <input type="checkbox"/> Sin conocimiento de las plataformas <input type="checkbox"/> Se aplica ambas para evitar competencia
10. ¿Cuáles han sido las medidas tomadas por su negocio para contrarrestar esta situación? <input type="checkbox"/> Fidelización del cliente <input type="checkbox"/> Implementación de nuevos servicios <input type="checkbox"/> Reducción de personal

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

<input type="checkbox"/> Mayor inversión en publicidad <input type="checkbox"/> Reducción de tarifas
11. ¿Está de acuerdo con que el Estado regule este tipo de servicios pagando una tasa tributaria y contribuyendo con las normas locales tal como los hoteles? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO
12. ¿Cree usted que el Estado, en lugar de regular este tipo de negocio, prohíba su actividad en Bolivia? <input type="checkbox"/> SÍ* <input type="checkbox"/> NO
Si eligió SÍ en la pregunta previa, indique los motivos en la siguiente pregunta
13. Motivos por los que el Estado debería prohibir la actividad extra hotelera <input type="checkbox"/> Falta de seguridad y garantías <input type="checkbox"/> Riesgo de estafa al turista <input type="checkbox"/> Mala imagen del país <input type="checkbox"/> Falta de formalidad y profesionalismo <input type="checkbox"/> Competencia desleal

Fuente: Elaboración propia, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO



OBJETIVO: Conocer el punto de vista de los anfitriones de establecimientos extra hoteleros en la ciudad de La Paz con el fin de determinar los aspectos relevantes de estos alojamientos y como lidian diariamente teniendo un negocio de esta índole.

INSTRUCCIONES: Por favor, leer detenidamente cada una de la pregunta y responder

Encuesta dirigida a anfitrión de un establecimiento extra hotelero

1. ¿Desde hace cuántos años oferta su vivienda en Plataformas Extra Hoteleras? <input type="checkbox"/> 1 – 3 años <input type="checkbox"/> 4 – 6 años <input type="checkbox"/> 7 – 8 años <input type="checkbox"/> 9 – 12 años
2. ¿Cuál o cuáles son las plataformas que utiliza para ofrecer su establecimiento? <input type="checkbox"/> Airbnb <input type="checkbox"/> Vrbo <input type="checkbox"/> Booking.com <input type="checkbox"/> Otros
3. ¿Cuál cree usted que sea el motivo principal por el que las personas deciden hospedarse en su establecimiento extra hotelero? <input type="checkbox"/> Espacio – comodidad <input type="checkbox"/> Atención personalizada <input type="checkbox"/> Ubicación <input type="checkbox"/> Experiencia “Live like a local” <input type="checkbox"/> Relación calidad – precio
4. Indique de dónde provienen los turistas que se hospedan en su Establecimiento Extra Hotelero <input type="checkbox"/> Turistas nacionales <input type="checkbox"/> Turistas extranjeros
5. ¿Cuál es el promedio aproximado de ingresos mensuales en bolivianos percibido por su Establecimiento Extra Hotelero? <input type="checkbox"/> Bs. 1.000 – 2.000 <input type="checkbox"/> Bs. 3.000 – 4.000 <input type="checkbox"/> Bs. 5.000 – 6.000 <input type="checkbox"/> Bs. 7.000 – 8.000 <input type="checkbox"/> Más de Bs. 8.000
6. ¿Cuántos huéspedes pernoctan en su Establecimiento Extra Hotelero mensualmente? <input type="checkbox"/> 1 – 5 huéspedes <input type="checkbox"/> 6 – 10 huéspedes <input type="checkbox"/> 11 – 14 huéspedes <input type="checkbox"/> Más de 14 huéspedes
7. ¿Considera usted que los establecimientos extra hoteleros representan una competencia directa a los hoteles? <input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO

Fuente: Elaboración propia, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO



OBJETIVO: Conocer qué tipo de hospedaje turístico escogieron los turistas al momento de llegar a la ciudad de La Paz y sus razones

INSTRUCCIONES: Por favor, leer detenidamente cada una de la pregunta y responder.

Encuesta dirigida a turistas

1. Edad <input type="checkbox"/> 18 a 25 años <input type="checkbox"/> 26 a 35 años <input type="checkbox"/> 36 a 45 años <input type="checkbox"/> 46 a 55 años <input type="checkbox"/> Más de 55 años +
2. Género <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Prefiere no decir
3. Nivel Académico <input type="checkbox"/> Bachillerato <input type="checkbox"/> Universitario <input type="checkbox"/> Profesional <input type="checkbox"/> Otro
4. Nacionalidad <input type="checkbox"/> Europa <input type="checkbox"/> Norteamérica <input type="checkbox"/> Sudamérica <input type="checkbox"/> Oceanía <input type="checkbox"/> Asia <input type="checkbox"/> Otro
5. Tipo de compañero/a de viaje <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> Familia <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> Colega <input type="checkbox"/> Otro
6. Razón o motivo de viaje <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Visita a amigos y/o familiares <input type="checkbox"/> Negocios <input type="checkbox"/> Asistencia a convenciones <input type="checkbox"/> Otro
7. Razones para la utilización de las Plataformas Virtuales Extra Hoteleras <input type="checkbox"/> Mayores reservas <input type="checkbox"/> Mayor Flujo de turistas <input type="checkbox"/> Mayores ingresos económicos <input type="checkbox"/> Visibilidad en el mercado <input type="checkbox"/> Mayor clientela <input type="checkbox"/> Mayor competitividad
8. Motivos por los cuales eligió su establecimiento de hospedaje <input type="checkbox"/> Ubicación <input type="checkbox"/> Precio <input type="checkbox"/> Seguridad <input type="checkbox"/> Privacidad <input type="checkbox"/> Calificación <input type="checkbox"/> Servicios complementarios <input type="checkbox"/> Atención personalizada <input type="checkbox"/> Local Experience
9. ¿Qué tipo de establecimiento de hospedaje escogió para su estadía en la ciudad de La Paz? <input type="checkbox"/> Hotel* <input type="checkbox"/> Establecimiento Extra Hotelero (Airbnb, Vrbo)** <input type="checkbox"/> Otro * Si escogió Hotel*, continúe con las preguntas 10 hasta 16. ** Si escogió Establecimiento Extra Hotelero**, salte a la pregunta 17 hasta 21.
10. Medio utilizado para la reserva de su hotel

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

<input type="checkbox"/> Plataformas en línea <input type="checkbox"/> Vía telefónica <input type="checkbox"/> Agencias de viaje <input type="checkbox"/> En sitio <input type="checkbox"/> Otro	
11. Nombre de hotel	<input type="checkbox"/> Hotel Qantu <input type="checkbox"/> Hotel Rosario <input type="checkbox"/> Hotel Majestic <input type="checkbox"/> Hotel Diamante Azul <input type="checkbox"/> Hotel Rixxa <input type="checkbox"/> Hotel La Joya <input type="checkbox"/> Hotel Las Brisas <input type="checkbox"/> Isabella Hotel Suite <input type="checkbox"/> Hotel Sajama <input type="checkbox"/> Hotel Terraza <input type="checkbox"/> Lion Palace Hotel <input type="checkbox"/> Inca’s Room Hotel <input type="checkbox"/> Skyline Hotel <input type="checkbox"/> Hotel Sagárnaga <input type="checkbox"/> Golden Palace Hotel <input type="checkbox"/> Otro
12. Precio del hotel	<input type="checkbox"/> 5 – 10 usd <input type="checkbox"/> 15 – 30 usd <input type="checkbox"/> 30 a 45 usd <input type="checkbox"/> Más de 45 usd
13. Número de noches reservadas en el hotel	<input type="checkbox"/> 1 – 3 noches <input type="checkbox"/> 4 – 6 noches <input type="checkbox"/> 7 a 10 noches <input type="checkbox"/> Más de 10 noches
14. Calificación del 1 al 5 a su hotel respecto a los siguientes servicios:	Habitación: 1 2 3 4 5 Servicio al cliente: 1 2 3 4 5 Limpieza: 1 2 3 4 5 A y B: 1 2 3 4 5 Wifi: 1 2 3 4 5
15. Calificación general de su hotel:	<input type="checkbox"/> Pésimo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Excelente
16. Incentivos que le gustaría haber recibido en sus hoteles	<input type="checkbox"/> AyB gratuitos <input type="checkbox"/> Tours gratuitos <input type="checkbox"/> Local Experience <input type="checkbox"/> Mejora de la habitación <input type="checkbox"/> Descuento en la tarifa <input type="checkbox"/> Otro
*Fin de la encuesta. Muchas gracias por responder.	
17. Plataforma extra hotelera utilizada para reservar su hospedaje en la ciudad de La Paz:	<input type="checkbox"/> Airbnb <input type="checkbox"/> Vrbo <input type="checkbox"/> Wimdu <input type="checkbox"/> Flipkey <input type="checkbox"/> Homestay <input type="checkbox"/> Otro
18. Ubicación de su establecimiento de hospedaje	<input type="checkbox"/> Centro de la ciudad <input type="checkbox"/> Sopocachi <input type="checkbox"/> Zona Sur <input type="checkbox"/> Otro
19. Precio del establecimiento extra hotelero	<input type="checkbox"/> 5 – 10 usd <input type="checkbox"/> 15 – 30 usd <input type="checkbox"/> 30 a 45 usd <input type="checkbox"/> Más de 45 usd
20. Número de noches reservadas en el establecimiento extra hotelero	<input type="checkbox"/> 1 – 3 noches <input type="checkbox"/> 4 – 6 noches <input type="checkbox"/> 7 a 10 noches <input type="checkbox"/> Más de 10 noches
21. Calificación general de su establecimiento extra hotelero	<input type="checkbox"/> Pésimo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Excelente
**Fin de la encuesta. Muchas gracias por responder.	

Fuente: Elaboración propia, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

TABLA DE OBSERVACIÓN

CUADRO DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DE LA ZONA EL ROSARIO

HOTEL	A & B	TIENDA DE SOUVENIRS	TOURS GUIADOS	WIFI	LAVANDERIA	WORKPLACE	SERVICIO DE TRANSPORTE	SALON DE EVENTOS	INFRAESTRUCTURA DE ENTRETENIMIENTO	GARAJE	SPA Y RELAJACION
Hotel <u>Qantu</u>	X		X	X	X		X	X		X	
Hotel Las Brisas	X			X	X		X			X	X
Hotel Terraza	X			X	X	X	X		X	X	
Hotel Rosario	X	X	X	X	X	X	X			X	
Hotel <u>Sagárnaga</u>		X		X	X		X		X		
Hotel Golden Palace	X			X	X						
Isabella Hotel Suite	X		X	X						X	
<u>RIXXA Hotels</u>				X	X		X				
Hotel Diamante Azul				X					X		
Hotel <u>Inca's Room</u>	X		X	X			X				
Skyline Hotel	X	X	X	X	X		X				
Lion Palace Hotel				X	X		X			X	X

Fuente: Elaboración propia, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

TABLA DE OBSERVACIÓN

**CUADRO DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS REGISTRADOS EN
AIRBNB EN LA CIUDAD DE LA PAZ**

Nombre del establecimiento	Servicios Básicos Imprescindibles					Servicios Complementarios												
	Baño y lavadero			Dormitorio		Calefacción y refrigeración		Internet y oficina		Utensilios y vajilla		Acceso sin restricción de horario	Estacionamiento e instalaciones		Seguridad en el hogar			
	Pa pel higien íco	J a b ó n	T o a l a	Alm o h a d a	R o p a d e c a m a	C a l e f a c c i ó n	R e f r i g e r a c i ó n	W i f i	Z o n a d e t r a b a j o	C o c i n a	P l a t o s y c u b i e r t o s		E s t a c i o n a m i e n t o g r a t u i t o	A s c e n s o r	C á m a r a s d e s e g u r i d a d	E x t i n t o r d e i n c e n d i o s	B o t i q u e r o p r i m e r o a u x i l i o s	E s p a c i o p a r a m a s c o t a s
Alojamiento Vacacion al Entero – Anfitrión: Peter (32\$)	X	X	X	X	X			X	X						X			
Habitación privada en condominio - Anfitrión: Henry (39\$)	X	X	X	X	X	X		X	X									
Habitación privada en alojamiento - Anfitrión: Pablo (24\$)	X	X		X	X			X								X		X
Habitación de Hotel en La Paz (48\$)	X	X	X	X	X	X		X				X	X	X				
Habitación privada en casa particular - Anfitrión: Juan Pablo (18\$)	X	X	X	X	X													

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

Habitación privada en bed and Breakfast - Anfitrión: Silvia	X	X	X	X	X			X									
Vivienda rentada entero - Anfitrión: Reynaldo (38\$)	X	X	X		X	X		X	X	X			X				
Condo entero - Anfitrión: Maria Luisa (50\$)	X	X	X	X	X				X	X		X		X	X	X	
Alojamiento vacacional entero - Anfitrión: Zulma (38\$)	X	X	X	X	X	X		X		X	X				X	X	

Fuente: Elaboración propia con base a datos de Airbnb, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

TABLA DE OBSERVACIÓN

CUADRO DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS REGISTRADOS EN VRBO EN LA CIUDAD DE LA PAZ

Nombre del establecimiento	Servicios Básicos Imprescindibles					Servicios Complementarios												
	Baño y lavadero			Dormitorio		Calefacción y refrigeración		Internet y oficina		Utensilios y vajilla		Acceso sin restricción de horario	Estacionamiento e instalaciones		Seguridad en el hogar			
	Papel higiénico	Jabón	Toalla	Almohada	Ropa de cama	calefacción	Refrigeración	Wifi	Zona de trabajo	Cocina	Platos y cubiertos		Estacionamiento gratuito	Ascensor	Cámaras de seguridad	Extintor de incendios	Botiquín primeros auxilios	Espacio para mascotas
Mountain View Anfitrión: Genaro Salinas (48\$)	X	X		X	X			X		X	X				X			
Dorm + sala. Calefacción central, chimenea y jardín Anfitrión: Diego (48.5\$)	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X		X		
Anfitrión: Boria Patton (90.5\$)																		
Hermosa vista Anfitrión: Sheila (79\$)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Preciosa, soleada y confortable (30.7\$)	X	X		X	X			X		X	X							
Apartamento Stuido en el corazón de Downtown 46,40 US\$	X	X	X	X		X	X	X			X							

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

Apt. Nuevo y acogedor. w / pool & sauna mejor ubicación Anfitrión: Faride Salazar 95,31 US\$	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X	X		X	X		
El Gran Angular 41,40 US\$	X	X	X	X	X	X		X		X	X		X	X	X			

Fuente: Elaboración propia con base a datos de VRBO, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

LEYES Y NORMAS

Normativas a cumplir indicadas por Airbnb	
Licencias Comerciales	Muchas jurisdicciones exigen a los propietarios u operadores de ciertas empresas que soliciten y obtengan una licencia antes empezar a ejercer su actividad comercial
Normativa sobre urbanización y vivienda	Las administraciones locales y, en general, muchas jurisdicciones tienen leyes y normas que establecen requisitos mínimos de construcción, diseño y mantenimiento para los inmuebles, incluidas las normas sobre habitabilidad, salubridad y seguridad
Reglas de zonificación	La mayoría de las ciudades y condados tienen leyes que determinan los fines para los que puedes usar tu propiedad. Con frecuencia, estas reglas se encuentran en un código de zonificación, código de planificación o decretos municipales.
Permisos especiales	algunas jurisdicciones pueden exigir una licencia específica para poner una vivienda en renta.
Impuestos	muchas jurisdicciones exigen a los anfitriones que recauden un impuesto por cada pernoctación y lo liquiden ante el ayuntamiento o la entidad competente.
Legislación sobre arrendamientos	Las estancias largas, deben cumplir las leyes sobre arrendamientos urbanos, que varían en función de la jurisdicción. Estas normas podrían imponerte obligaciones económicas específicas y otorgar a los huéspedes derechos adicionales.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de Airbnb, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

La Ecotasa – Impuesto del Turismo Sostenible

Ley	ECOTASA – “Impuesto del Turismo Sostenible”	
Lugar	Islas Baleares (Mallorca, Menorca, Ibiza)	
¿De qué se trata?	Se trata de una tasa turística, con la que se impone un impuesto a las estancias de los viajeros que se hospedan en establecimientos hoteleros y extra hoteleros.	
Propósito	“Recaudar fondos para minimizar el impacto del turismo masivo en la naturaleza y en el medio ambiente a través de las inversiones necesarias para la conservación de la naturaleza”	
Tipo de Establecimiento	Tarifa	
Hoteles y apartoteles de 4 estrellas superior y más Apartamentos turísticos de 4 llaves y más	4 € al día por huésped	
Hoteles y apartoteles de 3 estrellas superior a 4 estrellas Apartamentos turísticos de 3 llaves superior	3 € al día por huésped	
Hoteles de 1, 2 y 3 estrellas Apartamentos turísticos de 1, 2 y 3 llaves Viviendas turísticas Alojamientos rurales Embarcaciones de crucero turístico	2 € al día por huésped	
Hostales, pensiones, posadas, campings, albergues y refugios	1 € al día por huésped	

Fuente: Elaboración propia en base a datos del portal Lodgify, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS
EXTRA HOTELEROS”

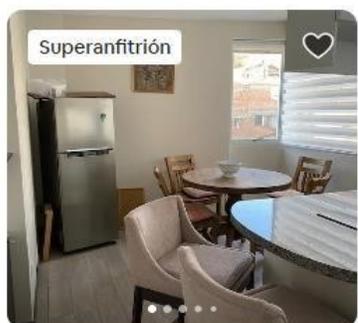
Medida aplicada en la ciudad de México

Medida	Certificado de Uso de Suelo por Reconocimiento
Lugar	Distrito Federal, México
¿De qué se trata?	Es una forma de que la autoridad pueda medir los negocios existentes en la Ciudad de México y una forma de garantía para los dueños de que están reconocidos y regularizados.

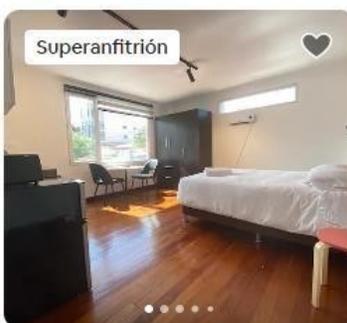
Fuente: elfinanciero.com, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

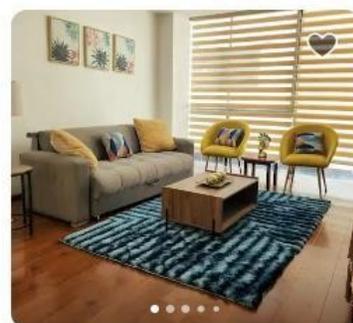
Rango de precios por noche de Establecimientos Extra Hoteleros de la Plataforma Airbnb



Superanfitrión
Apartamento en La Paz ★ 4.81 (16)
Departamento cálido y práctico ...
1 cama matrimonial
~~\$25 USD~~ noche · \$167 USD en total



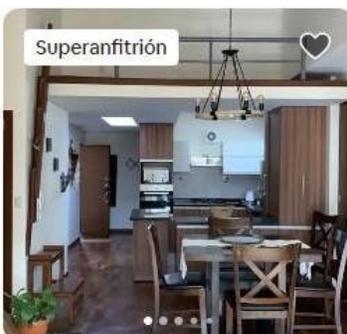
Superanfitrión
Loft en La Paz ★ 4.88 (43)
☀️...
1 cama matrimonial
~~\$25 USD~~ noche · \$168 USD en total



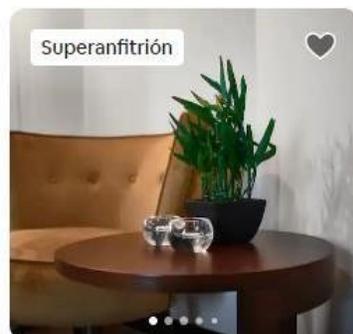
Superanfitrión
Apartamento en La Paz ★ Nuevo
The little gem! Precioso y amplio ...
2 camas
~~\$34 USD~~ ~~\$28 USD~~ noche · \$173 USD en total



Superanfitrión
Apartamento en La Paz ★ 4.86 (42)
Departamento de lujo de 1 ...
1 cama
~~\$52 USD~~ ~~\$43 USD~~ noche · \$257 USD en total



Superanfitrión
Apartamento en La Paz ★ 4.89 (27)
Apartamento confortable 1 ...
1 cama
~~\$27 USD~~ noche · \$192 USD en total



Superanfitrión
Apartamento en La Paz ★ 4.96 (50)
Dpto nuevo y lujoso-Av 20 de ...
1 cama
~~\$35 USD~~ noche · \$221 USD en total

Fuente: Airbnb, 2022

- Precio por noche de entre \$23 USD a \$45 USD, para dos personas.

- Estancia total (4 a 6 noches).

- Establecimientos Extra Hoteleros ubicados en la Zona de Sopocachi, Zona Central y Zona Sur

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Rango de precios de los Hoteles de la Zona El Rosario en la Plataforma de Reservas Booking.com

 <p>Desayuno incluido</p>	<h3>Hotel Rosario La Paz</h3> <p>★★★★</p> <p>Centro de La Paz, La Paz Mostrar en el mapa a 0,7 km del centro</p> <p>Programa de Viajes sostenibles</p> <p>Oferta de principios de año</p> <p>Habitación Doble Estándar 1 cama doble extragrande</p> <p>Desayuno incluido Cancelación gratis Puedes cancelar más tarde. Aprovecha y consigue un buen precio hoy.</p>	<p>Fantástico 9,0 135 comentarios</p> <p>Ubicación 9,4</p> <p>5 noches, 2 adultos US\$440 US\$374</p> <p>Se pueden aplicar otros cargos</p> <p>Ver disponibilidad ></p>
 <p>Desayuno incluido</p>	<h3>Las Brisas</h3> <p>★★★★</p> <p>Centro de La Paz, La Paz Mostrar en el mapa a 0,7 km del centro</p> <p>Programa de Viajes sostenibles</p> <p>Habitación Doble con balcón y vistas a la ciudad 1 cama doble</p> <p>Desayuno incluido Cancelación GRATIS • Sin pago por adelantado Puedes cancelar más tarde. Aprovecha y consigue un buen precio hoy.</p> <p>Solo quedan 3 habitaciones a este precio en nuestra web</p>	<p>Fabuloso 8,8 1.390 comentarios</p> <p>5 noches, 2 adultos US\$217 US\$200</p> <p>Incluye impuestos y cargos</p> <p>Ver disponibilidad ></p>
 <p>Desayuno incluido</p>	<h3>Isabela Hotel Suite</h3> <p>★★★★</p> <p>Centro de La Paz, La Paz Mostrar en el mapa a 0,7 km del centro</p> <p>Oferta de principios de año</p> <p>Habitación Doble 1 cama doble</p> <p>Desayuno incluido</p>	<p>Bien 7,7 279 comentarios</p> <p>5 noches, 2 adultos US\$158 US\$126</p> <p>Se pueden aplicar otros cargos</p> <p>Ver disponibilidad ></p>

Fuente: Booking.com, 2022

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”



Desayuno incluido

Terraza Hotel

Centro de La Paz, La Paz · [Mostrar en el mapa](#) · a 0,7 km del centro

Oferta de principios de año

Habitación Doble - 2 camas
2 camas individuales

Desayuno incluido
Cancelación GRATIS • Sin pago por adelantado
Puedes cancelar más tarde. Aprovecha y consigue un buen precio hoy.
Solo queda 1 habitación a este precio en nuestra web

Muy bien 8,0
162 comentarios

5 noches, 2 adultos
~~US\$197~~ **US\$158** ⓘ
Se pueden aplicar otros cargos

[Ver disponibilidad >](#)



Desayuno incluido

Hotel Sagarnaga

Centro de La Paz, La Paz · [Mostrar en el mapa](#) · a 0,6 km del centro

Programa de Viajes sostenibles

Habitación Doble
1 cama doble

Desayuno incluido

Muy bien 8,2
1.311 comentarios

5 noches, 2 adultos
US\$198
Incluye impuestos y cargos

[Ver disponibilidad >](#)



Desayuno incluido

Skyline Hostel

Centro de La Paz, La Paz · [Mostrar en el mapa](#) · a 500 m del centro

Suite Executive
Suite privada • 1 dormitorio • 1 sala de estar • 1 baño
1 cama doble

Desayuno incluido
Cancelación GRATIS • Sin pago por adelantado
Puedes cancelar más tarde. Aprovecha y consigue un buen precio hoy.
Solo queda 1 a este precio en nuestra web

Muy bien 8,0
421 comentarios

Ubicación 9,3

5 noches, 2 adultos
~~US\$169~~ **US\$161** ⓘ
Se pueden aplicar otros cargos

[Ver disponibilidad >](#)



Desayuno incluido

Qantu Hotel

Centro de La Paz, La Paz · [Mostrar en el mapa](#) · a 0,7 km del centro

Programa de Viajes sostenibles

Habitación Doble Estándar
1 cama doble grande

Desayuno incluido
Solo quedan 3 habitaciones a este precio en nuestra web

Fabuloso 8,8
421 comentarios

5 noches, 2 adultos
~~US\$243~~ **US\$214** ⓘ
Se pueden aplicar otros cargos

[Ver disponibilidad >](#)

“IMPACTO DEL SERVICIO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES DE ESTABLECIMIENTOS EXTRA HOTELEROS”

Desayuno incluido



RIXAA Hotels 4.0

Centro de La Paz, La Paz [Mostrar en el mapa](#)
a 40 m del centro del mapa

Programa de Viajes sostenibles

Oferta de principios de año

Habitación Doble con baño privado
1 cama doble extragrande

Desayuno incluido

Bien **7,6**
606 comentarios

5 noches, 2 adultos
~~US\$153~~ **US\$122**

Se pueden aplicar otros cargos

[Ver disponibilidad >](#)

Desayuno incluido



Hotel La Joya 2.0

La Paz [Mostrar en el mapa](#) a 400 m del centro del mapa

Habitación Doble Estándar con baño compartido
1 cama doble

Desayuno incluido

Cancelación GRATIS • Sin pago por adelantado
Puedes cancelar más tarde. Aprovecha y consigue un buen precio hoy.

Puntuación **6,4**
7 comentarios

5 noches, 2 adultos
US\$150

Se pueden aplicar otros cargos

[Ver disponibilidad >](#)

Fuente: Booking.com, 2022

- Precio por noche de entre \$20 USD a \$62 USD, para dos personas.
- Estancia total (4 a 6 noches).