



**Impactos de la plataforma Airbnb en la dinamización del turismo de la ciudad de
Quito**

Jiménez Duque, Angela Michelle

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención de título de Licenciada en Administración
Turística y Hotelera

Msc. Suárez Velasco, Jenny Elizabeth PhD.

31 de enero del 2022



Escaneado automáticamente por:
JENNY ELIZABETH
SUAREZ VELASCO

COPYLEAKS

JIMENEZ_MICHELLE_SIMILITUD30 (1).pdf

Scanned on: 15:18 January 31, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	205
Words with Minor Changes	0
Paraphrased Words	757
Ommited Words	93



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el trabajo de titulación, “**Impactos de la Plataforma Airbnb en la dinamización del Turismo de la Ciudad de Quito**” fue realizado por la señorita, **Jiménez Duque Angela Michelle**, el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 31 de enero del 2022

Firma:



Firmado electrónicamente por:
JENNY ELIZABETH
SUAREZ VELASCO

MSC. Suárez Velasco, Jenny Elizabeth

C.C 1712506912

DIRECTORA



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL

COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **Jiménez Duque, Angela Michelle** con cédula de ciudadanía n° 1600460636, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Impactos de la plataforma Airbnb en la dinamización del Turismo de la Ciudad de Quito**, es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, de 31 de enero del 2022

Firma:

.....
Jiménez Duque, Angela Michelle

C.C: 1600460636



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL

COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Yo, **Jiménez Duque, Angela Michelle** con cédula de identidad nº 1600460636, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **Impactos de la plataforma Airbnb en la dinamización del Turismo de la Ciudad de Quito**, en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, de 31 de enero del 2022

Firma:

Jiménez Duque, Angela Michelle

C.C: 1600460636

Dedicatoria

Los resultados obtenidos por un individuo vienen ligados a las personas que la acompañan en el camino. Es por eso, que el trabajo de titulación no solamente es del estudiante que la realiza, sino también de la red de apoyo que hay detrás. Por este motivo, quiero dedicar este trabajo a mi madre, Miroslava y a mi hermana Abigail, que me han apoyado en todo momento y han sido partícipes del proyecto al brindar opiniones sobre el este.

El amor de mi familia me ha brindado fuerza para dar lo mejor de mí en todo momento y por consecuente, lograr cumplir mis objetivos.

Agradecimiento

“Tu trabajo es descubrir tu trabajo, y luego con todo tu corazón entregarte a él” (Budha, s.f). Agradecer a una sola persona es complicado, ya que, en el camino te topas con gente maravillosa que hace posible varias cosas. En primer lugar, quiero agradecer a mi madre Miroslava y mi hermana Abigail, que me han brindado su apoyo en todo momento y han tenido paciencia conmigo incluso en los días en los que ni yo me soportaba; a mis mejores amigas: Nicole y Melany, quienes han sido un pilar fundamental en la travesía no solo universitaria, sino también de la vida. Gracias a los ingenieros que supieron aportar con conocimiento importante para la vida profesional y también para ser mejor ser humano.

Gracias a Eduarda, Leo y Mango, el cuy, por ser mis más fieles compañeros.

Índice de Contenido

Carátula.....	1
Similitud del Contenido.....	2
Certificado del director.....	3
Autoría de Responsabilidad.....	4
Autorización.....	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento	7
Índice de Contenido.....	8
Índice de Tablas	12
Índice de Figuras.....	13
Resumen.....	15
Abstract.....	16
Introducción.....	17
Contextualización.....	19
Determinación del problema	21
Objetivos.....	21
Objetivo General	21
Objetivos Específicos	21
Determinación de Variables	22
Idea a defender.....	22

Capítulo I.....	23
Marco Teórico-Referencial	23
Marco Teórico.....	23
Teoría de la competitividad.....	23
Teoría de la Innovación	27
Innovación Disruptiva	30
Introducción de diferentes servicios o productos.....	30
Impactos del Turismo Colaborativo en España.....	33
Airbnb como innovación disruptiva ¿por qué es disruptivo? ¿qué hizo para ser? ...	36
Impactos de la economía colaborativa en la generación de empleo de la Industria Turística	38
Airbnb y su impacto en Cuba (La Habana)	41
Marco Conceptual.....	44
Airbnb.....	44
Competitividad.....	46
El nivel de la empresa.....	50
El nivel de la industria.....	51
El nivel regional.....	51
El nivel nacional.....	51
Economía Colaborativa	51
Innovación.....	52
Turismo.....	52

	10
Turismo Colaborativo.....	52
Turismo en la Actualidad (COVID).....	53
Bioseguridad	54
Medidas a adoptar	55
Marco Legal.....	56
Constitución de la República del Ecuador	57
Reglamento de actividades Turísticas	57
Reglamento de Alojamiento Turístico.	60
Reglamento de inmuebles para uso turístico.	61
Dimensiones, definición de Variables y Categorías	62
Instrumentos para medirlos	62
Modelos que relacionan con el tema	63
Sistema Turístico de Molina.....	63
Capítulo II.....	66
Metodología	66
Población de Estudio	66
Herramientas de investigación.....	67
Determinación de la muestra	68
Muestreo probabilístico	68
Muestreo aleatorio simple	68
Resultados	69

Discusión.....	85
Capítulo III.....	89
Propuesta.....	90
PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE SEGURIDAD A VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO	90
Conclusiones y Recomendaciones.....	109
Conclusiones	109
Recomendaciones.....	111
Bibliografía	112
Anexos	121

Índice de Tablas

Tabla 1 Factores clave para el funcionamiento de Airbnb.....	43
Tabla 2 Categoría, variable y dimensiones	62
Tabla 3 Género de los turistas que utilizaron la plataforma Airbnb.	69
Tabla 4 Grupos de edades de los viajeros que visitaron la ciudad de Quito (Centro Histórico).	70
Tabla 5 Características de la situación laboral de los viajeros.	72
Tabla 6 Formas de arribar a la ciudad utilizando la plataforma AIRBNB.....	75
Tabla 7 Frecuencia de uso de la plataforma AIRBNB.....	76
Tabla 8 Acompañantes de los turistas.	76
Tabla 9 Caracterización de la ciudad según los visitantes que utilizaron la plataforma AIRBNB.....	78
Tabla 10 Disposición a visitar la ciudad utilizando la plataforma AIRBNB.....	83
Tabla 11 Disposición a recomendar el uso de la plataforma AIRBN para visitar la ciudad de Quito.....	84
Tabla 12 Check list para vivienda de alquiler.....	104

Índice de Figuras

Figura 1 Alojamiento en el Centro Histórico	38
Figura 2 Suite Colonial en el Centro Histórico de Quito	39
Figura 3 Algoritmo de funcionamiento	45
Figura 4 algoritmo y conformación del logo	45
Figura 5 Sistema Turístico de Molina	65
Figura 6 Género de los viajeros.....	70
Figura 7 Grupo de edades de los viajeros	71
Figura 8 Nacionalidad.....	72
Figura 9 Situación laboral de los viajeros	73
Figura 10 Rango de días de estancia	74
Figura 11 Formas de los viajeros de arribar a la ciudad	75
Figura 12 Frecuencia de uso	76
Figura 13 Viajeros acompañados	77
Figura 14 Limpieza de la Ciudad	78
Figura 15 Calidad del paisaje	79
Figura 16 Ruido.....	80
Figura 17 Transporte Público y turístico	80
Figura 18 Acceso	81
Figura 19 Seguridad	81
Figura 20 Calidad del Aire	82
Figura 21 Disposición a viajar.....	84
Figura 22 Turistas que recomendaron el uso de la plataforma	85
Figura 23 Representación esquemática de la propuesta	90
Figura 24 Crear una cuenta en la aplicación Airbnb	91

Figura 25 Proceso de Registro	92
Figura 26 Selección de la manera de registrarse.....	93
Figura 27 Datos personales del anfitrión	93
Figura 28 Normas de la aplicación	94
Figura 29 Tipo de vivienda para el alojamiento.....	95
Figura 30 Tipologías de vivienda dentro de la aplicación.....	95
Figura 31 Tipo de espacio	96
Figura 32 Dirección	97
Figura 33 Dirección ene le lugar correcto	97
Figura 34 Capacidad de la vivienda.....	98
Figura 35 Comodidades con las que cuenta la vivienda	99
Figura 36 Espacios.....	99
Figura 37 Espacios seguros	100
Figura 38 Fotografía de la vivienda	101
Figura 39 Nombre de la vivienda.....	101
Figura 40 Descripción del espacio.....	102
Figura 41 Descripción del espacio.....	102
Figura 42 Definición del precio	103
Figura 43 Seguridad.....	103
Figura 44 Logo de la certificación.....	107

Resumen

La utilización de Airbnb permite a los usuarios acceder a un mercado confiable que tiene como finalidad que las personas anuncien, localicen y reserven una estadía interesante y única en cualquier parte del mundo. Se realizó un estudio cuali-cuantitativo, con el objetivo de determinar los impactos de Airbnb en la competitividad del turismo de la ciudad de Quito, sector Centro Histórico, con la finalidad de generar estrategias en cuanto a la competitividad del sector turístico. Para desarrollar lo antes mencionado, se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva del tema a investigar, se aplicará una encuesta a turistas y prestadores de servicios turísticos que se encuentren en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito, con lo cual se conoció que turistas han utilizado la plataforma y cuántos hacen uso de la misma en su estancia dentro de la ciudad, para dar a conocer la factibilidad del acceso a esta y las ventajas de su aplicación, así como a los principales actores del sector turístico, con el objetivo de saber su posición ante la economía colaborativa y sus implicaciones dentro del turismo, lo cual permitirá obtener resultados que posibiliten crear estrategias para el mejoramiento de la competitividad turística en esta región del país.

Palabras claves:

- **PLATAFORMA AIRBNB**
- **COMPETITIVIDAD**
- **TURISMO**

Abstract

The use of Airbnb allows the users to consent to a reliable market that has as purpose that people announce, locate and reserve an interesting and only demurrage in any part of the world. He/she was carried out a study cuali-cuantitativo, with the objective of determining the impacts of Airbnb in the competitiveness of the tourism of the city of I Remove, sector Historical Center, with the purpose of generating strategies as for the competitiveness of the tourist sector. To develop the before mentioned, he/she will be carried out an exhaustive bibliographical revision of the topic to investigate, a survey will be applied tourists and lenders of tourist services that are in the Historical Center of the City of I Remove, with that which was known that tourists have used the platform and how many they make use of the same one in its stay inside the city, to give to know the feasibility from the access to this and the advantages of its application, as well as to the main actors of the tourist sector, with the objective of knowing its position before the collaborative economy and their implications inside the tourism, that which will allow to obtain results that they facilitate to create strategies for the improvement of the tourist competitiveness in this region of the country.

Key words:

- **PLATFORM AIRBNB**
- **COMPETITIVENESS**
- **TOURISM.**

Introducción

El objetivo principal de un país es alcanzar un nivel de vida alto para sus ciudadanos, para lograr esta meta se necesita de niveles elevados de productividad. La competitividad es considerada un vehículo a través del cual las instituciones regulan, estabilizan y legitiman al mercado, desarrollándose las economías de las naciones. Teniendo en cuenta esta afirmación, cada gobierno tiene la facultad para crear las condiciones óptimas, con la finalidad de que los consorcios que forman parte del país logren niveles altos de competitividad. (Walton, 2010)

Sin embargo; en un mundo globalizado es muy importante la implementación de infraestructuras sostenibles que favorezcan la adecuada movilidad y logística de las empresas. Entre esas estructuras se encuentran la seguridad jurídica, transparencia de las instituciones políticas de los estados, la priorización y ordenación de las políticas de inversión, las que forman un sistema básico para el desarrollo de los mercados. (Walton, 2010)

Airbnb, es una aplicación móvil gratuita mediante la cual, las personas se conectan y permiten lograr dos objetivos principales: 1) ofertar viviendas a viajeros; 2) ayudar a las personas a encontrar un lugar donde alojarse mediante precios accesibles. Tiene sus inicios en Estados Unidos, y constituye una opción novedosa para obtener un turismo más sostenible, a pesar de ser una innovación tecnológica reciente, lleva 13 años en el mercado, con un lugar destacado en relación a otras aplicaciones, en un comienzo no tenía tanta popularidad, sin embargo, hoy es una de las aplicaciones que tiene preferencias al contratar un servicio de alojamiento, según la página oficial, se

encuentra en 191 países, incluidos Ecuador; por otro lado, diario El Universo argumenta que la plataforma fue utilizada por al menos 300 mil viajeros en 2019 dentro del país.

La aplicación ofrece una relación “double win” o “ganar ganar” dado que los anfitriones obtienen ganancia y los turistas tienen la oportunidad de conocer lugares únicos a precios accesibles, sin embargo, la aplicación de la plataforma Airbnb al ser una innovación disruptiva modifica la manera de comercializar el servicio turístico y estos cambios pueden significar una oportunidad o amenaza, si dentro de la industria no existen estrategias para actuar frente a esta nueva modalidad.

La problemática radica en el cambio que genera la aplicación en la manera de comercializar el servicio turístico, considerando el impacto del nuevo enfoque al promover esta actividad, logrando una actividad más productiva, en que un anfitrión acoge a un visitante en una relación directa sin estar involucrada una agencia de viajes o un guía; además, el mismo muchas veces ofrecen este servicio dentro de una zona residencial con fines comerciales; por otro lado, al ser sensibles en el precio, los viajeros optan por actividades que el “host” realiza para crear experiencias con el mismo, como: enseñarle a cocinar, dar un tour por la ciudad entre otras actividades, generando así, nuevas alternativas de desarrollo turístico.

Esto hace que varios actores del sector turístico tengan la oportunidad de generar estrategias para ser más competitivos en el mercado, ya que, según datos de la propia OMT, durante el año 2018 la llegada de turistas internacionales por el uso del Airbnb fue de 6%, 1400 millones, dato importante actual en que el turismo significa el 10% de la economía global, elemento que sigue en alza. (Airbnb, 2017)

Más tarde, se produce en la reunión del Foro Económico Mundial la conceptualización de competitividad, un término que se resume como el conjunto de instituciones, habilidades y principios que comprueban el nivel de productividad de un país. (World Economic Forum, 2017)

Contextualización

Ecuador en lo que respecta al desarrollo del turismo, ha realizado importantes inversiones con el objeto de promover de manera significativa las actividades que se desarrollan en el turismo, la cual genera a su vez grandes oportunidades al sector hotelero. No obstante, a pesar de las acciones realizadas y las correspondientes promociones implementadas por el Ministerio de turismo, no se han logrado cambios relevantes en este sensible apartado de la economía, como para constituir una industria eminentemente dinámica y que aporte al desarrollo del país. (Veiga, 20 de Junio de 2016)

En el Ecuador el 85% de los hoteles son pequeñas y medianas empresas, esta condición limita en gran proporción la disponibilidad de instalaciones que cumplan los estándares exigidos a nivel internacional para el turista. En el año 2016, existían alrededor de 4500 establecimientos turísticos, de los cuales únicamente 27 eran categorizados de lujo, con una tarifa que promediaba los \$110, a pesar de encontrarse estos últimos por debajo del costo que la región exige como calificativo de primera categoría, que representan cerca del 6% del total de establecimientos, con una tarifa promedio de \$70. (Veiga, 20 de Junio de 2016)

Ante esta situación, han sido empleadas múltiples alternativas con la finalidad de aumentar el flujo del visitante extranjero al país y fomentar el desarrollo del turismo en ciudades importantes por su significativo agregado histórico, patrimonial y socioeconómico. Dentro de esta estrategia se encuentra el uso de la aplicación Airbnb. Para el año 2010 fueron realizadas las primeras reservaciones relacionadas con esta nueva variante de adquirir opciones turísticas, con un total de 6 reservaciones en la ciudad de Quito que utilizaron el servicio. Ya para el año 2016 se reservaron 6288 habitaciones por medio de su portal web. (Eyal, Fleischer, & Magen, 2016)

A partir de entonces se continuó utilizando esta alternativa para lograr la reservación de inmuebles turísticos, de tal manera que, el crecimiento de los arrendamientos por año ha sido exponencial, puesto que ha aumentado el número de personas que acceden a los servicios turísticos utilizando esta novedosa y fácil elección la que está disponible en todo el mundo, en las capitales de cada país y en muchas ciudades de la geografía ecuatoriana. (Eyal, Fleischer, & Magen, 2016)

Sin embargo, a pesar de los años, los resultados obtenidos la dan a conocer que los beneficios del Airbnb no son percibidos de la mejor manera o grado de importancia en sus múltiples aspectos de su implementación, que resultan sustanciales interrogantes para los turistas, los dueños de las instalaciones hoteleras y el sector turístico del país. Por todo lo anterior manifestado, aparece la problemática relacionada con el efecto disruptivo de la aplicación dentro del mercado de servicios turísticos, porque a la par que brinda nuevas alternativas, más efectivas y ventajosas, que supone un desafío para los actores tradicionales del sector: agencias de viaje, guías turísticos y servicio de alojamiento, que generan formas relacionales entre proveedor-cliente, cuyas implicaciones no han sido estudiadas desde la óptica de la competitividad.

Determinación del problema

La problemática radica en el efecto de la aplicación, ya que al ser disruptiva irrumpe en sector turístico y modifica la forma de realizar turismo, brindando nuevas tecnologías dentro del mercado de servicios turísticos, suponiendo un desafío para los actores del sector turístico tradicional (agencias de viajes, guías turísticos y servicio de alojamiento con la generación de formas relacionadas proveedor-cliente) y las entidades de control; cuyas implicaciones no han sido estudiadas desde la óptica de la competitividad. La falta de conocimiento y/o aplicación de la nueva tecnología para el segmento turístico, no permite fomentar su desarrollo competitivo y afecta a la economía del país.

Objetivos

Objetivo General

Determinar los impactos de la plataforma Airbnb en la dinamización del turismo, con la finalidad de lograr una oferta alternativa en el Centro Histórico de la ciudad de Quito.

Objetivos Específicos

1. Reconocer los aspectos fundamentales de la plataforma Airbnb que permiten que sea utilizada con regularidad por los turistas.

2. Determinar los factores principales de la plataforma Airbnb y su incidencia en la contextualización en Ecuador.
3. Diagnosticar el perfil de las personas que usan la aplicación en base a la recopilación de información, donde permita identificar las necesidades de los viajeros en relación, a la oferta de alojamiento.
4. Diseñar un proceso para lograr la adecuada certificación para las viviendas de uso turístico, con la finalidad de brindar mayor seguridad al viajero y competitividad dentro del sector turístico.

Determinación de Variables

Variable independiente: Impacto del Airbnb

Variable dependiente: Dinamización del turismo

Idea a defender

La Plataforma Airbnb, es una oferta alternativa y competitiva en el servicio de alojamiento dentro del sector turístico del Centro Histórico de la ciudad de Quito.

Capítulo I

Marco Teórico-Referencial

Marco Teórico

En este acápite serán analizadas dos teorías: La innovación disruptiva y la teoría de la competitividad, las cuales son de suma importancia para el estudio. Por otro lado, se desarrolla el modelo del Sistema Turístico de Molina. Con base a estos planteamientos, se pretende conocer de mejor manera el funcionamiento de la plataforma Airbnb dentro del Turismo.

Teoría de la competitividad

A partir de que en el año 1776 Adam Smith, realizó la publicación de cruciales obras, relacionadas con el pensamiento económico y diferentes aspectos de la naturaleza, así como los factores determinantes de la riqueza de las naciones, se abrió un nuevo paradigma en la manera de concebir, los elementos claves en el desarrollo económico de una nación. Smith y otros autores clásicos, conceptualizaron al comercio, como un conjunto de operaciones donde cada país recibe un beneficio, por lo que la riqueza puede variar y crecer en función de las ramas de la economía que logren ser desarrolladas. El crecimiento de una nación depende de la competencia que se establece entre las empresas que forman parte de su economía; donde la intervención gubernamental no debe interferir de forma negativa, sino, contribuir a la prosperidad de aquellos sectores más rentables. (Kordalska, 2016)

Los elementos fundamentales relacionados con la competitividad tuvieron su origen en la teoría del comercio formulada por parte de Smith, Strahan y Cadell, (1776), en ella conceptualiza a la maximización del beneficio y la define como la vía fundamental para que un país obtenga ganancias. (Albo Márquez & Torán Flores, 2011)

Autores como, Porter en el año (1991) realizaron importantes avances en los diferentes aspectos relacionados con la Teoría de la competitividad. Por su parte este investigador aportó importantes definiciones del tema las cuales pueden ser contextualizadas en diferentes latitudes. (Albo Márquez & Torán Flores, 2011)

Por otra parte, la denominada ventaja competitiva es creada y mantenida por medio de procesos extremadamente bien localizados, resultando que los países más desarrollados no logran ser competitivos en cada uno de sus sectores. El denominado entorno competitivo, es logrado a través de cuatro factores, que de manera independiente es perfilado donde las empresas experimentan e impulsan su competitividad, surgiendo así el denominado “Modelo del Diamante”, el cual a su vez está constituido por los siguientes factores competitivos:

1. Condiciones de los factores. Esta determinante incluye, el proceso de crear una mano de obra altamente calificada, que permita realizar el manejo óptimo, racional, eficiente y rentable de los recursos naturales con que cuenta el país para su desarrollo, o la empresa en cuestión de que se trate, con todo lo cual se lograría una nación completamente competitiva. Normalmente, muchos empresarios consideran que la

rentabilidad de sus negocios está en correspondencia con el número de mano de obra que posean, sin embargo, este no es el factor determinante, sino, la preparación de estos individuos para enfrentar los retos, novedades y adelantos del nuevo mundo globalizado, lo que constituye la clave para una competitividad de excelencia. Para desarrollar lo anterior, se debe invertir en la creación de centros de investigación especializados, donde se innove, creen y apliquen los nuevos conocimientos de la ciencia y la técnica, en función de la producción, y como resultado de esto, las alternativas surgidas sean herramientas individuales y privadas de la nación, que las inventó y pueda utilizarlas en beneficio propio.

2. Condiciones de la demanda. En este apartado se destaca que el hecho de incrementar demanda interna es el mayor reto de las empresas que forman parte de un país, contrariamente a la forma de pensar de muchos economistas, que consideran a las demandas del mercado externo como el motor impulsor de una economía. Los consumidores internos resultan ser los más exigentes, en tal sentido que; si se logra satisfacer la demanda de los turistas nacionales, complacidos con los bienes y servicios prestados, su nivel de exigencia contribuirá a una producción capaz de cubrir las más fuertes y exquisitas exigencias, lográndose niveles mayores de producción y ventas.

3. Sectores afines. Dentro de este punto se encuentran los proveedores nacionales competitivos internacionalmente, a los cuales, les es permitido el acceso acertado y eficiente a las principales materias primas, se incluye, además, la cercanía geográfica entre los proveedores y usuarios lo que permite el flujo constante de información relacionada no sólo con los recursos, sino con las nuevas tendencias económicas, ideas e innovaciones. Cuando esto sucede son las empresas las que

encuentran un beneficio que se maximiza cuando los proveedores son al mismo tiempo competidores a nivel mundial.

4. Habilidad, distribución y rivalidad de las empresas. Los determinados factores nacionales de producción condicionan el modo en que son creadas, organizadas y realizan su gestión las empresas en un país. Cada sistema de gestión es eficaz en la realidad histórico concreta en que fue creado y por consiguiente responde de manera exitosa a esas particularidades nacionales. (Cann, 2016)

Por otro lado, la competencia entre contendientes de un mismo país provoca la instauración y adelanto de la excelencia competitiva, porque logra un gran avance en los procesos de innovación y mejora individual de la producción. Dicha competencia aporta una significativa reducción de los costos, mejora la calidad de las producciones, así como, la diversidad de estas. (Alexandros, 2016)

Medición de la competitividad: Reporte Global de Competitividad. Se argumenta que un país se torna competitivo cuando logra utilizar de manera eficientemente todos sus recursos y por consiguiente alcanza niveles elevados de productividad, puede a su vez proporcionar estándares adecuados de vida a su población; siempre y cuando sus empresas alcancen una productividad importante a través de la realización de actos de innovación. (Gobernación del César, 2020)

En estos últimos veinte años, la globalización ha alcanzado una importancia trascendental y dentro de esta, el proceso de medición de la competitividad ocupa un lugar importante. En las naciones son múltiples las empresas que están enfrascadas en

medir la competitividad, denominada como una de las más importantes en el Foro Económico Mundial. (Gobernación del César, 2020)

Hace más de 30 años el wef informa un Reporte Global de Competitividad-RGC con el objetivo de brindar herramientas de evaluación comparativas, entre los diferentes líderes empresariales, así logra identificar los obstáculos, que no permiten la mejoría de la competitividad. Para el efecto utiliza el denominado índice que recoge los fundamentos micro y macroeconómicos de la competencia nacional. El Índice Global de Competencia (IGC) es un índice muy vasto y este está combinado por tres subíndices:

- 1) Requerimientos Fundamentales
- 2) Elementos Potenciadores de Eficacia.
- 3) Creación y Sofisticación de los factores, estos a su vez realizan la estimación de cada uno de los niveles de bienestar y desarrollo de capital, ellos a su vez están conformados por 12 pilares de competencia que influyen en las diferentes etapas del avance de cada nación. (World Economic Forum, 2017)

Teoría de la Innovación

En 1912 dividió el proceso de innovación en cuatro dimensiones esenciales: invención, innovación, difusión e imitación, creando oportunidades completamente nuevas para la inversión, el crecimiento y el empleo, es importante destacar que en su análisis el proceso de invención e innovación no toman gran protagonismo como los procesos de difusión e imitación.

Schumpeter, 1934 se basa en la innovación, este economista argumenta que sin la innovación no existiría la economía, dado que el capitalismo es un sistema económico que está en constante cambio, esto da a conocer que todos los sectores de la economía tienen un sin número de cambios a lo largo de la historia. Según Palma, Masera y Echegaray (2015) argumentan que una innovación tiende a modificar drásticamente el escenario preexistente al aportar mejoras como: nuevas combinaciones para producción, nuevas formas de producir o simplemente cambiar las reglas del juego del sistema, dando así ventaja competitiva a los emprendedores. Por otro lado, para que una invención se transforma en innovación necesita detectar y accionar a un agente, para que este ponga en marcha el descubrimiento, al identificar oportunidades que constituyen el punto de partida para convertir esa novedad en una herramienta útil para el desarrollo del proceso como un todo y con mejores resultados. (Schumpeter, 1934)

Schumpeter, argumenta que la innovación trae consigo ventajas competitivas importantes dentro de un mercado, pero esta ventaja competitiva no es para siempre, dado que la competencia puede adoptar innovaciones similares con el fin de no quedarse atrás. Los efectos, producto de cambios tecnológicos y sociales, generan un impacto importante, ya que, ayuda a tomar decisiones más dinámicas, por esta razón, el autor identifica a las fuerzas tecnológicas y con esto la innovación constante, lo que más motiva a la economía; cabe mencionar que, son importantes las innovaciones que provocan un cambio en la sociedad e incluso se refiere a cambios revolucionarios.

Por otra parte, es importante referirse el término “destrucción creativa”, que fue implementado por el mismo Schumpeter, esta afirmación incluye la implementación

dentro de las grandes empresas en función de un conjunto de inventivas novedosas y útiles que les permitan a las entidades productoras, adaptarse continuamente al tipo de mercado específico que abarque esa compañía y poder mantenerse dentro del mismo.

Algunas empresas tienen necesidad de implementar nuevas estrategias que le permitan sobrevivir en el mercado dado que las mismas son desplazadas porque ya no son capaces de satisfacer a los clientes con precios competitivos.

Schumpeter (1934) afirma que cualquier persona que busca manera de ganar debe innovar, por consiguiente, esto causará empleo diferente de los suministros de medios productivos del sistema económico. Generándose nuevas maneras para obtener ganancias que sean más rentables y con mayor producción de bienes y servicios.

Sin embargo, a pesar de que Schumpeter atribuye el desarrollo a la innovación tecnológica, Sagasti (1981) argumenta que:

Se concluye que la ciencia y la tecnología modernas están relacionadas con el nacimiento de una indebida comercialización internacional de la labor entre los países altamente industrializados y los países subdesarrollados, y que, al contrario de facilitar un camino más corto hacia las metas de avance, han favorecido a enfatizar las discrepancias entre ellos.

Innovación Disruptiva. Existen varios autores que definen a la innovación, en este caso, se pretende aplicar la teoría de la innovación disruptiva de Bower y Christensen (enero-febrero, 1995), estos economistas en 1995 publican un artículo en el cual describen cómo la tecnología puede quitar del mercado a importantes firmas.

Schumpeter, ha influenciado de manera significativa dentro de las distintas teorías de innovación, a causa de su afirmación relacionada con la sustitución de las tecnologías antiguas por nuevas; en este sentido, el autor propone una lista de innovaciones a la cual se llega luego de definir qué aspectos del mercado son necesarios cambiar, para lograr una adecuada competitividad. A continuación, se muestra la lista de innovación:

Introducción de diferentes servicios o productos.

- a) Introducción de nuevos métodos de producción.
 - b) Apertura de nuevos mercados.
 - c) Desarrollo de nuevas fuentes de suministro de materias primas u otros insumos.
 - d) Creación de nuevas estructuras de mercado en un sector de actividad.
- (OCDE, 2005)

La anterior lista de innovación, constituye un proceso formado por un algoritmo de pasos que tienen como resultado una innovación profunda dentro de una empresa, cada uno por separado constituye un elemento fundamental que propicia la implementación de formas nuevas de producir, que sustituyen a las ya existentes y que en las nuevas condiciones del mercado resultan obsoletas y no vendibles; por lo que,

darían al traste con pérdidas económicas significativas y por consiguiente con la salida del comercio de la compañía correspondiente.

Glen y Cheryl (2008), argumentan que el centro de una innovación disruptiva es percibido, como un producto o servicio nuevo, la diferencia es que el desenvolvimiento de este será inferior a la dimensión de rendimiento principal, sin embargo, el nuevo producto puede tener mejor rendimiento en una dimensión alternativa.

Es de suma importancia recalcar que la teoría de la innovación disruptiva va de la mano con la problemática, dado que no solo se busca analizar a los impactos en el sector turístico, sino también aportar con medidas estratégicas que puedan ser de utilidad en la operación del sector turístico, siendo fundamental estudiar esta teoría, para elaborar dichas estrategias

La economía colaborativa es aquella que su actividad impacta de manera evidente a las empresas ya existentes y que no pueden actuar en condiciones similares a otros consorcios por la regulación que presentan, sus activos específicos o simplemente por la falta de flexibilidad de quienes las dirigen. (Samuel, 4 de abril de 2015)

A continuación, se detallan algunas características de la Innovación Disruptiva:

- ✓ Rompimiento de reglas dominantes de comercialización, nuevo segmento de mercado, evidencia que la tendencia está en crecimiento.
- ✓ Precios Bajos

- ✓ Nuevos segmentos de mercado, clientes nuevos.
- ✓ Tendencia ascendente, esto quiere decir que las empresas son pequeñas al principio, sin embargo, con el tiempo crecen y mejoran su rendimiento a lo largo del tiempo.
- ✓ Facilidad de uso.
- ✓ Activos intelectuales. (Ministerio de Turismo, 2007)

En el artículo What is Disruptive Innovation escrito Veiga, 2016, se analiza la innovación disruptiva, la cual, dice que las empresas se olvidan de los sectores más vulnerables de la economía, por querer satisfacer necesidades solo de un grupo de clientes, entonces es ahí cuando entra la innovación disruptiva, en la que ofrece productos o servicios para grupos que no se consideraron antes. Por otro lado, en el libro publicado por Christensen, la solución del innovador nace una nueva modalidad de innovación disruptiva, en este caso las empresas que se introducen al mercado lo hacen con la finalidad de combatir la escasez de consumo, en esencia, es convertir en consumidor a una persona que no lo es.

En este caso, ambos conceptos tienen un mismo fin, el cual es mejorar el desenvolvimiento de los productos o servicios que de alguna manera exceden las necesidades de los mercados masivos. (Veiga, 20 de Junio de 2016)

Por otro lado, la teoría de la innovación sirve para comprender el fenómeno reciente de la economía colaborativa en este caso el turismo colaborativo y la plataforma Airbnb, además ayuda a entender la manera en la que ésta compitiendo en el mercado turístico.

Este estudio se realizará en la ciudad de Quito en el marco del sector del turismo.

Para la obtención de la información detallada dentro de este apartado, se realizó un análisis de estudios que fueron realizados a nivel internacional como a nivel nacional, estos estudios muestran el impacto de la economía y el turismo colaborativos en términos económicos y sociales e incluso un impacto en políticas dentro de los diferentes países.

Impactos del Turismo Colaborativo en España

En un estudio realizado se plantea que dentro de la economía colaborativa el sector más afectado es el turismo, en cuestiones de decisión del destino de viaje, el incremento de número de viajes, la permanencia de los viajeros en los establecimientos y los tipos de productos y servicios consumidos durante el mismo. (Tussyadiah, 2015)

Es importante saber el efecto de este nuevo modelo de economía para poder abordar los diferentes temas que esta trae consigo por ejemplo, en la Unión Europea, fue uno de los primeros organismos en incentivar el auge de la economía colaborativa, argumentando que es un modelo de sostenibilidad del siglo XXI, en este se analizaba las ventajas y los riesgos que supone la aplicación de los modelos de economía colaborativa para los consumidores, por otra parte en 2015, el Comité Europeo de las Regiones tomó una decisión importante, que en este caso es regular la economía colaborativa. Se pretendía generar una industria fuerte y competitiva que beneficie a las plataformas y a los usuarios de las mismas.

Rodríguez-Antón, Alonso-Almeida, Rubio-Andrada y Celemín Pedroche (2016), argumentan que la actividad causa problemáticas en los destinos cuando se mercantiliza, llegando a competir de manera directa con los diferentes actores del sector turístico sin contar con una regulación clara y control. Además, sustenta que la economía colaborativa involucra la tecnología, economía y a la sociedad y se refieren a esta como una innovación tecnológica. Por otro lado, se expone que Airbnb no es parte de la economía colaborativa, ya que se obtiene ingresos de ambas partes por cada alquiler que gestiona, en España aproximadamente el 25% de la oferta de alojamiento turístico suponen viviendas, sin embargo, dentro del país, no solamente opera una empresa con esta modalidad, como es Airbnb 27%, sino también HomeAway 24%, Wimdu 12%, entre otras.

Dentro de España se fomenta este tipo de viviendas con uso turístico, sin embargo, en Las Islas Canarias se ha prohibido el alquiler de departamentos en zonas turísticas, en este estudio toma fuerza y protagonismo las administraciones públicas, para que se empleen principios de estatuto económico eficaz en la regulación del sector, por otra parte, simplificar los trámites administrativos y reducir dichos costos para que esto no sea una barrera de entrada, también en este punto se hace una recomendación a la economía colaborativa para que implanten procedimientos que permitan a los usuarios llevar a otras plataformas su reputación, por otra parte, se recomienda que no se debe poner restricciones innecesarias a dichas plataformas para que estas puedan desarrollarse con tranquilidad. Dentro de este ámbito se da a conocer que una de las cadenas hoteleras de España Room Mate, se da a conocer en una plataforma llamada Be Mate, esta nueva línea de negocio consiste en pisos turísticos con servicios hoteleros, lo cual es un aporte importante para la innovación del sector de alojamiento en España, además es una manera para competir con la plataforma,

ofertando mayor calidad, al brindar servicios hoteleros que no se podrían encontrar dentro de la aplicación Airbnb y vale la pena recalcar que esta plataforma no solo está en España sino también se encuentra en Miami, New York, México D.F, Florencia, Ámsterdam y Estambul. (Rodríguez-Antón, Rubio-Andrada, & Celemín Pedroche, 2016)

En 2016 se divulga la agenda europea para la economía colaborativa, la que, tenía como finalidad principal dirigir a los consumidores, empresas y a los poderes públicos a participar de la economía colaborativa, según Rodríguez-Antón et al., (2016), la economía colaborativa establece nuevos tipos de oferta y de manejo de bienes y servicios, utilizando plataformas “online”. Estos cubren muchos sectores y formula nuevas oportunidades a todas las partes interesadas, es importante la regulación de estas plataformas, ya que de esta manera garantiza mayor calidad y seguridad para el viajero.

En España existen varios lugares turísticos de excelencia, es por esta razón que se ha tomado como caso de estudio. Bilbao es una ciudad llamativa para el turismo, dentro de este municipio de España, se ve la afluencia de viajeros y visitantes incrementado gradualmente, alcanzando en 2016 la entrada de 877.847 viajeros según Fierro y Salmón (2017). En este estudio atribuyen el crecimiento de la economía colaborativa a los cambios en los hábitos de los consumidores, se refleja el efecto de la economía colaborativa en la economía española en un total de 323 millones de euros y en la creación, tanto como mantenimiento de 5130 puestos de trabajo.

Por otro lado, Pasquet (2018), argumenta que los efectos de la economía colaborativa en el sector turístico, es mayor que en otros, dado que dentro de la industria todos los elementos están conectados de manera directa y estos conforman su

cadena de valor, lo cual, estos cambios son para siempre. También expone, que el surgimiento de la economía colaborativa en el sector turístico puede ser examinado como una herramienta clave para llegar al cumplimiento de objetivos.

Airbnb como innovación disruptiva ¿por qué es disruptivo? ¿qué hizo para ser?

Según Botsman y Rogers (2010), aseguran que existen tres maneras de desarrollar este tipo de actividades económicas, en las que puede ser sistema producto-servicio, por los que el usuario paga, pero no adquiere la propiedad sobre el mismo, es lo que pasa con Airbnb; mercados de redistribución, en este modelo la actividad central es intercambiar o transferir bienes usados y estilos de vida colaborativos; en este punto, son personas que comparten los mismos intereses, en el caso de participar e intercambiar recursos como tiempo, espacio, habilidades y dinero.

Las relaciones peer-to-peer o relaciones entre particulares, se fundamenta en la revolución tecnológica, ya que Cañigeral (2012) define al consumo colaborativo como la manera tradicional de compartir, intercambiar, alquilar bienes y servicios, a través de tecnología y las comunidades.

Dentro del estudio, se plantea que se debe regular este tipo de modelos de negocio y que en algunos países como Estados Unidos ya se han aprobado leyes que facilitan actividades, con la finalidad de obtener beneficios económicos.

Por otro lado, en un principio Airbnb tendría desventajas frente a los establecimientos hoteleros tradicionales, los cuales ofrecen disponibilidad del personal, calidad del servicio y seguridad (Chu & Choi, 2000; Guttentag, 2013), por esta razón es que este modelo de negocio tiene una ventaja en los costos, por otro lado, se agrega que, para el consumidor de Airbnb, es importante tener sentido de familiaridad, lo cual ofrece la plataforma, también puede implicarse en la localidad.

Las actividades económicas de modelo colaborativo tienen un impacto con la práctica de los sectores económicos; sin embargo, estas también son reconocidas como tendencias importantes en el turismo, además pueden dibujar el futuro de este. Airbnb, es una innovación disruptiva que caracteriza a una teoría, en un principio el crecimiento era marginal y limitado para que se convierta posteriormente en un modelo con crecimiento exponencial Guttentag (2013), afirma que Airbnb se encuentra en esta fase.

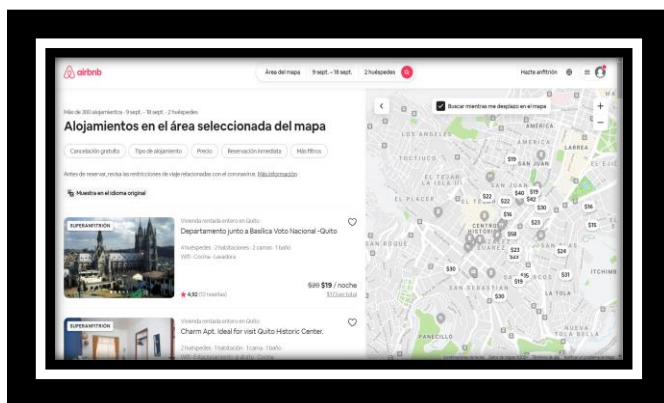
Díaz, Gutiérrez y García (2014), en su estudio, denominado *Airbnb como nuevo modelo disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios* afirman que, Airbnb constituye el caso más conocido de innovación disruptiva y este además corresponde a un modelo de negocio P2P (peer-to-peer), dentro de este, particulares que comparten los mismos intereses, se conectan entre sí con la finalidad de poder rentar habitaciones, es importante mencionar que estas habitaciones o muchas veces casas vacacionales, mediante búsqueda de estas en aplicaciones como Airbnb. La economía colaborativa tiene consigo a un sin número de aplicaciones, en este caso, se analiza Airbnb como Innovación disruptiva. La economía colaborativa se basa en compartir recursos humanos y materiales, también incluye el desarrollo, elaboración, comercialización, intercambio y consumo de recursos y servicios por diferentes personas.

En el estudio de Díaz et al., (2014), se afirma que, las características del consumidor colaborativo no son concretas, sin embargo, los consumidores de este tipo son viajeros que tienen experiencia y que les gusta estar conectados, además de contar con un consumo responsable y los caracteriza un alto nivel de confianza hacia las personas de la comunidad colaborativa, además esto no quiere decir que no se fijan en la calidad de las experiencias turísticas que procuran vivir.

Impactos de la economía colaborativa en la generación de empleo de la Industria Turística

Figura 1

Alojamiento en el Centro Histórico

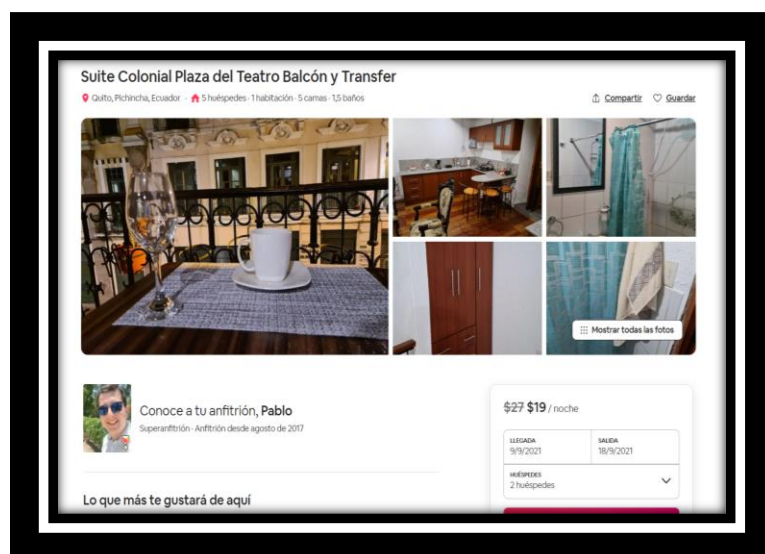


Nota. En la ilustración se muestra el alojamiento en el Centro Histórico de Quito.

Tomado de Airbnb, por Airbnb, 2021.

Figura 2

Suite Colonial Plaza del Teatro Balcón y Transfer



Nota. En la gráfica se muestra el alojamiento en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito. Tomado de. Airbnb, por *Airbnb*, 2021.

Por otra parte, Fang, Ye y Law (2015) en su estudio “Effect of sharing economy on tourism industry employment” argumentan que mientras aumentan los anfitriones de la plataforma el efecto negativo marginal disminuye, esto siempre y cuando la plataforma tenga algunos conceptos clave de regulación dentro de los diferentes destinos, por la disminución de los costos.

En los estudios realizados por de Fang et al., (2015), se demuestra que la entrada de la economía colaborativa dentro del sector turístico es positiva para todos los directores del mismo, esto causado por la llegada de más turistas debido a tener

opciones de ajuste a precios accesibles, esto trae consigo la generación de más puestos de trabajo, dado que los turistas se quedan un mayor número de días dentro de los destinos, consumiendo en restaurantes de la zona y realizando más actividades en los diferentes destinos donde se alojan. Estos autores argumentan que la economía colaborativa puede ser una herramienta para combatir el desempleo: sin embargo, el gobierno de los países involucrados debe proveer de medidas adecuadas para su regulación y proteger al viajero, además de brindar mayor calidad de los destinos. Una de las observaciones que se realizó en el estudio, y la fundamental fue que el gobierno no debe priorizar este tipo de economía, pero sí formular políticas que permitan su entrada a lugares que beneficiarán a la sociedad; dado que, si el gobierno pierde el control sobre la economía colaborativa, esto puede desembocar en efectos negativos para la sociedad.

El estudio de la economía colaborativa es reciente y este inicia por el crecimiento exponencial de las plataformas como Airbnb dentro del mercado, dado que, la plataforma se ha utilizado en eventos de gran afluencia de personas, según Varma, Jukic, Pestek, Shultz y Nestorov (2016), la plataforma tuvo alianza con los juegos Olímpicos de Brasil del 2016 para ser la alternativa oficial de servicio de alojamiento, es por esta razón que los estudios sobre la plataforma y sus impactos empiezan a surgir con mayor frecuencia.

Los profesionales del sector turístico argumentan que dada la competencia que genera la plataforma, se podrían cerrar varios hoteles “low end”, ya que el mayor impacto de Airbnb es dentro de esta categoría de Hoteles. Sin embargo, según Fierro y Salmón (2017), la plataforma favorece a los destinos dado que llegan mayor cantidad

de turistas y el segmento se diversifica, ya que esta plataforma nace como una forma más para poder satisfacer las necesidades.

En la actualidad las personas están cada vez más conectadas, llevan sus “Smartphones” a todo lado, es entonces que, prefieren utilizarlos para adquirir ciertos servicios, en este caso, para encontrar una acomodación que esté a precio accesible, por otra parte, se cree que el cambio en la cultura es uno de los factores que ayudan a que la economía colaborativa, en este caso, la utilización de plataformas como Airbnb crezca, además de las modificaciones en los hábitos de las personas.

Por otro lado, existen territorios en los cuales el turismo colaborativo no es aceptado, como por ejemplo en Cataluña; que, puso una multa de 30.000 euros a Airbnb por comercializar apartamentos turísticos ilegales a turistas extranjeros, y esta comercialización la realizaron sin tener la autorización del Registro de Turismo de Cataluña; además que, el alquiler de habitaciones en domicilios particulares está prohibido por la legislación de este destino.

Sin embargo, en Lisboa, Milán o Florencia la prevalencia de la plataforma depende de incorporar a ella a profesionales del turismo. (Fierro & Salmón, 2017)

Airbnb y su impacto en Cuba (La Habana)

Airbnb al principio tuvo complicaciones para entrar en el país, dado a las relaciones comerciales informales que se daban entre Estados Unidos y Cuba; sin embargo, después unos años en la década del 1990, específicamente en el año 1993, y luego de darse mejores condiciones económicas para este país se comenzó a llenar un

formulario en el cual se especificaba la dirección del anfitrión y el motivo del viaje, la aplicación entró con fuerza para quedarse.

Las rentas privadas en Cuba son famosas desde 1997, pero la entrada de la plataforma en el 2015 cambió de manera radical la manera de hacer turismo dentro de La Habana, como por ejemplo como los viajeros experimentan el turismo tornándose parte de la vida cotidiana de un anfitrión.

Martín en 2016, reporta que la Compañía Airbnb, en abril del 2016 incluyó en su base de datos a casi un millar de acomodaciones en la Isla y alrededor de la Mitad de estos estaba en La Habana, según Perelló (2016), argumenta que, a inicios de mayo de 2016, un año después de haber introducido la plataforma a Cuba, este era uno de los destinos de América Latina y el Caribe más buscado en sus listas. Por otra parte, según encuestas realizadas por la empresa, la arquitectura tiene un 28% y la cultura local un 30% entre los elementos que más atraen a los estadounidenses al país, además de las playas 33% y la cocina 28%, si bien es cierto dentro del análisis de Perelló se estipula que las diferentes cadenas hoteleras que ya estaban dentro del país podrían tener serios problemas si no ven como competencia a Airbnb.

Por otra parte Nemer, Dye y Spangler (2018), realizan un estudio “Airbnb an the Cost of Emotional Labor in Havana, Cuba”, en este estudio se tiene varios puntos importantes y que vale la pena destacar, a pesar de ser un estudio sobre el costo del “emotional labor”, se presentan entrevistas a diferentes personas que dicen que dentro del país esta actividad ha ayudado a conseguir ingresos y en la mayoría de los entrevistados la respuesta es positiva ante el surgimiento de esta modalidad en La Habana.

Tabla 1*Factores clave para el funcionamiento de Airbnb*

Factores clave para el funcionamiento de Airbnb	
USA	<ul style="list-style-type: none"> -Generación de empleo. -Mayor tiempo de estadía. -Precios accesibles. -Mayor llegada de viajeros a los destinos debido a la plataforma. -Políticas que ayudan a la plataforma a ser más competitiva.
España	<ul style="list-style-type: none"> -Multa a departamentos de alquiler ilegales. -Segmentación de los departamentos de uso turístico. -Regulación de apartamentos de uso turístico. -Sanciones para personas que no cumplen con la normativa.
Lisboa, Milán y Florencia	<ul style="list-style-type: none"> -Prevalencia de la plataforma depende de la incorporación de profesionales de turismo a los “hosts”
Habana	<ul style="list-style-type: none"> -Control del Estado en cuanto a la plataforma (formularios). -Posicionar a Airbnb dentro del país. -La comunidad tiene gran apertura para utilizar la plataforma.

Nota. En esta tabla se muestra los factores clave dentro de la plataforma Airbnb.

Marco Conceptual

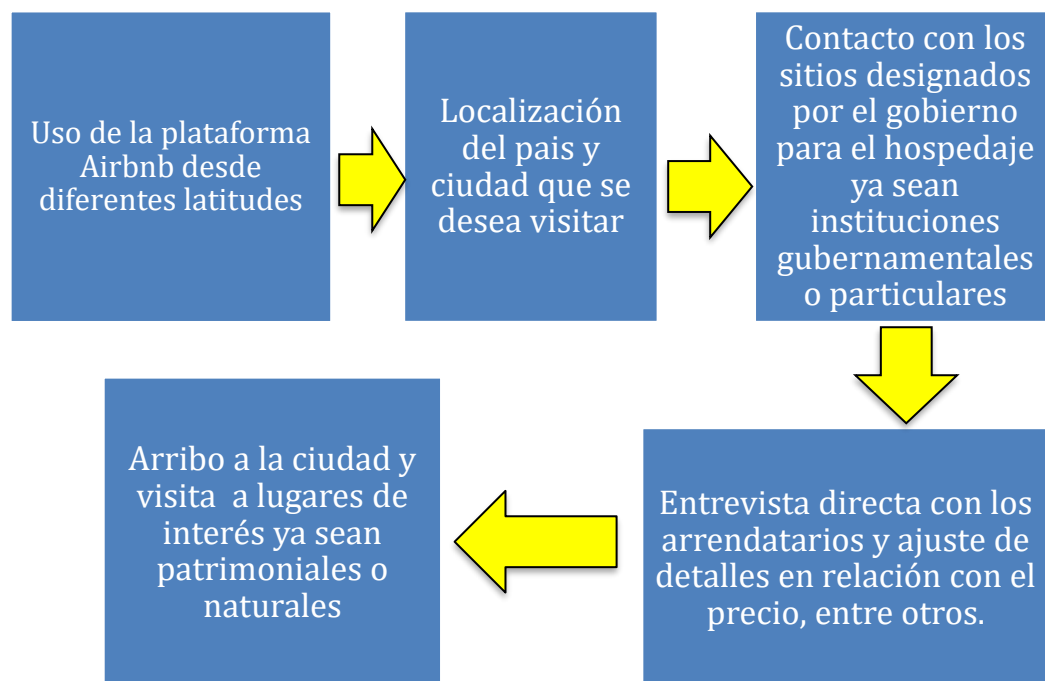
Airbnb

Airbnb nace en 2008 en San Francisco, California. Es un mercado confiable que tiene la finalidad que las personas anuncien, encuentren y reserven una estadía interesante y única en todo el mundo, hoy en día, tiene acogida en varios países, se ha expandido en más de 191 países, con más de 81.000 ciudades y más de 200 000 000 de visitantes alrededor del mundo, la plataforma aprovecha de forma única la tecnología para que millones de personas puedan monetizar sus espacios, pasiones y talentos convirtiéndose así en empresarios de hospitalidad (Airbnb, 2019). Por otro lado, la plataforma se describe a sí misma como un mercado confiable para que las personas hagan una lista, descubran y reserven un espacio, los cuales generalmente involucran una casa completa o una habitación privada en una residencia donde el huésped también está presente, por otro lado, un muy pequeño porcentaje de los listados en Airbnb son compartidos.

A continuación, se muestra una imagen con el algoritmo de funcionamiento de la plataforma, así como su logo.

Figura 3

Algoritmo de funcionamiento de la plataforma



Nota. En la gráfica se describe el algoritmo de Airbnb.

Figura 4

Imagen de funcionamiento y conformación de logo



Nota. En la Gráfica se muestra la conformación del logo de la plataforma Airbnb.

Competitividad

Para definir este importante vocablo en la dinámica de funcionamiento de un país, podemos argumentar que la misma no es más que la habilidad para poder competir en los mercados por bienes y servicios. Esta definición impregnada de sencillez resulta compleja a la hora de colocar los métodos disponibles para medirla, así como el conjunto de medidas a implementar en el orden social para hacer de la misma una condición de eficiencia. (UNCTAD, 2002)

La competitividad presenta dos aristas distintas una es, la ventaja comparativa, la cual se define por las desigualdades en los costos de los insumos, así como de la mano de obra o el capital y la otra arista la competitiva, fundamentada en las diferencias de capacidad para transformar los insumos en bienes y servicios con el objetivo el objetivo de hacer de ellos algo más útil. (World Economic Forum - WEF, 2003)

En el siglo XXI ha surgido una nueva tendencia, que considera que las grandes empresas deben pasar de competir sobre ventajas comparativas (bajo costo de mano de obra o de recursos naturales) a competir sobre ventajas competitivas que emerjan comenzando sus producciones con productos y procesos únicos. Lo antes expuesto, implica romper con la dependencia de forma colosal de la mano de obra barata y con escasa calificación, para fomentar una concepción donde se realice una capacitación efectiva a las fuerzas productivas y se introduzcan innovaciones tecnológicas, con el objetivo de aumentar la productividad en el uso de los diferentes componentes de producción. (World Economic Forum - WEF, 2003)

Existen diferentes armas competitivas que siempre están a la disposición de las empresas independientemente de la labor a la que se dediquen. Estas herramientas de competencia, están relacionadas entre sí, por lo que resulta un error importante, separar los diferentes procedimientos y estrategias en los que se desempeña la batalla competitiva de una manera independiente. (Bulchand-Gidumal & Melián-González, 2016)

Por otro lado, el análisis del denominado largo plazo neoclásico (este se desarrolla en el contexto de la competencia perfecta), la industria (el sector) en su totalidad solamente alcanza el equilibrio, cuando las empresas que lo componen en el transcurso del tiempo, también alcanzan la estabilidad, en otras palabras, cuando cada una de ellas ha realizado un ajuste óptimo con el máximo de explotación, reduciendo al mínimo el coste medio a largo plazo. (Consumo Colaborativo, 2016)

Existen los denominados principios de la competitividad mundial los cuales son:

I. Actividad económica

1. En este apartado se argumenta que, para que una nación pueda estar en correctas condiciones de manera económica, es importante revisar la actividad económica pasada.
2. La competencia gobernada por las potencias del mercado mejora la actividad económica de un país.
3. Es importante mencionar que, mientras más competencia económica exista dentro de un país, las empresas domésticas serán más competitivas en el exterior.

4. El éxito que tiene una nación en cuestiones de comercio internacional se ve reflejado en la competitividad de su economía doméstica (cuando no existen barreras comerciales).
5. Los países deben tener apertura económica internacional, ya que esto da como resultado a un incremento de la actividad económica del mismo.
6. La inversión internacional estipula de forma eficaz los recursos económicos a nivel mundial.
7. Un crecimiento en cuanto a la competitividad de las exportaciones está vinculado, en ocasiones, con una orientación al crecimiento en la economía doméstica.

II. Eficiencia del Gobierno

1. El Gobierno, debe intervenir de manera mínima en las actividades empresariales y, por el contrario, se debe incentivar las condiciones competitivas de las empresas.
2. El Gobierno debería, sin embargo, facilitar las condiciones macroeconómicas y sociales que hagan predecible y, de esta forma, reduzcan los riesgos externos para las empresas.
3. Es importante que las políticas económicas que aplica el gobierno deberían ser flexibles para que éstas, puedan ser ajustadas a un entorno internacional que, presenta cambios constantes.

III. Eficiencia de la empresa

1. Las empresas miden su eficiencia económica, al tener la capacidad para adaptarse a los constantes cambios del entorno, ya que es competitivo y estos deberían ser atributos directivos cruciales para los directivos de las empresas.
2. Las finanzas facilitan las actividades de valor añadido.
3. Un sector financiero que esté bien estudiado e integrado de manera internacional contribuye con la competitividad internacional del mismo.
4. Para que los países cuenten con un estándar de vida elevado, es necesaria la integración con la economía internacional.
5. Los países deben tener capacidad emprendedora, ya que es de suma importancia para la actividad económica.
6. Es indispensable contar con mano de obra que esté capacitada, ya que, esta incrementa la competitividad de un país.
7. La productividad refleja el valor añadido a corto plazo.
8. La manera en la que se comporta (actitud) la mano de obra tiene una relación directamente proporcional con la competitividad de un país.

IV. Infraestructura

1. La infraestructura debe estar perfeccionada, es decir, debe ser de buena calidad e incluir sistemas empresariales funcionales, ya que esto, apoya a la actividad económica.
2. Que la infraestructura esté bien perfeccionada también quiere decir que debe cumplir con avances en Tecnología de Información y una eficiente protección del medio.

3. Cuando se maneja de manera eficaz e innovadora la tecnología existente, se está trabajando en una ventaja competitiva.
4. La inversión que se realiza en investigación básica y la actividad innovadora que origina nuevos conocimientos, que son de gran importancia para una nación en un período más maduro de desarrollo económico.
5. El adoptar por herramientas de I+D a largo plazo, puede desarrollar mayor competitividad de la empresa.
6. La competitividad tiene una relación directamente proporcional con el nivel de vida, ya que, suele aumentar el nivel de expectativas por la calidad de vida. (Díaz Foncea, Marcuello, & Monreal, 2016)

La competitividad se conforma de cuatro niveles: la empresa, la industria, la región y el país. (World Economic Forum - WEF, 2003)

El nivel de la empresa. En las empresas la competitividad se ve reflejada a través de sus técnicas de producción y de organización (expresados en el costo y en la calidad del producto final) en correspondencia con el comportamiento de estos parámetros en sus rivales, por lo que la pérdida de competitividad será el resultado de disminución de las ventas, ínfima participación de mercado y, como consecuencia en el cierre de la planta. (Pratt, 2000)

El nivel de la industria. La competitividad de una industria está constituida por el conjunto de empresas que la conformen y su capacidad de tener una productividad superior, independientemente de la vía por la cual logren producir en mayor cantidad y con el mínimo de recursos. Por lo que el rendimiento individual de cada una de ellas permitirá el fomento del ambiente competitivo en la industria. (Pratt, 2000)

El nivel regional. En una región determinada se establecen parámetros competitivos entre las distintas firmas que conforman esa zona geográfica, lo que tendrá una evidente repercusión en los territorios relacionados que directa o indirectamente se relaciona con estas, ya sea a través de su propiedad o su ubicación. (Porter, 2003)

El nivel nacional. Para atraer el capital extranjero cada país regula su actividad económica, fomentando en sus industrias las particularidades que logren ser atractivas para la inversión extranjera. Dentro de estas características siempre resulta a cualquier gobierno fomentar la estabilidad, las garantías comerciales, que permitan las oportunidades de inversión rentables. (Porter, 2003)

Economía Colaborativa

La economía colaborativa o economía compartida hace referencia al inglés “sharing economy, collaborative economy, peer to peer economy p2p o demand economy” fueron implementados con la finalidad de identificar modelos de negocio

innovadores en los que, las relaciones que se producen son directas, es decir, entre los consumidores y las empresas, haciendo a un lado a intermediarios. Este término fue utilizado por primera vez por Algar (2007), cuando analizó las principales características que tenía el consumo colaborativo.

Botsman y Rogers (2010), identificaron la economía colaborativa como un movimiento que propone una economía social más rica, en la que los ejes impulsores son las diferentes innovaciones sociales en conjunto de los nuevos modelos de negocio que se pueden implementar.

Innovación. Hace referencia a la introducción de productos o servicios nuevos o significativamente renovado de un proceso, este es un método de mercadeo o de un nuevo procedimiento organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o de las relaciones exteriores. (OCDE, 2005)

Turismo. “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (Organización Mundial de Turismo, 1991)

Turismo Colaborativo. Romero (2014), considera como turismo colaborativo a toda actividad turística que está enmarcada en modelos de negocio de economía colaborativa, esto quiere decir, un sistema financiero que tiene como misión la oferta de productos y servicios de carácter turístico en los que, se incluye distribución, comercio y consumo compartido de dichos bienes.

Turismo en la Actualidad (COVID)

La aparición de la COVID-19 en el mundo, ha provocado efectos devastadores, los cuales han tenido trascendencia hasta los momentos actuales. Ningún sector de la vida en el planeta, ha escapado al impacto de la pandemia, y hasta el mes de febrero de 2021 se registran más de 108 millones de contagiados y más de 2 millones de fallecidos en todo el planeta. Esta calamidad expone un escenario mundial que se caracteriza, por nuevos y graves rebrotes del virus, lo que hace que existan países con una segunda o tercera ola de contagios, con grandes restricciones de viajes, así como el retorno a confinamientos parciales y totales con los ya comunes toques de queda, además del cierre de fronteras, la recesión económica, por los cierres de los comercios y la notable y devastadora baja turística internacional. (Ministerio de Turismo del Ecuador, agosto 2020)

Frente a este panorama, se han realizado cuantiosos esfuerzos para mantener el funcionamiento del sector turístico a nivel mundial, del continente latinoamericano y del Ecuador, para implementar lo anterior, en todos los destinos turísticos del mundo, ya sean de sol y playa o turismo de naturaleza y ecológico se han estableciendo protocolos de higiene y seguridad, sellos de bioseguridad, promoción del turismo interno, creación de corredores de viaje o burbujas, y otros, todos con el objetivo de continuar realizando el mínimo de actividades en el sector para lograr paliar los estragos económicos de esta enfermedad . Todo esto incluyó medidas como el tránsito de viajeros, con el uso obligatorio de mascarillas, distancia física, reducción de aforos, resultados negativos en pruebas de COVID-19 para el ingreso o retorno entre territorios, cuarentena de pasajeros por un plazo de hasta 2 semanas, implementación de nuevas

políticas de cambios o cancelaciones en las aerolíneas, hoteles y otros servicios turísticos, entre otras acciones. (Ministerio de Turismo del Ecuador, agosto 2020)

El Ministerio de Turismo del Ecuador por medio de la Dirección de Inteligencia de Mercados, consideró mes a mes, desde marzo 2020, las consecuencias de la pandemia en el sector, en relación con las grandes pérdidas de ingreso de divisas en el país, debido al cierre de las fronteras extranjeras, así como las limitaciones de movilidad, sin embargo, las medidas de contención de la enfermedad fueron flexibilizándose resultando necesario un estudio del nuevo comportamiento del turismo nacional. (Ministerio de Turismo del Ecuador, agosto 2020)

Esta investigación demostró, que producto de la crisis sanitaria, en la entrada del turismo, y su planificación, ocurrió un cambio de la manera en que las personas consideraran practicar sus viajes, no obstante, a pesar de que se encontraban en situaciones de vulnerabilidad el 54% de los encuestados indicaron que estarían dispuestos a viajar a partir de 2021, claro está, con el uso de las correspondientes medidas sanitarias. (OMT, 12 de mayo de 2020)

Bioseguridad

Para lograr mantener un turismo activo, es necesario utilizar todas las medidas de bioseguridad y aplicarlas con la seriedad y rigurosidad que el momento las amerite. El protocolo de salud establecido para la protección contra la pandemia debe ser informado y explicado de manera cuidadosa, a cada uno de los turistas y viajeros. Normalmente en el Ecuador, se han establecido paquetes turísticos, que invitan al

viajero a conocer el país en varias de sus regiones, por lo que la familia acude de manera casi íntegra a estos viajes.

Lo anterior, explica el hecho de que la seguridad en el protocolo de salud y la menor exposición al virus, continúan siendo pilares fundamentales, para evitar contraer la enfermedad. Con anterioridad a la pandemia, la estadía promedio de los turistas en cualquier destino era de 2 a 4 noches, sin embargo, en las actuales circunstancias, esta última podría disminuir al menos en una noche, lo cual reduciría de manera global, los ingresos por costo de hospedaje, y el resultado final es un balance negativo en relación con las incorporaciones que resultaban del turismo en todas las regiones del Ecuador. (Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, 2020)

Medidas a adoptar. Dentro del Ecuador, se han implantado medidas a considerar, las cuales están determinadas en el plan de contingencia, entre las cuales se describen las siguientes:

- Los ciudadanos deben mantenerse informados en las medidas a seguir en cuanto a la prevención de riesgos higiénico-sanitarios en el desarrollo de la actividad de cada individuo.
- Es necesario que, en todo tipo de grupos, se evite el saludo con contacto físico, incluso dar la mano, entre los actores del sector turístico. Además, es indispensable que dentro de las actividades turísticas se respete el distanciamiento social.
- Si alguno de los prestadores de servicios de turismo presenta síntomas de la enfermedad, aún con carácter leve, debe abstenerse de prestar el servicio.

- Mantener colocada la mascarilla (o pantalla protectora) siempre que no pueda y estar pendiente para que los clientes mantengan su mascarilla colocada en todo momento.
- Los implementos o útiles de aseo personal, en especial los pañuelos desechables se deben arrojar en papeleras de forma inmediata.
- Lavarse de manera frecuente las manos, o, de no tener la posibilidad de hacerlo, es importante utilizar desinfectante; mantener un desinfectante siempre consigo.
- Se debe desinfectar de con frecuencia los objetos de uso personal (gafas, móviles, micrófonos, etc.), para la desinfección de equipos de trabajo electrónicos procede utilizar productos desinfectantes aplicados con un paño, o toallitas desinfectantes.
- Evitar, compartir equipos de trabajo o dispositivos con otros profesionales de turismo. (Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, 2020)

Marco Legal

Airbnb dentro del sector turístico ha modificado la manera de comercializar, sin embargo, tiene una alta participación el mercado para los diferentes perfiles de visitantes. De acuerdo con la investigación llevada a cabo, se ha escogido algunos estatutos legales para sustento de la misma, los que tienen que ver con: alojamiento turístico, guías de turismo, agencias de viajes y el sector gastronómico.

- Constitución de la República
- Reglamento de actividades Turísticas
- Reglamento de Alojamiento Turístico

- Reglamento de inmuebles para uso turístico

Constitución de la República del Ecuador

Según la Carta Magna, en el artículo 4 que trata sobre la política estatal relacionada con la actividad turística, se argumenta que esta debe ir de la mano con los cuatro objetivos que son:

- a) Aceptar que la actividad turística es una iniciativa privada y comunitaria y que esta puede tener autogestión, y que el Estado debe ser una ayuda para poder potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- c) El viajero debe ser protegido y se debe fomentar la conciencia turística;
- e) Fomentar capacitaciones de manera técnica y profesional a los actores del sector turístico;
- g) Promover e incentivar el turismo interno. (Constitución de la República del Ecuador, 20 de octubre de 2008)

Reglamento de actividades Turísticas

Mediante Decreto Ejecutivo No. 3400 nace el Reglamento General de Actividades Turísticas el cual, fue publicado en el Registro Oficial No. 726 del 17 de diciembre de 2002, el cual establece normas, instrumentos y procedimientos para las actividades turísticas que se realizan dentro del País.

CAPÍTULO II

En el capítulo se establecen los siguientes requerimientos que normalizan las acciones a desarrollar en el Ministerio de Turismo.

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Dentro del artículo 4 se habla de las funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo, a continuación, se describen las más importantes para el desarrollo del documento:

7. Es importante que se fomente e incentive todo tipo de turismo, en especial, se debe trabajar en el turismo receptivo y social, además se debe apoyar y aportar en la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios, todo esto se debe realizar de la mano e incluyendo a las comunidades indígenas y campesinas en las distintas localidades en las que se encuentran. (...)

12. Cabe mencionar que, a nivel nacional, el Ministerio de Turismo abarca las siguientes potestades:

b) Tiene la potestad y la obligación sobre clasificación, reclasificación y categorización y recategorización de establecimientos; (...)

En el artículo 5 habla sobre las actividades turísticas, y se argumenta que éstas no son solo realizadas por personas jurídicas, sino también por personas naturales, las cuales se dediquen a la prestación remunerada de actividades como: alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transportación (cuando se dedica de manera enfocada al turismo: transporte aéreo, fluvial, terrestre, y alquiler de vehículos para este fin), operación, intermediación (organización de eventos congresos y convenciones, agencias de servicios turísticos),

Por otro lado, en el artículo 7 de este Reglamento, se trata sobre la potestad normativa que tiene el MINTUR, el cual, realiza normativas con la finalidad de estandarizar y tener calidad a nivel nacional, las cuales son necesarias para el funcionamiento adecuado y de manera competitiva del sector, en la cual, toma en cuenta la participación de todos los involucrados en el sector turístico, ya que, todos trabajan en conjunto y el resultado final es uno solo.

Otro artículo importante para el desarrollo de este documento es el artículo 43, el cual, hace referencia a las definiciones de las actividades turísticas, entre las que se encuentran:

- a. Alojamiento: es un conjunto de bienes que son utilizados por una persona natural o jurídica para la prestación de servicios como: hospedaje, el cual, no debe ser permanente y que puede incluir o no alimentación, pero es indispensable que cuente con servicios básicos y/o servicios complementarios, esto se realiza mediante un contrato de hospedaje;
- b. Servicio de alimentos y bebidas: son ciertas actividades en las que se brindan servicios gastronómicos de consumo, en los que también es posible prestar servicios de diversión, animación y entretenimiento;
- c. Transportación: en este apartado se encuentra la movilización de viajeros por cualquier vía;
- e. Intermediación: Esta actividad se realiza por medio de las agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, que están constituidas por personas naturales o jurídicas que, están autorizadas, a prestar profesionalmente el ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios. Es por esto que, las agencias de servicios turísticos pueden tener

tres clases: Agencias de viajes internacionales, agencias de viajes mayoristas y agencias duales.

Finalmente, el artículo 45 hace referencia a quién puede ejercer actividades turísticas, en este apartado se habla que cualquier persona sea natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que una vez que haya cumplido ciertos requisitos y normas establecidos en la ley se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el artículo 5 de la Ley de Turismo. (Reglamento General de Actividades Turísticas, 17-dic.-2002)

Reglamento de Alojamiento Turístico.

El Reglamento de Alojamiento Turístico, nace dado que, el alojamiento es considerado, según la Ley de Turismo Art. 5 como una actividad turística y para regular la misma, se pone a conocimiento esta normativa.

CAPÍTULO III

DE LA CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Dentro del Reglamento de Alojamiento Turístico existen varios artículos que son de suma importancia para el desarrollo de la actividad, sin embargo, en este apartado, se pretende tratar el artículo 12, ya que, dentro de este se habla sobre la clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura de los establecimientos, dentro de los cuales tenemos: Hotel (H), Hostal (Hs),

Hostería (HT), Hacienda Turística (HA), Lodge (L), Resort (RS) , Refugio (RF), Campamento Turístico (CT), Casa de Huéspedes (CH). Ésta última se realiza en viviendas en donde reside la persona que pretende prestar el servicio, la cual, cuenta con baño privado, se puede o no prestar servicio de alimentación y bebidas, pero debe cumplir con condiciones que están estipulados en este reglamento, con un mínimo de dos y máximo de cuatro habitaciones destinadas a las habitaciones de viajeros con máximo de seis plazas por establecimiento. Esta clasificación no se encuentra aprobada en la Provincia de las Galápagos. (Reglamento de Alojamiento Turístico, 24-mar.-2015. Última modificación: 18-feb.-2016)

Reglamento de inmuebles para uso turístico.

Mediante Decreto Ejecutivo No. 591, el 31 de julio de 2019 por la Ministra de Turismo, Rosa Enriqueta Prado Moncayo, considerando que el servicio de alojamiento turístico que se realiza dentro de apartamentos o bienes inmuebles que no son parte de una unidad de Alojamiento tradicional como un hotel, es una práctica que requiere regulación diferente, ya que tienen su propio comportamiento, este reglamento tiene la finalidad de regular el servicio de alojamiento prestado en inmuebles para uso turístico.

Dimensiones, definición de Variables y Categorías

Tabla 2

Categoría, variable y dimensiones

Categoría	Variable	Dimensiones
-Impacto de la competitividad en el sector turístico para el desarrollo social del país y el desarrollo de destinos.	Impacto del Airbnb	Social
-Importancia de la regulación de la economía colaborativa (turismo colaborativo)	Dinamización del turismo	Económica

Nota. En esta tabla se muestra las categorías, variables y dimensiones del proyecto de titulación.

Instrumentos para medirlos

Este estudio será realizado por medio de la obtención de datos, manejando una metodología mixta, dado que, se utilizará más de un método para obtener la información necesaria para el desarrollo del tema.

Para la utilización de información, se pretende utilizar encuestas a los turistas, siendo esta una herramienta cuantitativa, para tener conocimiento si estos han utilizado Airbnb. Los instrumentos serán aplicados en el Centro Histórico de la ciudad de Quito.

Como se identifica, la investigación tiene carácter mixto, dado que se utilizarán herramientas de carácter cualitativo y cuantitativo.

Modelos que relacionan con el tema

Sistema Turístico de Molina. El turismo funciona como un todo, los diferentes factores que lo componen son importantes para el desarrollo y el dinamismo del sector, se ha escogido este modelo, dado que, se pretende analizar la oferta y la demanda dentro del sector turístico y como se ha planteado, este funciona en conjunto, todo está relacionado. Escogiéndose para el estudio los parámetros de oferta y demanda.

Sergio Molina (1997) consideraba que el sistema turístico en América Latina estaba poco desarrollado, sin embargo, asegura que el turismo debe ser visto como un sistema que tiene subsistemas que trabajan en conjunto para lograr un objetivo, según el autor, el sistema turístico se divide en 6 partes o subsistemas como él lo llama, por otro lado, este es un sistema abierto, ya que tiene elementos de entrada y salida con el medio ambiente en el que se encuentra. Es importante mencionar que para que el sistema funcione los siguientes elementos deben aliarse y formar un equipo.

Las partes que Molina (1997) considera para el sistema Turístico son:

- ✓ Superestructura: estas son organizaciones del sector público y privado, además abarca las leyes, regulaciones, políticas, proyectos y programas en torno al sistema turístico y a que a este le afecta.
- ✓ Demanda: puede ser turista nacional y extranjero, es en este punto en el que se centra el estudio, dado que, la innovación disruptiva tiene como objetivo llegar a nuevos mercados que no fueron tomados en cuenta

anteriormente, de acuerdo a los perfiles del turista en los estudios realizados se ha llegado a la conclusión que la plataforma ofrece servicios a costo relativamente bajo en comparación con un establecimiento hotelero tradicional, o con generadores de experiencias, además no ocupa una agencia de viajes para realizar el viaje.

- ✓ Los atractivos: estos pueden ser naturales y culturales.
- ✓ Equipamiento e instalaciones: Este es otro ámbito en el que se centra el estudio y esta variable será tomada en cuenta para el mismo, ya que, la aplicación ofrece no solamente alojamiento, sino también es una forma de generar experiencias en los turistas nacionales y extranjeros que mediante el anfitrión pueden realizar actividades que satisfacen sus necesidades y los hacen sentir conectados con la comunidad, además dentro de este punto, dentro de la aplicación se ofrecen tours a diferentes sectores turísticos de la ciudad de Quito. Las variables fundamentales en el estudio serán la competencia del sector turístico y turismo colaborativo.
- ✓ Comunidad receptora: Dentro de este punto, se encuentran las personas que residen en las diferentes localidades en las que se desarrolla el turismo, que pueden estar ligados directa o indirectamente.

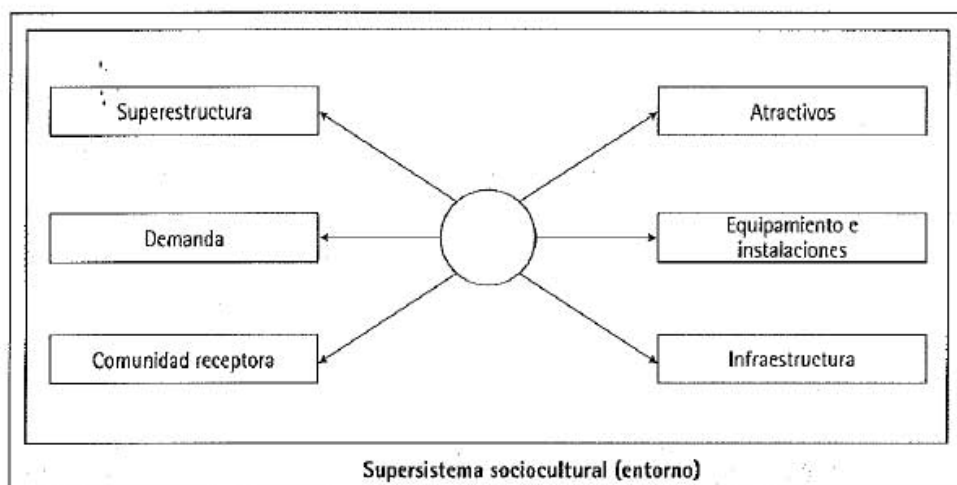
Sin embargo, vale la pena mencionar, que para este estudio se utilizarán dos variables, que son: la demanda y equipamiento e instalaciones

La aplicación como innovación disruptiva llegó al mercado y es una forma de alojamiento extra hotelero que varios turistas prefieren en la actualidad, por su contacto con las personas de la localidad Molina (1997), es por esta razón

que para el presente estudio se pretende utilizar dos variables existentes dentro del Sistema Turístico de Molina, estas son: la demanda y equipamiento e instalaciones, que son la base para comprender la manera en la que se maneja el mercado y definir estrategias que ayuden a que dentro de este los actores del sistema turístico sean más competitivos.

Figura 5

Sistema turístico de Molina



Nota. En la gráfica se muestra el Sistema Turístico de Molina. Tomado de *Sistema Turístico de Molina*, por Sergio Molina, 1991.

Capítulo II

Metodología

Para la realización de presente estudio se considera la aplicación de una metodología cualitativa - cuantitativa. La implementación de la investigación pretende tener un enfoque mixto, que, según Sampieri (2010) mediante este enfoque, se recolecta y se analizan datos cuantitativos y cualitativos y la interpretación es resultado de toda la información en conjunto, se ha escogido este enfoque, dado que se pretende realizar encuestas a los turistas para determinar cuántos conocen sobre la plataforma, además de cuántas personas están dentro del país por consecuencia de la misma, otro de los instrumentos que se pretende utilizar son encuestas a los prestadores de servicios turísticos. Por otro lado, la recolección de datos estadísticos por medio de la página AirDNA, que es una página en la cual se encuentran datos de la Airbnb, sitio de localización de las opciones turísticas, dirección de los lugares de hospedaje entre otros tipos de datos importantes para el interés turístico. Por consiguiente, es importante mencionar que el tipo de muestreo que se utiliza corresponde al método de muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple. (Otzen & Manterola, 2017)

Población de Estudio

Para el desarrollo de la investigación, como se ha explicado anteriormente, el estudio se va a realizar en la ciudad de Quito, específicamente en el Centro Histórico de la Ciudad, en la zona estratégica turística, ya que es el lugar que más motivación genera a los turistas nacionales y extranjeros, lo cual ayudará al desarrollo del estudio

Quito Turismo (2020) publica las cifras de llegadas de turistas extranjeros a la ciudad de Quito, siendo la población de estudio 108.263 turistas y el número de casas de 86.

La población a estudiar es finita puesto que se conoce la cantidad de individuos que la componen solo que su tamaño no permite estudiarlos a todos y se toma una muestra representativa. (Soto Abanto, 2018)

Esta zona fue escogida porque constituye una de las regiones del país con mayor afluencia de los extranjeros, debido a los valores patrimoniales y culturales interesantes y llenos de autenticidad histórica que la misma posee.

Herramientas de investigación

Las herramientas que se pretende utilizar dentro del desarrollo de la investigación son encuestas, estas serán dirigidas a turistas que se encuentren en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito, con el fin de conocer cuántos de ellos han utilizado la plataforma y las razones por las cuales la usan en su estancia dentro de la ciudad.

Para la determinación y obtención de la información se realizarán encuestas a los turistas, viajeros y a los prestadores de servicios turísticos que formen parte de la muestra.

La encuesta se aplicará en horas tempranas del día, en razón al horario en el que son llevadas a cabo las actividades turísticas dentro del centro histórico de la

ciudad. Es importante saber que esta herramienta será de vital relevancia para el desarrollo de la investigación. (Anexo 1)

Determinación de la muestra

El muestreo aplicado en esta investigación es probabilístico del tipo aleatorio simple.

Muestreo probabilístico

Es aquel que se basa en el principio de equiprobabilidad, se puede definir que el muestreo probabilístico es aquel en que todas las muestras de tamaño n presentan igual probabilidad de ser seleccionadas. Lo antes mencionado garantiza que la muestra sea representativa, por lo que este tipo de muestreo es el más recomendado. (Otzen & Manterola, 2017)

Muestreo aleatorio simple

Este procedimiento enumera a todos los elementos de la población, sin embargo, en lugar de extraer " n " números aleatorios solamente se extrae uno. Para realizarlo se toma como punto de partida un número aleatorio i . (Otzen & Manterola, 2017)

Al conocer a la población de estudio, se pretende utilizar la siguiente fórmula de Fisher y Yales para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N * K^2 * P * Q}{E^2 * (N - 1) + K^2 * P * Q}$$

En donde:

k: nivel de confianza, que para este caso se utilizará 1.96.

N: Población (108.263 turistas).

P: Probabilidad de que el evento ocurra (0.5)

Q: Probabilidad de que el evento no ocurra (0.5)

E: error muestral 0.05

$$n = \frac{108263 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (108263 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

Total: 383

Resultados

Luego de la tabulación y del procesamiento correspondiente de los datos se obtuvieron las siguientes tablas y gráficas

Tabla 3

Género de los turistas que utilizaron la plataforma Airbnb.

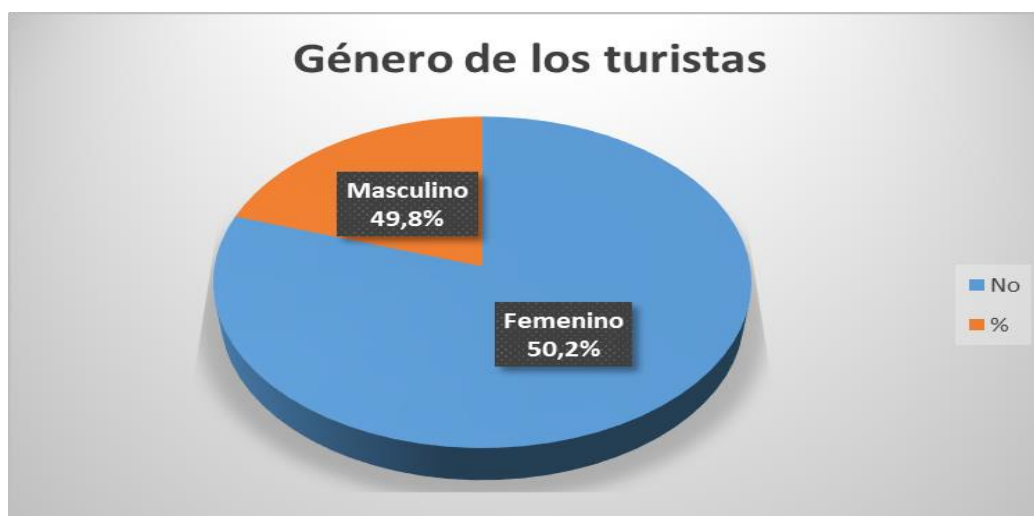
Género de los turistas	No	%
Masculino	200	49,8

Femenino	202	50,2
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra el género de los turistas.

Figura 6

Género de los turistas



La tabla y gráfico anteriores muestran que existe una proporción entre los turistas del sexo masculino y femenino que utilizaron la plataforma Airbnb para un 49,8% y un 50,2% respectivamente, lo cual, muestra que, las personas de género femenino son quienes utilizan la plataforma con mayor frecuencia.

Tabla 4

Grupos de edades de los viajeros que visitaron la ciudad de Quito (Centro Histórico).

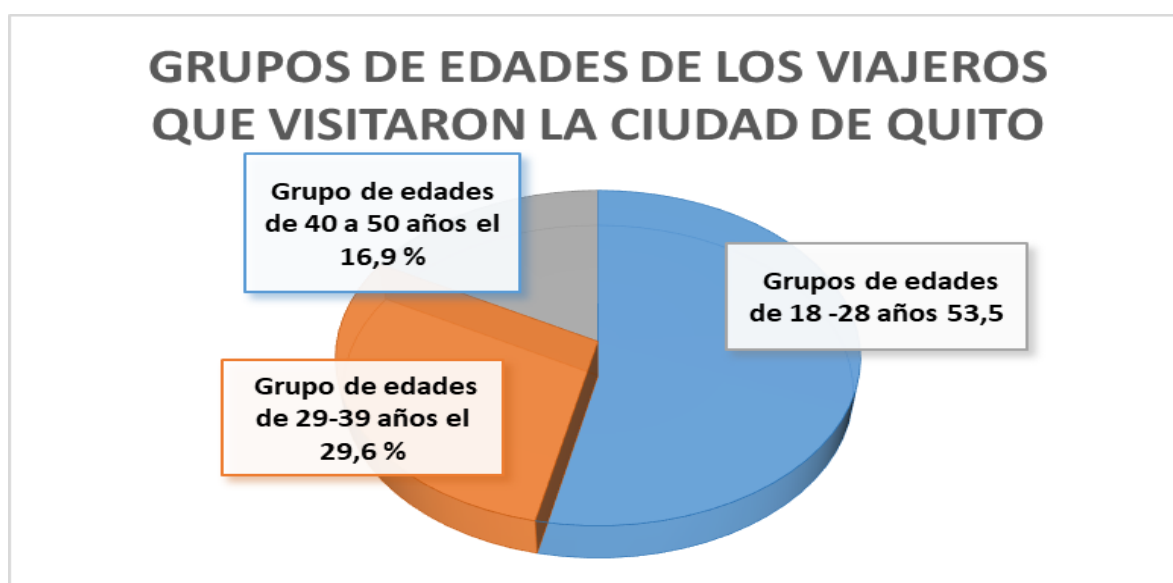
Grupos de edades	No	%
18-28 años	215	53,5
29-39 años	119	29,6

40-50 años	68	16,9
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra el grupo de edades de los viajeros.

Figura 7

Grupos de edades de los viajeros



El grupo de edades que mayormente predominó fue el de 18-28 años para un 53,5 % de las personas que visitaron la ciudad de Quito seguido de los de 29-39 años para un 29,6% lo que demuestra que son las personas más jóvenes las que deciden viajar a la capital ecuatoriana.

Tabla 8

Nacionalidades de los turistas que asistieron a la ciudad de Quito.

Nacionalidad de los turistas	No	%
Argentinos	4	0,9

Chilenos	6	1,4
Brasileños	1	0,2
Colombianos	18	4,3
Croata	1	0,2
Ecuatorianos	376	93
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra la nacionalidad de los viajeros.

Figura 8

Nacionalidad de los turistas



Las nacionalidades de los turistas variaron considerablemente siendo en su mayoría ecuatorianos para un 93% lo que significa que en su mayoría en los actuales momentos son los turistas nacionales los que con mayor frecuencia visitan la ciudad de Quito.

Tabla 5

Características de la situación laboral de los viajeros.

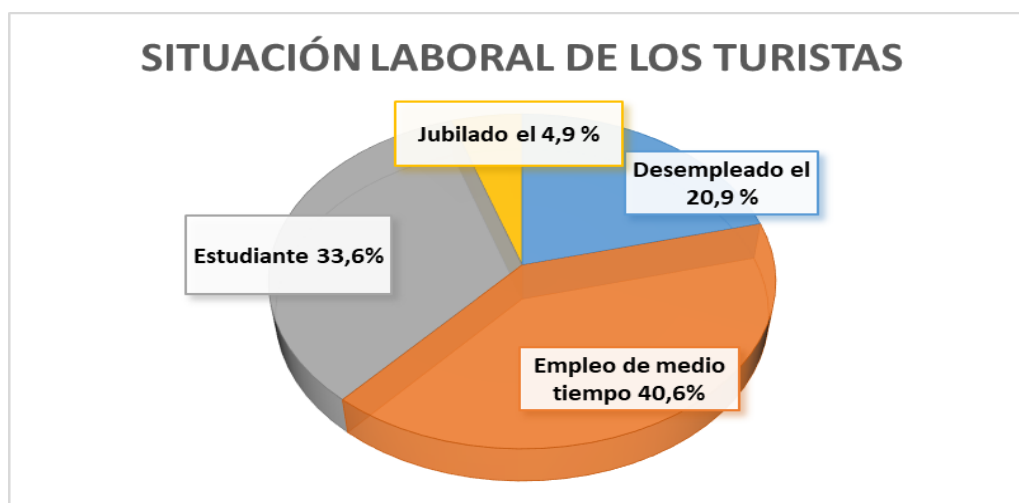
Situación laboral	No	%
-------------------	----	---

Desempleado	84	20,9
Empleo de medio tiempo	163	40,6
Estudiante	135	33,6
Jubilado	20	4,9
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra la ocupación de los viajeros.

Figura 9

Situación laboral de los turistas



La mayoría de los visitantes tienen un empleo a medio tiempo, para un 40,6% de ellos lo que significa que, en su generalidad, no disponen del suficiente ingreso para realizar actividades turísticas fuera del país lo que coincide con el hecho de que la mayoría de ellos fueran ecuatorianos.

Tabla 11

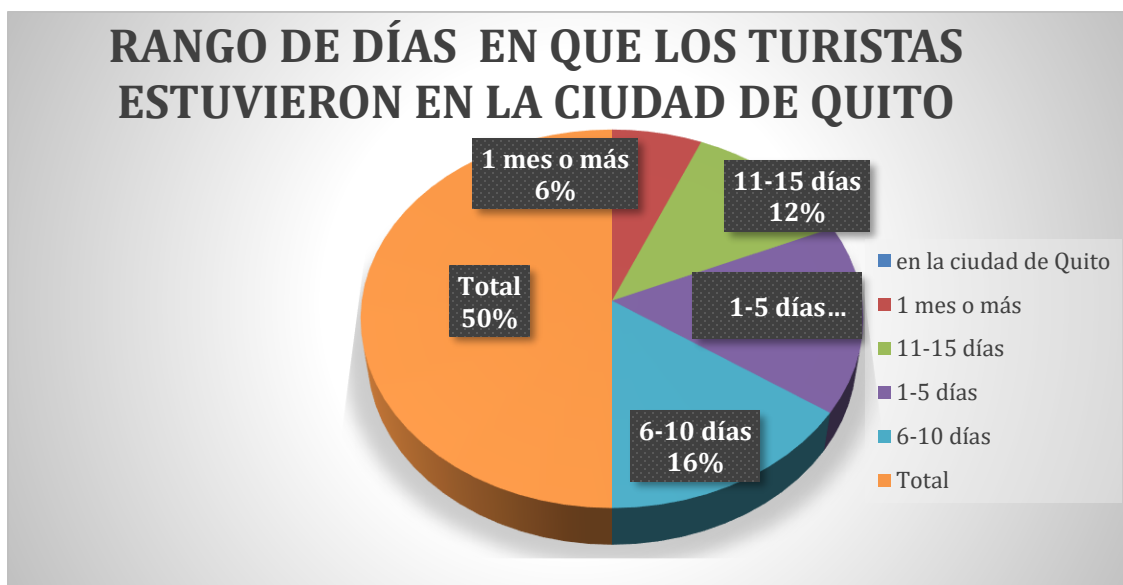
Tiempo de estancia de los turistas en la ciudad de Quito.

Rango de días que estuvo en la ciudad de Quito	No	%
1 mes o más	51	12,7
11-15 días	97	24,2
1-5 días	130	32,3
6-10 días	124	30,8
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra el rango de días de los turísticas en lo que permanecieron en la ciudad de Quito.

Figura 10

Rango de días



En un periodo de tiempo de 1 a 5 días fue la estancia mayor de los turistas para un 32,3%, lo anterior relacionado con las posibilidades de trabajo y económicas de cada uno de los visitantes que de acuerdo a otros datos arrojados en las encuestas tenían solamente trabajo a medio tiempo por lo que no contaban con los recursos para disponer de más días de recreación y descanso.

Tabla 6*Formas de arribar a la ciudad utilizando la plataforma AIRBNB*

Formas de arribar a la ciudad	No.	%
Utilizando la plataforma AIRBNB	366	91,1
No utilizando la plataforma	36	8,9
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra la forma de arribar de los viajeros.

Figura 11*Formas de los viajeros al arribar a la ciudad*

La mayoría de las personas encuestadas utilizaron la plataforma AIRBNB para lograr arribar a la ciudad de Quito lo anterior constituyó el 91,1%, y demuestra lo importante de esta por el uso que tiene entre las personas que desean viajar.

Tabla 7

Frecuencia de uso de la plataforma AIRBNB.

Frecuencia de uso de la plataforma AIRBN para elegir un destino turístico.	No	%
Una vez	134	33,4
Más de una vez	268	66,6
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra la frecuencia de uso de la plataforma Airbnb.

Figura 12

Frecuencia de uso de la plataforma Airbnb



La utilización frecuente y certera de la plataforma Airbnb lo muestran los datos plasmados en la tabla anterior donde el 66,6 % de los turistas la utilizó más de una vez puesto que su experiencia les mostró las ventajas de la misma.

Tabla 8

Acompañantes de los turistas.

Los viajeros estaban acompañados de las siguientes personas	No	%
Amigos	116	28,8
Familia	135	33,7
Grupo turístico	16	3,9
Otros	62	15,4
Solo	73	18,2
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra a los viajeros que estuvieron acompañados.

Figura 13

Los viajeros acompañados



En la mayoría de los casos los turistas estaban acompañados de su familia para un 33,7% con respecto a los que estuvieron al lado de amigos con un 28,8%, resultado relacionado con la necesidad de compartir nuevas experiencias en otras latitudes con personas que en la escala afectiva tienen gran significación para los visitantes.

Tabla 9

Caracterización de la ciudad según los visitantes que utilizaron la plataforma AIRBNB.

Aspectos de la ciudad de Quito	Valoración							
	Excelente		Buena		Regular		Mal	
	No	%	No	%	No	%	No	%
Limpieza de la ciudad	41	10,1	66	16,4	152	37,8	142	35,3
Ruido	19	4,7	114	28,3	162	40,3	106	26,4
Calidad del paisaje	209	51,9	156	38,8	36	8,9	0	0
Transporte público y turístico	106	26,3	131	32,6	158	39,3	6	1,5
Acceso a la ciudad a través de vías y aeropuertos	149	37,1	161	40	90	22,4	1	0,2
Seguridad	24	5,9	112	27,9	174	43,3	91	22,6
Calidad del aire	99	24,6	96	23,8	122	30,3	84	20,9

Nota. En esta tabla se muestra los aspectos que evalúan los viajeros.

Figura 14

Limpieza de la ciudad

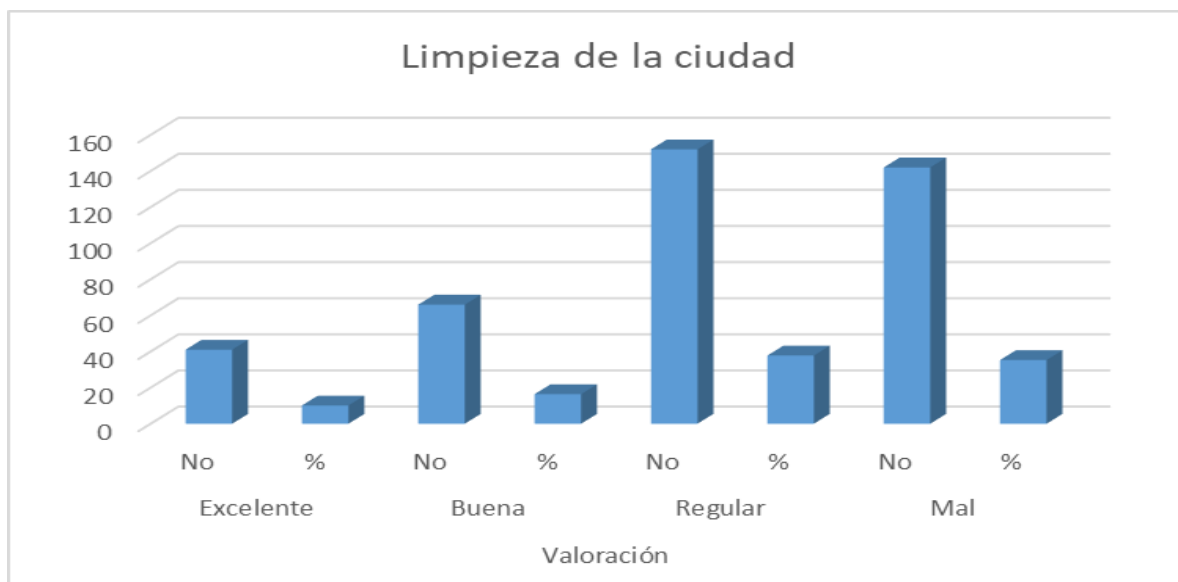


Figura 15

Calidad del paisaje

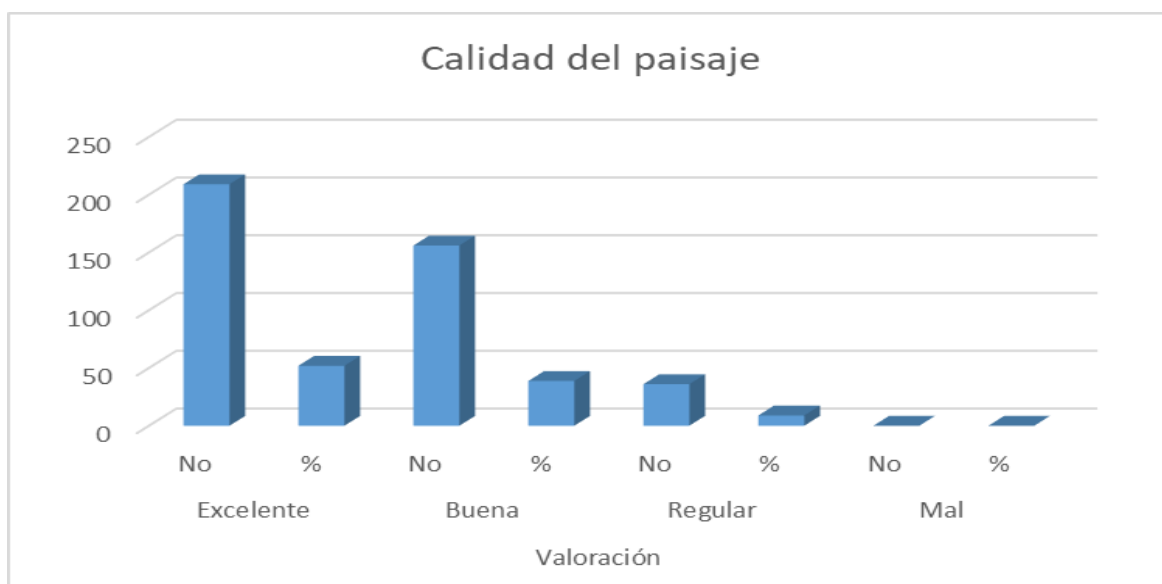


Figura 16

Ruido

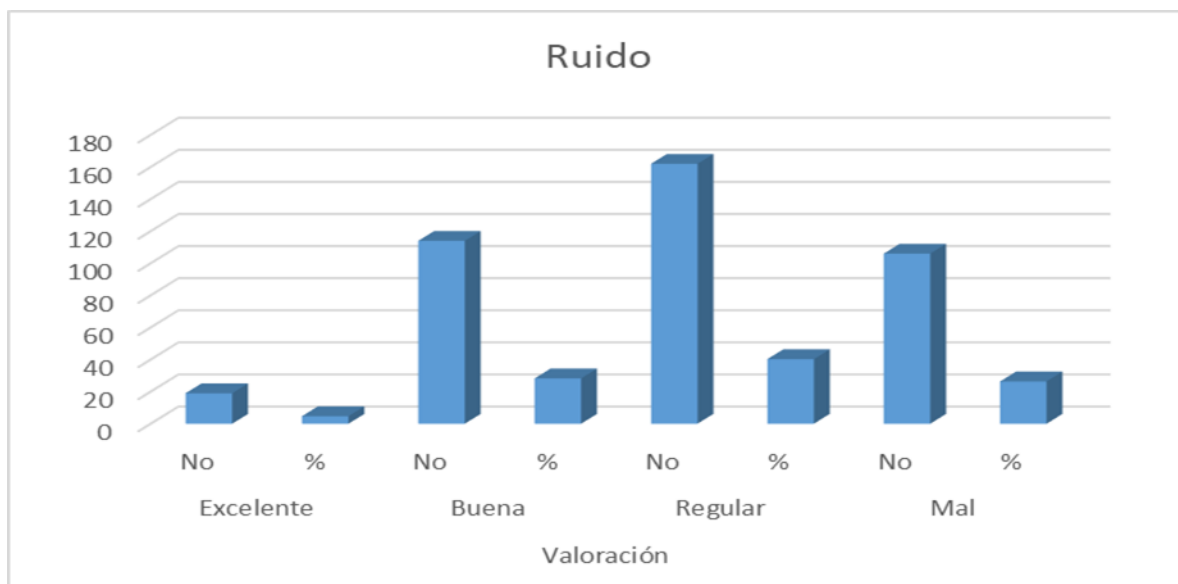


Figura 17

Transporte público y turístico

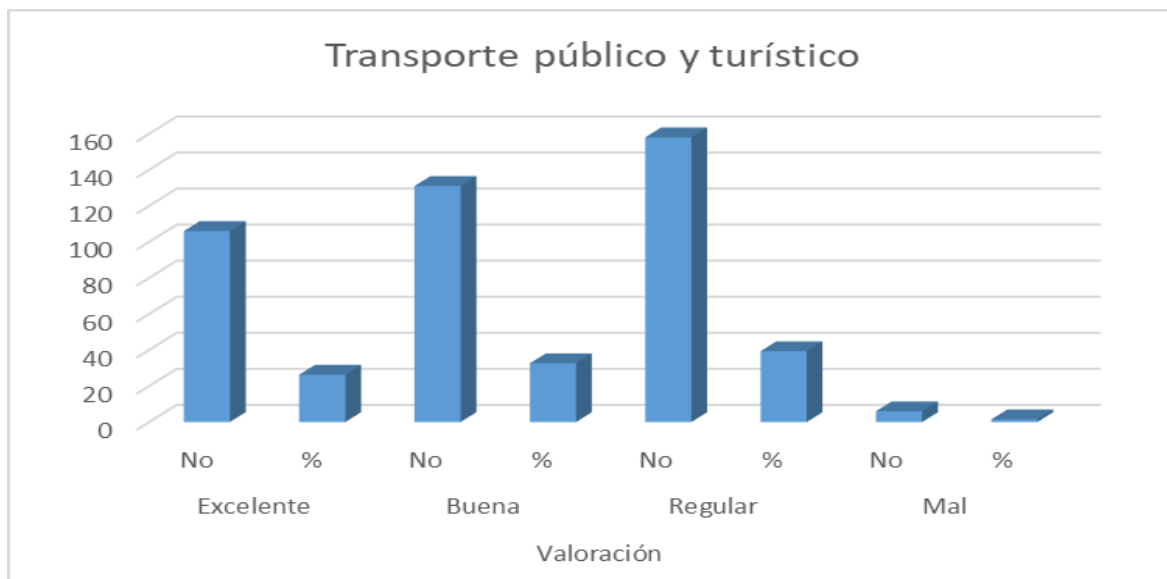
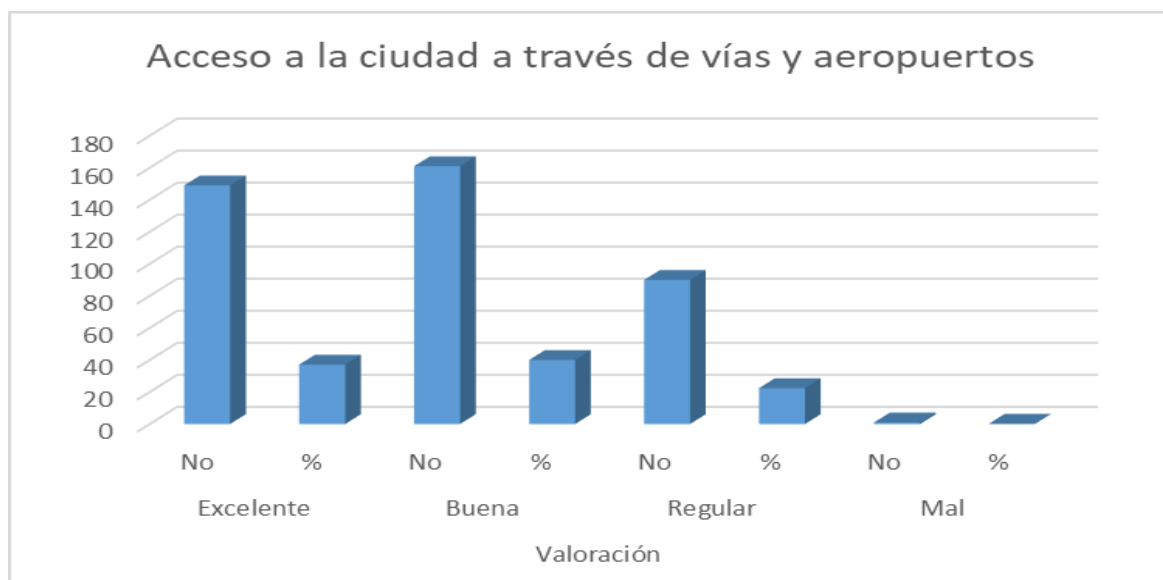


Figura 18

Acceso a la ciudad a través de vías y aeropuertos



Nota. Encuesta aplicada a los turistas.

Figura 19

Seguridad

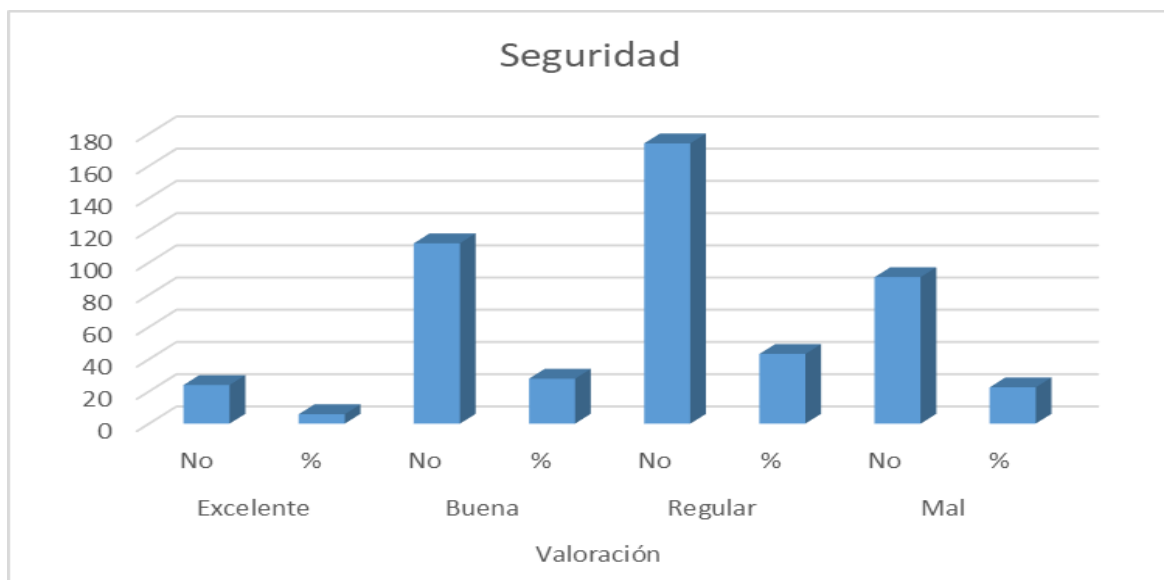


Figura 20

Calidad del aire



Los visitantes tuvieron la oportunidad utilizando la plataforma Airbnb de realizar una valoración de las características de la ciudad de Quito en cuanto a diferentes aspectos, así la limpieza de la ciudad la consideraron mala en un 35,3% y regular en un 37,8%, en cuanto al ruido en su inmensa mayoría fue considerado en las categorías de mal, regular y bueno para un 24,6%, 40,3% y 28,3% respectivamente., esto pone en evidencia los niveles de insalubridad que aun exhibe la capital y que deben de ser

solucionados de manera inmediata. La calidad del paisaje mostró valores altos siendo apreciado de excelente por un 51,9% de las personas, bueno por un 38,8% y regular por un 8,8%, aspecto que es indiscutible puesto que el país constituye una joya de bellezas naturales por la diversidad de relieve y de flora y fauna con sus tres zonas contrastando Sierra, Amazonia y Costa que hacen de la tierra ecuatoriana una expositora sin igual de variedades naturales, el transporte público fue de calidad mala en un 1,5%, regular en un 39,3% y bueno en un 32,6%, excelente solamente en un 26,3%, este aspecto no constituye un problema en la ciudad puesto que ella cuenta con un servicio excelente de taxis y de trenes integrados correctamente acondicionados en cuanto a estructura y funcionamiento. El acceso a la ciudad los viajeros lo evaluaron de excelente y bueno con un 37,1 y 40% en cada caso esta vez congruente con las vías de comunicación a la metrópoli que son excelentes carreteras. En relación a la seguridad de Quito se apreció un 27,9% en categoría de buena, un 43,3% de regular y un 22,6% de mal. La calidad del aire también mostró su evaluación siendo de 24,6 de excelente, el 23,8% de buena, el 30,3% de regular y el 20,9% de mal, este aspecto es de mejorar puesto que todavía contrastan zonas marginales con residenciales, además producto de la gran afluencia de personas de diferentes nacionalidades que en ocasiones alteran el funcionamiento de Quito.

Tabla 10

Disposición a visitar la ciudad utilizando la plataforma AIRBNB.

Disposición a visitar la ciudad de Quito usando la plataforma AIRBNB	No	%
No	53	13,1
Si	349	86,8
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra la disposición de los viajeros para visitar la ciudad de Quito utilizando Airbnb.

Figura 21

Disposición a visitar la ciudad de Quito



El 86,8 5% de los turistas muestra su disposición a utilizar la plataforma Airbnb para volver a realizar sus visitas a la ciudad de Quito, lo que expone la utilidad de la plataforma en la función gestora del turismo en la ciudad capital y en otras ciudades del país.

Tabla 11

Disposición a recomendar el uso de la plataforma AIRBN para visitar la ciudad de Quito.

Recomendaría el uso de la plataforma AIRBNB	No	%
No	5	1,2
Si	397	98,7
Total	402	100

Nota. En esta tabla se muestra la recomendación de los viajeros ante la plataforma.

Figura 22

Turistas que recomendaron el uso de la plataforma



El 98,7 % de los turistas recomendaría realizar el uso de la plataforma Airbnb para acceder a la posibilidad de rentar un espacio para visitar a la ciudad de Quito porque ésta le posibilita lograr una mayor gestión del sitio de donde desean visitar, sus características, paisajes más importantes, centro de comercio, restaurantes y otros atractivos turísticos.

Discusión

La utilización de la plataforma Airbnb ha ocasionado un importante impacto en el sector turístico del Ecuador, a pesar de que su utilización está muy por debajo de las expectativas, se promueve su uso para lograr que las ofertas de este parte tan importante en la economía del país puedan tener una mayor promoción y por consiguiente brindar a los turistas información relacionada con los destinos turísticos de relevancia y contribuir a un aumento de los visitantes al país.

En relación con el género de los turistas que visitan la ciudad de Quito se determinó que existió una proporción del 50% entre hombres y mujeres, siendo las personas más jóvenes entre 18 y 39 años las que con mayor frecuencia visitaron la localidad. Investigadores como Tussyadiah, I., & Pesonen, J y colaboradores, en sus estudios encontraron igual tendencia en su población de visitantes, de la misma manera ocurrió con el trabajo realizado por Romero, A, en esta investigación los más jóvenes estaban en las edades comprendidas entre 18 y 25 años con un predominio del sexo masculino. (Tussyadiah, 2015)

La nacionalidad de las personas que visitaron la ciudad de Quito, fueron variadas existiendo un predominio de los ecuatorianos y los colombianos, con relación a las otras ciudadanías, autores como Salvador M, describen como las personas que visitan el Ecuador lo hacen desarrollando un turismo sostenible siendo las nacionalidades que más visitan el país los venezolanos y los colombianos Por otra parte los visitantes estaban vinculados laboralmente en media jornada de trabajo. (Salvador, 2016)

La estancia en la capital ecuatoriana oscilo en un rango de 1 a 5 días y de 6 a 10 días aproximadamente, lo anterior relacionado directamente con la situación laboral de

los visitantes que no podían tomarse más días en su trabajo para disfrutar de vacaciones. Angulo mostró que entre los visitantes ecuatorianos predominantes en la muestra los guayaquileños, permanecieron en Quito un promedio de 7 días, durante los cuales visitaron con mayor frecuencia sitios históricos y patrimoniales. (Angulo Bennett, 2017)

Los visitantes estuvieron acompañados de sus familiares, amigos, o en su defecto arribaron a la ciudad solos, en otras ocasiones acompañados de grupos turísticos, el mayor porcentaje de ellos lo hizo con su familia y amigos para un 33,7 % y 28,8 % en cada caso, sin embargo, solamente el 3,9 % visitó la ciudad de Quito formando parte de grupos turísticos. El investigador Martínez (2018) en su estudio realizado para lograr una mayor comercialización de los paquetes turísticos en la tierra ecuatoriana, encontró que la mayoría de los pasantes vienen al país acompañados de su familia y amigos, singularizó el hecho de que la condición laboral es un elemento a tener en cuenta en relación al número de días que permanecen los turistas en una ciudad determinada, y que en su inmensa mayoría los clientes utilizan la plataforma Airbnb para acceder a la información preliminar relacionada con el sitio que visitarán y el lugar donde se hospedarán.

El uso de la plataforma Airbnb constituyó un elemento de gran importancia para que los clientes tuvieran la oportunidad de realizar una valoración de la ciudad de Quito en aspectos como limpieza de la ciudad, el ruido, la calidad del paisaje, el transporte público y turístico, el acceso a la ciudad a través de vías y aeropuertos, la seguridad y la calidad del aire, de ellos fueron evaluados en su mayoría en las categorías de excelente y bien la calidad del transporte público, la calidad del paisaje y el acceso a la ciudad con

porcentajes de 26,3%,51,9 % y 37,1% en cada uno de los casos. Por lo que la utilización de este tipo de plataforma deja expuesto su utilidad y aplicabilidad en función de lograr tener indicadores precisos de cuales elementos en cuanto a recursos naturales e infraestructura deben ser modificados o potenciados para lograr una mayor y mejor afluencia de personas al país y con esto se permitiría que el sector turístico diera pasos importantes en la mejoría de la economía del país. Según el MINTUR (2018) en Ecuador se han realizado investigaciones relacionadas con las características específicas de cada una de las zonas de turismo con el objetivo de mejorar sus capacidades, tanto de alojamiento, como naturales para poder brindar un turismo de calidad y ecológico.

La mayoría de los viajeros se dispusieron a visitar la ciudad utilizando la plataforma Airbnb para un 86,8 %, lo que permite lograr un contacto más estrecho con los dueños de los negocios de alquiler, con los diferentes centros turísticos y de mayor interés en este caso de la ciudad de Quito, por lo que a través de esta comunicación, el cliente puede seleccionar con particularidad el sitio a visitar utilizando las tecnologías de la información en este caso la plataforma Airbnb permitiendo la promoción de los sitios turísticos. (Airbnb, 2017)

El 98,7 % de los clientes recomendaría, el uso de la plataforma AIRBNB para acceder a los destinos turísticos de la ciudad de Quito, elemento muy importante que posibilita que se realice adecuadamente por parte de los visitantes, la reserva previa de los lugares más importantes y atractivos de esta ciudad, así como de las características de cualquier comercio que resulte significativo para el conocimiento de esta importante urbe. Investigaciones realizadas por la ACCO muestran como el uso de los medios

digitales como la plataforma Airbnb posibilitan una mejor interacción de los clientes con los destinos turísticos que futuramente visitaran. (ACCO, 2019)

Capítulo III

Propuesta

PROCESO DE CERTIFICACIÓN DE SEGURIDAD A VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO

Objetivo: Desarrollar un proceso que posibilite la certificación para viviendas de uso turístico con la finalidad de brindar seguridad a los viajeros que hacen uso de aplicaciones como Airbnb.

Representación esquemática de los procesos para la acreditación de establecimientos que serán promocionados por la plataforma Airbnb.

Figura 23

Representación esquemática



Nota. El gráfico muestra el proceso de acreditación de viviendas para uso turístico.

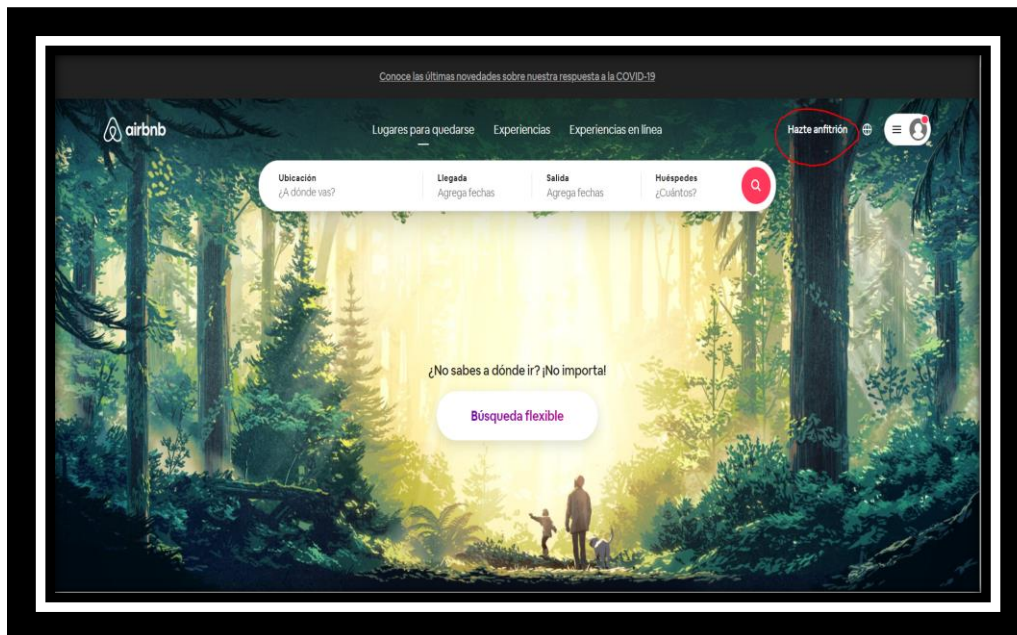
Procesos para la acreditación de establecimientos en la plataforma Airbnb:

1. El interesado, debe crear una cuenta en la aplicación Airbnb, con la finalidad de convertirse en anfitrión.

- Ingresa en el buscador Google a Airbnb o a través de su teléfono celular en AppStore si es usuario de Apple o Google Play si es usuario de Android.
- Se debe crear una cuenta a través de la plataforma, en la opción “Hazte anfitrión”.

Figura 24

Crear una cuenta de aplicación Airbnb



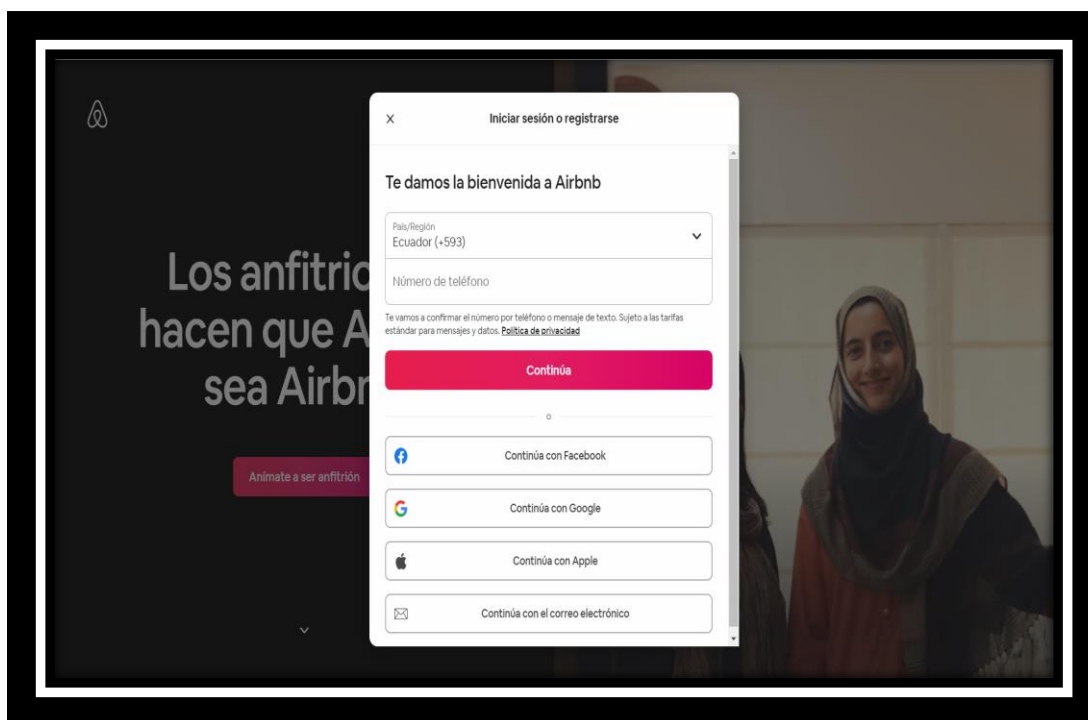
Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb.

Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

- Una vez que se ha ingresado en la opción detallada anteriormente, empieza el proceso de registro, al dar click en “Anímate a ser anfitrión”.

Figura 25

Proceso de registro

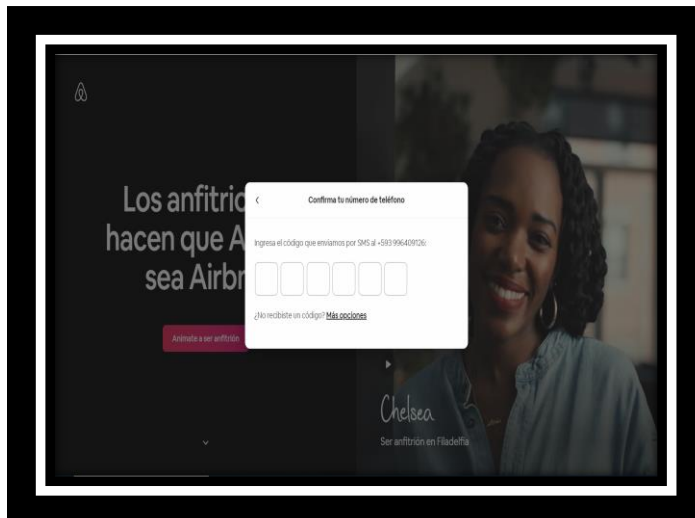


Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb. Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

- En esta etapa el anfitrión debe seleccionar la manera en la que desea registrarse, teniendo como opciones: número de teléfono (dependiendo la región en la que se encuentra), cuenta de Facebook, Google, Apple o correo electrónico.
- Si el registro es mediante número telefónico, inmediatamente llegará un código al mismo, el cual debe ser colocado para proceder en la inscripción.

Figura 26

Selección de la manera de registrarse



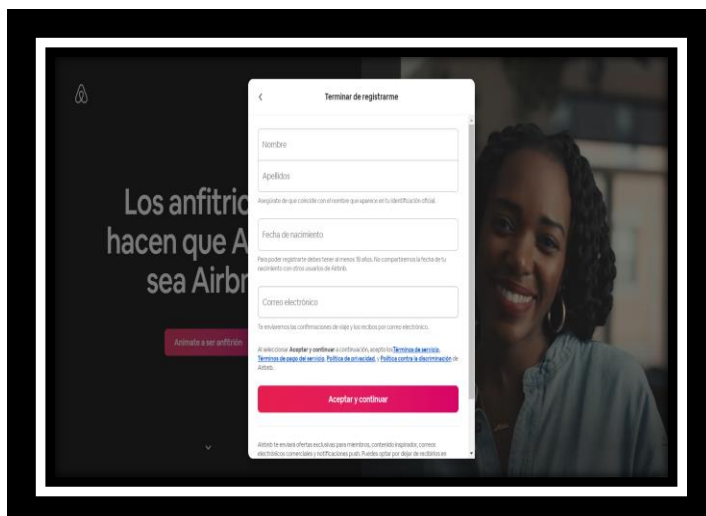
Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb.

Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

- A continuación, se debe colocar datos personales del anfitrión:

Figura 27

Datos personales del anfitrión

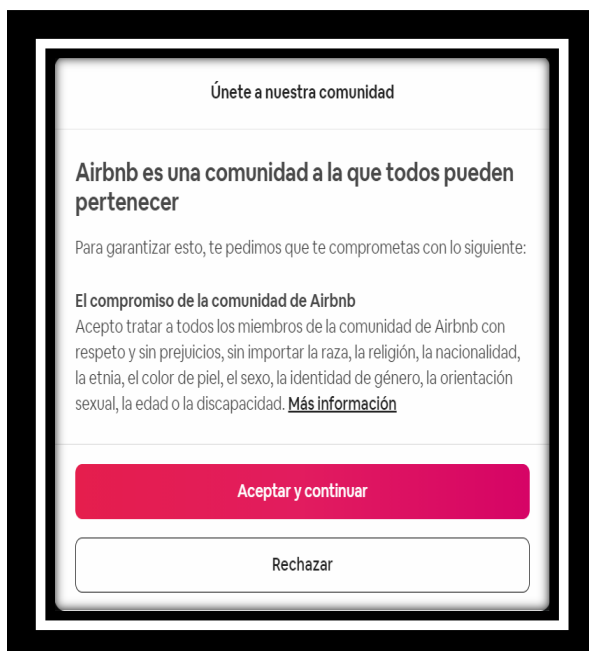


Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb. Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

- Una vez realizado el registro es importante que los anfitriones estén de acuerdo con las normas que la aplicación propone.

Figura 28

Normas de aplicación



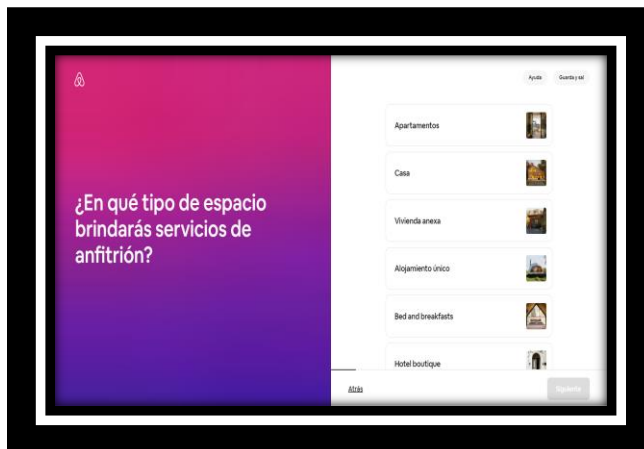
Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb.
Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

2. Para convertirse en “host” debe seguir los siguientes pasos:

- Se debe seleccionar el tipo de vivienda que se utilizará para brindar el servicio de alojamiento.

Figura 29

Tipo de vivienda para alojamiento

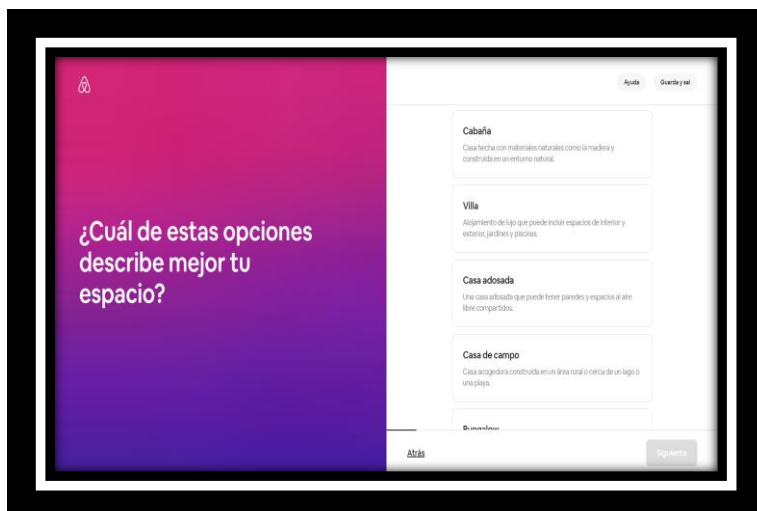


Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb.
Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

- A continuación, se describe el tipo de vivienda (10 tipologías dentro de la aplicación: Cabaña, Villa, Casa adosada, Casa de Campo, Bungalow, Casa Cueva, Casa Flotante, Choza, Casa Domo y Estadía en Granja).

Figura 30

10 tipologías de vivienda dentro de la aplicación

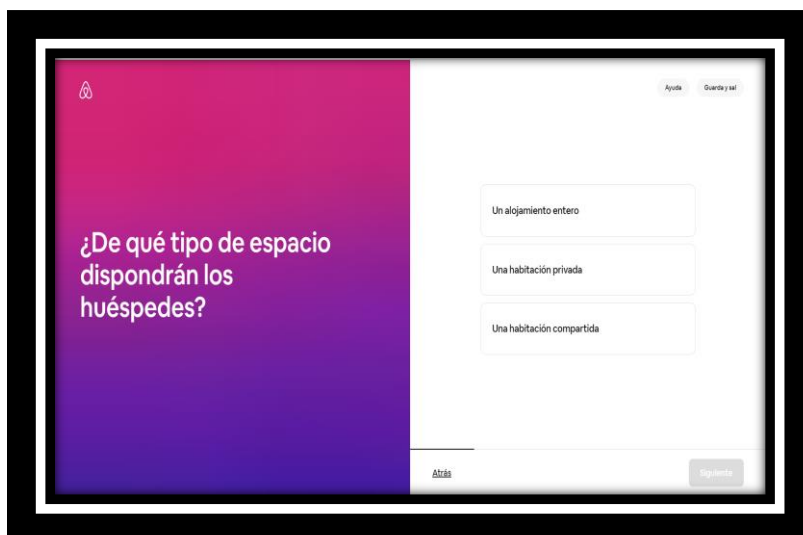


Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb.
Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

- En tercer lugar, se debe conocer el tipo de espacio que tendrán los visitantes:

Figura 31

Tipo de espacio

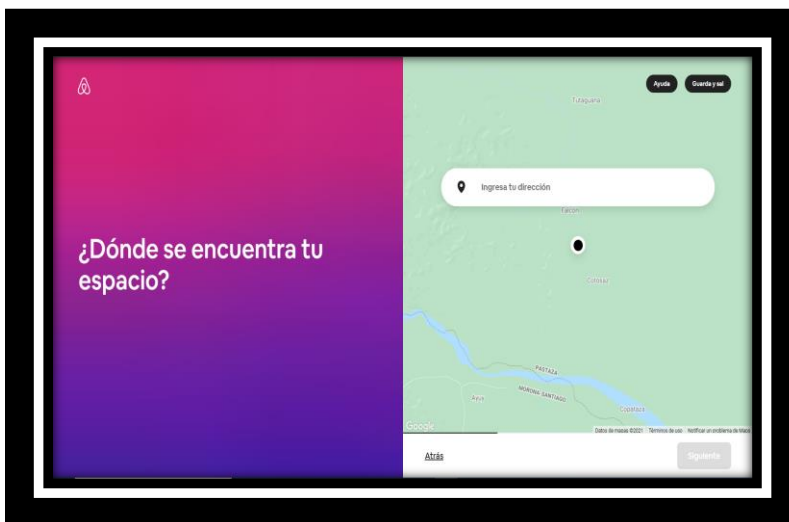


Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb.
Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

- Es importante colocar la dirección.

Figura 32

Dirección colocando el espacio



Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb.

Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

Figura 33

Dirección en el lugar correcto



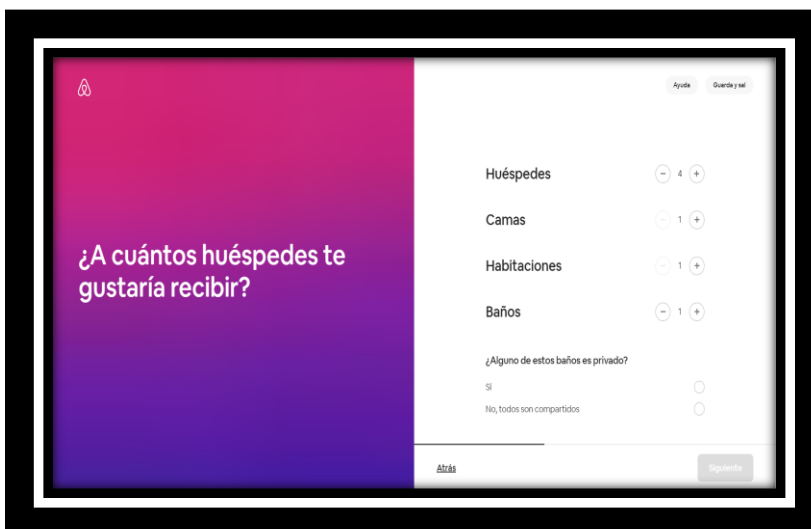
Nota. La gráfica muestra la Plataforma Airbnb ubicación de la vivienda de alquiler.

Tomado de *Airbnb*, 2021

- En quinto lugar, se debe colocar la capacidad con la que cuenta la vivienda de alquiler.

Figura 34

Capacidad con que cuenta la vivienda



Nota. La gráfica muestra el proceso de creación de cuentas en la plataforma Airbnb.

Tomado de *Plataforma Airbnb*, 2021.

- Se selecciona las comodidades destacadas con las que cuenta la vivienda, los servicios y elementos de seguridad:

Figura 35

Comodidades con las que cuenta la vivienda-espacios



Nota: Plataforma Airbnb descripción de la vivienda de alquiler

Figura 36

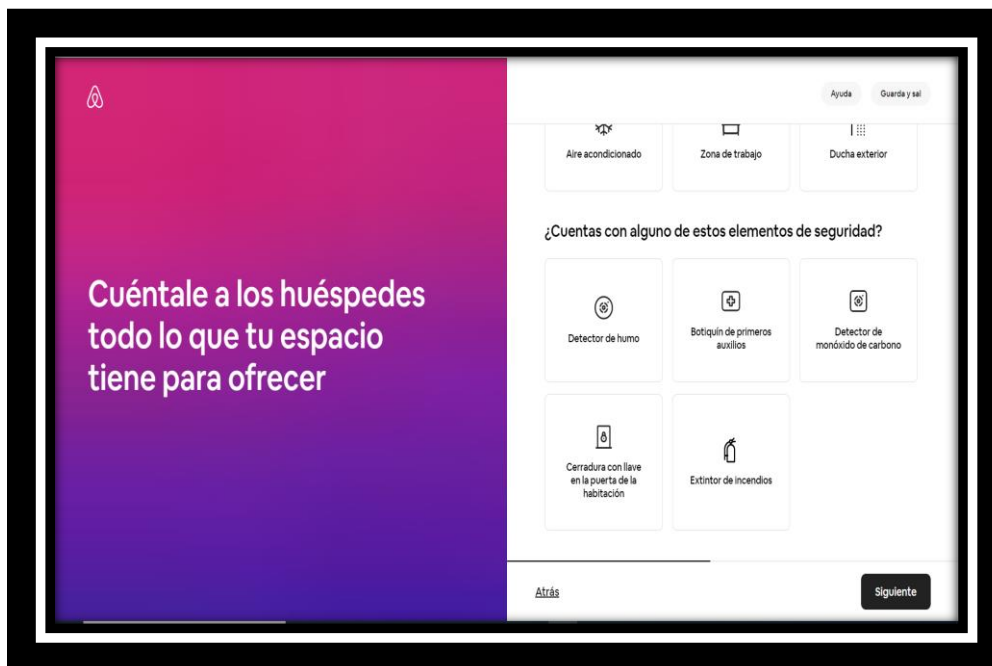
Espacios



Nota. Plataforma Airbnb descripción de la vivienda de alquiler. Tomado de *Airbnb*, 2021

Figura 37

Espacios seguros

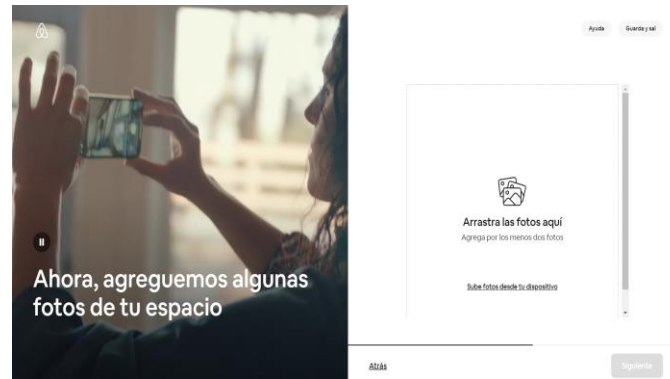


Nota: Plataforma Airbnb descripción de la vivienda de alquiler

- Una vez que se ha seleccionado la información sobre la vivienda, se debe colocar las fotos de esta.

Figura 38

Fotografía de la vivienda



Nota. La gráfica presenta la descripción a seguir en la Plataforma Airbnb. Tomado de *Airbnb, 2021*.

- Se debe colocar un nombre a la vivienda.

Figura 39

Nombre de la vivienda

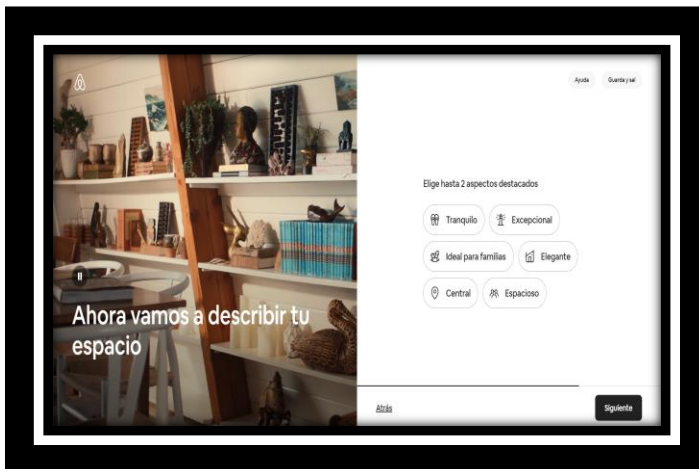


Nota. La gráfica presenta la descripción a seguir en la Plataforma Airbnb. Tomado de *Airbnb*, 2021.

- Se describe el espacio:

Figura 40

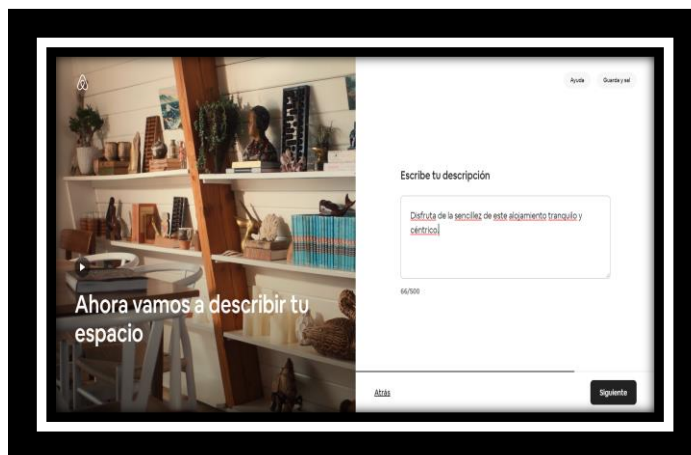
Descripción del Espacio



Nota. La gráfica presenta la descripción a seguir en la Plataforma Airbnb. Tomado de *Airbnb*, 2021.

Figura 41

Descripción del espacio



Nota. La gráfica presenta la descripción a seguir en la Plataforma Airbnb. Tomado de *Airbnb*, 2021.

- Una vez completados estos pasos, se procede a definir el precio (\$10,00-10.000)

Figura 42

Definición de precio



Nota. La gráfica presenta la descripción a seguir en la Plataforma Airbnb. Tomado de *Airbnb*, 2021.

- Para finalizar con el proceso, se tiene que seleccionar ciertas preguntas sobre seguridad:

Figura 43

Preguntas sobre seguridad



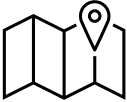


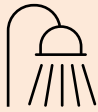
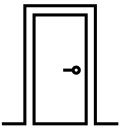

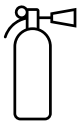



Nota. La gráfica presenta la descripción a seguir en la Plataforma Airbnb. Tomado de *Airbnb*, 2021.

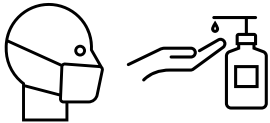
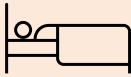
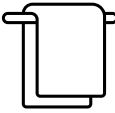

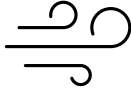

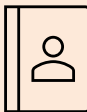

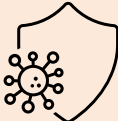
3. **Ministerio de Turismo a través la página AirDNA, obtiene datos sobre el número de viviendas de alquiler que existen las diferentes ciudades y hace llegar un correo a los usuarios, para que sean parte de la certificación, teniendo así mayor reconocimiento dentro de la aplicación.**
4. **Si el anfitrión acepta y está dispuesto a realizar el proceso de certificación debe cumplir con los siguientes parámetros:**

Tabla 12

Check list para vivienda de alquiler

CHECK LIST PARA VIVIENDAS DE ALQUILER				
REQUISITOS				
No.	Descripción Vivienda	Sí	No	

1.	Vivienda ubicada dentro de territorio ecuatoriano (a excepción de las Islas Galápagos).			
2.	Vivienda coincide con las fotos proporcionadas en la aplicación (*).			
3.	Cuenta con servicios básicos (*).			
4.	Agua Caliente			
5.	Puerta principal cuenta con cerradura funcional (*).			
6.	Puerta de habitaciones cuenta con cerradura funcional (*).			
7.	Extintor (*).			
8.	Botiquín de primeros auxilios (*).			
9.	Vivienda cuenta con internet.			
10.	Mínimo un baño privado (*).			

11.	Implementos de bioseguridad (alcohol, desinfectante, mascarillas) (*).			
12.	Lencería de cama para cada dormitorio.			
13.	Toallas para cada baño (mínimo 3).			
14.	Cuenta con Vajilla.			
15.	Aire acondicionado.			
No.	Documentos	Sí	No	
1.	Certificado de antecedentes penales positivo del anfitrión (*).			
2.	Copia de cédula del anfitrión (*).			
3.	Registro de la propiedad a nombre del anfitrión (*).			
4.	Prueba negativa COVID (en caso de que el anfitrión haga uso de la vivienda de manera constante) (*).			

Nota. En esta tabla se muestra el “check list” que se debe cumplir por los “host”. Los puntos que contienen un (*) tienen doble peso dentro de la calificación.

Cada Sí, es equivalente a un punto. Siendo 24 la calificación mínima para obtener el certificado.

- 5. Si el anfitrión tiene los puntos necesarios, obtiene la certificación y en un plazo de 30 días se le colocará un sello distintivo en parte frontal de la vivienda.**

A continuación, se muestra el Logo que ha sido diseñado para propósitos de la certificación para viviendas de uso turístico, el cual será aplicado en las viviendas.

LOGO DE CERTIFICACIÓN AIRBNB

Figura 44

Logo De Certificación Airbnb



Nota. En el gráfico se muestra el logo de la Certificación de Airbnb.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

1. Los estudios relacionados en la investigación permitieron considerar la existencia de múltiples teorías que explican el uso de plataformas turísticas para promover en diferentes partes del mundo el sector de interés, teniendo como modelos a Cuba y España donde su implementación ha resultado exitosa y accesible para el viajero.
2. La existencia de diferentes regulaciones que normalizan en Ecuador las acciones específicas a ser desarrolladas por el Ministerio del Turismo, son todavía insuficientes por lo que resulta imprescindible incorporar nuevas y eficaces leyes que posibilitan un funcionamiento de excelencia en esta fracción de la economía.
3. Los resultados luego de la investigación de campo y aplicación de encuestas a viajeros mostraron evidencias claras del perfil de los turistas, que se caracterizan por estar generalmente constituidos por personas jóvenes que utilizan la plataforma para acceder a la posibilidad de viajar a Quito, siendo acompañados en su mayoría por familiares y amigos, de nacionalidad fundamentalmente ecuatoriana, teniendo una estancia en la ciudad que resulta ser corta de 1 a 6 días debido a las características de vínculos laborales.
4. El uso de la plataforma, así como las herramientas con las que cuentan para acceder a los servicios turísticos, permitió a los turistas que asistieron a la ciudad contar con una Airbnb caracterizada por poseer una valoración de la ciudad de Quito, en aspectos como limpieza de la ciudad, el ruido, la calidad del paisaje, el transporte público y turístico, así como el acceso a la ciudad a través de vías y aeropuertos, la seguridad y la calidad del aire.

5. El diseño de una estrategia de clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico permitió a los dueños de los establecimientos, así como a los turistas, contar con los elementos necesarios para lograr desarrollar un turismo de ciudad próspero y sustentable.

Recomendaciones.

1. Desarrollar estudios relacionadas directamente con plataformas turísticas para ser utilizadas para la facilitación del acceso a todos los sitios turísticos del Ecuador y el mundo, con el objeto de determinar cuál de ellas resulta más ventajosa para posteriormente utilizarla, en función de lograr mejores dividendos en este gran segmento importante del país.

2. Proponer la implementación de nuevas regulaciones para lograr un mejor funcionamiento y control del sector turístico en el Ecuador.

3. Aplicar formularios para a los paseantes, para acopiar opiniones valederas relacionadas al uso de plataformas turísticas, todo esto con la finalidad de extender su uso a toda la geografía ecuatoriana.

4. Diseñar nuevas estrategias para fomentar el uso adecuado y eficiente de la plataforma Airbnb como herramienta indispensable a la hora de acceder a los servicios turísticos de ciudad.

Bibliografía

- ACCO. (2019). *Informe de Regulación sobre el Anteproyecto de ley de impulso de la actividad económica en un entorno digital*. Recuperado el 22 de Julio de 2019, de http://acco.gencat.cat/web/.content/80_acco/documents/arxius/actuacions/20190730_ir_43_2019
- Airbnb. (2017). *Helping travel grow greener*. Obtenido de <https://www.airbnbcitizen.com/wp-content/uploads/2017/03/Airbnbandsustainabletravel2017.pdf>
- Airbnb. (2019). Airbnb suma unos 500 millones de arribos de huéspedes desde su inicio.
- Albo Márquez, A., & Torán Flores, M. A. (2011). *Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial*. México: BBVA Researchf. Obtenido de https://www.bbvaresearch.com/ketd/fbin/mult/110913_obserbancamexico_117_tcm346-268635.pdf
- Alexandros, P. (2016). Porter vs Krugman: History, Analysis and Critique of Regional Competitiveness. *Economics and Political Economy*, 3, 1-16.
- Algar, R. (2007). Collaborative consumption. *Leisure Report*, 4, 72-83. Obtenido de <http://bit.ly/2xBepLu>
- Angulo Bennett, N. (2017). Análisis del comportamiento del consumidor guayaquileño respecto a la oferta de turismo cultural dentro del Ecuador. Caso: Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, Filial Litoral. *[Trabajo de Titulación Examen Complexivo para a la obtención del grado de Magister en Gerencia de Marketing]*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Guayas,

Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9559/1/T-UCSG-POS-MGM-74.pdf>

- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business.
- Bower, J., & Christensen, C. (enero-febrero de 1995). Disruptive Technologies: Catching the Wave. *Harvard Business Review*, 44.
- Bulchand-Gidumal, J., & Melián-González, S. (2016). *Una guía para entender la economía colaborativa. De clientes-consumidores a individuos-proveedores*. España: Creative Commons.
- Cann, O. (2016). *¿Qué es la competitividad?*. Obtenido de <https://www.weforum.org/es/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>
- Cañigeral, A. (2012). *Consumo colaborativo*. Barcelona: Conecta.
- Chu, R. K., & Choi, T. (2000). An importanceperformance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of. *Tourism Management*, 21(4), 363–377.
- Constitución de la República del Ecuador*. (20 de octubre de 2008). Quito: Registro Oficial No. 449.
- Consumo Colaborativo. (2016). *Introducción al consumo colaborativo*. Obtenido de <http://www.consumocolaborativo.com/concepto/introduccion>.
- De Almeida, S., García, F., Goncalves, A., & Aparecido, M. (2015). Business Model as an Inducer Of Disruptive innovations: The case of Gol Airlines. *International Journal of Innovation* 10.5585/iji.v3i2.24.

- Díaz Foncea, M., Marcuello, C., & Monreal, M. (2016). Economía social y economía colaborativa: Encaje y potencialidades. *Economía Industrial*, 402, 27-35.
- Díaz, R., Gutiérrez, D., & García, F. (2014). *Airbnb como nuevo modelo disruptivo en la empresa turística: un análisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/270394571_Airbnb_como_nuevo_modelo_de_negocio_disruptivo_en_la_empresa_turistica_un_analisis_de_su_potencial_competitivo_a_partir_de_las_opiniones_de_los_usuarios
- Exceltur. (2020). <https://www.exceltur.org>. Obtenido de <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/05/EXCELTUR-Plan-Renacer-Turismo-20200528.pdf>
- Eyal, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in airbnb. *Tourism Management* 55, 62–73. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013>
- Fang, B., Ye, Q., & Law, R. (2015). Effect of sharing economy on tourism industry employment. *Annals of Tourism Research*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.106/j.annals.2015.11.018>
- Fierro, A., & Salmón, C. (2017). *El impacto del turismo en el Casco Viejo de Bilbao mediante los modelos economía colaborativa: Una aproximación a través de una distribución binomial negativa*. Buenos Aires: Lurralde.
- Glen, M., & Cheryl, D. (2008). When is a disruptive innovation disruptive? . *Product Innovation Management*, (25), 347-369.

- Gobernación del César. (2020). *Plan de desarrollo Departamental 2020-2023 “lo hacemos mejor”*. Recuperado el 10 de abril de 2021, de <http://cesar.gov.co/d/index.php/es/>
- Guttentag, D. (2013). *Airbnb: Disruptive innovation and the rise of informal tourism accommodation sector*. Obtenido de Current issues in tourism: doi:DOI 10.1080/13683500.2013.827159
- Kordalska, A. (2016). Global competitiveness and economic growth: a one-way or two-way relationship? Equilibrium”. *Economics and Economic Policy*, 11(1).
- Martínez, J. G. (2018). *Diseño de un plan de comercialización de los productos turísticos de la remacopse*. Obtenido de [http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27582/1/TESIS%20TERMINADA%20J AVIER%20GUSTAVO%20MARTINEZ%20MARTINEZ%201.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27582/1/TESIS%20TERMINADA%20J%20AVIER%20GUSTAVO%20MARTINEZ%20MARTINEZ%201.pdf)
- Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. (2020). *Procedimiento de actuación para los servicios de prevención de riesgos laborales frente a la exposición al COVID-19*.
- Ministerio de Turismo. (2007). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador, PLANDETUR 2020*. Quito: Ministerio de Turismo. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *ACUERDO Nro. 2019 039. Reglamento de Alojamiento en inmuebles para uso turístico*. Quito: Ministerio de Turismo. Obtenido de <https://www.pbplaw.com/es/ministerio-de-turismo-regula-alojamiento-en-inmuebles/>

- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2018). *Acuerdo Ministerial No. 2018 053. Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas. Fecha de suscripción: 2018-09-17. Edición Especial. págs. 7-11. Quito: Registro Oficial No. 575.*
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (agosto 2020). *Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad. Quito: Dirección de Inteligencia de Mercados. Obtenido de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf*
- Mintur. (17 de agosto de 2018). *El ministerio de turismo y la empresa privada apuntan a impulsar el reciclaje inclusivo en Quito. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/elministerio-de-turismo-y-la-empresa-privada-apuntan-a-impulsar-el-reciclaje-inclusiv>*
- Molina, S. (1997). *Conceptualización de Turismo*. México D.F.: Limusa.
- Nemer, D., Dye, M., & Spangler, I. (2018). *Airbnb and the Costs of Emotional Labor in Havana*. Cuba.
- OCDE. (2005). *Manual de Oslo*. España: Grupo Trasga.
- OMT. (12 de mayo de 2020). *La OMT pone en marcha un programa de asistencia técnica para la recuperación del turismo. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-pone-en-marcha-un-programa-de-asistencia-tecnica-para-la-recuperacion-del-turismo>.*
- Organización Mundial de Turismo. (1991). *Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes*. Ottawa, Canadá: OMT.

- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a Estudio*.
Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Palma, R., Masera, G. A., & Echeagaray, R. G. (2015). Innovación tecnológica y dinámica industrial en la perspectiva de Joseph Schumpeter. *Iberoamerican Journal of Industrial Engineering, Florianópolis, SC, Brasil, v. 7, n. 14*, 69-85.
- Pasquet, F. (2018). *La economía colaborativa en Turismo: Un análisis de Airbnb en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/81027/Documento_completo_en_Turismo.%20en%20turismo.pdf-PDFA2u.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez Gorostegui, E. (2017). *Curso de Economía de la Empresa Introducción*.
Universitaria Ramon Areces.
- Porter, M. (2003). *Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index*”, in WEF, *The Global Competitiveness Report: 2002-2003, World Economic Forum*. New York: Oxford University Press.
- Porter, M. (2017). *Ser Competitivo*. Barcelona: Deusto S.A.
- Pratt, L. (2000). *Rethinking the Private Sector-Environment Relationship in Latin America, Background paper for the Seminar on the 'New Vision for Sustainability: Private Sector and the Environment,' Inter-American Development Bank*. New Orleans: Inter-American Development Bank.
- Quito Turismo. (2020). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <http://quito-turismo.gob.ec/estadisticas/>

- Reglamento de Alojamiento Turístico.* (24-mar.-2015. Última modificación: 18-feb.-2016). Quito: Registro Oficial Suplemento 465.
- Reglamento General de Actividades Turísticas.* (17-dic.-2002). Quito: Registro Oficial 726.
- Resumen del Manual de Oslo sobre Innovación. (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.* UNED.
- Rodríguez-Antón, J. M.-A., Rubio-Andrada, L., & Celemín Pedroche, M. S. (2016). La economía colaborativa. Una aproximación al turismo colaborativo en España. CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, Social Cooperativa, nº 88*, 259-28.
- Romero, A. (2014). Nuevos modelos de negocio en el sector turístico: implicaciones del escenario p2p. In XVIII. *Congreso Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT).*
- Sagasti, F. R. (1981). *Ciencia, tecnología y desarrollo latinoamericano.* México DF.: Fondo de Cultura Económica.
- Salvador, M. (2016). *Turismo sostenible, un nuevo motor de desarrollo para el Ecuador.* Obtenido de <http://biblioteca.wwf.org.ec/handle/123456789/320>
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la Investigación.* México D.F.: MCGRAW-HILL.
- Samuel, A. (4 de abril de 2015). *Love your life online. How much sharing goes on in the "sharing economy"?* Obtenido de <http://www.alexandrasamuel.com>
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development.* Nueva York: McGraw-Hill.

- Smith, A., Strahan, W., & Cadell, T. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Printed for W. Strahan and T. Cadell, in the Strand. London.
- Soto Abanto, S. E. (2018). *Variables, dimensiones e indicadores en una tesis*. Obtenido de <http://tesisciencia.com/2018/08/20/tesis-variablesdimensiones-indicadores>
- Tussyadiah, I. (2015). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*. doi:doi:DOI: 10.1177/0047287515608505
- UNCTAD. (2002). *Recientes casos importantes relativos a la competencia en los países en desarrollo, TD/B/COM.2/CLP/26, 18 de abril*.
- Varma, A., Jukic, N., Pestek, A., Shultz, C. J., & Nestorov, S. (2016). Airbnb: Exciting innovation or passing fad? *Tourism Management Perspectives*, 20, 228-237.
- Veiga, L. (20 de Junio de 2016). What Is Disruptive Innovation? *Revista de Negocios del IEEM*.
- Walton, M. (2010). Capitalism, the state, and the underlying drivers of human development. *Human Development Reports Research Paper 2010/09*. United Nations Development Programme. Obtenido de http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2010/papers/HDRP_2010_09.pdf
- World Economic Forum - WEF. (2003). *The Global Competitiveness Report*. Switzerland: World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2017). *The Global Competitiveness Report 2016–2017*. Geneva: World Economic Forum. Obtenido de http://www3.weforum.org/docs/GCR2016_2017/05FullReport/TheGlobalCompetitiveness_Report2016-2017_FINAL.pdf.

World Economic Forum. (2017). *The Global Competitiveness Report 2017–2018*.

Obtenido de <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017>

Xia, H. (2016). *Los efectos positivos de la economía colaborativa en el turismo*

sostenible. Obtenido de <https://zagan.unizar.es/record/57116/files/TAZ-TFM-2016-924.pdf>

YangBo. (2015). *Análisis sobre la economía colaborativa*. Obtenido de

http://paper.people.com.cn/rmzk/html/2016-02/01/content_1649532.htm

