

Resumen

El turismo electrónico está configurado por tres áreas que son: el turismo, sistemas de información y nuevas tecnologías y los negocios, lo cual ha generado impacto en varios procesos, estructuras e involucrados en el sector turístico, y a su vez, ha influenciado en el desarrollo de la experiencia de los viajeros. Debido a que, con ayuda de las nuevas tecnologías de información y comunicación, tanto los oferentes como los demandantes han apostado por una nueva forma de relacionarse, puesto que el sistema de distribución de la información más usado es el Internet. Varias empresas con años de trayectoria y empresas emergentes, actualmente se manejan de forma online, tal es el caso de las startups, que, se definen como empresas emergentes apoyadas en las tecnologías digitales, con un gran sentido de adaptación a los constantes cambios del mercado, ya que, su pilar fundamental es la innovación. Es por ello que, en el presente estudio, se plantea determinar la contribución de las startups turísticas en el mercado turístico del Distrito Metropolitano de Quito, para así conocer su surgimiento, proceso y adaptación al mercado, además de investigar los modelos de comercio electrónico que manejan y el tipo de servicio que ofrecen. Con el fin de proponer una plataforma multilateral basada en el modelo de negocio P2P (peer to peer), en el cual las startups turísticas que se logren identificar, puedan interactuar en una sola plataforma con los usuarios; lo cual les permita a su vez crear alianzas estratégicas que fomenten la competencia sana y generen ventaja competitiva.

Palabras clave: turismo electrónico, startups turísticas, startupper, plataforma multilateral.

Abstract

E-tourism is made up of three areas: tourism, information systems and new technologies and business, which has had an impact on various processes, structures and stakeholders in the tourism sector, and in turn, has influenced the development of the travellers' experience. Due to the fact that, with the help of new information and communication technologies, both suppliers and demanders have opted for a new way of relating to each other, since the most widely used information distribution system is the Internet. Several companies with years of experience and emerging companies are currently managed online, such is the case of startups, which are defined as emerging companies supported by digital technologies, with a great sense of adaptation to the constant changes in the market, since its main pillar is innovation. That is why, in the present study, it is proposed to determine the contribution of tourism startups in the tourism market of the Quito Metropolitan District, in order to know their emergence, process and adaptation to the market, in addition to investigating the e-commerce models they handle and the type of service they offer. In order to propose a multilateral platform based on the P2P (peer to peer) business model, in which the tourism startups that are identified, can interact on a single platform with users; which in turn allows them to create strategic alliances that promote healthy competition and generate competitive advantage.

Key words: e-tourism, tourism startups, startupper, multilateral platform.