



Universidad Tecnológica Ecotec

Facultad De Estudios Globales y Hospitalidad

Título de trabajo

Estudio del posicionamiento de alojamientos ofertados por Airbnb frente al sector hotelero tradicional en la ciudad de Guayaquil en el 2022

Línea de investigación

Turismo, hospitalidad y patrimonio

Modalidad de titulación

Examen complejo

Carrera

Hotelería y Turismo con énfasis en Administración Hotelera

Autor

Freddy Domingo Villalta Ortiz

Tutor (a):

Mgtr. Alexandra Pérez

Guayaquil-Ecuador

2023

Agradecimientos

Le doy gracias a Dios por permitirme vivir esta linda experiencia universitaria, dar gracias a mis padres por brindarme su apoyo siempre y a todas mis seres queridos que siempre estuvieron ahí motivándome en los momentos buenos y malos que uno pasa en esta travesía como universitario. Me siento muy afortunado de poder decir que pertenezco a esta tan prestigiosa universidad del Ecuador. No me queda más que agradecer por cada casa docente que tuve en mi carrera universitaria en especial a los de mi facultad de Estudios globales y Hospitalidad ya que si no fuera por sus conocimientos y experiencias nosotros como estudiantes y próximos profesionales no estuviéramos preparados para enfrentarnos en el mundo laboral, pero gracias a ellos fuimos instruidos de una manera excepcional ya que lograban transmitirnos lo maravilloso que es la industria hotelera en cada clase que teníamos y también en las visitas que hacíamos a los hoteles uno podía rectificar de que se estaba aprendiendo en clases podíamos observar que era cierto tanto en las salidas de campo, en las visitas a los hoteles y muchas cosas más que nos hacíamos saber que estamos con docentes muy preparados y capacitados de esta hermosa rama que es la hotelería. Cuando tuve que hacer mis prácticas siempre estuvo esa preocupación al preguntarme de cómo me yendo en las pasantías, recalcándome siempre de que si tengo alguna duda les pregunte con confianza referente a lo que hacíamos en el hotel. Me siento muy orgulloso de decir que pertenezco a la comunidad Ecotec y ser parte de esta prestigiosa facultad que es Estudios Globales y Hospitalidad.

Gracias

Dedicatoria

En este nuevo peldaño que estoy cursando como estudiante primeramente le doy gracias a Dios por todo lo que ha hecho en mi vida por que sin el nadie yo no sería nadie. A mis padres que estuvieron siempre conmigo motivándome cada día y por tal motivo quiere dedicarle este logro a ellos, de igual mangers a todos mis seres queridos, prometida, amistades y por los que estuvieron siempre ahí dándome un mensaje de apoyo y de perseverancia, este triunfo también es de ellos.

Gracias por todo.

CARTA DE REVISIÓN FINAL



ANEXO N° 14

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Samborondón, 25 de julio de 2023

Magister
Sofía Pacherras Nollvos
Coordinadora Académica de la Facultad
Estudios Globales y Hospitalidad.
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: ESTUDIO DEL POSICIONAMIENTO DE ALQJAMIENTO OFERTADOS POR AIRBNB FRENTE AL SECTOR HOTELERO TRADICIONAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL 2022 según su modalidad **EXAMEN COMPLEXIVO**; fue revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación, Por lo que se autoriza a: **Villalta Ortiz Freddy Domingo**, para que proceda a su presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

ATENTAMENTE,

Mgtr. Alexandra Pérez Rivera

Tutora

CERTIFICADO DE COINCIDENCIAS DE PLAGIO



CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado ALEXANDRA ELIZABETH PEREZ RIVERA, tutor del trabajo de titulación " ESTUDIO DEL POSICIONAMIENTO DE ALQUILAMIENTO OFERTADOS POR AIRBNB FRENTE AL SECTOR HOTELERO TRADICIONAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL 2022." elaborado por FREDDY DOMINGO VILLALTA ORTIZ, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIADO EN ADMINISTRACION HOTELERA.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias del 4 (%) mismo que se puede verificar en el print de pantalla a continuación:

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
Freddy Domingo Villalta Ortiz

4% Similitud

Texto entre corchetes no cuenta como coincidencia
Fuente no reconocida

Nombre del documento: Freddy Domingo Villalta Ortiz.docx | Departamento: ADMINISTRACION HOTELERA
ID del documento: 3d4e07ca195a75ba753a0 (Instituto Tecnológico) | Fecha de depósito: 26/02/2023
Tamaño del documento original: 1.0 MB | Tipo de copia: interno | Fecha de fin de análisis: 26/02/2023

Número de palabras: 12.138 | Número de palabras: 115.402

Ubicación de las coincidencias en el documento

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripción	Similitud	Ubicación	Fecha de depósito
1	www.monografias.com - Similitud de coincidencias del 4% (100 palabras) - 11/02/2023	4%		Fecha de depósito: 11/02/2023
2	www.monografias.com - Similitud de coincidencias del 4% (100 palabras) - 11/02/2023	4%		Fecha de depósito: 11/02/2023
3	www.monografias.com - Similitud de coincidencias del 4% (100 palabras) - 11/02/2023	4%		Fecha de depósito: 11/02/2023
4	www.monografias.com - Similitud de coincidencias del 4% (100 palabras) - 11/02/2023	4%		Fecha de depósito: 11/02/2023
5	www.monografias.com - Similitud de coincidencias del 4% (100 palabras) - 11/02/2023	4%		Fecha de depósito: 11/02/2023

FIRMA DEL TUTOR
Mgr. Alexandra Pérez Rivera

Resumen

La presente investigación trata sobre el estudio de posicionamiento de los hoteles tradicionales frente al Airbnb. Los estudios demuestran que el Airbnb, un modelo que ha estado en Ecuador desde el 2013, ha tenido un impacto en la economía del país y en la ciudad de Guayaquil, al generar más oportunidades de empleos. Pese a que se ha discutido sobre la regulación y su normativa, el modelo colaborativo de Airbnb resulta muy atractivo. Los análisis por parte de la bibliografía consultada no demuestran un impacto significativo hacia ninguno de los dos sectores. En base a los 384 encuestados, el 75% ha considerado muy conveniente y algo conveniente recomendar a un turista hospedarse en un Airbnb en la ciudad de Guayaquil. Pese a ello, aún existe poca información sobre estrategias implementadas por hoteles, esto en parte se debe a que los hoteles de lujo poseen un modelo de exclusividad y elegancia como personalidad de marca por lo que existe poco interés, en el lado de Airbnb las publicidades suelen ser muy vistas de acuerdo a las encuestas. En conclusión, el posicionamiento que Airbnb tiene frente a los hoteles se basa más en los precios, puesto que las dimensiones como localización, servicio e imagen pueden resultar similares. No se puede concluir ni generalizar que exista una fuerte amenaza, tal vez, la diversificación de alojamientos que ofrece Airbnb suponga una ventaja competitiva. Sin embargo, las cifras hasta ahora revelan que están a la par.

Palabras claves: Airbnb-hoteles-posicionamiento.

Abstract

The present research deals with the positioning study of traditional hotels versus Airbnb. Studies show that Airbnb, a model that has been in Ecuador since 2013, has had an impact on the economy of the country and the city of Guayaquil by generating more job opportunities. Although there have been discussions about regulation and norms, Airbnb's collaborative model is attractive as it has a collaborative business model. The data studied by the bibliography consulted does not show a significant impact on either sector. Based on the 384 respondents, 75% considered it very convenient and somewhat convenient to recommend a tourist to stay in an Airbnb in the city of Guayaquil. Despite this, there is still little information on strategies implemented by hotels, this is partly due to the fact that luxury hotels have a model of exclusivity and elegance as brand personality so there is little interest, on the side of Airbnb advertisements are usually very much seen according to the surveys. In conclusion, the positioning that Airbnb has compared to hotels is based more on prices, since dimensions such as location, service and image can be similar. It cannot be concluded or generalized that there is a strong threat, perhaps the diversification of accommodations offered by Airbnb is a competitive advantage, the figures so far reveal that they are on par.

Keywords: Airbnb-hotels-positioning.

ÍNDICE

Resumen	6
Abstract	7
Introducción	13
Planteamiento del problema.....	14
Objetivos.....	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos.....	16
Justificación	16
Alcance	16
Capítulo I: Marco teórico	17
1. Revisión literaria.....	18
1.1. El turismo en Ecuador en la actualidad	18
1.1.1. Ordenamiento jurídico del turismo en Ecuador.....	19
1.1.2. Cifras actuales del turismo	20
1.2 Guayaquil: Perla del Pacífico y ciudad turística.....	23
1.3 La industria hotelera a nivel mundial	24
1.4. La industria hotelera en el Ecuador.....	27
1.4.1. Marketing de los hoteles tradicionales	33
1.4 Nuevas tendencias de Alojamiento	35
1.5 Airbnb	36
1.5.1. Panorama actual de Airbnb a nivel mundial y en el Ecuador.....	37
1.5.1.1. Contribución al sector económico por parte de Airbnb en Ecuador	38
1.5.1.1 Economía colaborativa en Airbnb	39
1.5.1.2 Gentrificación y su relación con el airbnb	40
15.2. Indicadores de posicionamiento.....	42
15.2.1. Diferenciación del producto.....	43
15.2.2. Diferenciación por servicio.....	44
15.2.3. Diferenciación basada en los recursos humanos	44
15.3.4. Diferenciación por localización.....	44
15.3.5. Diferenciación por imagen.....	45

1.5.3.6. La asociación de marca como principal estrategia de posicionamiento..	45
1.5.2 Regulación y políticas de alojamiento	48
Capítulo II: marco metodológico	49
2. Tipo de investigación	50
2.5. Enfoque de investigación.....	50
2.6. Diseño de investigación	50
2.6.1. Instrumento y recolección de datos	50
2.6.2. Periodo y lugar de la investigación	51
2.6.3. Universo poblacional de investigación	51
2.6.4. Técnica de muestreo	51
Capítulo III: Análisis de los resultados.....	53
3. Zona geográfica de estudio: Ciudad de Guayaquil	54
3.5. Tráficos de sitio web como: motor de búsqueda por parte de hoteles y Airbnb62	
3.6. Hoteles mejores rankeados de Guayaquil	65
3.7. Resultados de la encuesta.....	68
Conclusiones.....	76
Recomendaciones	77
Bibliografía	78
Anexos	85
Anexo 1. Lista de hoteles en funcionamiento en la ciudad de Guayaquil.....	85
Anexo 2. Formato de la encuesta.....	88

Índice de tablas y figuras

Figura 1. Crecimiento Interanual 2018-2022 de alojamiento y comida	20
Figura 2. Turismo interno en el 2021	21
Figura 3. PIB del sector de alojamiento y servicios de comida	22
Tabla 1. Hoteles mejores calificados y rankeados en Ecuador según Tripadvisor	28
Figura 4. Ranking de la capacidad de alojamiento a nivel de Las Américas en el 2021	30
Figura 5. Ocupación nacional e internacional en el 2021	31
Figura 6. Índice de turistas nacionales y extranjeros	32
Figura 7. Cantidad de huéspedes nacionales en hoteles y demás alojamientos comerciales durante el periodo 2010-2021	33
Figura 8. Plataformas de negocio y sus efectos en las redes.....	46
Tabla 2. Operacionalización de las variables	52
Figura 9. Delimitación geográfica de la zona de estudio.....	54
Tabla 3. Porcentaje de ocupación de los alojamientos Airbnb en el 2022	55
Figura 10. Porcentaje de ocupación de AirBNB 2022.....	55
Tabla 4. Número de camas disponible	56
Figura 11. Número de camas disponibles	56
Tabla 5. Promedio de precios por día de alojamiento en Airbnb 2022	57
Figura 12. Promedio de precios por día de alojamiento en Airbnb 2022	57
Tabla 6. Cantidad de hoteles en Guayaquil por categoría.....	58
Tabla 7. Promedio de porcentaje de participación entre hoteles y aribnb.....	58
Figura 13. Promedio de porcentaje de participación entre hoteles y airbnb	58
Figura 14. Millones USD generados por parte de los hoteles en el 2022	59

Figura 15. Ranking de provincias más visitados durante los feriados nacionales en el 2022	60
Tabla 8. Investigación documentada de la percepción de los hoteles y airbnb al público encuestado de Guayaquil y otras ciudades	60
Figura 16. Tráfico web del sitio airbnb	62
Figura 17. Tráfico del sitio web del hotel Unipark	63
Figura 18. Trafico del sitio web del Hotel Oro Verde	64
Tabla 9. Posicion de hoteles de Guayaquil en calidad y precio según Trip Advisor	65
Tabla 10. Hoteles mejores rankeados según Booking	66
Tabla 11. Alojamientos Airbnb destacados en la ciudad de Guayaquil	66
Figura 19. Vista de la página Airbnb con precios y alojamientos ofertados.	67
Tabla 12. Plataformas preferidas por los usuarios	68
Figura 20. Plataforma preferida por usuarios	68
Tabla 13. Alojamiento preferido por los usuarios	69
Figura 21. Alojamiento preferido por los usuarios	69
Tabla 14. Alojamiento por noches	70
Figura 22. Noches de hospedaje	70
Tabla 15. Frecuencia de publicidades en alojamientos	71
Figura 23. Frecuencias de publicidades en alojamientos	71
Tabla 16. Preferencia de un airbnb ante un hotel tradicional	72
Figura 24. Preferencia de un airbnb ante un hotel tradicional	72
Tabla 17. Estafas de airbnb	72
Figura 25. Estafas de Airbnb	73
Figura 26. Características de un alojamiento Airbnb	73
Figura 27. Preferencia de característica de un Airbnb	74

Tabla 18. Tipo de alojamiento recomendado por los usuarios74
Figura 28. Tipo de alojamiento recomendado por los usuarios 74

Introducción

En los últimos años, la industria hotelera ha enfrentado un cambio significativo en su dinámica debido a la creciente popularidad de las plataformas de alojamiento compartido como Airbnb. Estas plataformas permiten a los propietarios de viviendas y apartamentos ofrecer sus propiedades como alojamientos temporales a turistas y viajeros. Su evolución ha generado un debate acerca del impacto que tiene Airbnb en el sector hotelero tradicional y en la economía local de diversas ciudades.

El presente estudio se centra en el posicionamiento de los alojamientos ofertados por Airbnb frente al sector hotelero tradicional en la ciudad de Guayaquil durante el año 2022. Guayaquil, siendo una de las ciudades más pobladas del Ecuador y uno de los destinos turísticos más importantes del país, ha experimentado un aumento significativo en la oferta de alojamientos a través de Airbnb.

El objetivo principal de este estudio es analizar y comparar el posicionamiento de los alojamientos ofertados por Airbnb con respecto a los establecimientos hoteleros tradicionales en términos de calidad, precio, ubicación y satisfacción del cliente. Para lograrlo, se llevará a cabo un análisis de la información recopilada de ambas fuentes, incluyendo datos de precios, características de las propiedades, puntuaciones de los usuarios en páginas de reseñas, entre otras dimensiones de posicionamiento.

En la literatura académica existen diversos estudios que han abordado el impacto de Airbnb en la industria hotelera, tanto a nivel global como en casos específicos de ciudades y destinos turísticos. Por ejemplo, según un estudio realizado por Zervas et al. (2017) el aumento en la disponibilidad de alojamientos a través de Airbnb ha llevado a una disminución en la demanda de habitaciones de hotel, especialmente en ciertos segmentos de mercado.

Por otro lado, un estudio realizado por De Oliveira et al. (2018) en la ciudad de Madrid encontró que, si bien Airbnb ha generado competencia para los hoteles, también ha contribuido a diversificar la oferta y atraer a un nuevo perfil de turistas. Estos hallazgos destacan la importancia de comprender cómo se posiciona Airbnb frente al sector hotelero tradicional en contextos específicos.

En base a lo planteado, este estudio busca arrojar luz sobre el posicionamiento de los alojamientos ofertados por Airbnb en la ciudad de Guayaquil en el año 2022, analizando su impacto en el sector hotelero tradicional. A través de un análisis comparativo de diversos factores, se espera obtener una visión integral de la situación y contribuir al conocimiento existente sobre este tema.

Planteamiento del problema

Airbnb es una plataforma creada en Estados Unidos desde el 2008, en la cual, la aplicación ofrece distintos lugares de alojamiento a los usuarios. En la ciudad de Guayaquil existen cerca de 2000 propiedades (suites, apartamentos, casas) registradas en la aplicación. Gabriel Guzmán presidente de la Asociación de Alojamientos Temporales en Ecuador, explica para El Expreso, que estos espacios brindan muchos beneficios en la reactivación turística del país, apuntando que no existe la suficiente capacidad hotelera para poder acaparar la demanda que se tiene actualmente. Según la misma asociación, en el 2019, se registraron cerca de 300.000 reservas en Airbnb con un costo promedio de \$80 por dos noches. No obstante, uno de los directores ejecutivos de la Federación Hotelera del Ecuador, menciona que esto ha dado apertura a la informalidad, puesto que la facilidad con la que se puede ofertar da la apertura a que muchos propietarios decidan tomarlo como negocio sin ninguna regulación. (El expreso, 2023)

A raíz de ello se han creado ciertos debates respecto a la nueva regulación para el uso de la propiedad como alojamiento. No obstante, las autoridades competentes mencionan que el sector turístico no ha alcanzado los niveles prepandemia pero se estima que el 2023 sea el año en el que se recuperará muchos negocios del sector. Sin embargo, la inseguridad de Guayaquil ha sido un tema que podría frenar esa expectativa, pero según el Observatorio Turístico, la percepción que tiene el extranjero no se ha alterado por las noticias recientes (El Universo, 2023).

A todo esto, se presenta una problemática por abordar respecto a cómo es el posicionamiento de los alojamientos particulares que se ofertan en Airbnb frente a los establecimientos tradicionales. (Moreno et al., 2016) mencionan que,

“el sector hotelero ya vivió una primera revolución con la intermediación online y sitios web como Booking”, y que estos modelos cambiantes exigen nuevas formas de adaptación ante un mercado que se ha vuelto competitivo.

Dentro de la literatura revisada, existen pocas investigaciones referentes al posicionamiento que tiene los alojamientos particulares y como esto ha afectado la ocupación hotelera en la ciudad de Guayaquil. A pesar de ello, muchos afirman que este tipo de servicios no supone una competencia o amenaza puesto que los establecimientos tradicionales se valen de los años de posicionamiento y el reconocimiento de marca, refiriéndonos a hoteles de alta gama. Un estudio realizado en Barcelona a directores ejecutivos de hoteles menciona que no existe una competencia directa, pero sí llama la atención dentro de sus discursos de mercadotecnia que existan procesos de gentrificación (rehabilitación urbanística y social) de zonas urbanas deterioradas o empobrecidas, haciendo que el turismo se mueva hacia las periferias. De esta manera, el turismo se vería direccionada a otras zonas poco estratégicas. (Tecnohotel, 2023).

En la ciudad de Guayaquil, para la final de la Copa de las Libertadores celebrado en octubre del 2022, la ocupación hotelera se vio abarrotada, por lo que Guzmán, presidente de la Asociación de Arriendos Temporales de Ecuador, comentó que la plataforma Airbnb fue una excelente opción para elegir hospedaje (Primicias, 2023).

Un estudio en la provincia de Santa Elena, se analizó la competencia del alojamiento informal frente a los hoteles tradicionales, de la cual, concluyen que existe una mayor ocupación de los alojamientos informales o particulares ante los hoteles, perjudicando así su capacidad de captación de clientes. (García, 2021)

En base a lo anterior, se evidencia una necesidad de estudiar el posicionamiento que actualmente tienen los alojamientos particulares ofertados por plataformas como Airbnb (de las más usadas en el mercado) y los hoteles de Guayaquil, en base a esto se espera llegar a un diagnóstico de la situación que contribuya a nuevos estudios del sector.

Objetivos

Objetivo general

- Evaluar el posicionamiento de los alojamientos ofertados por Airbnb frente al sector hotelero de la ciudad de Guayaquil en el 2022.

Objetivos específicos

- Analizar el impacto en el sector turístico de los alojamientos ofertados por Airbnb del país a través de investigaciones y cifras estadísticas.
- Determinar qué factores influyen en la toma de decisiones a la hora de elegir el servicio de Airbnb y el servicio de hotelería por medio de encuestas.
- Analizar las estrategias de marketing en ambos sectores y cómo estas determinan su posicionamiento en el mercado.

Justificación

Es importante realizar estudios que evalúen como el mercado del servicio de hospedaje cambia con el paso del tiempo y cómo ha sido resultado de las nuevas tecnologías y la reciente competencia. Proporcionar información preliminar puede ser positivo para que el sector hotelero busque nuevas formas de adaptación y tenga herramientas para competir ante las necesidades que el nuevo consumidor pida.

Alcance

El alcance de este estudio pretende abarcar el sector de alojamiento de la ciudad de Guayaquil. Analizar cuál ha sido el posicionamiento del Airbnb frente a los hoteles en base a los datos disponibles.

Capítulo I: Marco teórico

1. Revisión literaria

1.1. El turismo en Ecuador en la actualidad

En este primer capítulo se abordará los temas principales que giran en torno a las variables de estudios (Airbnb y el sector hotelero). Empezando por el panorama general del turismo, este sector económico representa uno de los más importantes para la economía del país, después de la actividad exportadora.

El Ministerio del Turismo es el órgano rector encargado de coordinar todo lo perteneciente a las actividades turísticas del país. Es preciso entonces mencionar brevemente, conceptos introductorios entorno al turismo. De acuerdo con el Ministerio del Turismo (2018) el recurso turístico es un elemento de tipo natural o cultural que motivan a que personas se desplacen hacia ella, pero no cuenta con una infraestructura como tal. El atractivo turístico constituye un patrimonio para el país y es un elemento clave para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística de la zona o territorio. El sitio de visita esta conformada por uno o varios atractivos turísticos y el espacio turístico, engloba todos los sitios de visitas de un territorio en específico.

Como primer punto, Ecuador es un país garantista de derechos tal como lo establece en el Constitución de Montecristi promulgado en el 2008, asimismo, el Plan Nacional de Desarrollo, conocido más adelante como Plan Nacional del Buen Vivir, forman parte de las bases de la gestión político y administrativa del país siguiendo la doctrina filosófica de los pueblos autóctonos de las Américas, el Buen Vivir o Sumak Kawsay. A partir de aquello, uno de los principales deberes del Estado ha sido el de promover el desarrollo sustentable y equipara la distribución de la riqueza con el fin de alcanzar el Buen vivir. (Ministerio del ambiente, 2016)

Tobar (2021) menciona que Ecuador es uno de los países con más biodiversidad en el mundo. No obstante, se ha evidenciado con datos estudiado del periodo 2009-2020 que el aporte que ha tenido la actividad turística al PIB, considerado sus mejores años, ha sido no más del 2%. Cabe recalcar que es un sector muy importante para la economía de muchas familiar y su balanza

comercial es positiva mas no significativa. Concluyentemente, se le ha atribuido al peligro constante y el ambiente tenso que ha atravesado al país.

1.1.1. Ordenamiento jurídico del turismo en Ecuador

Dentro de la Constitución del Ecuador, se contempla en el art. 66 numeral 15 sobre la libertad de las personas a desarrollar una actividad económica, ya sea de forma colectiva o individual siempre que cuide los principios de solidaridad y de responsabilidad social y ambiental.

Dentro del marco internacional, se alinea a las buenas prácticas pautadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas con el Código Ético Mundial para el Turismo, la cual según menciona la Organización Mundial del Turismo, su principal objetivo es menguar el impacto ambiental que genera la actividad turística. Con relación a esto, Ruperti et al. (2022) en su investigación sobre la ética ambiental y el turismo en el país mencionan, “que el atractivo que tiene la naturaleza resulta ser un factor de gran importancia para el desarrollo del turismo, pero no cualquier turismo, sino aquel que esté en consonancia con las exigencias de protección a la naturaleza” (p. 64). Es necesario tomar en cuenta este punto puesto, que de ello también se ampliarán más conclusiones referente a los espacios turísticos y alojamientos.

Por otro lado, el instrumento normativo nacional que regula el sector turístico se encuentra estipulado en la Ley del Turismo. En el art. 5 se establece que la actividad turística se encuentra categorizada de la siguiente manera:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transportación orientada al turismo como puede ser aéreo, fluvial, marítimo, terrestre, etc.
- Agencias de turismos
- Salas de juegos, casinos e hipódromos.

Además, se ha conformado un consejo consultivo de Turismo con el fin asesorar y administrar temas de interés consultados a través del Ministerio del Turismo. Este consejo lo compone, por mencionar los principales miembros: ministro de Relaciones Exteriores, ministro de Ambiente, representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, representantes de Asociaciones

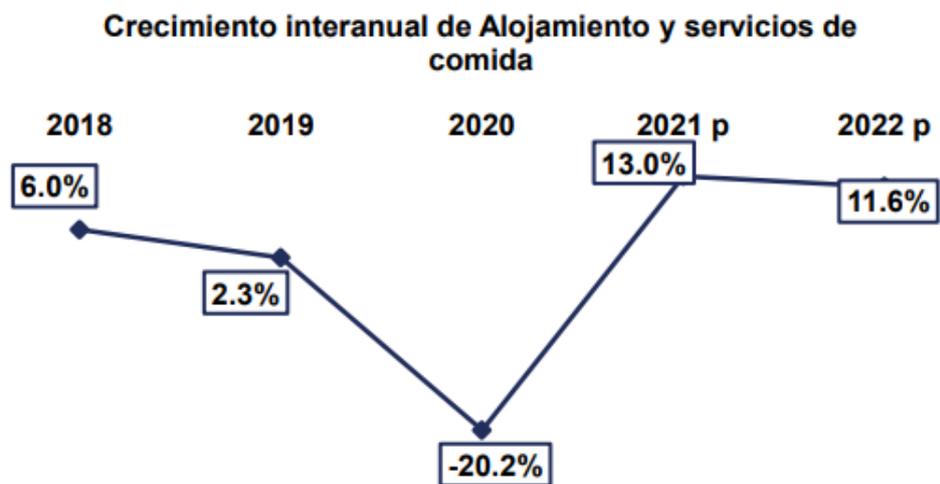
Nacionales de Turismo Legalmente reconocidas y en forma alternativa, ministro de Turismo, entre otros más.

Hasta el momento, se ha topado el marco legal y conceptual entorno al sector turístico del país. En los demás acápite es precio abordar las cifras como parte de los antecedentes del tema de investigación.

1.1.2. Cifras actuales del turismo

Según el informe oficial de la CFN actualizado el marzo del 2023. El sector de alojamiento y servicio de comida aportó un 1.90% al PIB siendo equivalente en dólares de \$1,347.30 millones de dólares estadounidense. A diferencia del 2021, tuvo una variación anual positiva del 11.06% (Corporación Financiera Nacional, 2023).

Figura 1. Crecimiento Interanual 2018-2022 de alojamiento y comida



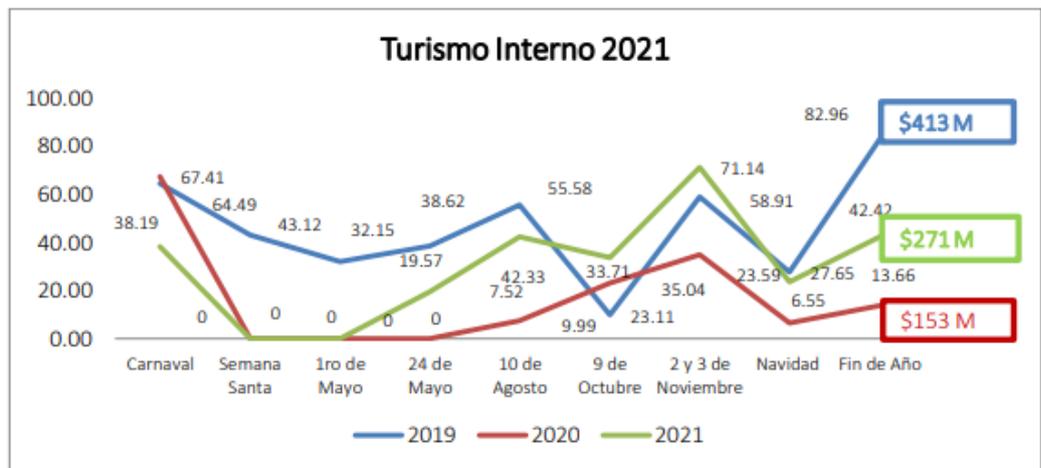
Fuente: CFN (2023)

Por otro lado, la balanza turística en viajes ha resultado superavitario en desde el 2018. A pesar, de que tuvo una recesión en el 2020 al 2021 por razones de la emergencia sanitaria.

Referente a la participación del sector turístico del total de la cuenta de servicios prestados por exportación de servicios constituyó en el 2021 de un 50,6% y en el 2022 pasó a un 62,1%.

Antes de la pandemia, en el 2018 se reportaron un total de 2.43 millones de extranjeros, lo cual se redujo drásticamente en el 2020 a un 77%. En el 2021 aumentó un poco, pero hasta el momento sigue estando por debajo de las cifras prepandémicas.

Figura 2. Turismo interno en el 2021

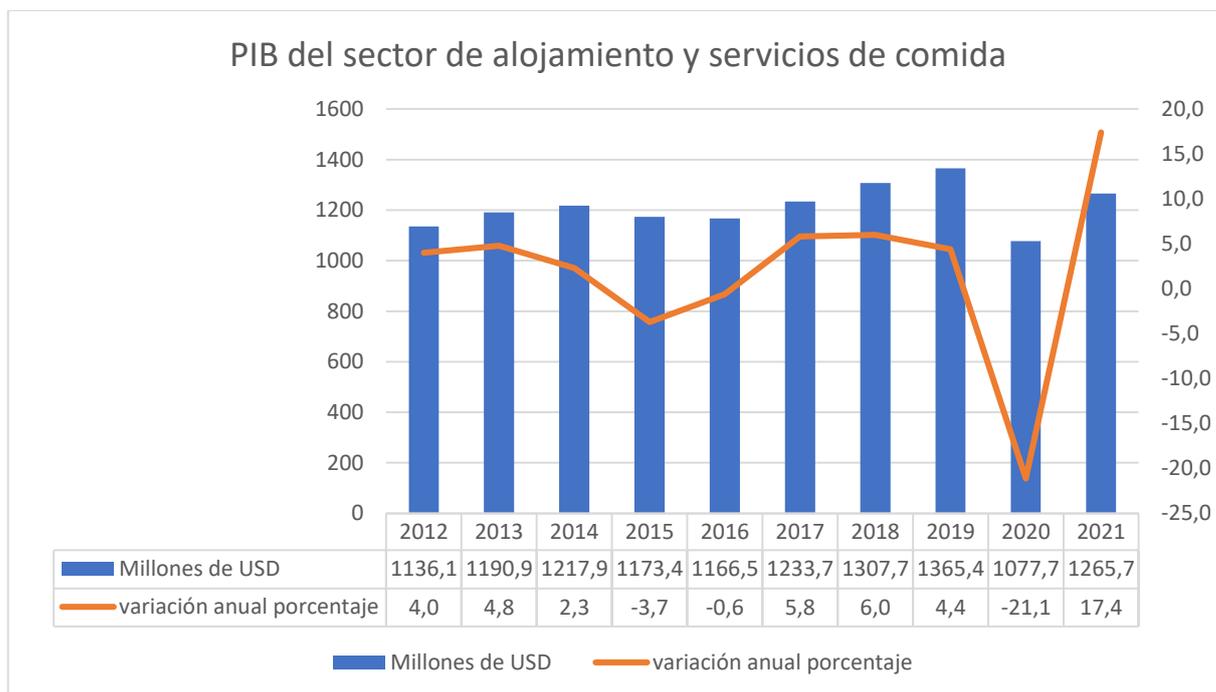


Fuente: Encuesta de alojamiento y gasto en feriados nacionales, Dir. Inteligencia de Mercador MINTUR.

Nota: Para los feriados de Navidad y Fin de Año 2020, se realizó una proyección con base en la percepción emitida por las oficinas técnicas desplegadas en el territorio.

Fuente: CFN (2022)

Figura 3. PIB del sector de alojamiento y servicios de comida



Fuente: Elaborado por autor con datos del Banco Central del Ecuador

Como se aprecia en la figura 2, se refleja la diferencia prepandemia y postpandemia del sector turístico siendo uno de los más afectados por el cierre de fronteras. En la figura 3 se aprecia que la tasa de variación anual entre el 2019 y 2020 tuvo un porcentaje negativo de -21,1%. En el 2021 presento una diferencia significativa del 17%, existieron otros periodos en que el turismo se vio afectado ya sea por factores endógenos o exógenos.

Continuando con el reporte sectorial, en el 2017-2018 se registró una mayor afluencia de turistas extranjeros (2.43 MM), siendo uno de los periodos con más visitantes hasta el momento. A partir del 2021, se registraron cifras más elevadas. Se reportó que los turistas provenían mayormente de Estados Unidos (49%), seguido por España (12%) y Colombia (10%).

Por último, en el sector de empleo del año 2022, la actividad turística con más participación fue de Alimentos y Bebidas ocupando el 65%, seguido por los alojamientos con 21% y otros servicios como: transporte turístico, centros de turismo y recreación, etc. Con el 14%.

En definitiva, las cifras actuales del turismo dan un preámbulo a este tema de investigación que se centra en el estudio de los alojamientos. Es necesario

recalcar que, a pesar de que ha sido un sector con muchas secuelas por la emergencia sanitaria, existen planes por parte del gobierno e instituciones descentralizadas como el Plan Turismo 2021-2025, del cual se hablará en apartados posteriores.

1.2 Guayaquil: Perla del Pacífico y ciudad turística

El cantón de Guayaquil es la capital de la provincia del Guayas, limitado al Norte con Lomas de Sargentillo, Nobol, Daule y Samborondón; al sur con la provincia de El Oro y el Golfo de Guayaquil, al Oeste con la provincia de Santa Elena y Villamil Playas y al Este con los cantones de Naranjal, Durán y Balao (Hernández, 2021).

La ciudad se divide en 16 parroquias urbanas 5 rurales, las cuales son: Ayacucho, Bolívar, Carbo, Febrés-Cordero, García Moreno, Letamendi, Nueve de Octubre, Olmedo, Tarqui, Pascuales, Ximena, Rocafuerte, Sucre, Urdaneta y Chongón para el área rural; mientras que en el área urbana, El Progreso o Juan Gómez Rendón, El Morro, Posorja, Puná y Tenguel.

Demográficamente, la ciudad representa el 16% de la población total del país con más de dos millones de habitantes. De ellos, el 51% son mujeres y el 49% son hombres según las fuentes oficiales del INEC. Existe un 4% de analfabetismo y el 73% de los guayaquileños poseen un tipo de vivienda casa/villa.

La ciudad representa una de las más habitadas y vistadas a nivel nacional. En esta última década, la municipalidad se ha preocupado por mejorar la infraestructura del cantón y asimismo fortalecer la atracción turística. A nivel urbano, ha existido una evolución de proyectos de edificación que se han llevado a cabo con el fin de atraer a un público numeroso, sobretodo, el extranjero.

En los premios World Travel- edición Sudamérica del año pasado. Guayaquil recibió el premio como Destino líder de escapada urbana y Destino líder de reuniones y conferencias. Además de eso, la empresa pública y Municipal de Turismo, Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de la ciudad obtuvo un galardón como Patronato de Turismo de Ciudad Líder. Por

último, el hotel Wyndham obtuvo el título como mejor hotel de la ciudad (Ecuador Travel , 2023).

De esta forma, la ciudad se hace merecedor de varios premios no solo en la edición pasada sino en varias anteriores. A pesar de que estudios reflejan que para el morador local, la ciudad no la ve como principal destino turístico sino como un destino de paso (Williams Flores & Landeta Bejarano, 2012). A lo largo de la década, se ha tratado de posicionar y reactivarse luego de la pandemia.

Sin embargo, algo que ensombrece todos esos premios y proyectos urbanos es sin duda el índice de criminalidad y peligro que actualmente se vive en el país. Choez Ponce & Andrade Guaño (2022) en su estudio sobre el turismo y la inseguridad de Guayaquil mencionan que el 19% de encuestados turistas afirma haber sido víctima de la delincuencia pero que por miedo nunca han llegado a denunciar a las autoridades policiales.

En un reportaje de Primicias (2023), se evidenció un aumento en este último año de crímenes violentos aumentando a un 66%. Los casos de asesinatos han aumentado a 216, a diferencia del 2022 que fue de 74. Asimismo, también se ha experimentado una grave crisis carcelaria que ha tenido asustado a muchos ciudadanos. Este es un factor que hasta el momento se puede catalogar como perjudicial para la imagen de la ciudad y la atracción de más turistas, a pesar de que hasta el momento sigue siendo una ciudad donde se llevan a cabo muchas conferencias y convenciones, lo que ha resultado lo más conveniente para estos últimos años.

1.3 La industria hotelera a nivel mundial

De manera general, la hostelería agrupa el conjunto de actividades asociados a los servicios prestados de alimentación a clientes de restaurantes y otros establecimientos de comida, mientras la hotelería se define específicamente como la gestión de hoteles y cadenas hoteleras. (Les Roches, 2023).

El término hospitalidad deriva del latín “hospes” que significaba anfitrión. Sus orígenes parten de las civilizaciones antigua. En la antigua Grecia se utilizaba con frecuencia la palabra ‘xenia’ como forma de reglamentar la hospitalidad, es decir, mostrar generosidad para aquellos que estaban lejos de

casa para que se sintieran bienvenidos. El concepto original no ha cambiado en todo lo que va de la historia, puesto que la finalidad siempre ha sido atender a viajeros brindándoles alojamiento y comida. El establecimiento de los primeros hoteles surgió junto con los avances tecnológicos de la transportación en el siglo XVIII. A partir de ahí, la industria ha estado en expansión cumpliendo siempre con la misión de proporcionar un servicio y satisfacer las necesidades del cliente desde el hospedaje (EHL insights, 2023).

De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (2023), “el sector de la hotelería, la restauración y el turismo es uno de los sectores de la economía mundial que ha experimentado un crecimiento más rápido. Se cuenta entre los sectores que más empleo ha creado”, esto debido a la cantidad de mano de obra que se requiere para poder ofrecer los servicios y productos ofertados. No obstante, según lo menciona en su página oficial, es uno de los sectores que más se evidencia pobres condiciones de trabajos, una industria que existen las brechas entre las grandes y pequeñas y medianas empresas. Se muestra las dos caras de la moneda, pueden existir excelentes salarios y requisitos más exigentes así como lo contrario, muchas veces por las faltas de regulaciones por parte de las autoridades competentes. Debido a esto, la OIT cuentan con un programa sobre el Trabajo Decente a miras de que se mejore las condiciones del empleo y la promoción del diálogo y la protección social.

Complementando con lo anterior, otro informe dispuesto por la Organización Internacional del Trabajo (2023) menciona que el sector de la hostelería, restauración y turismo produce entre el 3% y 4% del PIB en muchos países a nivel mundial, los trabajadores de esta industria ganan un 20% menos que de otros sectores económicos. Añaden que existe una mayor afectación por parte de las pequeñas y medianas empresas. Además, mucho de los bajos salarios se le atribuyen a que sus trabajadores, por lo general, no están cualificados o no cuentan con un título relacionado por lo que sus condiciones son limitadas.

Por otro lado, según cifras de Market Data Forecast (2023), en el 2022 se valoró en un aproximado de 4.107,60 mil millones de dólares estadounidenses y se estima que para el 2028 alcance una cifra de 9.950 mil millones de dólares y que su tasa anual media sea de 16,13% durante el periodo 2023-2028.

Referente a la contribución de Viajes y Turismo a la economía mundial se espera dentro de 10 años tenga un crecimiento muy significativo. Según Julia Simpson, presidenta & CEO de World Travel & Tourism Council (2022), “aunque el apoyo de los gobiernos ha sido decisivo a lo largo de esta crisis, la rápida recuperación del sector sólo será posible si los líderes y funcionarios públicos trabajan juntos y proporcionan normas claras y coherentes” (p. 3).

Ciertamente, el sector hotelero ha vivido una crisis más duradera, así en un reportaje por O'Neil (2023) la cual afirma que para los hoteles, el COVID-19 sigue siendo duradero, aludiendo que la recuperación en ciertos sectores es lenta. Asimismo, también resaltó que en Estados Unidos los hoteles tuvieron una fuerte sacudida, sin embargo, para alojamientos independientes la situación no fue tan preocupante.

Según Phocus Wire (2023) con datos de STR Global, plataforma que proporciona datos de los hoteles a nivel mundial, se estima que hay 187.000 hoteles en todo el mundo, con 17,5 millones de habitaciones. Siendo el hotel Marriott, el líder en cadenas hoteleras a nivel mundial con 10.600 millones de dólares de ingresos.

Un reportaje publicado en una de las compañías de reservas en línea más famosa del mercado, menciona que las secuelas de la pandemia ha dejado muchas reflexiones entorno al cuidado del planeta. En su encuesta hecha en el 2021, con información de 29.000 viajeros proveniente de 30 países mencionan que las personas están cada vez más comprometidas en tener un viaje sostenible como concientización sobre la contaminación y el calentamiento global. Las encuestas revelan que los turistas intentan tomar acciones respecto al ahorro de energía, al reciclaje y el uso de bicicletas. Además, que cuando ven un hotel que no piensa en la sostenibilidad no les parece un buen ambiente ni una buena atención (Booking, 2023).

Complementando con lo anterior, el 90% de usuarios afirman que buscan opciones sostenibles cuando viajan. En reseñas de sitios web, se registró que los comentarios escribían más sobre temas relacionados con el medio ambiente incrementándose más en el 2022 que en el 2021 (Expedia group, 2023).

En general, la industria hotelera ha tenido altibajos desde la pandemia, aun así esto se ve más en hoteles que son de baja categoría. El mercado actual

apuesta por la sostenibilidad puesto que el perfil del consumidor cada vez está cambiando.

1.4. La industria hotelera en el Ecuador

Históricamente, los primeros hoteles en Ecuador se iniciaron en Quito y Guayaquil. El primer hotel de lujo se ubicó en Quito cerca del Palacio de Gobierno, llamado Hotel Plaza Grande o Plaza de la Independencia. El hotel ha abarcado cinco siglos en la historia, desde la época de la colonización en ese entonces el colonizador Francisco Pizarro, se le fue otorgado. Fue construida en el siglo XVI y estuvo habitada por las familias más importantes de la colonia. Ya en el siglo XX, los hoteles empezaron a tener su apogeo: en Guayaquil (a partir de 1909) con hotel Gran Victoria, Hotel París y el Gran Salón 9 de octubre; en Quito con el Gran Hotel Continental, Hotel Royal, Hotel Metropolitano y Savo Inn. En 1930, el entonces presidente Isidro Ayora, dispuso una normativa favoreciendo y facilitando la llegada a más extranjeros, lo cual formaron las condiciones necesarias para que se despuntara el negocio hotelero en el país. (Suites Guayaquil, 2023)

La industria hotelera a nivel mundial se maneja a través de un modelo de franquicias. Según lo menciona Quintana (2019) en los años ochenta, Quito se convirtió en una de las primeras ciudades con establecimientos de grandes franquicias hoteleras. En su estudio destacan que existe una gran representatividad por las franquicias hoteleras de marcas internacionales, no obstante, suele ser más limitado para aquellos negocios nacionales, los cuales, tienen que buscar estrategias e innovaciones que atraigan a los turistas locales y extranjeros.

En otro estudio realizado en la ciudad de Cuenca, menciona que, “turísticamente, Cuenca es el principal destino del austro ecuatoriano y es considerado como un centro de partida hacia otros destinos turísticos de importancia, incluyendo al valle de Yunguilla, Gualaceo, Chordeleg (...)” (Vanegas, 2020). Cuenca es una de las ciudades consideradas muy vistosas para el Ecuador, incluso se menciona que es un lugar donde existe más seguridad a diferencia de otras capitales.

Respecto a lo anterior, la ciudad de la Perla del Pacífico se ha convertido en una de las ciudades con más inseguridad en los últimos tiempos, Torres et al. (2021) estudian una nueva modalidad de turismo que va enfocada hacia la transformación digital conocida como 'Turismo Inteligente'. La idea planteada por el Ministerio del Turismo sugirió utilizar una herramienta digital llamada GEOVIT la cual funciona por medio del análisis MOBILE BIG DATA. El sistema tiene como objetivo, informar al turista las zonas más visitadas de acuerdo con sus preferencias. De esta manera, se planea hacer una promoción a la ciudad de Guayaquil a través de herramientas tecnológicas, a pesar de que hay mucho por trabajar consideran que existen las condiciones necesarias para que la ciudad esté apta para ser un Destino Turístico Inteligente.

En cifras actuales, se investigó cuáles han sido los hoteles mejores calificados. Una de las páginas más usadas para reservaciones y reseñas, Trip advisor (2023) hace un top de los principales alojamientos en base al número de opiniones y calificaciones que usuarios han puesto en la página.

Tabla 1. Hoteles mejores calificados y rankeados en Ecuador según Tripadvisor

Hoteles	Descripción
1. Napo Wildlife Center Ecolodge	Ubicado en el amazonas, es un resort en todo su esplendor. Da una experiencia inolvidable al entrar al corazón del Parque Nacional Yasuní. Un hotel que cumple con las características de ser ecológico y apegado con la naturaleza. Categorizado como un hotel de 4 estrellas
2. Mashpi Lodge	Ubicado en las afueras de Quito, este hotel posee una imagen de marca innovadore muy moderno y acorde a las tendencias. Apuesta por una experiencia nueva de los bosques

	tropicales de las zonas andinas. Otra forma de aprovechar la diversidad paisajística del Ecuador. Categorizado como hotel de 4 estrellas
3. Hillary Nature Resort & Spa	Ubicado en la provincia del Oro, el tercer puesto en precio-calidad. Otro hotel y complejo recreacional que apuesta por la riqueza natural del país, todo usuario que ha visitado el hotel se lleva experiencias inolvidables.
4. Sani Lodge	Otro hotel ubicado en el parque Yasuní, refleja lo poderoso que puede llegar a hacer los diversos espacios turísticos que el país ofrece. Es un hotel de tipo familiar que a pesar de que no tiene la categorización de 4 o 5 estrellas, los usuarios lo han calificado como un servicio excelente.
5. Courtyard By Marriot Guayaquil	Primer hotel de la ciudad de Guayaquil que aparece en este ranking, de 4 estrellas. Tuvo una calificación de 4 estrellas. Se encuentra ubicada en lugares turísticos de la ciudad. Su elegancia sin duda, cautiva al turista.
6. Hotel Solymar	Ubicado en Galápagos, con una vista al mar impresionante, ha sido catalogado por los usuarios como un excelente servicio, y su relación calidad-precio es también muy bien calificada.

7.	Royal Decameron Centinela	Punta	Ubicado en Santa Elena, hotel de 4 estrellas, que a pesar de tener una calificación total de 3.5 estrellas. Cuenta con instalaciones muy buenas y cómodas para todo el que lo visita.
8.	Siona Lodge		Hotel de gama media que también se encuentra ubicado en la Laguna Grande de Reserva Cuyabeno. Se lleva una calificación de 5 estrellas por su excelente servicio y relación precio-calidad. A pesar de que ha tenido pocas reseñas que las anteriores, se muestra como un lugar muy acogedor y que está acorde a las tendencias del turismo actual.

Fuente: elaborado por autor

En la tabla 1, se hace un recuento de los hoteles mejores rankeados. Se puede apreciar que la mayoría no llega a una calificación de 5 estrellas, a pesar, de que no es el objetivo de la investigación determinar una correlación entre la categoría del hotel y la experiencia final que se lleva el usuario. Es pertinente mencionar, que el perfil actual del consumidor se alinea a buscar lugares nuevos, con mucha más riqueza ecológica, sin dejar a un lado que el turismo urbanístico sigue siendo muy importante y rentable, pero es cuestión del tipo de cliente, sus preferencias y su objetivo final en la permanencia del local.

A partir de ello, es menester mencionar cifras proporcionadas por el dashboard de la Organización Mundial del Turismo OMT (2023), que genera cifras estadística hasta el 2021 de habitaciones disponibles de hoteles y otros tipos de alojamientos. En los siguientes apartados, se terminará por abordar las otras variables como lo es el negocio de Airbnb y su impacto en el país.

Figura 4. Ranking de la capacidad de alojamiento a nivel de Las Américas en el 2021

Total Capacity

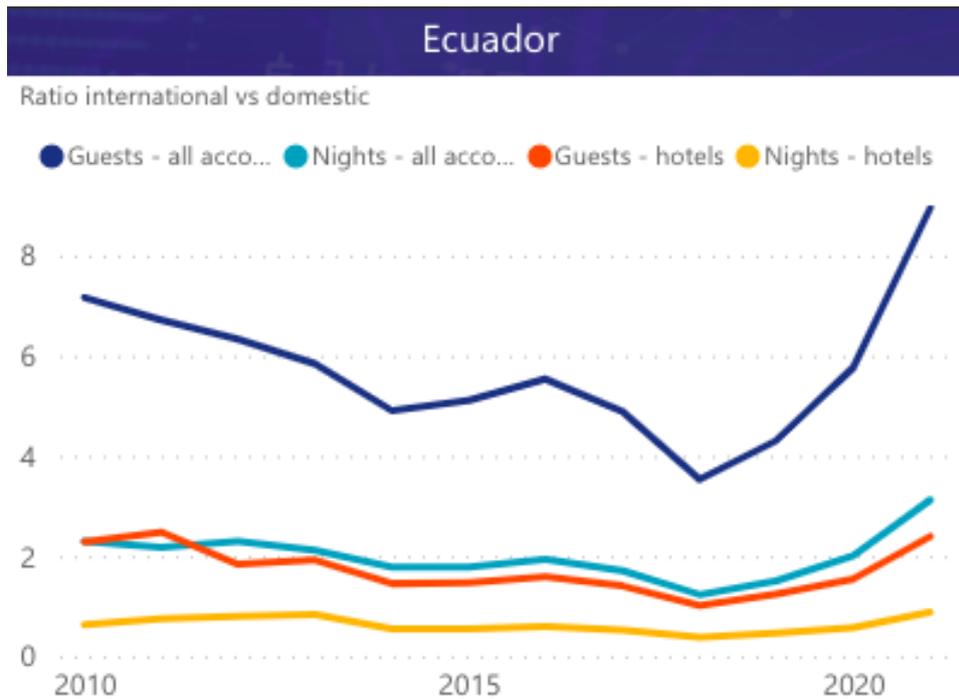
Country	Establishments available	Rooms available	Beds available
Mexico	25.200	867.328,0	1.734.656
Colombia	23.708	312.213,0	521.619
Peru	23.085	294.049,0	505.959
Argentina	15.894	270.374,0	720.912
Ecuador	4.299	101.360,0	208.362
Costa Rica	3.765	58.513,0	
Guatemala	3.372	57.514,0	155.407
Bolivia	1.270	26.667,0	43.893
Nicaragua	1.106	13.266,0	22.136
Panama	1.097	35.814,0	71.628

Fuente: Dashboard de la Organización Mundial del Turismo (2023)

La figura 4 muestra una captura del programa en línea que proporciona la OMT con el fin de dar a conocer cifras según el periodo del año. Ecuador en el 2021 conto con 4.299 establecimientos disponibles (entendiendo por establecimiento a tanto a hoteles como demás alojamientos independientes). Sus habitaciones disponibles eran de 101.360 y sus camas disponibles era de 208.362. La capacidad de alojamiento tiene como definición, hacer una estimación de la cantidad de establecimientos de las cuales pueden hospedar a las personas sin que afecte negativamente la calidad del servicio o requiera cambios en su infraestructura (Central Hudson, 2023).

Por otro lado, el índice de ocupación a nivel de continente lo ocupan Estados Unidos y República Dominicana.

Figura 5. Ocupación nacional e internacional en el 2021



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2023)

En la figura 5 se muestra una estadística del periodo 2010-2021, la cual se muestra la evolución de la cantidad de huéspedes, las noches reservadas en hoteles y alojamientos. Como es de esperar, en el 2020 hubo un descenso en las cifras que se empezó a mejorar durante el 2021.

Figura 6. Índice de turistas nacionales y extranjeros



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2023)

En ese índice presentado por la Organización se muestra dos líneas una que representa demás alojamientos y la otra que representa los hoteles. En este

caso, la página explica que la cifras ponderadas por debajo de 1 representa que el país tuvo más huéspedes nacionales que internacionales por noche, y por encima significa todo lo contrario. En este caso, se puede apreciar que los hoteles en el 2021 tuvieron más huéspedes locales que internacionales, a diferencia de los demás tipos de establecimientos.

Figura 7. Cantidad de huéspedes nacionales en hoteles y demás alojamientos comerciales durante el periodo 2010-2021



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2023)

En la figura 7 se muestra una figura estadística donde menciona la cantidad de huéspedes nacionales recibidos en alojamientos comerciales (aplica hostales, departamentos independientes, locales de comida, etc) y hoteles. En total, los alojamientos tuvieron 16.719 huéspedes y los hoteles 3.095 en lo que fue el año 2021.

1.4.1. Marketing de los hoteles tradicionales

El concepto de marketing de servicios, ha experimentado un gran desarrollo impulsado por las organizaciones industriales en las economías de mercado. No obstante, con el crecimiento espectacular del sector de servicios en la sociedad actual, las organizaciones de servicios también están adoptando el enfoque de marketing para gestionar sus intermediarios. Al igual que las empresas que ofrecen bienes tangibles, los proveedores de servicios deben satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes. Sin embargo, aplicar el marketing a los servicios es más complejo debido a las características distintivas de los servicios y su percepción subjetiva por parte de los usuarios. Por lo tanto, una aplicación directa de los enfoques tradicionales de marketing puede no ser adecuada para los servicios. (Calle et al., 2008)

Dentro de los elementos del marketing de servicio se caracterizan por tener: intangibilidad, heterogeneidad, inseparabilidad y caducidad.

Una investigación realizada en el sector hotelero de Guayaquil menciona que los PYMES en el sector hotelero, disponen de redes sociales así como también se han encargado de tener visibilidad en plataformas digitales de reservaciones como Trivago, Bookin, Tripadvisor, entre otros. No obstante, existe poca interacción en sus redes sociales, además de que sus publicaciones no son constante. Por ultimo, las calificaciones recibidas en internet oscilan entre 'bueno' y 'muy bueno' (García Ríos, 2021).

Un estudio realizado por Portugal (2017) sobre las nuevas estrategias de marketing aplicado a los hoteles de lujo y primera en Quito, menciona sobre la co-creación. La co-creación según López Sanchez et al. (2013) es un nuevo paradigma en que se invita a los clientes porten una participación más activa en el proceso de la creación de nuevos productos y servicios. Volviendo con el estudio realizado en la ciudad de Quito, analiza esta nueva propuesta utilizando técnicas estadísticas como el análisis de varianza y pruebas de hipótesis estadística. A lo que concluye que, la co-creación impacta positivamente en la satisfacción de los clientes, por ende, influye en la lealtad y la cuota de mercado.

Por otro lado, es crucial mencionar el papel del marketing digital en los alojamientos, puesto que así como demás sectores, el sector turístico se alimenta mucho de la transformación digital para atraer nuevos prospectos. Por ende, es necesario destacar que dentro del marketing de los hoteles es

primordial la presencia del marketing digital, esto se abordará en capítulos anteriores sobre cómo se aplican sus estrategias digitales y cuanta interacción tienen. Respecto a esto, Muñoz et al. (2023) mencionan que en el pasado, el objetivo principal del sector hotelero era proporcionar alojamiento, pero con el tiempo, han incorporado tecnologías de la información para ofrecer servicios de mayor valor. Ahora, el servicio hotelero no se limita solo a alojamiento. Desde el punto de vista de la demanda y el comportamiento del consumidor, las personas consideran diversos factores y prioridades al seleccionar un hotel. En este contexto, las herramientas digitales brindan opciones para aumentar el valor del servicio hotelero.

Dentro de las estrategias digitales existen el marketing digital y el comercio electrónico. En cuanto al marketing digital, existen indicadores o KPIs de posicionamiento, entre las que se puede mencionar están: la interacción, el alcance orgánico, el engagement, la conversión, desempeño web, posicionamiento SEO, entre otras que se tocarán en el capítulo III.

1.4 Nuevas tendencias de Alojamiento

Una publicación mostrada por EHL Insights (2023) institución oficial que se encarga de la divulgación de la hospitalidad a nivel mundial, mostró el top 10 de las tendencias de alojamiento durante el 2023. A continuación se enumerarán y se resumirá, traducido al español, sobre las principales tendencias:

- Viajeros de ocio y espacio de trabajo en hoteles: el trabajo a distancia es algo que va a seguir creciendo por ende, los hoteles, hostales y demás alojamientos deben aprovechar estas nuevas oportunidades para adaptar el ambiente a ese tipo de clientes.
- Hospitalidad holística, salud y bienestar: a raíz de la pandemia las personas han concientizado sobre su salud, por lo que existe una gran tendencia a ir a spa, atención médica y temas relacionados en salud mental. Esto debe ser primordial para los hospedadores muestren ese lado de preocupación para el cliente.

- Experiencias digitalizadas para huéspedes: tendencia hacia los servicios digitales y sin contacto directo con el personal.
- Hiperpersonalización: los clientes esperan tener un trato muy especial y ser tratados como individuos, así lo demuestra un estudio en donde el 71% de los encuestados esperan una atención personalizada.
- Economía de la experiencia y esencialismo: los clientes siempre estarán a la espera de experiencias únicas, aparte de la atención personalizada.
- Estrategia de gestión de activos: La estrategia "asset-light" se ha convertido en dominante en el sector hotelero. Mediante la separación de la gestión de operaciones y la propiedad de los activos inmobiliarios, las empresas hoteleras pueden ahora enfocarse en su actividad principal, lo que les permite mejorar la eficiencia.
- Especial atención a la inteligencia artificial como los chats bots del lenguaje GPT.
- Energía renovable: sostenibilidad y sustentabilidad.
- Realidad virtual y aumentada: Las empresas de hostelería están aprovechando las ventajas de la realidad virtual y aumentada para ofrecer contenido visualmente atractivo. Las visitas virtuales en 360 grados permiten a los consumidores imaginarse en entornos digitales, como restaurantes, cafeterías o playas de hoteles. Mantener el acceso a este contenido lo más sencillo posible es clave, para que sea accesible en diferentes dispositivos, sin necesidad de cascos de realidad virtual.
- Buscador de promociones. En el contexto de la crisis económica, los consumidores optan por buscar precios económicos, promociones y ofertas.

1.5 Airbnb

En una investigación realizada por Félix (2018) menciona que la presencia de Airbnb en Ecuador ha sido notable desde 2013. Sin embargo, a partir de 2016, el crecimiento anual de los alquileres no ha sido exponencial. Por lo tanto, se

puede concluir que a medida que el sector hotelero tradicional ha experimentado un bajo rendimiento, el servicio de Airbnb ha ganado cada vez más fuerza en el país.

La historia de Airbnb es un ejemplo fascinante de emprendimiento y transformación en la industria del alojamiento. La plataforma fue fundada en 2008 por Brian Chesky, Joe Gebbia y Nathan Blecharczyk en San Francisco. Su idea inicial surgió cuando los fundadores enfrentaron dificultades para pagar el alquiler de su apartamento y decidieron ofrecer colchones inflables a los asistentes de una conferencia que había llenado todos los hoteles de la ciudad. Esta experiencia improvisada les dio la inspiración para crear un servicio de alojamiento basado en compartir espacios.

Inicialmente, la plataforma se llamaba "AirBed & Breakfast", ya que la idea principal era proporcionar colchones inflables a los viajeros que necesitaban una opción de alojamiento económica. Sin embargo, el enfoque cambió a medida que Airbnb comenzó a atraer a más anfitriones dispuestos a compartir habitaciones y viviendas completas. A medida que la plataforma creció en popularidad, se establecieron sistemas de verificación y se implementaron reseñas para garantizar la seguridad y la confianza entre los usuarios.

Con el tiempo, Airbnb se ha convertido en una plataforma global líder en la industria del alojamiento. Ha revolucionado la forma en que las personas viajan y se hospedan, permitiendo a los usuarios encontrar opciones únicas y auténticas en todo el mundo. Airbnb ha ampliado su oferta más allá del alojamiento tradicional, incluyendo experiencias locales, actividades y servicios adicionales para los viajeros.

La historia de Airbnb es una historia de innovación y adaptación. Lo que comenzó como una idea simple de compartir colchones inflables se ha convertido en una plataforma global que cambió para siempre la forma en que las personas buscan y reservan alojamientos durante sus viajes.

1.5.1. Panorama actual de Airbnb a nivel mundial y en el Ecuador

Airbnb es una plataforma que siempre busca renovarse en el mercado. En esta ocasión, en su página oficial mencionan los nuevos cambios para este 2023. Según el cofundador y director ejecutivo, Brian Chesky, la propuesta de

ahora se basa en su modelo de origen “la idea de compartir”, las habitaciones suelen tener precios módicos que un hotel y es una forma mucho más personalizada de vivir la experiencia de un hospedaje. (Airbnb, Airbnb Lanzamiento de verano de 2023: descubre Airbnb Habitaciones, una versión completamente renovada de Airbnb, 2023)

- Pasaporte del anfitrión: esta nueva función implementada hace que el anfitrión conozca con mayor detalle al huésped.
- Airbnb habitaciones: 1 millón de habitaciones agrupadas para que su búsqueda sea más fácil
- Filtros rediseñados: nuevos tipos de filtro en la aplicación
- Funciones nuevas de privacidad: especificidades de los alojamientos mucho más detallados para comodidad del usuario.

1.5.1.1. Contribución al sector económico por parte de Airbnb en Ecuador

Tal como lo indica la página oficial de Airbnb (2023), se presentó un estudio realizado por Oxford Economics sobre el impacto económico de los usuarios en Ecuador. Durante el 2021, los huéspedes que reservaron espacios en Airbnb gastaron \$262 millones de dólares en el país, equivalente al 12.4% de toda la actividad turística directa. El informe destacó que el 50% de las personas anfitrionas se identifican como mujeres, resaltando su papel en el sector turístico. El gasto de los huéspedes apoyó directamente \$186.5 millones de dólares del PIB, respaldó 23,000 empleos en Ecuador y generó \$124.4 millones de dólares en sueldos y salarios en diversos sectores. Del gasto total de los huéspedes, \$53 millones se destinaron a restaurantes, \$80 millones a compras y abarrotes, \$70 millones a actividades y entretenimiento, y \$59 millones a transporte.

Roberto Rizo-Patrón, Gerente de Operaciones para Sudamérica de Habla Hispana de Airbnb, resaltó que esta actividad económica beneficia a Ecuador estimulando el empleo y los ingresos en distintas industrias y comunidades.

Oxford Economics utilizó datos proporcionados por Airbnb y encuestas a los huéspedes para analizar el impacto económico. El estudio se centró en los

impactos directos del gasto de los huéspedes, excluyendo la reserva, en términos de PIB, empleos e ingresos. Las estimaciones se basaron en modelos y se enfocaron en los efectos directos, sin incluir efectos multiplicadores como los impactos indirectos de la cadena de suministro. Se prevé que el sector turístico en Ecuador experimente un impulso renovado en los ingresos de los hogares, con un gasto de visitantes proyectado de \$3.6 mil millones de dólares en 2025.

1.5.1.1 Economía colaborativa en Airbnb

En un estudio realizado por Aguado-Moralejo et al. (2021) menciona que la doctrina relacionada con Airbnb se ha centrado en analizar los diversos beneficios que esta plataforma ofrece en comparación con los alojamientos turísticos tradicionales. Se destacan aspectos positivos como la generación de empleo, la democratización del turismo al ofrecer opciones de alojamiento más asequibles, la ampliación de la oferta de alojamientos turísticos, y la posibilidad de obtener ingresos complementarios para los anfitriones. Además, se ha señalado que Airbnb puede contribuir a paliar la pérdida de capacidad adquisitiva de estratos de población con menos recursos y promover valores como la empatía, la tolerancia y el intercambio cultural. También se considera que la plataforma puede tener un impacto positivo en la sostenibilidad al aprovechar viviendas infrautilizadas. Sin embargo, una parte creciente de la literatura se ha vuelto crítica con las actividades de Airbnb, centrándose en los posibles impactos negativos que puede generar en la economía local, el mercado inmobiliario y la calidad de vida de los residentes. Se han planteado preocupaciones sobre la pérdida de empleo directo en el sector hotelero debido al modelo de Airbnb y sobre los desafíos relacionados con las regulaciones, los impuestos, la competencia desleal y la gestión de los flujos turísticos. Además, los alquileres a corto plazo han generado protestas y campañas contra el turismo urbano en algunas áreas, y se ha señalado que la participación selectiva en los alojamientos de Airbnb puede tener consecuencias distributivas.

En el pasado, las empresas planificaban la demanda de productos y servicios, y los ciudadanos eran consumidores pasivos. Sin embargo, en la actualidad, los ciudadanos se han convertido en representantes económicos y

sociales, solicitando lo que desean y organizándose para crear o conseguir productos y servicios de forma compartida. Esto ha dado lugar a una economía de transacciones entre ciudadanos, conocida como P2P o C2C (de igual a igual), en contraste con las relaciones B2B (negocio a negocio) y B2C (negocio a consumidor). (Luceró Ucedo, 2016)

La economía colaborativa es un modelo económico que se basa en el intercambio y la colaboración entre individuos para satisfacer sus necesidades y generar valor. Este concepto se ha vuelto cada vez más relevante en los últimos años gracias al avance de la tecnología y la conectividad global. En la economía colaborativa, las personas comparten recursos, servicios o conocimientos directamente entre sí, a menudo a través de plataformas digitales que facilitan la transacción.

Uno de los aspectos clave de la economía colaborativa es la capacidad de aprovechar los recursos existentes de manera más eficiente. En lugar de depender únicamente de empresas o instituciones tradicionales, las personas pueden utilizar sus activos subutilizados, como un automóvil o una habitación vacía, para generar ingresos adicionales. Esto no solo beneficia a los proveedores, sino también a los consumidores, ya que pueden acceder a una gama más amplia de opciones a precios competitivos.

Sin embargo, la economía colaborativa también ha generado debates y desafíos en términos de regulación, seguridad y equidad. A medida que esta economía continúa evolucionando, es importante abordar estas preocupaciones y buscar soluciones que promuevan un equilibrio entre la innovación, la protección del consumidor y la justicia social.

1.5.1.2 Gentrificación y su relación con el Airbnb

En palabras textuales de Olmedo (2020) “el espacio socialmente construido en la urbanidad latinoamericana está en constante modificación por la acción del Estado, de la sociedad y del capital materializado de diversas maneras” (p.46)

La gentrificación y su relación con Airbnb es un tema complejo y controvertido que ha generado un amplio debate en numerosas ciudades de todo el mundo. La gentrificación se refiere al proceso de transformación de un

vecindario o área urbana, generalmente de bajos ingresos, a través de la llegada de residentes más adinerados y cambios en la infraestructura, servicios y comercios.

A primera vista, puede parecer que Airbnb y la gentrificación son dos fenómenos diferentes. Sin embargo, existe una relación estrecha entre ambos, ya que la proliferación de alojamientos de Airbnb puede acelerar y amplificar el proceso de gentrificación en determinadas áreas urbanas. La gentrificación se definió inicialmente como un proceso en el que estratos sociales humildes son reemplazados por otros con mayor poder adquisitivo. Sin embargo, a lo largo del tiempo, el término ha sido utilizado de diversas formas y se ha vuelto un concepto caótico y carente de especificidad teórica y empírica.

Dentro de las múltiples ramificaciones del concepto de gentrificación, se destaca la gentrificación turística, acuñada por Kevin Fox Gotham. Este concepto resalta el papel que la política pública y las grandes compañías de ocio tienen en promover tanto la gentrificación como el desarrollo turístico, remodelando los lugares como espacios de entretenimiento y consumo. En ciudades españolas como Bilbao, Palma de Mallorca, Santa Cruz de Tenerife y Valencia, se ha responsabilizado al turismo de procesos de gentrificación. Estos estudios sitúan temporalmente el proceso gentrificador en el auge de la burbuja inmobiliaria entre 1995 y 2007. Según estos trabajos, la administración pública, mediante megaproyectos o mega eventos, creó una oferta turística que impulsó las dinámicas gentrificadoras, provocando un aumento en la compraventa de viviendas y un desplazamiento y sustitución social. (Yrigoy, 2017)

Además, se ha observado que Airbnb puede alterar la dinámica social y cultural de los vecindarios. La llegada de un gran número de turistas puede cambiar la identidad y el ambiente de una comunidad, ya que los negocios locales pueden adaptarse para satisfacer las necesidades de los visitantes, desplazando a los establecimientos tradicionales. Esto puede afectar negativamente a los residentes de bajos ingresos, quienes pueden perder sus medios de vida y su conexión con su entorno comunitario. Respecto a todo lo mencionado anteriormente, una nota del Washington Post, retrata una situación preocupante en Ciudad de México respecto a los alojamientos rentado a través de Airbnb, y es que muchos de las zonas donde habitan personas de pocos

ingresos, se vieron obligados a desalojar porque los dueños decidieron rentarlos a otros turistas. (The Washington Post, 2023)

Es importante mencionar que no todas las ciudades y vecindarios experimentan los mismos efectos de la gentrificación y el impacto de Airbnb puede variar según las condiciones socioeconómicas y la regulación local. En algunos lugares, los gobiernos han implementado medidas para regular y controlar el alquiler turístico a corto plazo, limitando el número de días que se pueden alquilar propiedades y exigiendo licencias especiales. Estas regulaciones buscan equilibrar los beneficios económicos del turismo con la necesidad de preservar la vivienda asequible y la identidad de los vecindarios. En resumen, la gentrificación y Airbnb están estrechamente relacionados, ya que la proliferación de alojamientos turísticos a través de la plataforma puede contribuir al proceso de gentrificación en ciudades y vecindarios específicos. La llegada de inversores y la conversión de viviendas a corto plazo puede aumentar los precios de alquiler y venta, lo que puede desplazar a los residentes de bajos ingresos y cambiar la dinámica social y cultural de los vecindarios. Sin embargo, es importante reconocer que la gentrificación es un fenómeno complejo y multifacético, y Airbnb no es el único factor responsable de su ocurrencia. La planificación urbana, la inversión inmobiliaria y otros factores también desempeñan un papel en el proceso de gentrificación. Por lo tanto, es crucial considerar soluciones integrales y regulaciones efectivas para abordar los desafíos planteados por la gentrificación y encontrar un equilibrio entre el turismo y la preservación de la vivienda asequible y las comunidades locales.

15.2. Indicadores de posicionamiento

De acuerdo con Kotler et al. (2011) en su libro sobre el marketing turístico, identifican que existen tres etapas del posicionamiento en cuando a las empresas de servicio turístico las cuales son:

- Un valor agregado que aporte una diferencia significativa para el consumidor y asimismo proporcion ventajas competitivas.
- Adecuadas ventajas competitivas.

- Correcta comunicación en base a las estrategias definidas según el segmento de mercado elegido.

En base a los estudios de Kotler se describirá cada uno de las estrategias de posicionamiento en base a a bibliografía estudiada. Respecto a la palabra clave de este acápite, diferenciación, Hartmann et al. (2002)

15.2.1. Diferenciación del producto

Esta es una característica un tanto difícil de encontrar, puesto que muchas veces afirman que es difícil diferenciarse en ese aspecto. La diferenciación del producto/servicio se basa en las características ya sea en su aspecto físico, el personal a cargo, el servicio o su imagen. Martínez (2005) hace un estudio sobre los diferentes tipos de asociación y hace una distinción entre la diferenciación de la demanda y oferta. Centrando la idea por el lado de la oferta se identifican dos tres tipos: la horizontal, vertical e idiosincrática.

La diferenciación horizontal de productos, en base al mismo autor, se refiere a la ubicación de un bien o servicio en un espacio caracterizado por diferentes atributos o preferencias de los consumidores. Este espacio puede ser geográfico o definido por atributos específicos que atraen a ciertos consumidores y menos a otros. En este contexto, los consumidores tienden a preferir inicialmente la variedad del producto más cercana a su ubicación o que mejor se adapte a sus preferencias. Sin embargo, esta preferencia puede cambiar si alguna variedad más lejana ofrece un precio más conveniente que la variedad más cercana. En resumen, la diferenciación horizontal implica que la ubicación o las características de un producto influyen en las preferencias de los consumidores y, en ocasiones, el precio puede alterar estas preferencias.

La diferenciación vertical de productos se basa en la elección de un atributo, como la calidad, para que distintas variedades de un mismo bien o servicio tengan niveles de calidad diferentes. Los consumidores siempre prefieren variedades de mayor calidad a igualdad de precios, lo que lleva a que los bienes se vendan a diferentes precios según su calidad. Esto crea una segmentación del mercado en función de las preferencias de los consumidores, donde algunos valoran más la calidad y están dispuestos a pagar precios más altos por productos de mayor calidad, mientras que otros valoran menos la

calidad y prefieren productos más económicos con menor calidad. Por último, la diferenciación idiosincrática, es aquella que crea una fidelidad, de la cual, se hablará posteriormente.

1.5.2.2. Diferenciación por servicio

En este aspecto, se caracteriza por un valor agregado al servicio. La estrategia competitiva busca posicionar a la empresa en su industria mediante una serie de actividades que generan ventajas competitivas. Estas ventajas se atribuyen a una posición en el mercado y una configuración interna de actividades que refuerzan dicha posición. Las actividades estratégicas se interpretan en términos de dimensiones observadas o consideradas importantes por la dirección de la empresa.

La investigación empírica ha enfrentado dificultades para determinar las variables relevantes para especificar los componentes de la estrategia en diferentes sectores industriales. Sin embargo, existe un consenso en que las dimensiones estratégicas son universales e invariables entre industrias, aunque su especificación con variables concretas puede variar según el contexto.

Algunos autores, como Porter y Galbraith, han identificado una lista de dimensiones estratégicas clave que permiten a una empresa posicionarse de manera diferenciada. Por otro lado, otros autores basados en la Psicología Cognitiva han derivado las dimensiones estratégicas latentes en el pensamiento gerencial, revelando cómo los decisores de la industria analizan la competencia. (Más Ruiz, 2000)

1.5.2.3. Diferenciación basada en los recursos humanos

Sacar ventaja del personal es una buena manera de posicionarse, puesto que la atención que recibe los usuarios los hace empatizar con la empresa.

1.5.3.4. Diferenciación por localización

La localización es una de las dimensiones que actualmente está ganando más importancia. En capítulos anteriores se pudo evidenciar que los lugares de vegetación y ecológicos eran los mejores puntuados a nivel del país y del mundo

Definitivamente para el sector de alojamientos, la localización resulta muy importante.

1.5.3.5. Diferenciación por imagen

La imagen de la marca puede ser una estrategia muy importante a la hora de posicionarse, incluso cuando las promociones o los servicios son muy parecidos. La identidad visual puede hacer que los usuarios lo prefieran.

1.5.3.6. La asociación de marca como principal estrategia de posicionamiento

En base a los estudios teóricos de Saltos et al. (2016), el modelo de Aaker (1991) sobre el capital de marca considera la imagen de marca como un conjunto de asociaciones que los consumidores ligan a la marca en su mente, siendo un elemento que influye en su valoración dentro de la conciencia. Por otro lado, Keller (2013) propone un modelo que parte del conocimiento de marca y define la imagen como un conjunto de percepciones que se mantienen en la memoria del consumidor, manifestadas a través de diferentes asociaciones.

Según estos modelos, la imagen de marca es una representación mental que surge de las percepciones que los consumidores tienen sobre la marca, incluyendo atributos, beneficios, actitudes, experiencias, personalidad de la marca y su unicidad. Estos elementos forman la unidad de memoria que los clientes perciben a través de la comunicación y la experiencia con la marca. La imagen de marca conduce a una evaluación favorable y genera un vínculo positivo en términos de actitud y comportamiento hacia la marca. Es el resultado de un proceso de interpretación llevado a cabo por el público en base a la comunicación y las experiencias relacionadas con la marca.

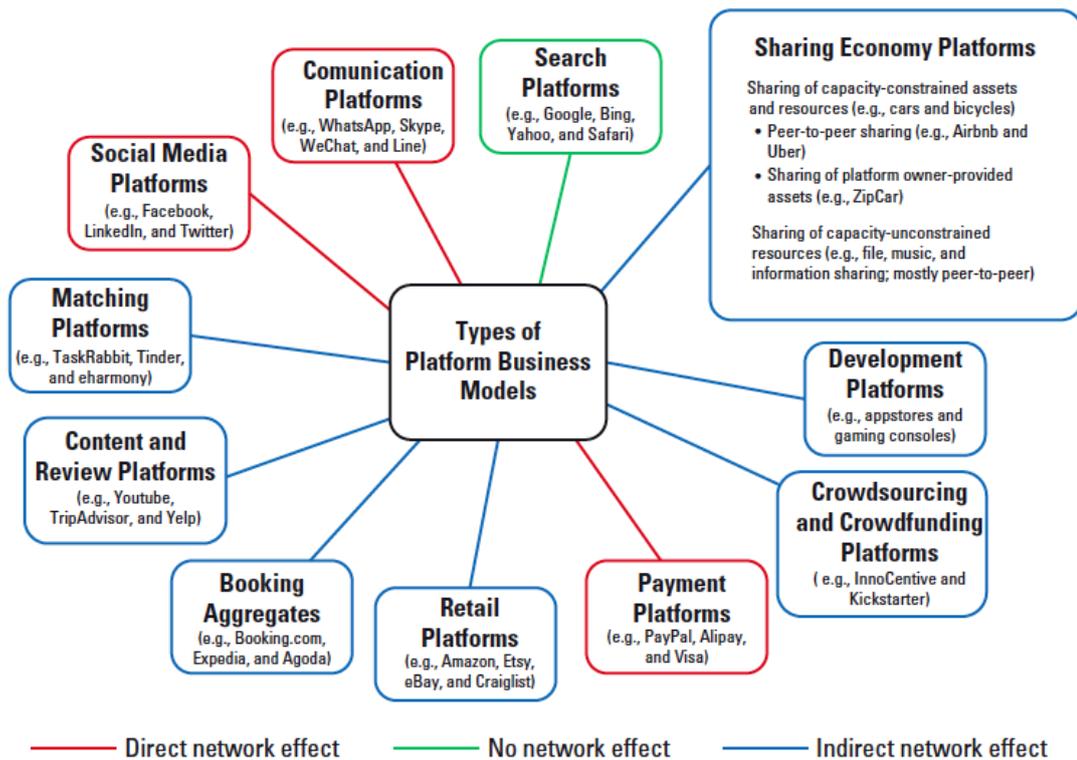
Masabanda & Moreno (2020) mencionan que, el valor de marca se define como la percepción que los clientes tienen sobre una marca en particular. Esta percepción puede ser analizada considerando tanto los aspectos financieros como los de marketing, y está vinculada con la fuerza que la marca exhibe en el mercado. Cuanto más positiva y fuerte sea la percepción de la marca en la mente de los clientes, mayor será su valor y su capacidad para mantener una posición competitiva en el mercado.

En resumidas cuentas, una empresa puede destacar entre sus competidores al ofrecer un conjunto de ventajas competitivas. Estas ventajas se logran al proporcionar precios más bajos que productos similares de la competencia o al ofrecer mayores beneficios que justifiquen precios más altos. Para alcanzar esta ventaja competitiva, la empresa debe comparar sus precios y productos con los de la competencia y estar constantemente en busca de posibles mejoras. Cuando la empresa logra superar a sus competidores, alcanza una ventaja competitiva y se diferencia en el mercado.

La asociación de marca es un indicador que evalúa las percepciones y los atributos asociados con una marca específica. Este indicador mide la imagen y la reputación de una marca en la mente de los consumidores. Una asociación de marca fuerte y positiva puede influir en la decisión de compra de los consumidores y diferenciar a la marca de la competencia.

Referente a Airbnb, un estudio realizado por De Castro & Fernandes (2020) se referían a la marca como una personalidad, su título peculiar “si Airbnb fuera una persona” relata que su modelo de negocio fue tan innovador y arraigado a la economía colaborativa que simplemente tuvo un crecimiento muy rápido, desde su lanzamiento en el 2008, se ha convertido en uno de las principales plataformas de alojamiento turístico a nivel mundial.

Figura 8. Plataformas de negocio y sus efectos en las redes



Fuente: Wirtz & Lovelock (2022)

Wirtz & Lovelock (2022) establecen la influencia e impacto que tiene los distintos modelos de negocios y su impacto en el mercado. La línea verde, es decir, las plataformas de búsquedas mencionan que son importantes para la competitividad de los negocios. Los efectos de red indirectos, también llamados efectos cruzados, ocurren en plataformas de dos o más lados, donde el valor para los usuarios aumenta cuando se unen nuevos usuarios de un grupo diferente. Un ejemplo de esto es Uber, donde la incorporación de un nuevo conductor beneficia a los usuarios al aumentar la disponibilidad de viajes más rápidos y convenientes. Al mismo tiempo, cada nuevo usuario beneficia a los conductores al generar más oportunidades de ingresos. La misma dinámica ocurre con plataformas como Airbnb.

Sin embargo, este tipo de plataformas enfrenta el desafío de crear una masa crítica de usuarios y proveedores. Se conoce como el problema del huevo y la gallina, donde se requiere una cantidad suficiente de compradores para atraer a proveedores, pero también se necesitan muchos proveedores para atraer a

compradores. Encontrar este equilibrio es crucial para que las plataformas logren un crecimiento exitoso y se posicionen de manera competitiva en el mercado.

1.5.2 Regulación y políticas de alojamiento

En un reportaje del diario El Universo (2023), el ministro de Turismo, Niels Olsen, anunció que el borrador del Reglamento para el Arrendamiento de Inmuebles para Uso Turístico, publicado por el Ministerio de Turismo el martes 10 de mayo, ha sido suspendido debido a la falta de consenso. Según Olsen, aunque el reglamento contó con el respaldo de varios sectores, también generó críticas por parte de otros. El objetivo no era imponer, ya que el gobierno busca ser un lugar de encuentro y diálogo. Dado que no se logró un consenso entre todos los actores involucrados, se ha decidido suspender el reglamento.

Este reglamento, que se venía discutiendo desde 2019, se centraba en regular a las personas físicas o jurídicas (anfitriones) que ofrecen servicios de hospedaje no permanente o temporal a cambio de una remuneración a huéspedes nacionales o extranjeros. Esto se aplicaba a inmuebles destinados al uso turístico, distintos de los establecimientos contemplados y regulados por el Reglamento de Alojamiento Turístico, como hoteles, hostales, hosterías, haciendas turísticas, lodges, resorts, refugios, campamentos turísticos y casas de huéspedes.

Capítulo II: marco metodológico

2. Tipo de investigación

La modalidad de investigación es de tipo exploratoria, según Hernández (2012) es una etapa inicial de la investigación científica que tiene como objetivo familiarizarse con un tema o fenómeno poco estudiado o comprendido. Se utiliza cuando hay poca información disponible o cuando se requiere una comprensión más profunda antes de realizar una investigación más rigurosa. La investigación exploratoria busca generar ideas, identificar variables relevantes, definir conceptos y desarrollar hipótesis o preguntas de investigación más específicas. En este tipo de investigación, se recopila información de diversas fuentes, como revisión bibliográfica, entrevistas, observación o análisis de datos existentes. Se utiliza un enfoque flexible y abierto, permitiendo la exploración y descubrimiento de nuevos aspectos relacionados con el tema de estudio. Aunque no busca generar conclusiones definitivas, la investigación exploratoria proporciona una base sólida para posteriores investigaciones más rigurosas y específicas.

La investigación se basa en el tipo exploratorio puesto que aborda temas que no se han estudiado en fechas actuales específicamente en el sector de Guayaquil. Aunque en la literatura revisada existe estudios a nivel de país, en el cantón se ha evidenciado pocos estudios sobre el posicionamiento de los hoteles frente el Airbnb.

2.5. Enfoque de investigación

El enfoque de investigación es de carácter cuantitativo puesto que se analizarán cifras estadísticas de Airbnb, además de utilizar una encuesta para conocer la preferencia del público entre los alojamientos Airbnb y hoteles tradicionales de la ciudad.

2.6. Diseño de investigación

2.6.1. Instrumento y recolección de datos

En base a lo anterior, el instrumento de recolección de datos para las cifras de Airbnb será por medio de una página web (AIRDNA Market minder), que

proporciona información en tiempo real sobre los alojamientos Airbnb a nivel mundial, en este estudio se delimitará solo en la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2022. Por otro lado, para los hoteles se utilizará datos de Catastro Turístico Nacional proporcionado por el Ministerio de Turismo y la Corporación Financiera Nacional. Además, se tomará en cuenta las reseñas de principales hoteles de Guayaquil.

2.6.2. Periodo y lugar de la investigación

La encuesta se realizó de manera virtual. Se solicitó a personas de diferentes ciudades externas a Guayaquil, por medio de redes sociales que contestaron la encuesta por medio del formulario Google form.

2.6.3. Universo poblacional de investigación

La muestra estuvo determinada por la cantidad de visitantes que recibió Guayaquil en el 2022. Según datos del Observatorio Turístico, dirigido por la ESPOL, la ciudad recibió un total de 2,6 millones de turistas. (El Universo, 2023)

2.6.4. Técnica de muestreo

La técnica del muestro es de tipo aleatoria simple, se utilizó una calculadora muestral virtual llamada 'Question Pro', la cual proporcionó el resultado de 384 personas a encuestar. A continuación, se muestra la fórmula la cual se aplicó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{(z^2(p * q))}{N}}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado (0,95)

p= Proporción de la población con la característica deseada (0,5)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (0,5)

e= Nivel de error dispuesto a cometer (0,05)

N=Tamaño de la población (2'600.000)

Tabla 2. Operacionalización de las variables

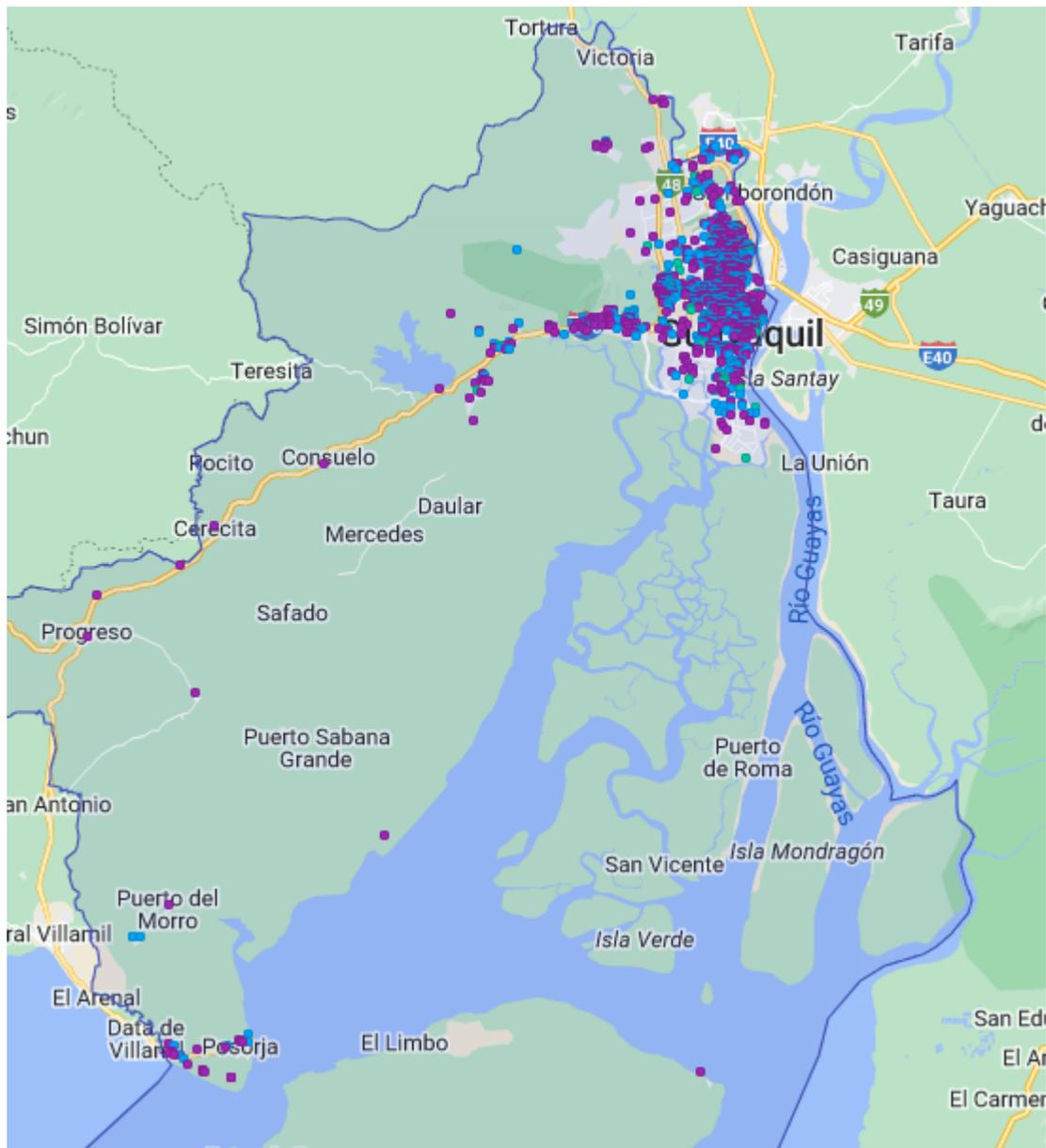
Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Posicionamiento de Airbnb	Ocupación	Porcentaje de ocupación	Base de datos AirDNA
	Ingresos	Promedio de reservas	
	Número de alojamientos		
	Camas		
	Reseñas		
	Posicionamiento estrategias digitales		
Alojamiento de hoteles tradicionales	Posicionamiento en redes sociales	Precios de habitación	Cifras oficiales de los Ministerios. Estudios longitudinales Catastro Nacional Turístico
	Estrategias digitales	Promedio de porcentaje de ocupación	
	Reseñas		

Fuente: Elaborado por autor

Capítulo III: Análisis de los resultados

3. Zona geográfica de estudio: Ciudad de Guayaquil

Figura 9. Delimitación geográfica de la zona de estudio



Fuente: Air DNA

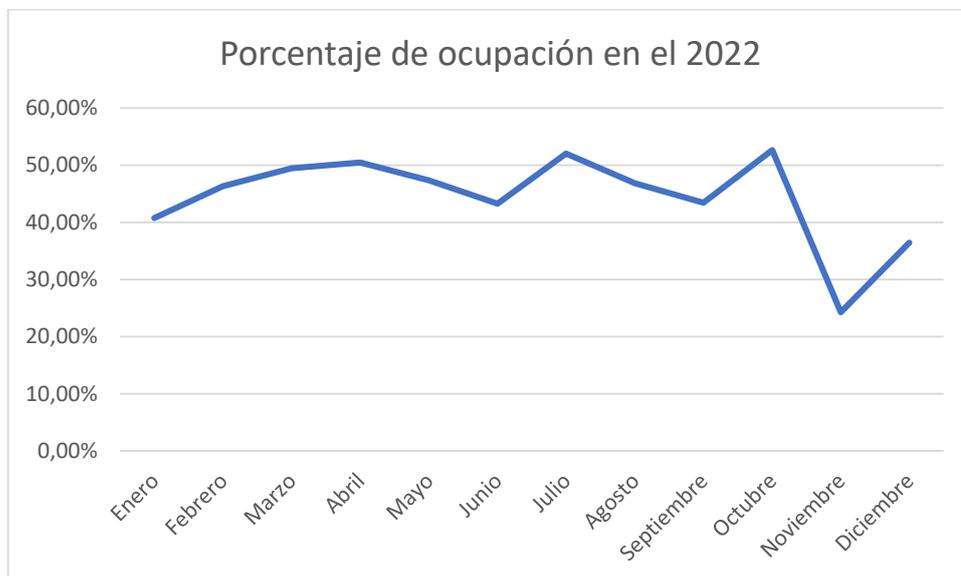
En esta primera ilustración, se presenta la delimitación geográfica y la densidad de alojamientos registrados en la aplicación Airbnb. La aplicación muestra todos los departamentos registrados por la plataforma AIRBNB.

Tabla 3. Porcentaje de ocupación de los alojamientos Airbnb en el 2022

	Porcentaje de ocupación
Enero	40,76%
Febrero	46,35%
Marzo	49,47%
Abril	50,49%
Mayo	47,34%
Junio	43,27%
Julio	52,02%
Agosto	46,82%
Septiembre	43,44%
Octubre	52,66%
Noviembre	24,28%
Diciembre	36,44%

Fuente: Elaborado por autor

Figura 10. Porcentaje de ocupación de AirBNB 2022



Fuente: elaborado por autor

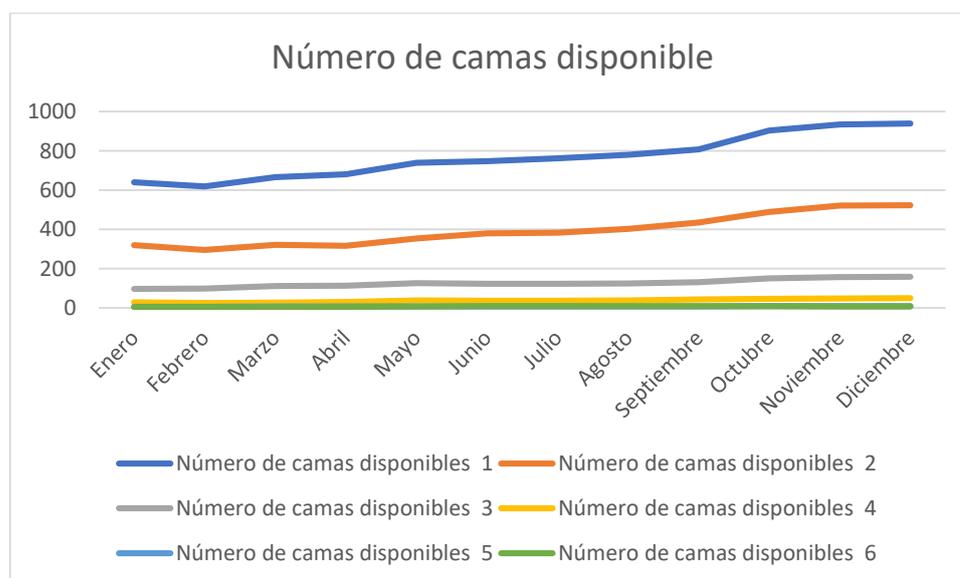
Interpretación: Aquí se puede corroborar que los hospedajes Airbnb han llegado a más del 50% de porcentaje de ocupación. No obstante, en los meses de noviembre de octubre y noviembre se registró poca demanda.

Tabla 4. Número de camas disponible

	Número de camas disponibles					
	1	2	3	4	5	6
Enero	641	320	97	29	6	5
Febrero	619	295	98	25	6	4
Marzo	666	322	112	28	7	5
Abril	681	317	114	30	7	6
Mayo	739	354	126	38	7	8
Junio	747	380	123	37	7	9
Julio	763	383	123	37	7	10
Agosto	780	403	125	39	7	10
Septiembre	808	436	132	43	8	9
Octubre	903	489	151	46	9	9
Noviembre	934	522	158	49	9	8
Diciembre	939	523	159	50	9	8
Suma total	9220	4744	1518	451	89	91
Promedio	768,3	395,3	126,5	37,6	7,4	7,6

Fuente: Elaborado por autor

Figura 11. Número de camas disponibles



Fuente: elaborado por autor

Interpretación: En la figura 12 se puede notar que la mayoría de Airbnb tenían solo una cama disponible porque el promedio de Airbnb con esa disposición era de 723.

Tabla 5. Promedio de precios por día de alojamiento en Airbnb 2022

Año 2022	Promedio de precios por día de alojamiento
Enero	\$53,82
Febrero	\$51,82
Marzo	\$53,91
Abril	\$54,98
Mayo	\$55,49
Junio	\$56,32
Julio	\$57,97
Agosto	\$62,27
Septiembre	\$61,82
Octubre	\$89,65
Noviembre	\$65,61
Diciembre	\$67,54
Promedio anual	\$60,93

Fuente: Elaborado por autor

Figura 12. Promedio de precios por día de alojamiento en Airbnb 2022



Fuente: Elaborado por autor

Tabla 6. Cantidad de hoteles en Guayaquil por categoría

Hoteles de Guayaquil	Números
5 estrellas	10
4 estrellas	15
3 estrellas	23
2 estrellas	46
1 estrella	30
Total	124

Fuente: Elaborado por autor en base al Catastro Nacional Turístico

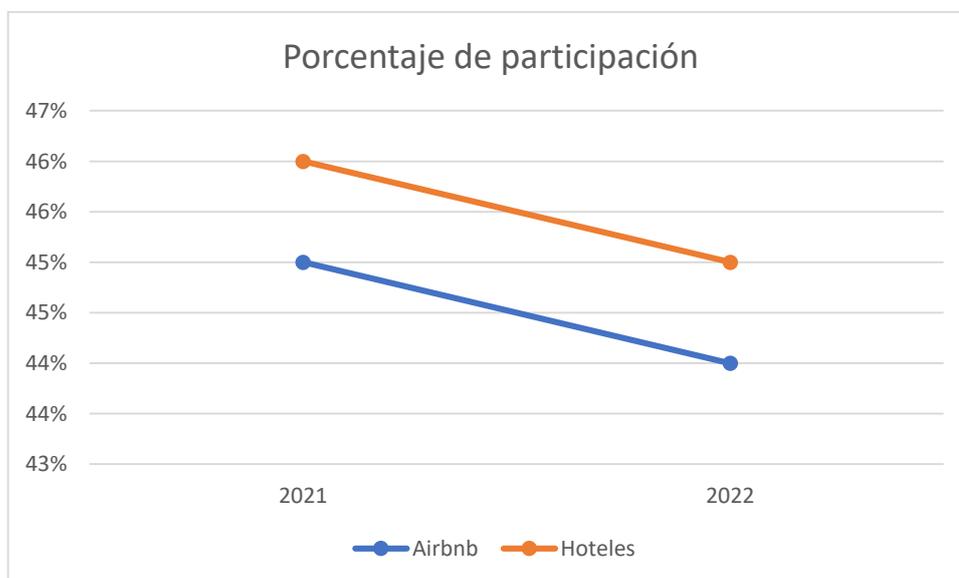
En la tabla 4 se muestra la cantidad de hoteles de Guayaquil activos hasta la fecha. Se puede apreciar que existe un gran número de hoteles de 2 y 3 estrellas. No obstante, hay que evaluar si existe visibilidad en redes sociales, puesto que es uno de los indicadores a evaluar en esta investigación.

Tabla 7. Promedio de porcentaje de participación entre hoteles y aribnb

Promedio de porcentaje de ocupación		
	2021	2022
Airbnb	45%	44%
Hoteles	46%	45%

Fuente: elaborado por autor en base de datos del AirDNA, portales de noticias y cifras del Mintur

Figura 13. Promedio de porcentaje de participación entre hoteles y airbnb



Fuente: elaborado por autor

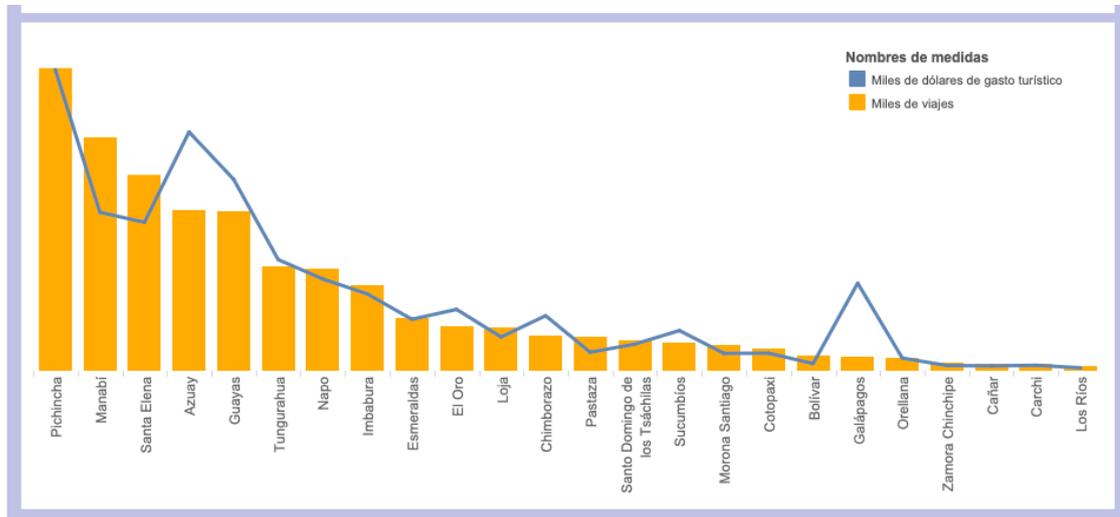
En la tabla 6 y gráfico 12 se puede observar la evolución entre el 2021 y 2022 del porcentaje de ocupación hotelera, cabe recalcar que los datos de hoteles están tomados en base a los meses con más movimiento para el año 2022, a razón de la serie de eventos que ocurrieron el año pasado como la Copa Libertadores, la cual, la ocupación hotelera se vio muy bien beneficiada. A pesar de que los datos son muy limitados, se puede evidenciar que la competencia esta casi acaparada y que aún falta por seguir analizando con cifras más actualizadas.

Figura 14. Millones USD generados por parte de los hoteles en el 2022

Año	2022	
	Millones USD	% Total
1562902	1,9	0,85%
☐ Servicios de restaurantes y bares en terminales de transporte	0,0	0,02%
1561004	0,0	0,02%
☐ Alojamiento	25,7	11,26%
☐ Otros servicios de alojamientos por corto tiempo	1,3	0,59%
1551009	1,3	0,59%
☐ Servicios de alojamiento prestados por hoteles	24,4	10,67%
1551001	24,4	10,67%
☐ Operación e intermediación	14,6	6,40%
☐ Actividad de Operadores turísticos que se encargan de la planificación y organización de paquetes de servicios de viajes (tours)	4,9	2,14%

Fuente: Metadatos del MINTUR

Figura 15. Ranking de provincias más visitadas durante los feriados nacionales en el 2022



Fuente: Metadatos del MINTUR

En la figura 13, en base a los datos recogidos por el Minterio de Turismo se menciona que los hoteles en el 2022 generaron cerca de 24 millones de dólares y en la figura 14 que Guayas fue el quinto lugar más visitado.

Tabla 8. Investigación documentada de la percepción de los hoteles y airbnb al público encuestado de Guayaquil y otras ciudades

Autores	Percepción del Airbnb y hoteles
(Pesántez Bermeo & Avila León, 2017)	Se hizo una investigación en Cuenca referente al impacto Airbnb. Mencionan que la inclusión de estos alojamientos trae competencia desleal según los empresarios entrevistados.
(Serrano et al., 2020)	En este artículo de revista se encontraron hallazgos interesantes. Entre diciembre de 2018 y mayo de 2019, se observó un aumento de 818

propiedades disponibles en Airbnb en las tres ciudades más pobladas de Ecuador: Guayaquil, Quito y Cuenca. Durante este período, se encontró que los huéspedes internacionales utilizan los servicios de Airbnb más frecuentemente que los huéspedes nacionales. Además, la principal fuente de información para los usuarios de Airbnb es el sitio de la red social Facebook, seguido del navegador Google.

En cuanto a la ocupación de alojamientos, se encontró que en las tres ciudades principales, las tasas de ocupación de los hoteles fueron superiores a las tasas de ocupación de las propiedades de Airbnb durante los seis meses analizados.

A pesar de estos hallazgos, se concluyó que aún se requieren más estudios para comprender completamente los efectos de los servicios de Airbnb en América Latina.

(López Ruiz, 2022)

Se realizó una investigación en los hoteles de la zona céntrica de Guayaquil concluyendo que los encuestados, la cual fue una muestra de 384 personas, mencionaron que no sentían una atención adecuada por parte de los hoteles y que habían

problemas con la comunicación y muchos retrasos.

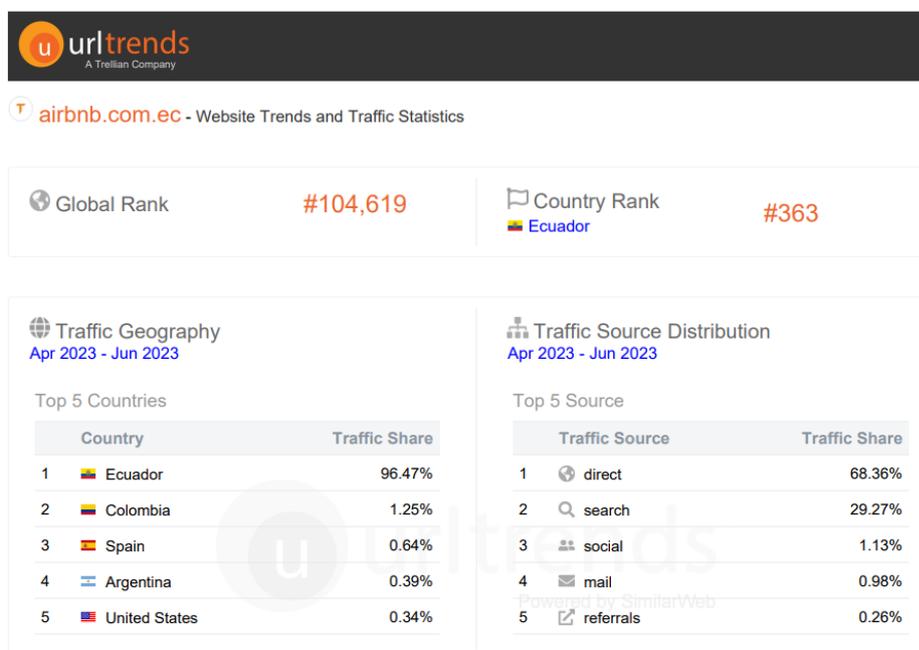
Fuente: elaborado por autor

En la tabla 7 se requirió hacer una investigación documentada de la percepción de los usuarios frente a estos tipos de alojamiento. Existe aún una disputa en cuanto a su posicionamiento puesto que ambos pueden llegar a tener beneficios de igual forma. Hay que seguir evaluando con más análisis los determinantes en su posición

3.5. Tráficos de sitio web como: motor de búsqueda por parte de hoteles y Airbnb

A nivel de posicionamiento en medios digitales se dispuso a usar una herramienta gratuita para evaluar las métricas de tráfico web de la plataforma Airbnb/Guayaquil y hoteles de lujo como: Hotel Oro Vere y el Hotel Unipark, se seleccionaron estos hoteles puesto que hoteles de menores categorías, la página no encontró métricas disponibles.

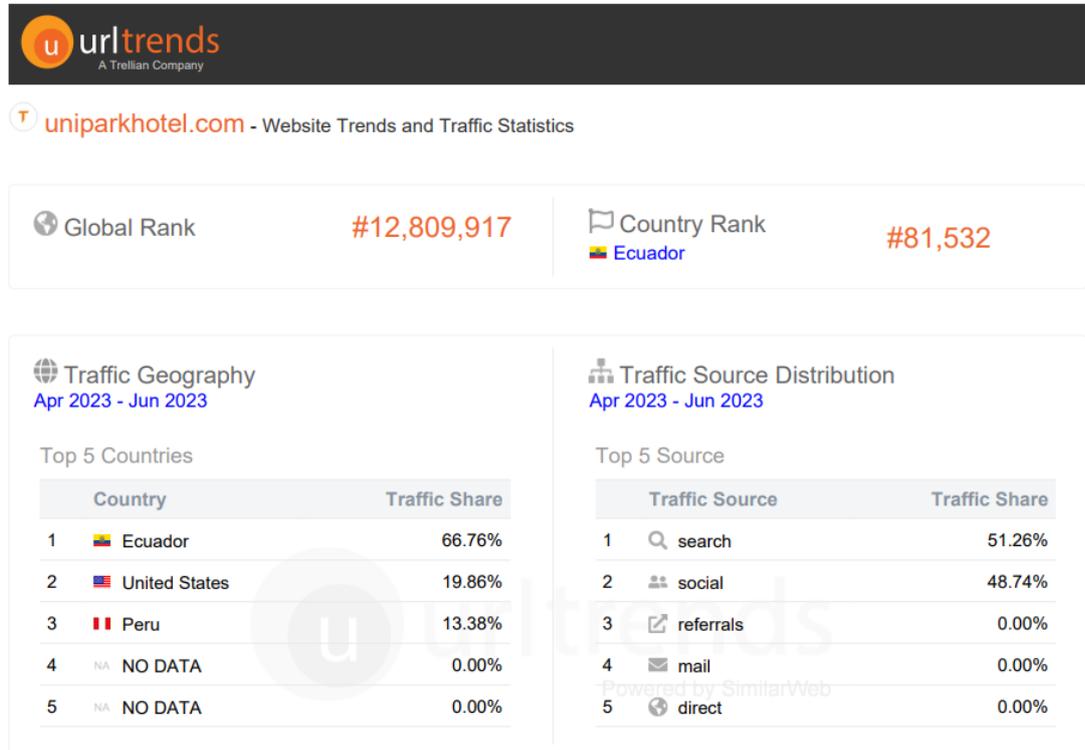
Figura 16. Tráfico web del sitio airbnb



Fuente: sitio web URL trends

Se puede evidenciar que existe a nivel nacional un gran alcance orgánico de 68% por parte de las búsquedas directas, lo que hace que se ubique en la posición número 363. Cabe recalcar que la dirección usado fue tomado por parte de la ciudad de Guayaquil.

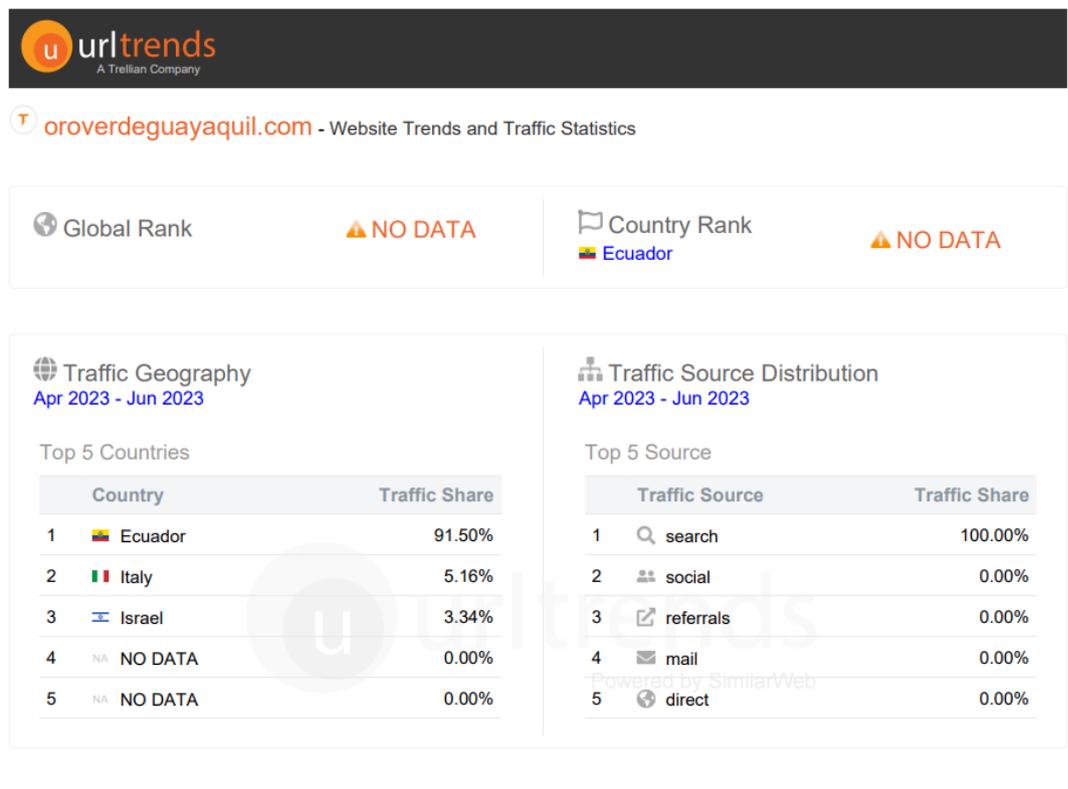
Figura 17. Tráfico del sitio web del hotel Unipark



Fuente: URL trends

En este caso, la dirección del hotel Unipark tiene menor alcance orgánico. No obstante, hay que admitir que muchas de las reservas se lo hacen a través de plataformas terciarias como booking, tripadvisor, trivago, etc.

Figura 18. Trafico del sitio web del Hotel Oro Verde



Fuente: URL trends

El hotel oro verde tuvo como sorpresa que tiene un gran alcance orgánico. No obstante, no registra datos del puesto que ocupa en el ranking. A nivel general, existe un buen alcance orgánico, y Airbnb a nivel digital se posiciona en su tráfico web.

3.6. Hoteles mejores rankeados de Guayaquil

Tabla 9. Posicion de hoteles de Guayaquil en calidad y precio según Trip Advisor

Hoteles	Puntuación	Cantidad de opiniones	Precios por noche
1. Hotel Oro verde	4,5 excelente	3342	\$110
2. Wyndham	4,5 excelente	1603	\$100
3. Unipark	4,5 excelente	2344	\$90
4. Sheraton Guayaquil Hotel	4,5 excelente	1837	\$115
5. Hotel del parque	5 excelente	841	\$359
6. Holiday Inn	4,5 excelente	1139	\$107
7. Hotel Palace	4,5 excelente	1138	\$94
8. Grand Hotel Guayaquil	4,5 excelente	1108	\$90
9. Luxva Hotel Boutique	5 excelente	22	\$76
10. Casa García Hotel	4 muy Bueno	233	\$90

Fuente: Elaborado por autor

Tabla 10. Hoteles mejores rankeados según Booking

Hoteles	Puntuación	Cantidad de opiniones
1. Radisson Hotel	9 fantástico	1117
2. Puerto Santa Ana Suites	9,1 fantástico	186
3. Hotel del Parque	9,3 fantástico	144
4. Hotel Oro Vere	9 fantástico	688
5. Wyndham Guayaquil	8,9 fabuloso	1544
6. TRYP by Wyndham	8,5 muy bien	2060
7. Hilton Colón	8,6 fabuloso	1024
8. Holiday Inn	8,8 fabuloso	902
9. Sheraton	8,7 fabuloso	827
10. Ecusuites Room	5,5	2

Fuente: Elaborador por autor

Tabla 11. Alojamientos Airbnb destacados en la ciudad de Guayaquil

Airbnbs destacados	Calificación	Opiniones	Precio por noche
River&City King Ubicado en el barrio las Peñas	4,94	277	\$49
Condo en Las Peñas	4,86	103	\$59
Riverfront ubicado en Las Peñas	4,83	23	\$62

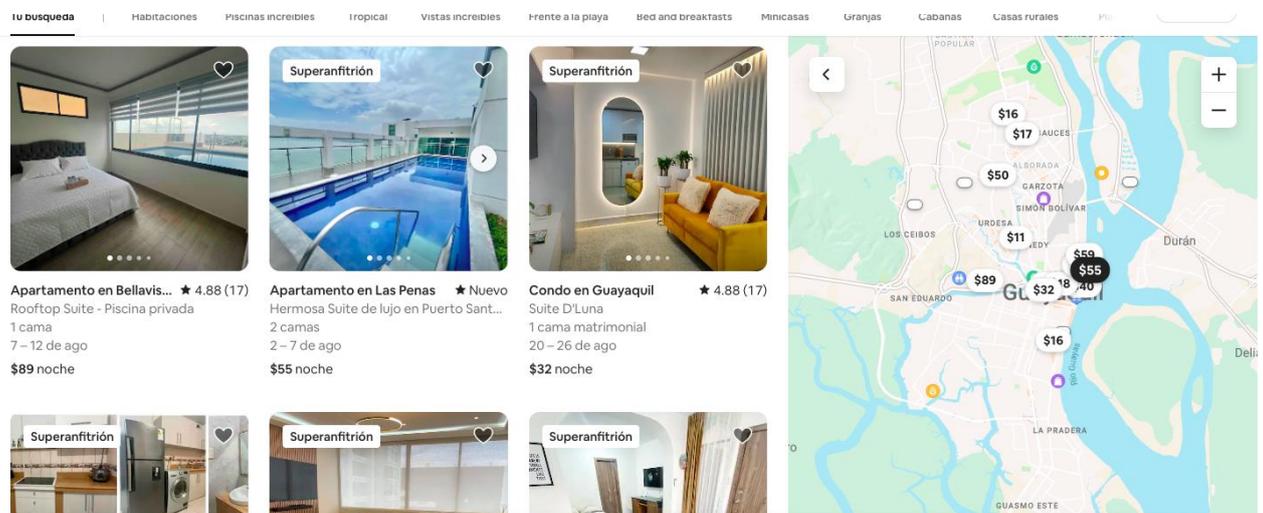
Fuente: Elaborado por autor

Análisis: Lo particular en las tablas 8 y 9, es que todos los hoteles pertenecen a las categorías de 4 y 5 estrellas, en general, las primeras son hoteles de lujo pertenecientes a franquicias mundiales. Los precios oscilan desde \$70 hasta \$100. Por otro lado, en la tabla 8 se muestran los tres

alojamientos o superafintriones destacados, todos ubicados en el barrio Las Peñas, lugar céntrico de la ciudad. Se puede comparar que los precios son muchos más asequibles y la relación calidad-precio está altamente calificada.

Un estudio sobre la influencia del Airbnb como economía colaborativa en la ciudad de Guayaquil, menciona que el sector hotelero es significativo debido a su actividad portuaria y comercial. Sin embargo, la aparición de aplicaciones de economía colaborativa como Airbnb ha tenido un impacto importante en el mercado hotelero. Los consumidores ahora tienen acceso a más información sobre habitaciones y estancias disponibles, lo que les permite filtrar opciones según precios y tipos de establecimientos. Por otro lado, la oferta hotelera se ha visto afectada al tener que competir con personas que ofrecen sus casas o departamentos en Airbnb como una fuente adicional de ingresos. (Rangel Wladimir & Izaguirre Olmedo, 2023)

Figura 19. Vista de la página Airbnb con precios y alojamientos ofertados.



Fuente: Airbnb (2023)

En base a las tablas anteriores y la figura 18, se puede observar que hay una diferenciación de precios, a pesar de que las localizaciones y la identidad visual pueden ser similares. Los precios se ven mucho más asequibles que los hoteles de lujo en la ciudad de Guayaquil. Su cantidad más alta suele ser de \$80,00

3.7. Resultados de la encuesta.

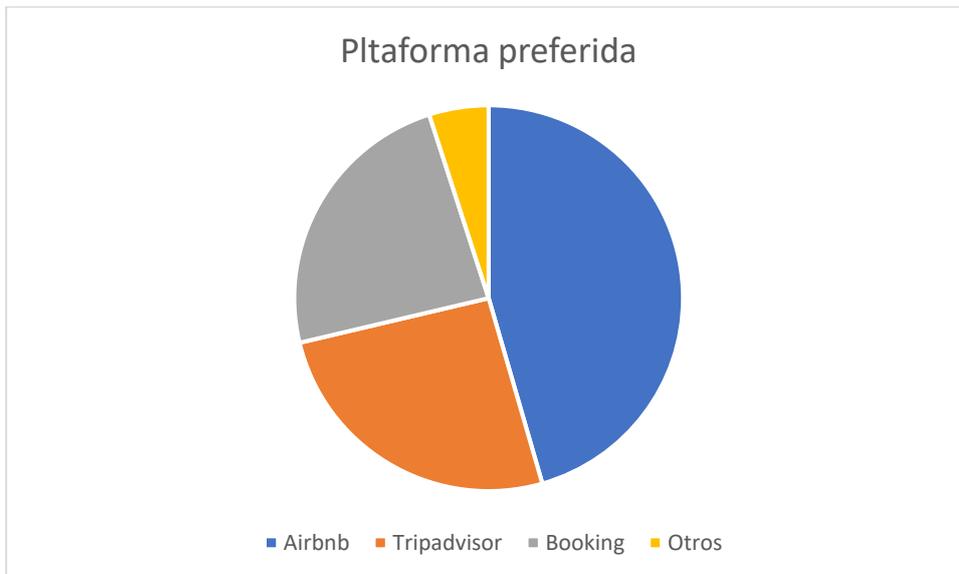
1. ¿Cuál plataforma suele usar más frecuentemente para realizar reservas de lugares de alojamiento?

Tabla 12. Plataformas preferidas por los usuarios

Plataformas	Número	%
Airbnb	175	46%
Tripadvisor	98	26%
Booking	91	24%
Otros	20	5%
Total	384	100%

Fuente: Elaborado por autor

Figura 20. Plataforma preferida por usuarios



Fuente: Elaborado por autor.

Interpretación: la plataforma más predilecta para hacer reservaciones fue de Airbnb con un 46%, seguido por trip advisor (26%) y booking (24%). Esto da un dato importante acerca de la relevancia y el posicionamiento que tiene la plataforma de alojamientos independientes Airbnb, como marca ya es muy conocida, no solo a nivel de la ciudad sino de todo el país.

En una columna de opinión publicado por la plataforma LinkedIn, Ortiz Herbener (2023) abogado de Derecho Municipal relata que, Guayaquil evidencia un distorsión en el mercado hotelero al no haber una correcta regulación, por lo que es importante considerar atraer turistas sin una adecuada planificación. Hay que tener sumo cuidado con plataformas como Airbnb, puesto que es fundamental evaluar los efectos a largo plazo.

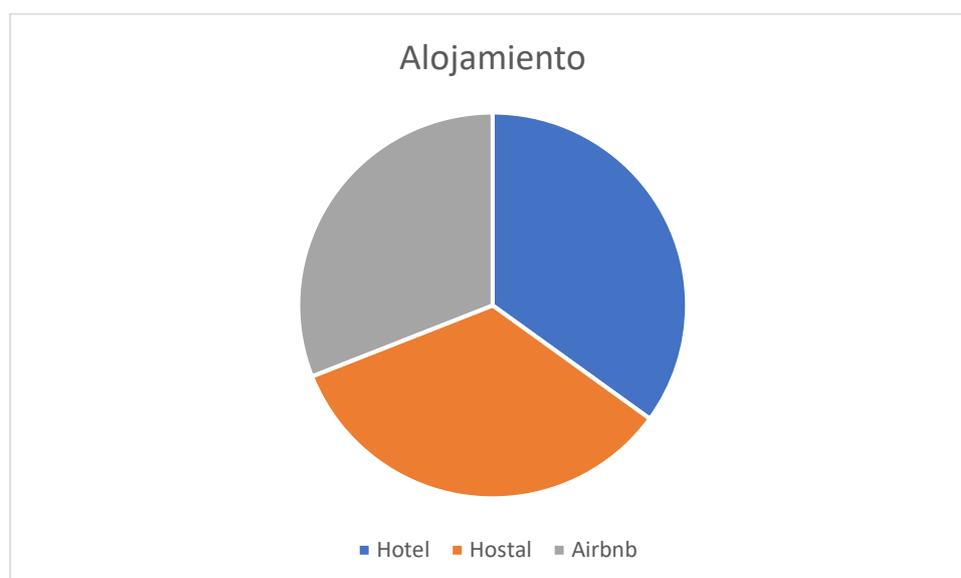
2. Al momento de necesitar hospedaje temporal, ¿cuál de los siguientes establecimientos de alojamiento suele preferir?

Tabla 13. Alojamiento preferido por los usuarios

Alojamientos	Numero	%
Hotel	135	35%
Hostal	129	34%
Airbnb	120	31%
Total	384	100%

Elaborado por autor

Figura 21. Alojamiento preferido por los usuarios



Fuente: Elaborado por autor.

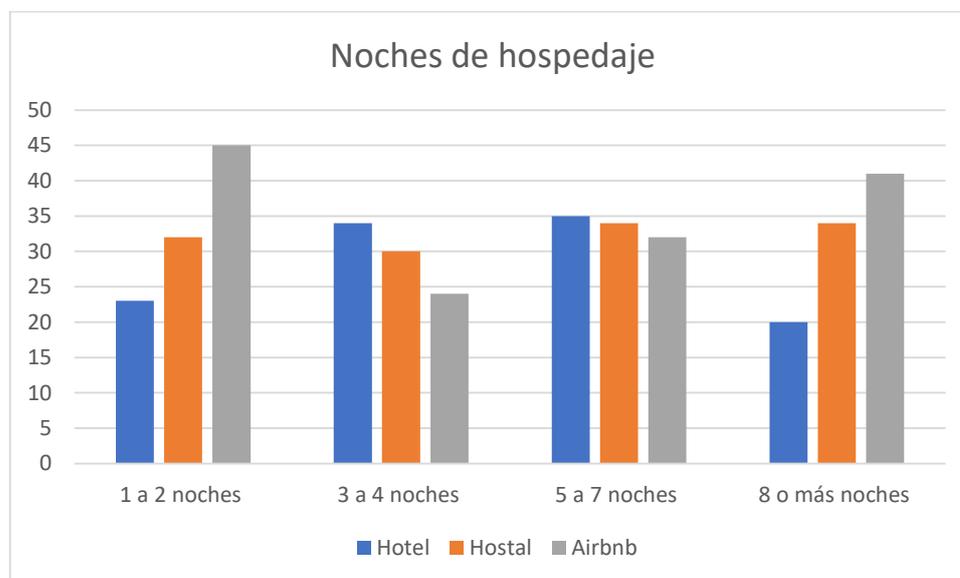
Interpretación: Dentro de los alojamientos preferidos el mayor porcentaje lo tuvo los hoteles, muy cerca de Airbnb (31%) y hostales (34%). Quiere decir que los hoteles que han sido por mucho tiempo una tradición para hospedarse al igual que los hostales aún se mantiene vigente. No significa, que deje de ser competencia con los alojamientos Airbnb.

Tabla 14. Alojamiento por noches

	Hotel	Hostal	Airbnb	total
1 a 2 noches	23	32	45	100
3 a 4 noches	34	30	24	88
5 a 7 noches	35	34	32	101
8 o más noches	20	34	41	95
				384

Fuente: Elaborado por autor

Figura 22. Noches de hospedaje



Fuente: Elaborado por autor

Interpretación: En la encuesta, los alojamientos Airbnb tuvieron mayor cantidad de votos de 8 o más noches y de 1 a 2 noches. Los hoteles tuvieron más votos de 5 a 7 noches y 3 a 4 noches.

Respecto a esto, durante el 2022 hubo un acontecimiento cultural importante que fue La Copa Libertadores. Ante esto, medios periodísticos publicaron que los alojamientos de Guayaquil fueron un éxito rotundo. Según la Cámara de Turismo del Guayas, la ocupación hotelera estuvo al tope, para el último fin de semana

en octubre, “llegó al 100% de las 12.400 camas de los hoteles de cuatro y cinco estrellas y las 12.000 de los hoteles entre una y tres estrellas. Esto quiere decir, que a pesar de que exista competencia, hay que tener suma atención cuando existen eventos de gran impacto cultural como lo es el fútbol el cual el sector turístico se beneficia económicamente de todo esto. (Infobae, 2023)

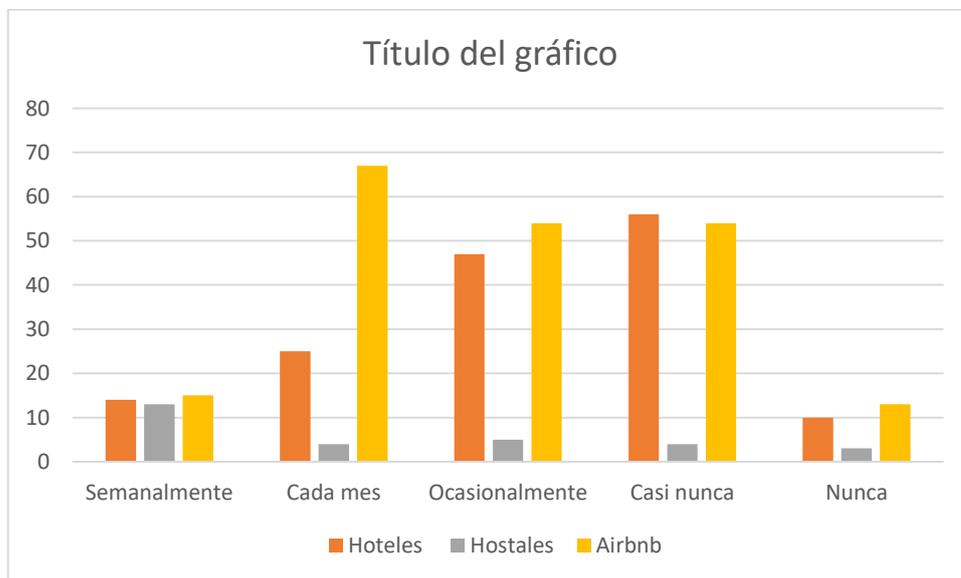
3. ¿Con qué frecuencia ves publicidades o publicaciones en redes sociales de los siguientes alojamientos en Guayaquil?

Tabla 15. Frecuencia de publicidades en alojamientos

	Hoteles	Hostales	Airbnb	Total
Semanalmente	14	13	15	42
Cada mes	25	4	67	96
Ocasionalmente	47	5	54	106
Casi nunca	56	4	54	114
Nunca	10	3	13	26
Total				384

Fuente: elaborador por autor

Figura 23. Frecuencias de publicidades en alojamientos



Fuente: Elaborado por autor

Interpretación: En la figura 16, los alojamientos de Airbnb, los usuarios comentaron que ven publicidades cada mes, muy pocos votos hubo en semanalmente. Esto establece que existe a nivel de publicidad digital por parte de hoteles y Airbnb.

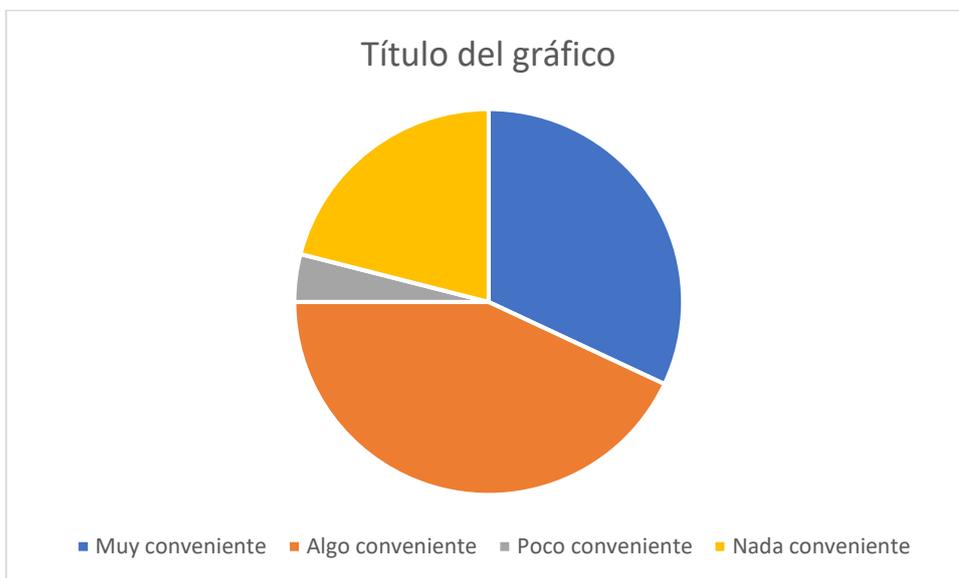
4. De manera general, ¿Qué tan conveniente considera usted preferir un alojamiento AirBnB ante un hotel tradicional?

Tabla 16. Preferencia de un airbnb ante un hotel tradicional

	Número	%
Muy conveniente	122	32%
Algo conveniente	166	43%
Poco conveniente	16	4%
Nada conveniente	80	21%
Total	384	100%

Fuente: Elaborado por autor

Figura 24. Preferencia de un airbnb ante un hotel tradicional



Fuente: elaborado por autor

Interpretación: el 75% de los encuestados respondieron que era muy conveniente o algo conveniente de preferir un Airbnb ante un hotel.

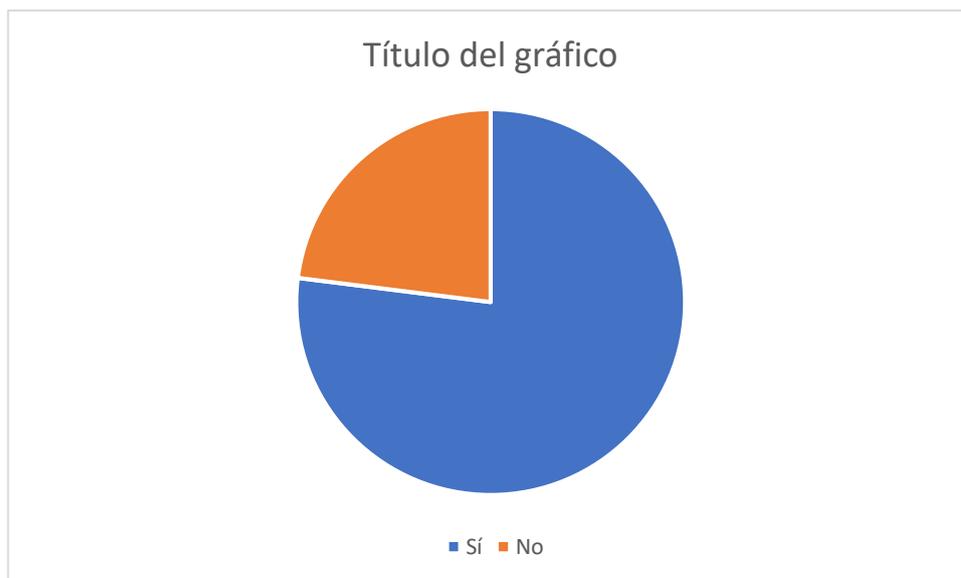
5. ¿Alguna vez ha escuchado de alguna fuente cercana o usted ha sido víctima de estafa a través de la plataforma Airbnb?

Tabla 17. Estafas de airbnb

	Números	%
Si	88	23%
No	296	77%
Total	384	100%

Fuente: Elaborado por autor

Figura 25. Estafas de Airbnb



Fuente: Elaborado por autor

Interpretación: Se han escuchado ciertas estafas o quejas por parte de esta plataforma, por lo que se decidió preguntar a los encuestados si habían escuchado algo similar. Los resultados arrojaron que el 77% no ha escuchado ni ha conocido casos similares.

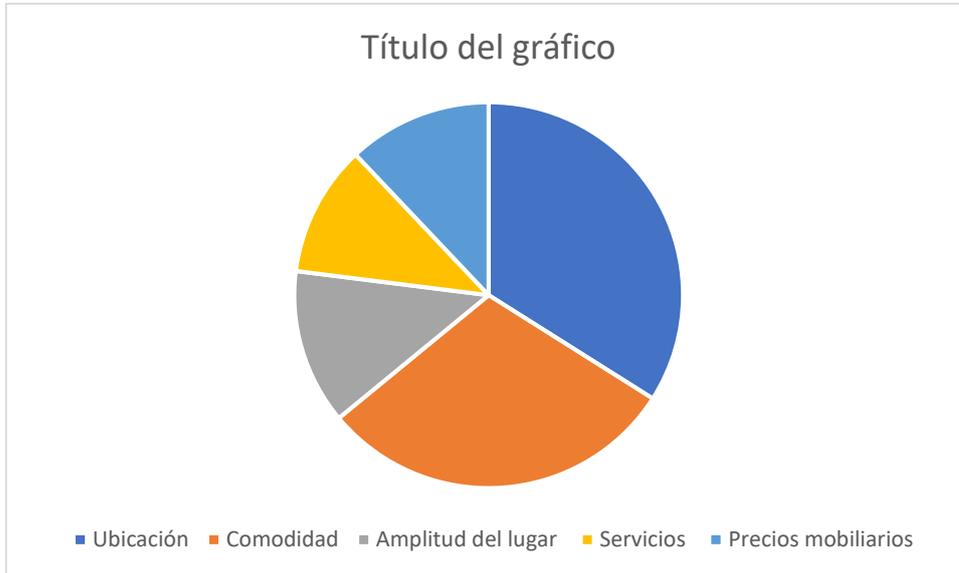
6. En caso de considerar algo o muy conveniente, seleccione las características por las que preferiría un alojamiento AirBnB ante un hotel tradicional. Seleccione máximo 3.

Figura 26. Características de un alojamiento Airbnb

Características	Número	%
Ubicación	98	34%
Comodidad	87	30%
Amplitud del lugar	36	13%
Servicios	32	11%
Precios mobiliarios	35	12%
Total	288	100%

Fuente: elaborado por autor

Figura 27. Preferencia de característica de un Airbnb



Fuente: Elaborado por autor

Interpretación: El 34% de los encuestados prefirieron la ubicación, por lo que existe una tendencia a elegir lugares más seguros o con atractivos turísticos cerca.

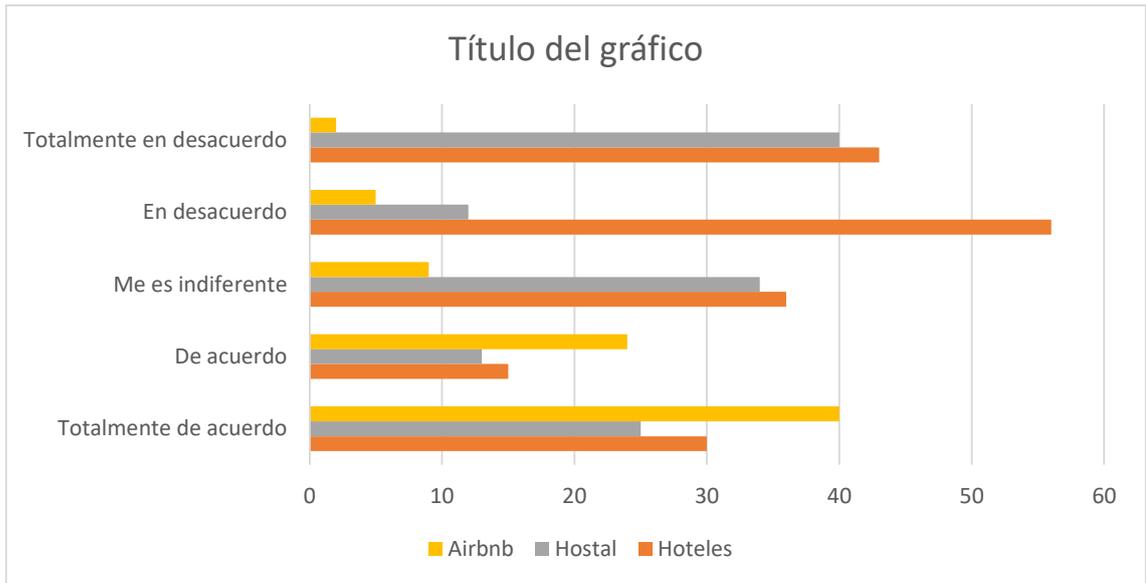
7. ¿Qué tipo de alojamiento le recomendarías a un turista para que se hospede en la ciudad de Guayaquil?

Tabla 18. Tipo de alojamiento recomendado por los usuarios

	Hoteles	Hostal	Airbnb	Total
Totalmente de acuerdo	30	25	40	95
De acuerdo	15	13	24	52
Me es indiferente	36	34	9	79
En desacuerdo	56	12	5	73
Totalmente en desacuerdo	43	40	2	85
Total				384

Elaborado por autor

Figura 28. Tipo de alojamiento recomendado por los usuarios



Fuente: elaborado por autor

Interpretación: Los usuarios finalmente recomendaron que los alojamientos Airbnb sean los más apropiados para los turistas que se hospeden, mientras que los hoteles tuvieron una gran cantidad de votos en desacuerdo. La tendencia es de brindarle a otros experiencias más diversas y aventuras por las zonas urbanas de Guayaquil.

Conclusiones

- Airbnb ha impactado en el sector económicos del país, generando más de 23 mil empleos, aparte su modelo de negocio es una economía colaborativa que hace que muchas personas sin experiencia en servicios de hostería renten sus departamentos. Las experiencias que brindan como sitios independientes y de acuerdo a las nuevas tendencias de alojamiento referente a la atención personalizada, hace que Airbnb sea atractivo para el público ecuatoriano.
- En base a la encuesta realizada, la ubicación, la comodidad, la amplitud son los principales factores para las personas que visitan Guayaquil seguida del precio.
- La economía colaborativa es el modelo de negocio que más atrae sobre todo para países en vías de desarrollo. Los hoteles, en especial de lujo hoteles de lujo, muestran la exclusividad como su principal valor agregado hasta el momento se ha evidenciado que existe poco interés en estrategias de marketing digital puesto que los hoteles de lujo poseen un gran renombre y no creen necesario. No obstante, las páginas de reservaciones muestran ofertas y promociones en base a las temporadas para poder atraer al público.
- El posicionamiento del Airbnb frente a los hoteles tradicionales, de manera general, no se puede dar una conclusión apresurada puesto que se considera que hay datos por analizar y graficar. No obstante, se observa que, en base a lo que plantean las teorías de Kotler, y la asociación de marca de Aaker y Keller, que el Airbnb tiene su principal diferenciación en los precios, puesto que la imagen elegante y lujosa que ofrecen también hoteles de 5 estrellas, pueden ser similares al igual que su localización. En este punto, el Airbnb se posiciona mejor en precios que en otras dimensiones. Por otra parte, las encuestas también aludieron a una preferencia de la plataforma Airbnb y las cifras otorgados por la Ministerio y el AirDna no arrojaron resultados significativos, demostrando

que existe una competencia casi igual y que aún no hay amenazas hacia el sector hotelero.

Recomendaciones

- Realizar estudios comparativos de los hoteles de lujo con los alojamientos Airbnb.
- Se recomienda hacer un análisis de cómo ha estado el posicionamiento de hoteles de baja categoría.
- En base que los datos, hasta cierto han sido limitados, se recomienda seguir estudiando todas las dimensiones de posicionamiento y hacer pruebas de hipótesis sobre si realmente la plataforma Airbnb supondrá una amenaza, a futuro, hacia el sector hotelero tradicional.

Bibliografía

- El Universo. (21 de marzo de 2023). *Sectores turístico y aéreo miran con optimismo alcanzar este año niveles prepandemia, aunque la inseguridad trae sobresaltos*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/turismo-sector-aereo-ecuador-recuperacion-coronavirus-2023-nota/>
- Tecnohotel. (22 de marzo de 2023). *Un estudio de la UOC analiza el impacto de Airbnb en el sector hotelero*. Obtenido de <https://tecnohotelnews.com/2022/12/hoteles-airbnb-amenaza/>
- Primicias. (22 de marzo de 2023). *Ya no hay hospedajes en Guayaquil por la final de la Copa Libertadores Para hacer uso de este contenido cite la fuente y haga un enlace a la nota original en Primicias.ec:* <https://www.primicias.ec/noticias/economia/hospedajes-guayaquil-final-copa-liberta>. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/hospedajes-guayaquil-final-copa-libertadores-ecuador/>
- Ramos Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-5.
- Tobar-Pesántez, L. (2021). El turismo, su influencia en el economía del Ecuador . *CIAGEN*, 1-14.
- Ministerio del Turismo. (2018). *Manual de Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*. Mintur.
- Ministerio del ambiente. (2016). *Estrategia Nacional de Biodiversidad (2015-2030)*. Comité interinstitucional para la actualización de la Estrategia Nacional de Biodiversidad 2015-2030.
- Rupert, L., Rupert Rubira, L. S., & Montilla Pacheco, A. d. (2022). El Turismo Sostenible en Ecuador: reflexiones constitucionales y legislativas. *Revista de Ciencias Sociales y Económica UTEQ*, 6(1), 55-67.
- Corporación Financiera Nacional. (2023). *Ficha sectorial: Turismo*. Gobierno del Ecuador.
- Les Roches. (1 de julio de 2023). *Diferencia entre Hotelería, Hostelería y Turismo*. Obtenido de <https://lesroches.edu/es/blog/diferencias-entre-estudios-de-hoteleria-hosteleria-y->

- Booking. (3 de julio de 2023). *Booking.com's 2021 Sustainable Travel Report Affirms Potential Watershed Moment for Industry and Consumers*. Obtenido de <https://globalnews.booking.com/bookingcoms-2021-sustainable-travel-report-affirms-potential-watershed-moment-for-industry-and-consumers/>
- Expedia group. (2023). *2023 Traveler value index*. expedia group.
- Quintana Lombeida, M. D. (2019). La Hotelería en Quito: ¿industria competitiva? *INNOVA: research journal*, 4(32), 89-97.
- Suites Guayaquil. (3 de julio de 2023). *La hotelería en Ecuador Desde la preincaica hasta la era moderna*. Obtenido de <https://www.suitesguayaquil.com/blog/la-hoteleria-en-ecuador>
- Vanegas Manzano, P. F. (2020). *ESTUDIO DEL SECTOR HOTELERO DE LA CIUDAD DE CUENCA-ECUADOR, PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO TURÍSTICO SANTANA*. . Tesis doctoral, Campus Universitario Europeo.
- Torres Jara, G. N., Ortiz Zurita, M. J., Campuzano Delgado, D., & Bastidas Aráuz, M. B. (2021). Análisis del turismo inteligente en la ciudad de Guayaquil. *Conciencia digital*, 316-337.
- Trip advisor. (3 de julio de 2023). *Hoteles todo incluido en Ecuador* . Obtenido de <https://www.tripadvisor.es/HotelsList-Ecuador-Hoteles-Todo-Incluido-zfp5750304.html>
- OMT. (7 de julio de 2023). *Dashboard de datos turísticos de la OMT*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/datos-turismo/resultados-turisticos-globales-regionales>
- Central Hudson. (3 de julio de 2023). *Mapa de capacidad de alojamiento*. Obtenido de https://www.cenhud.com/es/mi-energ_63a/generaci_04n-distribuida/mapa-de-capacidad-de-alojamiento/
- Hernández, M. (2021). *Programa de obras viales en zonas densamente pobladas de la ciudad de Guayaquil* . Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil .
- Williams Flores, B., & Landeta Bejarano, N. (2012). Diagnóstico de la ciudad de Guayaquil como destino de turismo urbano desde la perspectiva de los agentes turísticos locales. *Ciencia y Tecnología*, 29-43.

- Choez Ponce, I. D., & Andrade Guaño, E. L. (2022). *Análisis de la Criminalidad y el Turismo en Guayaquil: Propuesta de Política Pública para la Seguridad del Turista*. Tesis , ESPOL, Facultad de Ciencias Sociales y Humanística.
- Ecuador Travel . (9 de julio de 2023). *Conoce los premios que Ecuador ganó en los World Travel Awards 2022 – edición Sudamérica*. Obtenido de <https://ecuador.travel/press/conoce-los-premios-que-ecuador-gano-en-los-world-travel-awards-2022-edicion-sudamerica/#:~:text=Por%20su%20parte%2C%20Guayaquil%20fue,de%20Turismo%20de%20Ciudad%20L%C3%ADder>.
- Primicias. (9 de julio de 2023). *Guayaquil registra aumento de muertes violentas en el 2023*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/sucesos/guayaquil-aumento-muertes-violentas/#:~:text=Foto%3A%20Cortes%C3%ADa-,El%20distrito%20metropolitano%20registra%20729%20de%20muertes%20violentas%20en%20lo,al%20mismo%20periodo%20de%202022>.
- Félix Bazurto, S. J. (2018). *El impacto de Airbnb en la industria hotelera del Ecuador*.
- El Universo. (9 de julio de 2023). *Borrador de reglamento para Airbnb queda suspendido por falta de consenso, anuncia el Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/borrador-de-reglamento-para-airbnb-queda-suspendido-por-falta-de-consenso-anuncia-el-ministerio-de-turismo-nota/>
- El Universo. (17 de julio de 2023). *Monitorio y perfil turístico de visitantes de Guayaquil* . Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/comunidad/monitoreo-y-perfil-turistico-de-visitantes-de-guayaquil-se-contrato-por-95000-nota/#:~:text=Visitas%3A%20De%20los%202%2C6,no%20pernoctaron%20en%20la%20ciudad>).
- Calle Núñez, M., Lazo Serrano, A., & Granados Maguiño, M. (2008). *Gestión del sector alojamiento-hotel* . UTMACH.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., García De Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011). *Marketing turístico* . Pearson.

- García Ríos, F. A. (2021). *Una empresa puede destacar entre sus competidores al ofrecer un conjunto de ventajas competitivas. Estas ventajas se logran al proporcionar precios más bajos que productos similares de la competencia o al ofrecer mayores beneficios que justifiquen precios.* Universidad Politécnica Salesiana.
- López Sanchez, J. A., González Mieles, C., & Santos Vijande, L. (2013). Innovación de servicios y co-creación con los clientes de la empresa: efectos sobre los resultados. *ESIC: Revista española de investigación de marketing*, 79-102.
- Portugal Morejón, E. (2017). *Co-creación: un nuevo enfoque de marketing para incrementar la cuota de participación de mercado del segmento de hoteles de categoría de lujo y primera en el distrito Metropolitano de Quito.* Tesis.
- Muñoz Osores, M., Taito Jara, M., & Fernández Palma, J. (2023). Adopción digital del sector hotelero: un estudio comparativo para Chile y Perú. *Revista Academima & Negocios*, 9(1).
- Aguado-Moralejo, I., Echevarria, C., & Barrutia, J. M. (2021). Airbnb: ¿economía colaborativa o nuevo modelo de negocio? Evidencia empírica reciente desde una ciudad de tamaño medio como Bilbao. *Investigaciones geográficas*(76), 97-118.
- Luceró Ucedo, S. (2016). *La economía colaborativa en el turismo: el caso Airbnb.* Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas.
- Airbnb. (21 de Julio de 2023). *Airbnb Lanzamiento de verano de 2023: descubre Airbnb Habitaciones, una versión completamente renovada de Airbnb.* Obtenido de <https://news.airbnb.com/ea/airbnb-lanzamiento-de-verano-de-2023-descubre-airbnb-habitaciones-una-version-completamente-renovada-de-airbnb/>
- Airbnb. (21 de julio de 2023). *Airbnb contribuye a la generación de más de 23 mil empleos en Ecuador.* Obtenido de <https://news.airbnb.com/ea/airbnb-contribuye-a-la-generacion-de-mas-de-23-mil-empleos-en-ecuador/>
- Olmedo Neri, R. A. (2020). La gentrificación turística de Airbnb: análisis socioespacial de dos monumentos en la ciudad de México. *Personas y Sociedad*, 45(1), 45-70.

- The Washington Post. (21 de julio de 2023). *Airbnb agrava una crisis de vivienda que ya existía en Ciudad de México*. Obtenido de <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2022/11/10/airbnb-cdmx-departamentos-gentificacion-desplazamiento/>
- Yrigoy, I. (2017). IRBNB EN MENORCA: ¿UNA NUEVA FORMA DE GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA?: LOCALIZACIÓN DE LA VIVIENDA TURÍSTICA, AGENTES E IMPACTOS SOBRE EL ALQUILER RESIDENCIAL. *Scripta Nova*, 21(580), 1-31.
- De Castro Seabra, A. L., & Fernandes Ferreira, L. V. (2020). SI AIRBNB FUESE UNA PERSONA. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 770-791.
- EHL Insights. (21 de julio de 2023). *2023 Top Hospitality Industry Trends*. Obtenido de <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-trends>
- Rangel Wladimir, E., & Izaguirre Olmedo, J. A. (2023). Segmentación del mercado de servicio de hospedaje en aplicaciones de economía colaboprativa, Guayaquil: caso airbnb. *Espíritu Emprendedor*, 1, 40-51.
- Ortiz Herbener, A. (21 de julio de 2023). *El efecto AIRBNB en Guayaquil*. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/el-efecto-airbnb-en-guayaquil-andr%C3%A9s-ortiz-herbener/?originalSubdomain=es>
- Infobae. (21 de julio de 2023). *Final de la Copa Libertadores: casi todos los alojamientos en Guayaquil ya están reservados*. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/america-latina/2022/09/05/final-de-la-copa-libertadores-casi-todos-los-alojamientos-en-guayaquil-ya-estan-reservados/>
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry . *American Association Marketing*, 687-705.
- De Oliveira, B. S., Bauer, J. E., Tomelin, C. A., & Lisboa, A. P. (2018). Economía compartida: un estudio sobre Airbnb. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 28(3), 636-651.
- El expreso. (3 de mayo de 2023). *Los Airbnb, un 'boom' cada vez más rentable*. Obtenido de https://suscripcion.expreso.ec/?limit=true&continue=https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TMdrk_opg3kJ:https://www.expre

so.ec/actualidad/economia/airbnb-boom-vez-rentable-139609&cd=9&hl=es&ct=clnk&gl=ec

- Hartmann, P., Apaolaza Ibález, V., & Forcada Sainsz, J. (2002). El efecto del posicionamiento en la lealtad del cliente: Un análisis empírico para el caso de Iberdrola. *Cuadernos de Gestión*, 2(2), 103-118.
- Martínez Sandoval, A. (2005). La diferenciación de productos: una breve nota. *Economía*(2), 34-47.
- Saltos Cruz, G., Silva, J., & Jiménez Silva, E. E. (2016). La imagen de marca como vector de posicionamiento en PYMES: caso sector calzado de la provincia de Tungurahua. *Revista Publicando*, 3(9), 791-802.
- Masabanda Sisa, A. I., & Moreno Gavilanes, K. A. (2020). Valor de marca: un análisis de factores de asociación en redes sociales (caso de estudio cooperativista). *Digitalñ Publisher*, 5(1), 130-142.
- Más Ruiz, F. J. (2000). Dimensiones estratégicas cognitivas en el posicionamiento competitivo. *Departamento de economía financiera*, 9-24.
- Pesántez Bermeo, R. D., & Avila León, C. A. (2017). *Impactos causados por las plataformas peer to peer sobre el turismo de la ciudad de Cuenca. Casos Airbnb y TripAdvisor*. Universidad de Cuenca.
- Serrano, A., Astudillo, S., & Gutierrez, Z. (2020). Airbnb general behavior in the three most populous cities of Ecuador: Availability, guests' place of origin, and occupancy rate. *Espacios*, 41(29), 201-2014.
- López Ruiz, A. C. (2022). *Análisis de hospedajes en el malecón Simón Bolívar de Guayaquil*. UTED.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2022). *Services Marketing*. World Scientific.

Anexos

Anexo 1. Lista de hoteles en funcionamiento en la ciudad de Guayaquil

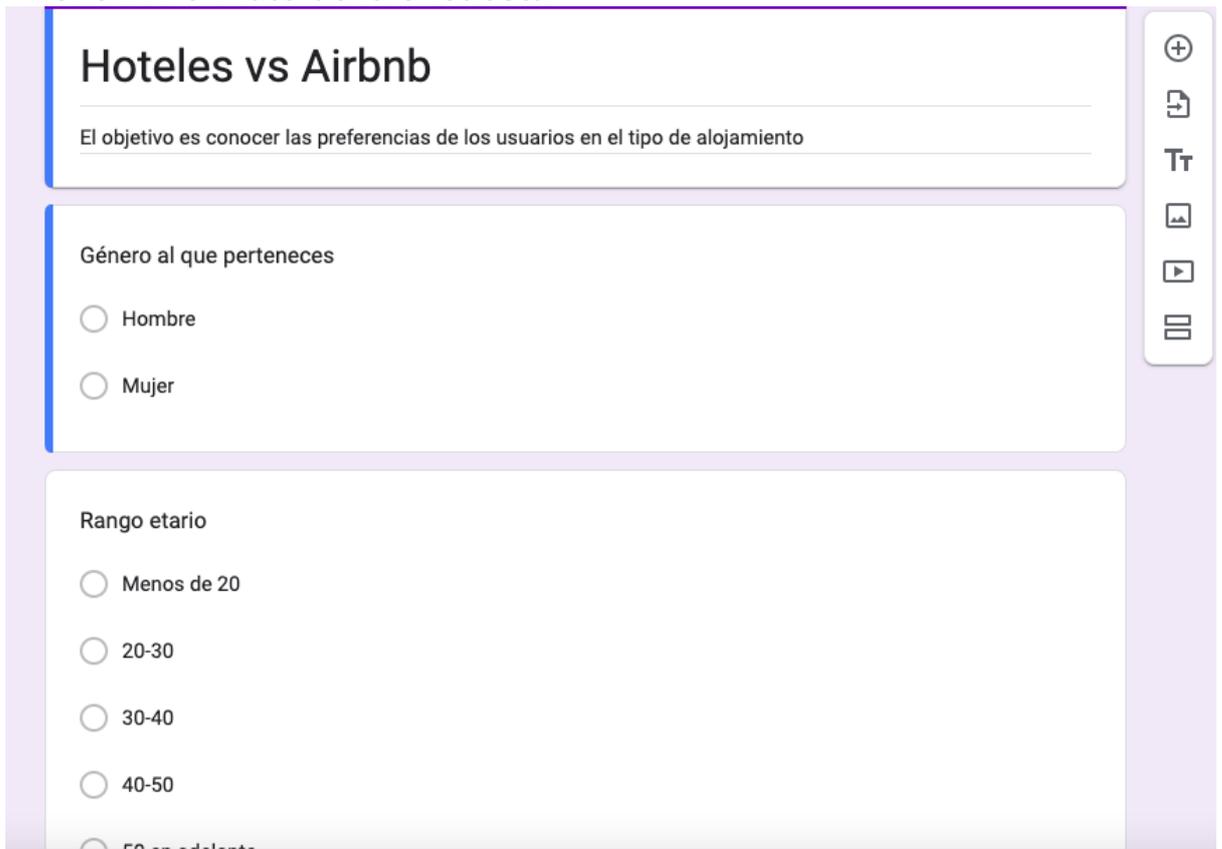
Hoteles de Guayaquil	Categorías
UNIPARK HOTEL	5 estrellas
HAMPTON INN BOULEVARD HOTEL & CASINO	5 estrellas
HOTEL ORO VERDE	5 estrellas
UNIPARK	5 estrellas
HOTEL COLON GUAYAQUIL S.A.	5 estrellas
HM INTERNATIONAL	5 estrellas
SHERATON	5 estrellas
TRYP BY WYNDHAM GUAYAQUIL	5 estrellas
WYNDHAM HOTEL GUAYAQUIL	5 estrellas
HOLIDAY INN GUAYAQUIL AIRPORT	5 estrellas
HOTEL RADISSON	5 estrellas
CONTINENTAL	4 estrellas
GRAND HOTEL GUAYAQUIL CIA. LTDA.	4 estrellas
RAMADA	4 estrellas
PALACE	4 estrellas
RIZZO	4 estrellas
GOLD CENTER HOTEL	4 estrellas
AMERICAS LAS	4 estrellas
HOTEL WYNDHAM GARDEN GUAYAQUIL	4 estrellas
SOL DE ORO	4 estrellas
GALERIA MAN GING	4 estrellas
CORONA REAL	4 estrellas
COURTYARD BY MARRIOTT GUAYAQUIL	4 estrellas
HOTEL PUERTO PACIFICO	4 estrellas
RIVER GARDEN HOTEL	4 estrellas
GH HOTELES	4 estrellas
IBIS STYLES GUAYAQUIL	4 estrellas
AIRPORT	3 estrellas
THE PARK	3 estrellas
BLUE MARLIN	3 estrellas
NAZU CITY	3 estrellas
CENTENARIO	3 estrellas
HOTEL PRIMAVERA	3 estrellas
PRESIDENTE BOUTIQUE	3 estrellas
HOTEL SOL DE ORIENTE	3 estrellas
TORRE LA	3 estrellas
DEL REY	3 estrellas
HOTEL ALEXANDER	3 estrellas
HOSTAL MACAW	3 estrellas

HOTEL CASTELL	3 estrellas
QUIL	3 estrellas
MC SUITES	3 estrellas
AIR SUITES	3 estrellas
VARADERO INT.	3 estrellas
ORQUIDEA INTERNACIONAL	3 estrellas
CITYZEN GUAYAQUIL	3 estrellas
HOTEL CITY PLAZA H.C.P. S.A.	3 estrellas
HOTEL PATRIMONIAL GREENFIELD	3 estrellas
CASA BOUTIQUE LA FONTANA	3 estrellas
CEDROS INN	3 estrellas
SOLANO	2 estrellas
PLAZA MONTECARLO	2 estrellas
HOTEL ELITE INTERNACIONAL	2 estrellas
ATLANTIC SUITE	2 estrellas
HOTEL GARZOTA INN	2 estrellas
=- BOUTIQUE la GRANDALLA	2 estrellas
HOTEL CASTILLO DE ARENA	2 estrellas
CHERRY INTERNACIONAL	2 estrellas
BRUSSELLAS	2 estrellas
HOTEL EL CISNE	2 estrellas
HOTEL DE ALBORADA	2 estrellas
HOTEL NEVADA	2 estrellas
HOTEL ECUADOR	2 estrellas
URDESA SUITES HOTEL	2 estrellas
HOTEL SANDER	2 estrellas
ILIONI BOUTIQUE	2 estrellas
HOTEL MALECON INN	2 estrellas
HOTEL INDIRA	2 estrellas
9 DE OCTUBRE	2 estrellas
HOTEL VELEZ	2 estrellas
NORTH STAR	2 estrellas
PRESIDENTE INT	2 estrellas
HOTEL LAS PEÑAS	2 estrellas
HOTEL MARCELIUS	2 estrellas
HOTEL MARCELIUS	2 estrellas
CAFRI PAC	2 estrellas
PERLA REAL INN	2 estrellas
RIO HOTEL	2 estrellas
MURALI	2 estrellas
NP HOTEL&SUITES	2 estrellas
YU SMARTHOTELS	2 estrellas
HSK	2 estrellas
LUXVA	2 estrellas

EL MANSO	2 estrellas
THE PARK HOTEL	2 estrellas
HOTEL SOLOY	2 estrellas
MC SUITES	2 estrellas
MARBELLA	2 estrellas
NUEVO MILENIO	2 estrellas
HOTEL FLOR DE LIZ	2 estrellas
VERSAILLES INTERNACIONAL	2 estrellas
ACUARIO	2 estrellas
LIVINGSTON	2 estrellas
BICENTENARIO CENTRO	2 estrellas
HOTEL PANAMA BOUTIQUE	2 estrellas
HOTEL CIUDAD LATIN PALACE	2 estrellas
HOSTAL EL PLACER	1 estrella
SCAPE	1 estrella
PACIFICO HOSTELLING INT.	1 estrella
HOTEL MADRID	1 estrella
OCTAVA LUNA	1 estrella
DREAMKAPTURE HOSTEL	1 estrella
MURCIA	1 estrella
HOTEL EL DIAMANTE	1 estrella
HOSTAL JIRA	1 estrella
VILLA 64	1 estrella
HOSTAL EMMANUEL INTERNACIONAL	1 estrella
HOSTAL CALIFORNIA INN	1 estrella
HOTEL SOLOY	1 estrella
HOTEL ANDY	1 estrella
HOSTAL SAVOY 2	1 estrella
HOSTAL MONTESA	1 estrella
HOTEL IMPERIAL	1 estrella
CANDY'S	1 estrella
HOSTAL MEXICO 2	1 estrella
HOSTAL TURISTA	1 estrella
TURISTA 2	1 estrella
HOSTAL WILSON INN	1 estrella
LAS ACACIAS.	1 estrella
HOSTAL PASSIONES	1 estrella
HOTEL TROPICAL INN	1 estrella
HOSTAL BONSAI	1 estrella
PLAZA CENTENARIO	1 estrella
HOSTAL MAR DEL PLATA	1 estrella
HOSTAL QUISQUIS	1 estrella

Fuente: Catastro Turístico Nacional

Anexo 2. Formato de la encuesta



Hoteles vs Airbnb

El objetivo es conocer las preferencias de los usuarios en el tipo de alojamiento

Género al que perteneces

Hombre

Mujer

Rango etario

Menos de 20

20-30

30-40

40-50

50 y adelante

The image shows a digital survey form interface. It has a light purple background. The title 'Hoteles vs Airbnb' is in a large, bold, black font. Below the title is a subtitle: 'El objetivo es conocer las preferencias de los usuarios en el tipo de alojamiento'. There are two main sections, each in a white box with a purple border. The first section is titled 'Género al que perteneces' and contains two radio button options: 'Hombre' and 'Mujer'. The second section is titled 'Rango etario' and contains five radio button options: 'Menos de 20', '20-30', '30-40', '40-50', and '50 y adelante'. On the right side of the form, there is a vertical toolbar with icons for adding, deleting, duplicating, and other editing functions.



¿Cuántas noches te alojarías en los siguientes alojamientos? *

	Hoteles	Hostales	Alojamientos independi...
1 a 2 noches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 a 4 noches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 a 7 noches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 o más noches	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



¿Con qué frecuencia ves publicidades o publicaciones en redes sociales de los siguientes alojamientos en Guayaquil?

	Semanalmente	Cada mes	Ocasionalmente	Casi nunca	Nunca
Hoteles	<input type="checkbox"/>				
Hostales	<input type="checkbox"/>				
Alojamiento in...	<input type="checkbox"/>				



De manera general, ¿Qué tan conveniente considera usted preferir un alojamiento AirBnB ante un hotel tradicional?

- Muy conveniente
- Algo Conveniente
- Poco Conveniente
- Nada Conveniente

¿Cuál plataforma suele usar más frecuentemente para realizar reservas de lugares de alojamiento?

- Airbnb
- Booking
- Tripadvisor
- Otros

⋮

Al momento de necesitar hospedaje temporal, ¿cuál de los siguientes establecimientos de alojamiento suele preferir? *

- Hotel
- Hostal
- Alojamiento independiente Airbnb

⋮

Qué tipo de alojamiento le recomendarías a un turista para que se hospede en la ciudad de Guayaquil? *

	Totalmente de	De acuerdo	Me es indifere...	En desacuerdo	Totalmente en ...
Hoteles	<input type="checkbox"/>				
Hostal	<input type="checkbox"/>				
Alojamiento in...	<input type="checkbox"/>				

En caso de considerar algo o muy conveniente, seleccione las características por las que preferiría un alojamiento AirBnB ante un hotel tradicional. Seleccione máximo 3 *

- Ubicación
- Comodidad
- Amplitud del lugar
- Servicios
- Precio mobiliario

⋮

¿Alguna vez ha escuchado de alguna fuente cercana o usted ha sido víctima de estafa a través de la plataforma Airbnb? *

- Sí
- No