

ANÁLISIS SITUACIONAL DEL SECTOR HOTELERO FRENTE AL SURGIMIENTO DE PLATAFORMAS DIGITALES DE ALOJAMIENTO. CASO: RIOBAMBA-ECUADOR.

Lourdes Carrasco Sanunga
 ✉ lcarrasco6909@utm.edu.ec
 Universidad Técnica de Manabí – Ecuador

Lucia Loor Bravo
 ✉ lucia.loor@utm.edu.ec
 Universidad Técnica de Manabí – Ecuador

RESUMEN

La investigación analiza el impacto económico de las plataformas digitales de alojamiento en el sector hotelero de Riobamba, Ecuador, dentro del contexto de la economía compartida. Mediante un enfoque mixto, se examina la transformación tecnológica y su influencia en la hotelería, con énfasis en las dinámicas introducidas por plataformas como Airbnb. Se destaca cómo estas han modificado la competencia y las preferencias de alojamiento, desafiando a los modelos tradicionales, especialmente ante el escenario de la pandemia de COVID-19, que exacerbó los desafíos del sector con una notable disminución en la ocupación y el cierre de establecimientos.

No obstante, se observa una capacidad de resiliencia en algunos negocios de Riobamba. Utilizando encuestas, se revela un desconocimiento del término comercio P2P pero un uso extendido de plataformas de economía compartida, afectando la elección de los consumidores y fomentando una competencia renovada en el sector. Los datos indican un leve descenso en la oferta de alojamiento tradicional desde el auge de Airbnb en 2018, posicionando a Riobamba como un destino relevante para el alojamiento P2P.

Se concluye subrayando la necesidad de adaptación estratégica de los hoteles a las nuevas realidades del mercado, impulsadas por la tecnología y las preferencias cambiantes de los consumidores, para fomentar el crecimiento económico y la sostenibilidad.

Palabras clave: Comercio P2P, Plataformas Digitales, Transformación Tecnológica, Competencia Hotelera, Adaptación Estratégica.

ABSTRACT

The research analyzes the economic impact of digital lodging platforms on the hotel sector in Riobamba, Ecuador, within the context of the sharing economy. Through a mixed approach, it examines technological transformation and its influence on the hospitality industry, with an emphasis on the dynamics introduced by platforms like Airbnb. It highlights how these have modified competition and lodging preferences, challenging traditional models, especially in the face of the COVID-19 pandemic scenario, which exacerbated the sector's challenges with a notable decrease in occupancy and the temporary closure of establishments.

Nevertheless, a resilience capacity is observed in some businesses in Riobamba. Using surveys, a lack of awareness of the term P2P commerce but an extended use of sharing economy platforms is revealed, affecting consumer choices and fostering renewed competition

in the sector. The data indicate a slight decrease in the offer of traditional accommodation since the rise of Airbnb in 2018, positioning Riobamba as a relevant destination for P2P lodging.

The conclusion underscores the need for strategic adaptation of hotels to the new market realities, driven by technology and changing consumer preferences, to promote economic growth and sustainability.

Keywords: bP2P Commerce, Digital Platforms, Technological Transformation, Hotel Competition, Strategic Adaptation.

1. INTRODUCCIÓN

La sociedad está experimentando una constante transformación tecnológica que implica cambios en todos los ámbitos, desde la economía hasta la cultura y la política. El mundo de los negocios está profundamente influenciado por esta transformación, que está ocurriendo en todas las industrias, aunque con diferentes intensidades (Pascucci, Savelli, y Gistri, 2023), y el sector hotelero no es la excepción.

Esta influencia gira en torno a las economías de “plataforma”, que por lo general son aplicadas a cualquier actividad que involucre transacciones financieras mediante Internet, lo que reúne a compradores y vendedores como individuos, dando lugar a los negocios ‘peer-to-peer’ (P2P) (Shabrina et al., 2022).

Los mercados P2P, conocidos comúnmente como la economía compartida, han surgido como proveedores alternativos de bienes y servicios tradicionalmente proporcionados por industrias establecidas desde hace mucho tiempo (Shabrina et al., 2022).

En el sector turístico, el más conocido de ellos es Airbnb, una aplicación informática que, pone en contacto a quienes buscan alojamiento temporal con quienes tienen una vivienda a la altura de esta demanda, utilizando internet como medio de transacción e interacción. Este servicio está distorsionando los mercados tradicionales de vivienda y turismo, debido a su enfoque en la provisión de un medio que vincula la demanda individual con la oferta individual, a menudo en tiempo real (Lee y Kim, 2019).

Por otra parte, tras la declaratoria de la pandemia por el virus COVID-19, según datos de la Cámara de Turismo de Ecuador, se estima que la ocupación hotelera en el país se redujo en promedio en un 60% durante el año 2020 en comparación con el año anterior. Esta disminución se debe principalmente a la cancelación de eventos, convenciones y a la falta de turistas tanto nacionales como internacionales (Silva Astudillo et al., 2020). Durante los primeros meses de la pandemia, la ocupación hotelera sufrió una caída del 76.8% en el primer semestre de 2020 en comparación con el mismo período del año anterior, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos. El cierre temporal de hoteles fue una medida inevitable para hacer frente a la baja demanda y reducir los costos operativos (Quevedo Vásquez et al., 2020).

La Asociación Hotelera del Ecuador reportó que alrededor del 50% de los hoteles en el país tuvieron que cerrar temporalmente debido a la falta de ocupación. Además, más del 60% de los empleados del sector hotelero perdieron sus empleos como resultado de la crisis. Actualmente, según el Catastro Nacional de Guías de Turismo emitido por el Ministerio de Turismo en la ciudad de Riobamba se cuenta con 65 establecimientos que dan el servicios de alojamiento, estos establecimientos son los cuales persisten a pesar de la afectación por la pandemia, donde el sector fue devastado, los cuales pudieron subsistir por ingresos sustitutos de negocios ocasionales que realizaron en época de pandemia y que ahora se enfrentan al embate de una nueva realidad inducida por el uso de las tecnologías de la información

Por todo lo antes descrito el objetivo de

esta investigación será determinar la situación actual y el impacto económico de las plataformas digitales de alojamiento en el sector hotelero en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

Estado del Arte

Para analizar el impacto de las plataformas digitales de alojamiento en el sector hotelero es necesario realizar un análisis del modelo de negocio que implementan.

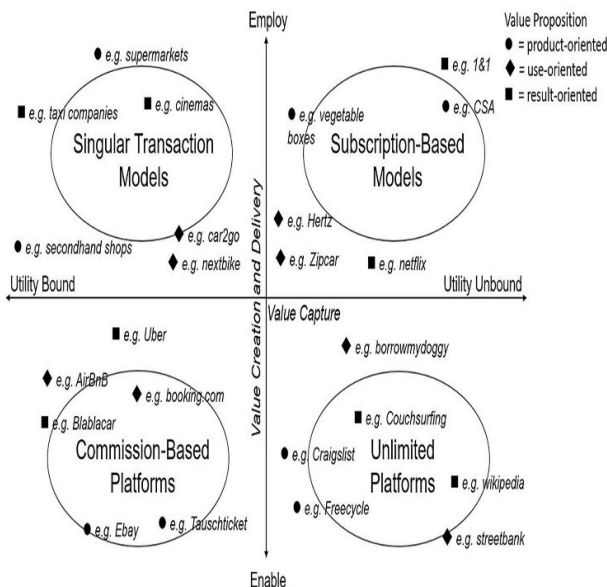


Figura 1: Clasificación de los modelos de negocio Fuente: The sharing economy: A comprehensive business model framework Elaborado por: Por los autores

Se clasifican los modelos de negocio basado en los principios de creación de valor y la utilidad no consolidada que generan. Se describen ejemplos de negocios

que implementan los modelos, identificando si están orientados al producto, al servicio o a resultados. Tomado de Según Ritter y Schanz, (2019), el modelo de negocio de transacciones unitarias se vale de empleados para crear y entregar valor,

llevan a cabo un consumo convencional, por lo que son vistos como un mercado normal. Los modelos basados en suscripción están diseñados bajo la condición del uso del producto o servicio mediante contratos que garantizan el compromiso del cliente. Los expertos no logran coincidir sobre si este modelo se puede considerar o no como una economía colaborativa. Las plataformas ilimitadas tienen una relación triádica entre clientes proveedores en intermediarios, su funcionamiento se basa en que el intermediario se convierte en una fuente centralizada de diversos proveedores para la necesidad presentada por el cliente; siendo que las plataformas obtienen ingresos de forma indirecta por ejercer de mediador. Finalmente, las plataformas basadas en comisiones también cuentan con una relación triádica, pero su mayor característica está en que permite el cambio de roles entre proveedor y consumidor, el rol principal del intermediario está en fomentar un sentimiento comunitario y reducir la inseguridad mediante la incorporación de sistemas de calificación, micro-seguros o estandarizaciones en la forma de pago.

En los últimos años, la economía compartida o colaborativa ha surgido como un ente de innovación disruptiva, importante para la transición hacia la sostenibilidad, posible gracias a las nuevas tecnologías, principalmente Internet, que está transformando la forma de hacer negocios. Los entusiastas de la economía colaborativa agregan diferentes promesas, desde ambientales, sociales e incluso económicas, cada una correspondiente a diferentes marcos, valores y debates. Las promesas ambientales de este marco de negocios se centran en una mejor utilización de los recursos, como el uso de los bienes hasta el final de su vida útil, así como al prestarse como una vía de acceso

a la propiedad, restando de esta manera su tiempo inactivo o sin uso (Ritter y Schanz, 2019)

Además, de sus promesas en temáticas de actualidad, como las mencionadas anteriormente, los negocios de economía compartida dejan de lado el tradicional intercambio comercial por una interacción intensamente personal y humana, que, en compañía del uso de las plataformas digitales se ha convertido en el negocio predilecto por las generaciones actuales, quienes encuentran además el sabor de una experiencia diferente al momento de realizar actividades como, alojamiento o transporte (Cohen y Sundararajan, 2015).

Por otra parte, para los clientes implica importantes ventajas, si bien no está exento de algunos riesgos importantes, como sucede en caso de incumplimiento por parte del anfitrión de sus obligaciones. Mientras que es un fenómeno cuyo crecimiento es indiscutible, desde un punto de vista jurídico y reglamentario en muchos países estas plataformas no cuentan con control, lo que ha disparado su proliferación (Fernández Pérez, 2016).

El comercio P2P

El comercio peer-to-peer (P2P) es un modelo de intercambio directo de bienes, servicios o información entre individuos o partes, sin la necesidad de intermediarios tradicionales como empresas, instituciones financieras u otras autoridades centralizadas. En este modelo, los participantes interactúan directamente entre sí, utilizando plataformas en línea, aplicaciones o sistemas descentralizados para facilitar las transacciones. El comercio P2P se basa en la confianza mutua y

la colaboración entre los participantes (Cañas, 2018).

En el contexto de alojamiento turístico, el comercio P2P implica que los individuos alquilan o comparten sus propiedades, como viviendas o habitaciones, directamente con otros individuos que buscan alojamiento temporal. Este concepto se ha popularizado con la aparición de plataformas en línea que facilitan este tipo de transacciones, como Airbnb, HomeAway, VRBO y otras.

Desde sus inicios, la industria del turismo se ha presentado como uno de los sectores en los que el comercio peer-to-peer ha tenido un mayor impacto, revolucionando la forma en la que los viajeros eligen sus opciones de alojamiento (David et al., 2022). Y de esta manera se autodefine la plataforma (Airbnb, s/f), como el intermediario entre personas que buscan un alojamiento y aquellas que disponen de un espacio disponible para el efecto. Para (Icaza y Pacheco, 2016), esta actividad no es reciente, pues surge durante la segunda guerra mundial, pero toma fuerza desde que la tecnología ha permitido acercar estos servicios a los 'prosumidores', es decir a las personas que por el modelo de negocio pueden ser proveedores y consumidores a la vez. (Higa y Teruya, 2019), afirman en su estudio sobre la plataforma Airbnb frente al servicio de hotelería tradicional, que, el precio económico y la flexibilidad son los factores más importantes dentro del crecimiento de Airbnb, a pesar de que sus anfitriones no cuentan con el profesionalismo del sector hotelero, realizando su labor de manera empírica, muy al contrario a la hotelería tradicional, cuyo profesionalismo en el servicio es su factor diferenciador. (Icaza y Pacheco, 2016) y (Cañas, 2018) desarrollaron investigaciones del impacto

de la plataforma P2P para alojamiento en el sector hotelero de las principales ciudades del Ecuador, Quito y Guayaquil respectivamente, y sus resultados son reveladores, pues coinciden en sus conclusiones sobre la necesidad por parte del sector hotelero para que el mercado P2P sea regularizado y controlado, pues existen impuestos que son parte de la tarifa hotelera para el cliente que muchas veces lo lleva a decantarse por la herramienta informal. Además, señalan la importancia de llevar a cabo estudios que amplíen la visión del alcance e impacto para la toma de decisiones que aseguren un turismo sin impactos negativos en un contexto de competencia desleal.

De acuerdo con la Dirección de Gestión de Turismo de Gobierno Autónomo Descentralizado de la Ciudad de Riobamba, existen 44 sitios de alojamiento entre hoteles y hostales dentro del perímetro urbano de la ciudad (Alcaldía de Riobamba, s/f). Por otra parte, de acuerdo con la plataforma de análisis que proporciona datos e información global de Airbnb (AirDNA, 2023), empresa ubicada en Denver-Colorado, especializada en análisis de datos del mercado de alquileres, reporta que la ciudad de Riobamba cuenta con 258 sitios de alojamiento en la plataforma Airbnb, quienes, en promedio cada uno genera 4000 dólares al año, lo que resulta en un millón de dólares anuales que el sector hotelero deja de percibir por el concepto de alojamiento. Además, AirDNA a la fecha de realización de este estudio, califica a la ciudad de Riobamba como la segunda mejor ciudad del Ecuador en cuanto a alojamiento mediante plataformas P2P, con una calificación de 75/100. Esta calificación está basada en indicadores de mercado como:

- Demanda de Alquiler: ¿Con qué frecuencia se reservan alquileres durante todo el año? Al usar una combinación de la ocupación anual y las tasas de crecimiento de listados, esta puntuación muestra la demanda de viajes relativa en un mercado. Puntuación Alta = Alta Demanda de Viajes.
- Crecimiento de Ingresos: ¿Las listas de alquiler vacacional en esta ubicación ganaron más este mes que el mismo mes del año pasado? Esta puntuación se calcula observando el cambio interanual para propiedades que recibieron reservas en ambos períodos de tiempo. Puntuación Alta = Aumento de Ingresos por Propiedad.
- Estacionalidad: ¿Cuánto difiere la demanda de viajes en este mercado entre la temporada alta y la temporada baja? Esta puntuación es la diferencia porcentual entre los ingresos promedio mensuales mínimos y máximos en el último año. Puntuación Alta = Baja Estacionalidad.
- Regulación: ¿Puede administrar un negocio de alquiler a corto plazo aquí sin meterse en problemas legales? Esta puntuación examina el comportamiento del anfitrión y la propiedad para identificar signos de regulación y aplicación de la regulación.

Lamentablemente, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, s/f) no publica resultados de análisis sectoriales desde el año 2014, con lo que, no existe una fuente estadística a nivel nacional que permita constatar la evolución del servicio de alojamiento en el país. Sin embargo, a través de la misma página del INEC se presenta información del sector de alojamiento, hasta el 2019.

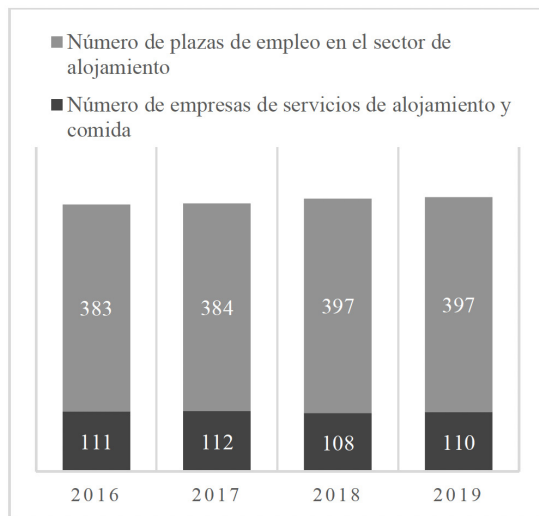


Figura 2: Sector económico de alojamiento en la ciudad de Riobamba 2016-2019
Fuente: INEC Elaborado por: Por los autores

Según el INEC, el sector económico de alojamiento en la ciudad de Riobamba, durante los años 2016-2019, ha sido una industria estable, pues no presenta cambios que representen más del 2% con respecto al año inmediatamente anterior. Se presentan los datos relacionados al número de empresas de alojamiento y el número de plazas de trabajo asociadas a este sector durante los años 2016-2019.

A pesar de que los datos del sector de alojamiento en la ciudad de Riobamba hasta el 2019, presenta una estabilidad, se puede visualizar que, en el 2018, año en el que surge el boom de la plataforma Airbnb, existe una ligera reducción del número de establecimiento relacionados al alojamiento en la ciudad de Riobamba.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Posterior al análisis de la literatura y para conocer la perspectiva de los clientes frente a las preferencias que tienen al momento de seleccionar un servicio de alojamiento, se

procedió a aplicar un método de recolección de información y posterior análisis, basado en el siguiente procedimiento:

a) Diseño del instrumento de recolección de datos:

La técnica de recolección de información escogida fue la encuesta, la misma que permitió explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad permitiendo llegar a un número considerable de personas (Grasso, 2006). Para el presente proyecto.

La encuesta que se llevó a cabo estuvo compuesta por un total de 9 preguntas, las cuales se estructuraron en tres secciones principales. La primera sección incluyó preguntas de selección múltiple, destinadas a recoger datos demográficos y generales de los participantes. La segunda sección consistió en preguntas de escala de Likert, utilizadas para medir actitudes y opiniones sobre el tema de estudio. Finalmente, la tercera sección incorporó preguntas abiertas, permitiendo a los encuestados expresar sus pensamientos y experiencias de manera más detallada.

Esta encuesta fue aplicada a un total de 138 personas, seleccionadas para representar una amplia gama de edades, ocupaciones y antecedentes culturales. Entre los encuestados, el 58% eran mujeres y el 42% hombres, con edades que oscilaban entre los 18 y los 65 años.

La mayoría de los participantes, aproximadamente el 70%, provenían de áreas urbanas, mientras que el resto residía en zonas rurales. Además, se tomó especial cuidado en asegurar que al menos el 50% de los encuestados tuvieran un nivel de educación superior.

b) Definición de la población y muestra:

La población objetivo del presente estudio fueron los habitantes de la ciudad de Riobamba, cuya edad comprende entre los 18 y los 65 años. Dado que el INEC no presenta resultados oficiales del último censo llevado a cabo en el país, la muestra se obtuvo basado en:

Cálculo de la muestra =
$$(Z^2 * P * (1 - P)) / E^2 \quad (1)$$

Donde:

- Z es el valor z-score 1.96, para un nivel de confianza del 95%.
- P es la estimación de la proporción poblacional que se ha considerado sea el valor de 0,1.
- E es el margen de error deseado, elegido en un valor conservador del 5%

Tamaño de muestra =
$$(1.96^2 * 0.1 * (1 - 0.1)) / (0.05^2) \approx 138.24$$

El tamaño de la muestra obtenida fue 138.24, que por redondeo corresponde a 138 personas que debieron ser encuestadas.

c) Muestreo y aplicación de la encuesta:

Utilizando una técnica de muestreo aleatorio se buscó a personas que cumplieron con las características de la población. Con el uso de la plataforma gratuita proporcionada por Google se elaboró el instrumento de la encuesta y pudo ser distribuida de forma digital a los encuestados, siendo un medio más efectivo para recolectar y procesar la información.

A continuación, se presenta el análisis

estadístico de los datos obtenidos.

3. RESULTADOS

A continuación, se realiza un análisis descriptivo de los resultados arrojados por la encuesta aplicada.

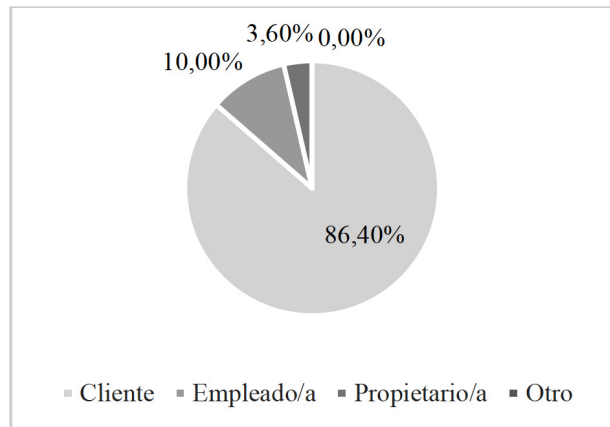


Figura 3: Resultados de la forma en la que se encuentran involucrados los encuestados con el sector hotelero
Elaborado por: Por los autores

En relación con la primera pregunta, se obtuvo que el 86,4% de los encuestados son clientes, el 10% son empleados y un 3,6% son propietarios en el negocio de alojamiento en la ciudad de Riobamba.

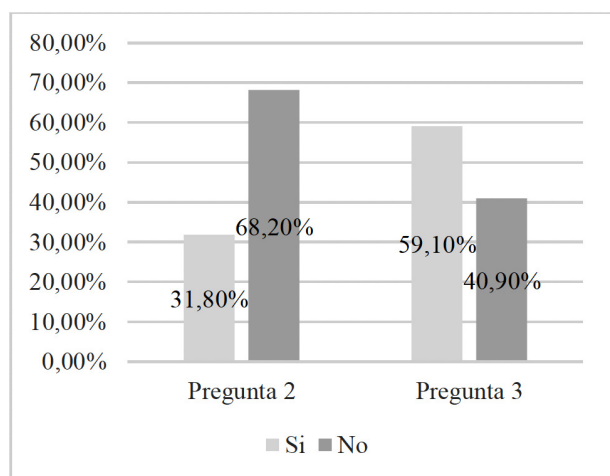


Figura 1. Resultados del conocimiento de los encuestados con el concepto de comercio P2P en relación con el uso de aplicaciones P2P para elegir alojamiento
Elaborado por: Por los autores

A pesar de que el 68,20% de los encuestados desconoce de lo que trata el comercio P2P en el contexto del alojamiento turístico, el 59,10% afirmó haber utilizado herramientas como Airbnb para reservar all momento de buscar alojamiento.

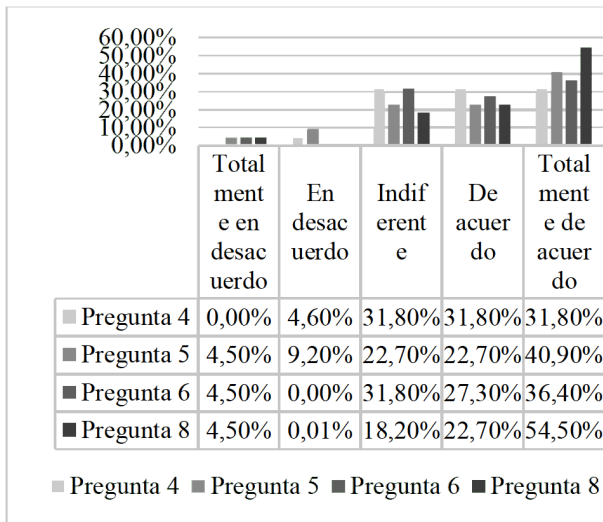


Figura 2. Resultados de la percepción de los encuestados sobre la incidencia de las plataformas digitales de alojamiento sobre el negocio hotelero tradicional. Elaborado por: Por los autores

Las preguntas 4, 5, 6 y 7 del cuestionario fueron respondidas por los encuestados utilizando escala de Likert. Es posible observar una tendencia a estar Totalmente de acuerdo con los planteamientos propuestos.

En la pregunta 4, se cuenta con una mediana y moda de 4, con lo que se puede mencionar que la población encuestada tiende a estar de acuerdo con que la creciente popularidad de plataformas como Airbnb ha generado

un impacto en la ocupación de los hoteles tradicionales en la ciudad de Riobamba. En la pregunta 5, se tiene una mediana de 4 y una moda de 5, un 40,9% de los encuestados está totalmente de acuerdo con el hecho de que plataformas como

Airbnb para alojamiento han afectado los precios en el sector hotelero. En la pregunta 6, se tiene una mediana de 4 y una moda de 5, el 36,4% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que el comercio P2P a través de plataformas como Airbnb ha impulsado la competencia en el sector hotelero, fomentando mejoras en los servicios y alojamientos. Finalmente, en la pregunta 8 se tiene una mediana y moda de 5, y con más del 50% de los encuestados totalmente de acuerdo con que ha notado cambios en las preferencias de los viajeros en los últimos años con respecto a la elección entre hoteles tradicionales y alojamientos P2P como Airbnb.

4. DISCUSIÓN

La interpretación de los datos obtenidos sugiere una discrepancia entre el reconocimiento teórico del comercio P2P y su adopción práctica, evidenciada por la prevalencia de uso de plataformas como Airbnb entre los encuestados de Riobamba. A pesar de una comprensión limitada del concepto P2P, la práctica indica una preferencia hacia la economía compartida, posiblemente atribuida a su conveniencia y ventajas percibidas. Los resultados del cuestionario, medidos mediante una escala de Likert, reflejan un reconocimiento de los cambios inducidos por plataformas digitales en la industria hotelera tradicional, incluyendo la ocupación, la estructura de precios y las preferencias de alojamiento.

La tendencia hacia alternativas de alojamiento diversificadas y flexibles, junto con la adaptación estratégica requerida por hoteles tradicionales ante la competencia innovadora, resalta la necesidad de una transformación en la estrategia empresarial para mantener la relevancia en un entorno

de mercado dinámico.

5. CONCLUSIONES

En el 2018, año en el que ocurre el gran despegue de la plataforma P2P Airbnb, se nota un ligero decremento en el número de sitios de alojamiento en la ciudad de Riobamba. AirDNA, empresa líder en el análisis de información de plataformas P2P para alojamiento turístico, califica a la ciudad de Riobamba como la segunda mejor ciudad en el Ecuador para desarrollar esta actividad. Se indica que en promedio cada sitio de alojamiento percibe 4000\$ al año, que, multiplicado por el número de alojamientos en la ciudad, determina alrededor de un millón de dólares anuales que la plataforma desvía del sector hotelero tradicional.

La población de la ciudad de Riobamba, aunque desconoce del término de comercio P2P, declara que ha usado servicios como Airbnb para realizar reservas de alojamiento turístico, además, afirma que este tipo de negocios ha impulsado cambios en los clientes al momento de elegir servicios de alojamiento.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AirDNA. (2023). AirDNA. Market Overview. <https://app.airdna.co/data/ec/101717?tab=performance>
2. Cañas, T. (2018). Turismo p2p, un diagnóstico multidimensional desde la oferta de viviendas de uso turístico en la Ciudad de Quito [Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec:80/handle/22000/15897>
3. Cohen, M., y Sundararajan, A. (2015). Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy. *University of Chicago Law Review Dialogue*, 82. <https://heinonline.org/HOL/Paige?handle=hein.journals/uchi.dial82&id=116&div=&collection=>
4. David, T., Almeida, A., Hernández, J., y Moreno, S. (2022). El comercio peer-to-peer y en el ecosistema turístico: el efecto generacional y la economía de plataforma. XXXIII Congreso Internacional de Marketing, 215. <https://accedacris.ulpgc.es/handle/10553/123826>
5. Fernández Pérez, N. (2016). Turismo P2P o colaborativo: un reto para el ordenamiento jurídico. *International journal of scientific management and tourism*, ISSN-e 2386-8570, ISSN 2444-0299, Vol. 2, No. 2, 2016, págs. 111-127, 2(2), 111–127. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665887&info=resumen&idioma=ENG>
6. Grasso, L. (2006). Encuestas: Introducción. En Encuestas: elementos para su diseño y análisis (1a ed., Vol. 1, pp. 13–50). Encuentro. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=jL_yS1pfbMoC&oi=fnd&pg=PA11&dq=metodologia%3%ADa+de+la+investigacion%3%B3n+encuestas+&ots=CuTom2AcnE&sig=WYy8_6PFqn97luLgX5yBA_9bAzQ&redir_esc=y#v=onepage&q=metodologia%3%ADa%20de%20la%20investigacion%3%B3n%20encuestas&f=false
7. Higa, C., y Teruya, N. (2019). Posición de Airbnb frente a la hotelería tradicional [Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle>

- net/10757/648734
8. Icaza, E., y Pacheco, K. (2016). Análisis del turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil. Caso Airbnb. [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6415>
 9. INEC. (s/f). Hoteles, Restaurantes y Servicios – Bases de Datos. Recuperado el 5 de julio de 2023, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/hoteles-restaurantes-y-servicios-bases-de-datos/>
 10. Lee, K. H., y Kim, D. H. (2019). A peer-to-peer (P2P) platform business model: the case of Airbnb. *Service Business*, 13(4), 647–669. <https://doi.org/10.1007/S11628-019-00399-0/METRICS>
 11. Quevedo Vásquez, J. O., Pinzón Prado, L. T., Vásquez Lafebre, L. M., y Quevedo Barros, M. R. (2020). Impacto del covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, ISSN-e 2477-8818, Vol. 6, No. 3, 2020 (Ejemplar dedicado a: Julio-Septiembre 2020), págs. 1352-1367, 6(3), 1352–1367. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1377>
 12. Ritter, M., y Schanz, H. (2019). The sharing economy: A comprehensive business model framework. *Journal of Cleaner Production*, 213, 320–331. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2018.12.154>
 13. Shabrina, Z., Arcaute, E., y Batty, M. (2022). Airbnb and its potential impact on the London housing market. *Urban Studies*, 59(1), 197–221. https://doi.org/10.1177/0042098020970865/A S S E T / I M A G E S / L A R G E / 10.1177_0042098020970865-FIG7.JPEG
 15. Silva Astudillo, D. A., Torres Vera, P. M., y Campuzano Sotomayor, J. C. D. (2020). Análisis Coyuntural del Sector Hotelero ecuatoriano frente a la crisis del COVID-19 [ESPOL]. <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/53317>