



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPIRITU SANTO**

**FACULTAD DE ECONOMIA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ECONOMIA COMPARTIDA: ANÁLISIS PARA EL SECTOR TURÍSTICO**

**ECUATORIANO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO PREVIO A**

**OPTAR EL GRADO DE:**

**MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE:**

**JUAN ROBERTO MACHARE MALDONADO**

**TUTOR:**

**ECON. CHRISTIAN XAVIER ROSERO BARZOLA, Msc.**

**SAMBORONDON, NOVIEMBRE, 2016**

## Resumen

La industria del turismo es una fuente viable y de gran retorno de inversión. Muchos países han invertido fuertemente en políticas turísticas, sin embargo han fallado muchas veces en crear una plataforma de promoción y de incentivos en el sector. La mayor penetración de la tecnología ha llevado al desarrollo de nuevos modelos de negocios y entre ellos tenemos la economía compartida donde se hace uso de recursos de baja utilización ha tenido un impacto positivo entre emprendedores y consumidores. La investigación de este documento se realizó de forma cualitativa basándose en diversos casos de estudio, teniendo como objetivo fundamental analizar la aplicabilidad del modelo de economía compartida en el sector turístico ecuatoriano usando la plataforma Airbnb como el modelo a seguir. Este modelo de negocios es de fácil y rápida aplicabilidad para nuestro mercado y un generador importante de nuevos negocios en la industria turística al hacer uso de infraestructura en buen estado pero no utilizada.

***Palabras claves:*** Turismo, Airbnb, economía compartida, viaje efectivo en costos, moderno.

## **Abstract**

The tourism industry is a viable and high return on investment source. Many countries have invested heavily in tourism policies, however, they have often failed to create a platform for promotion and incentives in the sector. The increased penetration of technology has led to the development of new business models and among them are the shared economy where use is made of resources low utilization has had a positive impact on entrepreneurs and consumers. The investigation of this document was qualitatively based on several case studies, with the main objective to analyze the applicability of the model of shared economy in the Ecuadorian tourism sector using the Airbnb platform as the model to follow. This business model is easy and quick to apply to our market and an important generator of new business in the tourism industry by making use of infrastructure in good condition but not used.

***Keywords:*** Tourism, Airbnb, sharing economy, cost effective traveling, cool.

## **Introducción**

El turismo representa uno de los sectores más dinámicos y generadores de empleos – directos e indirectos- de la sociedad moderna. En el sector turístico hay más de 284 millones de personas laborando y se espera un crecimiento del 3.1% -superior al crecimiento global de la economía- a pesar de diversos retos que enfrenta (World Travel & Tourism Council, 2016).

A nivel mundial el turismo ha experimentado una diversificación importante de sus diferentes actividades y atractivos, llegando a ser uno de los sectores económicos de mayor crecimiento en la economía mundial, generando solo en el año 2015 entre viajes y turismo US\$ 7.2 trillones de dólares (World Tourism Organization, 2016).

Desde varios años atrás, Ecuador está tratando de posicionarse como un importante destino turístico a nivel latinoamericano. El gobierno actual, ha emprendido la conocida campaña “All You need is Ecuador”, promocionando los diferentes atractivos turísticos que posee el país para incrementar el número de visitantes foráneos principalmente como una fuente importante de generación de divisas (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2014).

Actualmente la industria turística nacional está principalmente manejada por grandes cadenas hoteleras, medianas empresas y diversidad de negocios menores. Sin embargo, existe una necesidad imperiosa de contar con infraestructura turística en muchos sitios donde no han llegado las grandes cadenas del sector y que ofrecen un potencial inmenso para desarrollar dichos puntos de interés y de tener un impacto positivo en el medio (Portal Servicios Turísticos Ecuador, 2015).

La combinación de factores como la crisis mundial, la protección del medio ambiente y la interacción social mediante las redes sociales han dado lugar a un conjunto elaborado de servicios y bienes compartidos. El concepto de economía compartida ofrece la capacidad de

poder utilizar la infraestructura doméstica de casas, departamentos, vehículos, etc. para alojar a toda clase de visitantes con diversos tipos de necesidades y de presupuestos (Fast Company, 2015).

En la investigación realizada se plantean las siguientes preguntas: ¿Es posible implementar el modelo de economía compartida en Ecuador?, ¿cuáles son las consideraciones a tomar en cuenta? El proceso investigativo de este proyecto se basará en la experiencia que este tipo de iniciativas ha tenido en el mundo, con un especial énfasis en Latinoamérica donde se tiene características similares a Ecuador. El proyecto buscará establecer recomendaciones, aplicando las mejores prácticas y lineamientos de este concepto.

El objetivo principal de este documento es determinar de qué manera se pueden aplicar las características del concepto de economía compartida en el sector turístico, tomando como ejemplo el exitoso modelo de negocios de “Airbnb” implantado en muchos países, como una forma económica, viable y rentable de impulsar la actividad en este importante sector de la economía nacional.

El concepto de “Economía Compartida” aplica perfectamente al modelo ecuatoriano de micro y medianos emprendedores, ya que el sistema funciona bajo la negociación “peer-to-peer” o “par-a-par” y que no requieren cuantiosas inversiones para comenzar a trabajar en este esquema.

## **Economía compartida**

En los años recientes se han presentado muchas y nuevas tendencias con el fin de proporcionar alternativas válidas y sustentables a los clientes de cualquier producto o servicio. Mientras gobiernos y compañías alrededor del mundo, están intentando influenciar a los compradores, estas nuevas tendencias tienen el potencial de cambiar la mentalidad del consumidor final. La economía compartida se posiciona al centro de estas nuevas tendencias, buscando contrarrestar la noción de activos no utilizados que son consecuencia de una cultura híper-consumista (Crowd Sourcing Week, 2015).

Uno de los conceptos más aceptados acerca de economía compartida la define como: “El ecosistema socio-económico construido alrededor de la compartición de recursos humanos, físicos e intelectuales, incluyendo la creación, producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios de modo compartido por diferentes personas y organizaciones.” (Matofska, 2016, p. 1).

Otro concepto también aceptado de forma más popular para definir a la economía compartida como “Un sistema económico en donde los activos o servicios son compartidos entre individuos privados de forma gratuita o por un pago, todo coordinado a través del internet” (Oxford Dictionary, 2014, p. 1).

Aunque el concepto de economía compartida está en su infancia, ha tenido un impulso fuerte a través de la tecnología, en donde busca el compartir y colaborar. Cuando se dice “compartir” se refiere al uso y acceso de bienes y recursos. Dentro de la economía compartida hay varios elementos que la conforman siendo los principales: las personas que son los actores más activos dentro del proceso; la producción de bienes y servicios colaborativamente o cooperativamente; variedad de formas de intercambio, incentivos y de creación de valor (Matofska, 2016).

Un factor fundamental en el modelo a analizar es el amplio uso de la tecnología que ha posibilitado la reducción de costos de transacciones, su cada vez mayor disponibilidad y acceso a la misma, permitiendo el intercambio de información de forma económica, fácil y a mayor escala. Esto acompañado de la explosión del uso de las redes sociales ha producido una nueva generación de métodos y formas de optimizar los recursos y ser más eficientes en su uso y disponibilidad (The Economist, 2013).

La amplitud del modelo colaborativo que ofrece el concepto de economía compartida va desde alojamiento (Airbnb) hasta finanzas (Lending Club). Este tipo de negocios han crecido con una velocidad vertiginosa, llegando a ser más eficientes que sus contrapartes de modelos tradicionales. Las ventajas fundamentales que ofrece la economía compartida son flexibilidad, costos y autonomía.

Los modelos de negocios de economía compartida son disruptivos de los esquemas tradicionales por lo siguiente (Harvard Business Review, 2016):

- (a) Pensar como el cliente. En el caso de Airbnb, desde el principio fue claro para los creadores del sitio, que necesitaban primero encontrar personas deseosas de querer listar sus propiedades no utilizadas para renta, antes que encontrar los potenciales huéspedes. Un cliente busca seguridad, confianza, facilidad de uso, todo eso para generar tracción entre los potenciales clientes.
  
- (b) Crear una mejor experiencia. Para Airbnb, si deseaban competir con la calidad promocional que ofrecen las cadenas hoteleras tradicionales, tenían que crear mayor atractivo en las propiedades que iban a listar para rentar. La firma procedió a contratar a fotógrafos profesionales que vayan a las propiedades de los arrendatarios y que resalten las bondades del sitio. En el caso de Uber, fue algo

similar. Iniciaron primeramente contratando servicios de choferes profesionales con experiencia, logrando que la aceptación del servicio exceda las expectativas de los clientes.

- (c) La secuencia es todo. La expansión de las plataformas de economía compartida es clave, eligiendo las ciudades y el tiempo adecuado para su éxito. Por ejemplo, Uber procedió a realizar estudios para determinar las ciudades en donde el servicio de taxis no cumplía con la demanda. Así es como la empresa se lanzaba a las ciudades principalmente en las denominadas “horas pico” o de alta demanda, durante conciertos, que es cuando gran cantidad de personas demandan transporte y la infraestructura tradicional no alcanza a cubrir la demanda. De esa forma se daban a conocer, apreciaban el servicio y comenzaba a generar tracción entre los clientes. Airbnb, siguió una estrategia similar para su lanzamiento que se produjo en Denver en el 2008 cuando coincidió con una falta de espacio hotelero durante la Convención Nacional del partido Demócrata y adicionando más ciudades en los tiempos en que se producían eventos que demandaban mayor disponibilidad de camas de hotel.

En el caso específico de Latinoamérica, el modelo de economía compartida ofrece la posibilidad de formalizar muchos negocios informales. Debido a su naturaleza digital –por el uso intensivo de tecnologías basadas en internet- en especial por los pagos electrónicos que son fáciles de registrar su trazabilidad, ofrece una oportunidad para los gobiernos puedan fácilmente imponer tasas a estas actividades (Americas Quarterly, 2015).

Aunque se esperaba que el crecimiento de la clase media en Sudamérica continúe su crecimiento por el boom de las materias primas, el mismo se detuvo en el 2016, pero se produjo un incremento entre la clase menos favorecida y redujo la desigualdad. (World Bank, 2016). Este crecimiento de la clase media que posee ahorros, acceso a crédito y una demanda constante por bienes durables, ofrece una oportunidad adicional a los usuarios de servicios de la economía compartida, por cuanto el potencial de clientes se incrementa de forma apreciable.

## **Airbnb**

Uno de los mejores ejemplos de economía compartida es Airbnb, cuyo nombre original fue Airbed & Breakfast. Es una firma privada americana basada en San Francisco, que inició operaciones en el año 2008 cuando dos diseñadores - Brian Chesky y Joe Gebbia- que tenían espacio libre en su apartamento alojaron a tres viajeros que buscaban un lugar en el que quedarse y vieron un tremendo potencial en esto.

Airbnb creció más allá del concepto de arrendar “camas” y ahora el sitio permite rentar camas, habitaciones, casas, castillos, botes, carros y otros activos y propiedades directamente con el dueño del bien, todo coordinado vía internet. A fines del 2015 contaba con servicios disponibles en más de 34000 ciudades alrededor del mundo, distribuidas en 191 países, con más de 60 millones de huéspedes y más de 2 millones de propiedades - activos disponibles para rentar/alquilar (Airbnb, 2016). El modelo es tan exitoso que ha llevado a sus fundadores -Brian Chesky, Nathan Blecharczyk y Joe Gebbia- en solo ocho años ha constar en la lista de los billonarios de la revista Forbes, con fortunas estimadas de US\$1.9 billones para cada uno de ellos (Fast Company, 2015).

A continuación detallamos cuales serían los principales factores de éxito y de aceptabilidad de Airbnb entre los consumidores:

| <b>Característica</b> | <b>Beneficio</b>   |
|-----------------------|--|
| Calidad y Servicio    | Complemento de calidad y nivel de servicio otorgado que permite que sea muy competitivo o superior a lo ofrecido por las cadenas tradicionales de hospedaje. |

|            |  |
|------------|--|
| Económico  | Fácilmente se logran tarifas 30-80% más económicas comparados con hoteles o infraestructura hotelera similar en la zona (Quora, 2015).   |
| Usabilidad | <p>La plataforma sobre la cual funciona Airbnb fue concebida con facilidad de uso tanto para los alojadores como para los huéspedes.</p> <p>Airbnb posee un algoritmo de búsqueda de cuáles serían las propiedades más relevantes a rentar dependiendo de experiencias anteriores de los visitantes, gustos, etc. Proporciona el concepto de “wish list”, permitiéndoles grabar propiedades con un “icono de un corazón”, incrementando la probabilidad de la reserva.</p> |
| Tendencia  | El ofrecer no solo un sitio de relajamiento, sino el descubrir sitios muy de moda y de buenos acabados, aparte del “branding social” que se da entre los usuarios al mencionar que están alojados en propiedades de Airbnb.  |
| Seguridad  | Parte del éxito y confianza que Airbnb tiene dentro de la comunidad se basa en la plataforma segura de pagos con que cuenta. Para facilitar la cantidad masiva de pagos, Airbnb está licenciado como un money transmitter (DBO, 2016), integrándose con docenas de proveedores de pagos locales y manteniendo cuentas bancarias en diversas monedas (Yalantis, 2015).  |

|                  |  |
|------------------|--|
| Tecnología       | Airbnb usa diversas tecnologías para coordinar la comunicación con el propietario y el visitante. Desde mensajes SMS, MMS, llamadas de VoIP, llamadas telefónicas convencionales, mapas, etc.  |
| Sistema de pagos | Airbnb hace dinero a través de los recargos que realiza durante el proceso. Los visitantes son requeridos que paguen un 6% a 12% de un fondo no reembolsable. El valor exacto depende de la reserva –mientras más cara sea la reservación el recargo es menor-. El recargo es cobrado cuando la reserva es realizada y confirmada por el propietario del bien a rentar. El propietario también es recargado con un valor de 3% (Yalantis, 2015). Airbnb soporta pagos desde Apple Pay para los usuarios de iPhone 6 en adelante. |

Tabla 1. Características y beneficios de aceptabilidad de Airbnb (Yalantis, 2015).

El concepto de Airbnb es muy simple y funciona de la siguiente manera para los que desean ofrecer el servicio de alojamiento (Airbnb, 2016) tal como lo muestra la siguiente figura y con los pasos detallados a continuación:



Figura 1. Proceso de registro y funcionalidad en Airbnb (Airbnb, 2016).

A continuación presentamos los pasos necesarios para registrar un negocio en Airbnb y comenzar a registrar operaciones en la plataforma.

| Paso | Descripción   |
|------|---|
| 1    | El primer paso es registrarse como un anfitrión, llenando el formulario respectivo requerido por la empresa. Es obviamente requerido que la persona sea el propietario o autorizado del bien a alquilar. Si la persona tiene una cuenta en una red social se la |

|   |  |
|---|--|
|   | puede usar como un mecanismo adicional de seguridad y confort entre los usuarios de la comunidad.  |
| 2 | Crear un anuncio promocional del bien que se desea rentar. El sitio recomienda incluir una descripción, fotos, dirección y elegir un precio.         |
| 3 | El propietario del bien puede determinar las preferencias de los huéspedes que desea recibir y las reservas para que se adapten a ese requerimiento. |
| 4 | Los huéspedes buscan el anuncio y realizan la reserva.   |
| 5 | Se intercambia mensajes con los huéspedes para conocerlos y responder a sus inquietudes.   |
| 6 | Se organiza la llegada de los visitantes.  |

Tabla 2. Pasos para registrarse en la plataforma Airbnb (Airbnb ES, 2016).

El éxito global de Airbnb luce imparable. Compañías como la línea aérea alemana Lufthansa, ofrecen ahora sus servicios también dentro del sitio de Airbnb (The Economist, 2016), como una forma de luchar contra la caída de precios en Europa y por ser más “cool” entre la gente joven y los llamados generación millennial (Forbes, 2014).

Actualmente Airbnb tiene mayor ocupación que la cadena Hilton y mayor valoración de mercado que Wyndham y Hyatt (Growthhackers, 2015). Se espera que tenga una facturación de US\$ 900 millones para este año, de US\$ 3 billones para el año 2020 y sobrepase a la cadena Marriott y al sitio de viajes Expedia en valor bursátil (The Wall Street Journal, 2015).

La implementación de Airbnb ha tenido un gran éxito para los propietarios de los bienes porque además de los pasos dados –sugeridos- por la plataforma, han improvisado con un fuerte enfoque de servicio y siguiendo ciertas normas adicionales tales como:

- La propiedad o el bien a rentar debe estar en buenas condiciones y muy limpios. Esto incrementa la probabilidad de ser alquilado. Si existen equipos o áreas que no se quiere que sean usadas por los visitantes hay que removerlas, bloquear el acceso o estipularlo dentro de las reglas de uso de la propiedad.
- Si existen equipos que requieren cierto nivel de experiencia en su uso, es altamente recomendable no ponerlo a disposición de los visitantes o dar claras instrucciones de uso del mismo.
- Cuando se promociona el lugar, se debe contar con un buen conjunto de fotografías actualizadas de la propiedad y del sitio alrededor. Apoyándose en la tecnología para resaltar la ubicación del bien y sitios de interés cercanos al mismo. Airbnb proporciona asistencia dándoles acceso a fotógrafos profesionales que tienen experiencia en esto.
- Es altamente recomendable que se tenga una fotografía –preferible de un fotógrafo autorizado de Airbnb- del propietario del inmueble. Esto le añade una etiqueta de “Foto verificada”, dándole más confianza al proceso de reserva.
- La propiedad o el bien a rentar deben estar disponibles para su uso apenas sea “liberado” por otro huésped, realizando una adecuada limpieza y orden del lugar.

- Debe todo estar acompañado de un buen servicio al cliente, comenzando desde la reservación –ya sea proporcionando mayores detalles del inmueble, de la ubicación del mismo, o de la ciudad a la cual el huésped visitará-
- Otro punto importante es la recepción de los huéspedes, brindándoles detalles adicionales de qué sitios o lugares visitar alrededor, dónde realizar compras, sitios de comida, detalles de seguridad a tomar en cuenta, etc.
- El éxito de que su propiedad pueda ser utilizada nuevamente depende de la calidad del servicio que acompañó a la propiedad rentada. Es por esto que se debe cuidar de prestar atención a todos los detalles. Airbnb, como todo sitio moderno de reservas, permite registrar el feedback de los huéspedes y es de alto valor contar con un buen nivel de calificación del mismo, ya que incrementa la probabilidad de ser rentada en el futuro.
- Airbnb está totalmente basado en la confianza de la comunidad de propietarios y visitantes. Es por esto que también se permite que los propietarios califiquen a los visitantes para que otros dueños de propiedades vean la retroalimentación dada para futuras reservas a los huéspedes. Las revisiones o retroalimentaciones se dan posterior a la partida del huésped o del proceso de reserva.
- Para seguridad de los huéspedes, ellos pueden ver los perfiles en Facebook o de otras redes sociales de los propietarios. Este paso adiciona mayor confianza al proceso de reserva.

## **Metodología**

La actual investigación se realizó con un enfoque cualitativo, aplicando la metodología de análisis de cinco casos de estudio como referencia de otras experiencias similares implementadas en mercados similares al ecuatoriano.

El modelo usado es básicamente la experiencia que usuarios (alojadores o propietarios) de Airbnb han tenido en ciudades como Bogotá y Medellín en Colombia y la capital de México, mostrando que bajo inversiones relativamente menores obtuvieron buenos niveles de rentabilidad que representaron fuentes adicionales de ingresos.

Lo que se busca es como este modelo puede aplicar al mercado ecuatoriano. La rentabilidad promedio ofrecida es de US\$ 140.00 por semana de acuerdo a ciertos parámetros de ocupación (Airbnb ES, 2016).

El modelo a analizar la factibilidad en nuestro mercado es seguir básicamente las recomendaciones y pasos dados por Airbnb para iniciar alojamiento.

## **Análisis**

La implementación de Airbnb en ciudades como Bogotá y Medellín –que son sitios altamente turísticos con presencia de las cadenas hoteleras- ha tenido un gran éxito por varios elementos –además de los delineados por la plataforma-. Otros importantes factores a tomar en cuenta de cuan rentable y fácil al trabajar con Airbnb son los siguientes:

- La regalía que cobra Airbnb por promocionar la propiedad de alguien es gratuita. Cobra una tarifa del 3% del valor de cada reserva. Es muy baja comparada con otros mecanismos de intermediación turística.
- El propietario no tiene que preocuparse del pago o cobro de los huéspedes. Esto es manejado previamente por Airbnb –de igual manera a como lo hace Uber-. Airbnb cobra a los huéspedes antes de su llegada y se ocupa de tramitar todos los pagos que el propietario se libere de esta tarea (Airbnb ES, 2016).
- El propietario es libre de determinar el valor(es) por la renta del bien que está promocionando. Puede variarlo por temporadas, por ubicación, por mejoras realizadas al sitio, etc.
- Los pagos son recibidos mediante algunos canales electrónicos. Se tienen las opciones de PayPal o transferencia bancaria internacional. Esto se da 24 horas posteriores a la llegada del huésped. El dinero lo tiene el propietario de forma rápida. Esto se da por cuanto Airbnb al tener una presencia global en más de 190 países está catalogado como un Money Transmitter –entidad que provee transferencias de dinero o servicios de pago- (DBO, 2016).
- En el negocio del turismo, es muy probable que se presenten situaciones de daños o destrucción realizado por accidente o por los visitantes. Airbnb ofrece

un seguro de hasta US\$ 1 millón por daños causados –comprobables- de los huéspedes. Eso se da sin ningún costo adicional.

Es por esto que Airbnb representa una oportunidad para pequeños y medianos empresarios turísticos en Ecuador. A continuación mencionamos ciertos puntos de alta aplicabilidad en nuestro país:

- Airbnb es una plataforma probada y disponible inmediatamente para su uso.
- En sitios remotos de la costa, de la sierra y selva ecuatoriana, donde se disponen de “hostales” o “cuartos de alquiler”, Airbnb representa una oportunidad gigantesca de incrementar los visitantes –la mayoría extranjeros- al ser una plataforma de alcance global.
- La rapidez para abrir un sitio de ofrecimiento de servicios de alquiler, facilidades de cobro – pago, seguridad, son incentivos muy fuertes para realizar pequeñas inversiones y adecuaciones y esperar una rentabilidad adecuada y potencialmente creciente (Airbnb ES, 2016).
- El uso cada vez más creciente por las nuevas generaciones de herramientas “peer to peer”, posicionan fuertemente a Airbnb como la primera alternativa en hospitalidad.
- Un gran impacto en las sociedades o comunidades pequeñas – remotas al incrementar el flujo de visitantes que generan movimiento económico al sitio.

## Resultados

El uso de Airbnb en sitios en donde no se cuenta con una adecuada infraestructura hotelera ha sido halagador. Sitios de fauna silvestre, de playas desconocidas, de rincones agrestes que no ofrecen la facilidad de establecer una rentabilidad estándar para la industria hotelera tradicional, ha sido una fuente constante de ingresos para usuarios de Airbnb (Hospitality, 2016). A continuación una tabla con los principales resultados de la implementación de Airbnb.

Tabla 3. Resultados de uso de Airbnb

| <b>Paso</b>       | <b>Descripción</b>   |
|-------------------|--|
| Medellín – Bogotá | Rentabilidad de \$120 - \$140 por día de promedio de alquiler de bienes en buenas condiciones pero no utilizados (Airbnb ES, 2016).  |
| Cuba              | Incremento sustancial de reservas y bienes relacionados (Fusion.net, 2016).  |
| México            | Rentabilidad superior al método tradicional de arrendamiento de propiedades (El Financiero, 2016).   |
| España            | España que es un país con una fuerte industria turística, ha tenido “picos” de demanda que no los ha podido cubrir sino solo con la ayuda de plataformas como Airbnb (Diario El País, 2015). |
| Lima              | Airbnb es una solución viable y de rápida implementación para turistas de negocio o de “paso” que no demandan mayores requisitos en alojamiento (El Comercio, 2015).                         |

La industria tradicional hotelera está perdiendo mercado por sitios como Airbnb. Y esta tendencia continuará a menos que re-inventen el modelo de negocios u ofrezcan incentivos a sus clientes. La firma HVS Consulting & Valuation estima que los hoteles han perdido US\$ 450 millones de dólares de ingresos por Airbnb solo en la ciudad de Nueva York. Entre septiembre 2014 y Agosto 2015 se realizaron 480000 reservaciones de hotel, mientras que en Airbnb se realizaron 2.8 millones de reservas en el mismo periodo (Hospitality, 2016).

En Cuba, donde la reciente apertura de nuevas relaciones diplomáticas y comerciales con Estados Unidos, ha llevado a un boom de más de 13000 reservas vía Airbnb con un valor promedio de US\$ 250 por cada, representa un impulso fuerte a una economía donde el salario mensual es de US\$ 25.00 (Fusion.net, 2016). Se han dado casos de lugares con una belleza turística no explotada –comparándola con de sitios más conocidos en La Habana y sus alrededores-, como la ciudad de San Francisco, que tiene 14000 habitantes, pero sin embargo hay más de 200 propiedades listadas en Airbnb. Esto representa algo muy interesante, ya que puede servir como símil por ejemplo para pueblos costeros en el Ecuador, con baja población, baja penetración de infraestructura hotelera, pero con una belleza natural de alto potencial.

En México, en ciudades como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, las personas que empezaron a incursionar rentando los departamentos y otros activos en desuso, han visto una rentabilidad superior al 40% de si lo hicieran alquilando las propiedades de la forma convencional (El Financiero, 2016). Los propietarios mencionaron que la facilidad de la herramienta, flexibilidad contractual, rapidez en el pago, seguridad por cobertura de daños

que se puedan producir y el conocer a visitantes de otras culturas, fueron factores adicionales que hacen atractivo rentar los bienes por esta plataforma.

Airbnb y su modelo ha llevado a que inclusive se presenten escenarios donde hay personas que compran departamentos u otras propiedades solo para alquilarlos en Airbnb. En España se ha dado una ola de compra de alquileres –que por la crisis inmobiliaria reciente han bajado de precios- pero donde los propietarios los han adecuado solo para ponerlos a disposición de visitantes de Airbnb (El Confidencial, 2014). Usuarios resaltan el hecho de que ganan más dinero alquilando la propiedad en Airbnb solo por trece días que de la forma tradicional y por mes completo.

En Perú, donde por el crecimiento económico, se han encarecido los terrenos y los bienes raíces, ha bajado el índice de alquiler de viviendas y departamentos. Sin embargo, han visto en Airbnb una alternativa válida para alquilar a turistas de paso, pero que dejan sin embargo una alta rentabilidad a pesar de la baja ocupación (El Comercio, 2015).

Entre las diversas ventajas que el modelo de economía compartida ofrece para el sector turístico tenemos los siguientes (Blog.homeexchange, 2015).

- Reduce la producción de carbono. Los viajes que se organizan mediante plataformas de intercambio de alquiler, producen un 66% menos emisiones de CO2 que los viajes realizados con reserva de hotel, incluyendo aquellos hoteles que poseen puntuación en materia de eficiencia energética de 5 estrellas (SOST, 2014).
- Frena el desarrollo de nueva infraestructura hotelera al hacer uso de los recursos no utilizados por la comunidad.

- Apoyo a negocios de la comunidad local, ya que los viajeros al ahorrar en reservas tradicionales de hotel dispondrán de más dineros para compras de souvenirs, alimentos, etc.
- Deseo de compartir otros bienes como los vehículos, botes, bicicletas, etc., incrementado las opciones de ingresos y de satisfacción de los visitantes.
- Ser más ecológicos. En el modelo de hospitalidad de economía compartida el ahorro de recursos como agua y relacionados –limpieza, lavandería, cocina- es muy alto y representa gastos menores a los propietarios.

## **Conclusiones**

El modelo de economía compartida ha demostrado su factibilidad de ser usado en diversos sectores de la economía. Al ser la globalización una tendencia creciente y que luce imparable, lleva a que nuestro país haga uso y aproveche las nuevas tecnologías y plataformas que dicho modelo de negocios ofrece.

En los momentos actuales donde el país enfrenta una grave recesión y desempleo (El Universo, 2016), el modelo de economía compartida y más aún la plataforma Airbnb ofrecen una oportunidad confiable y válida de incrementar negocios en el sector turístico y de afectar positivamente por consiguiente el resto de la economía por el impacto que el mismo tiene en la sociedad.

Como se lo ha demostrado, las inversiones a realizar son menores y sobre todo se hace uso de propiedades o recursos no o subutilizados. Este modelo no previene que incursionen las grandes cadenas hoteleras en nuestro medio, sino que lo complementan.

Ecuador al ser un país pleno de diversidad biológica, reservas y de otros encantos naturales, tiene un gran potencial de hacer un uso extensivo de Airbnb con oportunidades a todo nivel:

- Incrementar la base instalada de capacidad de hospedaje.
- Bajo riesgo, ya que las inversiones o adecuaciones a realizar son menores.
- Rapidez y seguridad de los pagos.
- Mayor rentabilidad comparándolo con el arrendamiento tradicional bajo contrato.
- Influencia positiva en la comunidad. Como vimos en casos de Cuba, el impacto de recibir turistas en sitios remotos, aumentó el ingreso de comunidades pobres.

Para aplicar el modelo de economía compartida en el sector turístico en Ecuador se deben seguir los siguientes pasos:

- Si se cuenta con una organización estatal o gremio privado turístico que esté promocionando este tipo de iniciativas, se debe averiguar y participar activamente en la misma.
- Si se desea realizar un emprendimiento individual, tomar en cuenta lo siguiente:
  - a. Contar con bienes con baja utilización y que son factibles de que se puedan rentar en la plataforma. Tomar en cuenta sobre todo la ubicación o el uso esperado de los mismos.
  - b. Realizar adecuaciones y reparaciones si se requiere a dichos bienes. Airbnb, ofrece guías de restauración para generar mayor atractivo entre los potenciales turistas. Los costos de estas reparaciones no deben representar más allá del 10-20% del costo del bien, variando de acuerdo al tipo.
  - c. Registrarse en Airbnb. Comenzar promocionando sus productos/bienes. En paralelo tratar de tomar aprendizajes de manejo de turistas/huéspedes, para una mejor calidad de servicio. Recordar que los turistas pueden calificar al sitio y tienen implicaciones para futuras reservas.

## Recomendaciones

El turismo en nuestro país al hacer uso de modelos de economía compartida tiene las siguientes oportunidades para incrementar el turismo:

- El sector de gobierno y sus entes encargados de la gestión turística podrían ser los primeros en promocionar las bondades de Airbnb y otros modelos similares como una fuente adicional de generación de visitantes al país.
- Listar al Ecuador y sus principales atractivos turísticos en Airbnb y otros modelos competidores del mismo.
- Las cámaras de turismo, cámaras de comercio y organismos de promoción turística municipales o regionales dar a conocer la factibilidad de hacer uso de plataformas como Airbnb como una fuente válida de generación de ingresos al rentar bienes no utilizados. Esta promoción de servicios se lo puede hacer:
  - Trayendo al país a ejecutivos de la firma Airbnb para que ofrezcan mayores detalles de las bondades de la plataforma.
  - Exponiendo casos de éxito similares en Latinoamérica.
- Realizar pilotos en varias comunidades con alto potencial turístico y de baja penetración hotelera o de alta demanda y poca oferta.
- Asociarse con otros potenciales emprendedores de la plataforma en el país, para compartir experiencias y resolver dudas.
- Empezar en Airbnb, en especial cuando se cuentan con bienes propios o que puedan ser alquilados –a bajo costo- y que pueden ser atractivos a los turistas de la plataforma.

## Referencias bibliográficas

- Airbnb. (11 de Enero de 2016). *Airbnb*. Obtenido de Regístrate para ser anfitrión:  
[https://es.airbnb.com/host?af=43720035&c=A\\_TC%3Dj5dcc2wbt5%26G\\_MT%3De%26G\\_CR%3D93149950103%26G\\_N%3Dg%26G\\_K%3Dairbnb%27%26G\\_P%3D%26G\\_D%3Dc&dclid=CMO37aTdtc4CFcYShwodSHcO5A&gclid=CPWy1KTdtc4CFUtbhgodQSwMIA](https://es.airbnb.com/host?af=43720035&c=A_TC%3Dj5dcc2wbt5%26G_MT%3De%26G_CR%3D93149950103%26G_N%3Dg%26G_K%3Dairbnb%27%26G_P%3D%26G_D%3Dc&dclid=CMO37aTdtc4CFcYShwodSHcO5A&gclid=CPWy1KTdtc4CFUtbhgodQSwMIA)
- Airbnb. (1 de Agosto de 2016). *Airbnb about us*. Obtenido de Airbnb about us:  
<https://www.airbnb.com/about/about-us>
- Airbnb ES. (7 de Enero de 2016). *Airbnb ES*. Obtenido de Conviértete en host:  
[https://www.airbnb.com.co/host?p1\\_b=1](https://www.airbnb.com.co/host?p1_b=1)
- Americas Quarterly. (5 de Octubre de 2015). *Americas Quarterly*. Obtenido de Can digital sharing economy platforms pull Latin America's informal sector into the mainstream?:  
<http://www.americasquarterly.org/content/can-digital-sharing-economy-platforms-pull-latin-america%E2%80%99s-informal-sector-mainstream-yes>
- Blog.homeexchange. (12 de Diciembre de 2015). *10 maneras de promover el turismo sostenible mediante la economía colaborativa*. Obtenido de 10 maneras de promover el turismo sostenible mediante la economía colaborativa:  
<http://blog.homeexchange.com/intercambiocasas/10-maneras-de-promover-el-turismo-sostenible-mediante-la-economia-colaborativa-3797/>
- Crowd Sourcing Week. (7 de Enero de 2015). *Crowd Sourcing Week*. Obtenido de  
<http://www.americasquarterly.org/content/can-digital-sharing-economy-platforms-pull-latin-america%E2%80%99s-informal-sector-mainstream-yes>:  
<http://crowdsourcingweek.com/blog/4-key-issues-facing-sharing-economy-in-developing-nations/>
- DBO. (1 de Agosto de 2016). *Money Transmitter*. Obtenido de CA Money Transmitter:  
[http://www.dbo.ca.gov/Licensees/money\\_transmitters/money\\_transmitters\\_directory.asp](http://www.dbo.ca.gov/Licensees/money_transmitters/money_transmitters_directory.asp)
- Diario El País. (6 de Julio de 2015). *El éxito de Airbnb*. Obtenido de El éxito de Airbnb:  
[http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2015/06/13/actualidad/1434163588\\_843355.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2015/06/13/actualidad/1434163588_843355.html)
- El Comercio. (30 de Agosto de 2015). *¿Aún es rentable comprar viviendas para alquilar?* Obtenido de ¿Aún es rentable comprar viviendas para alquilar?:  
<http://elcomercio.pe/economia/peru/que-tan-rentable-comprar-viviendas-alquiler-noticia-1836645>
- El Confidencial. (7 de Junio de 2014). *Alquilo una casa y la subarriendo en Airbnb, que pagan mucho más*. Obtenido de Alquilo una casa y la subarriendo en Airbnb, que pagan mucho más: [http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-07/alquilo-una-casa-y-la-subarriendo-en-airbnb-que-pagan-mucho-mas\\_142828/](http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-07/alquilo-una-casa-y-la-subarriendo-en-airbnb-que-pagan-mucho-mas_142828/)
- El Financiero. (17 de Marzo de 2016). *Airbnb da a ganar hasta 40% más por renta*. Obtenido de Airbnb da a ganar hasta 40% más por renta: <http://www.elfinanciero.com.mx/tech/airbnb-da-a-ganar-hasta-40-mas-por-renta.html>

- El Universo. (15 de Julio de 2016). *Economía ecuatoriana decreció en 1,9% en el primer trimestre del 2016, anuncia el BCE*. Obtenido de Economía ecuatoriana decreció en 1,9% en el primer trimestre del 2016, anuncia el BCE: <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/07/15/nota/5691300/economia-ecuatoriana-decrecio-19-primer-trimestre-2016-anuncia-bce>
- Fast Company. (26 de Marzo de 2015). *Fast Company*. Obtenido de How To Make A Killing On Airbnb: <http://www.fastcompany.com/3043468/the-secrets-of-airbnb-superhosts>
- Forbes. (22 de Diciembre de 2014). *Forbes*. Obtenido de 6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores - Read more at: <http://scl.io/piTfUAFr#gs.GbdLivA>: <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.GbdLivA>
- Fusion.net. (30 de Marzo de 2016). *How Airbnb piggybacked on a communist program to make Cuba its fastest growing market ever*. Obtenido de How Airbnb piggybacked on a communist program to make Cuba its fastest growing market ever: <http://fusion.net/story/286372/how-airbnb-piggybacked-on-a-communist-program-to-make-cuba-its-fastest-growing-market-ever/>
- Growthhackers. (Siete de Diciembre de 2015). *Growthhackers*. Obtenido de Airbnb: The Growth Story You Didn't Know: <https://growthhackers.com/growth-studies/airbnb>
- Harvard Business Review. (13 de Julio de 2016). *How Uber, Airbnb, and Etsy Attracted Their First 1,000 Customers*. Obtenido de How Uber, Airbnb, and Etsy Attracted Their First 1,000 Customers: <http://hbswk.hbs.edu/item/how-uber-airbnb-and-etsy-attracted-their-first-1-000-customers>
- Hospitality. (7 de Marzo de 2016). *The Impact of AirBnb on Hotel and Hospitality Industry*. Obtenido de The Impact of AirBnb on Hotel and Hospitality Industry: <http://www.hospitalitynet.org/news/4074708.html>
- Matofska, B. (1 de Agosto de 2016). *What is the Sharing Economy?* Obtenido de What is the Sharing Economy?: <http://www.thepeoplewhoshare.com/blog/what-is-the-sharing-economy/>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (27 de Junio de 2014). *Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record*. Obtenido de Campaña All You Need is Ecuador presenta cifras record: <http://www.turismo.gob.ec/campana-all-you-need-is-ecuador-presenta-cifras-record/>
- Oxford Dictionary. (24 de Noviembre de 2014). *Oxford Dictionary*. Obtenido de sharing economy: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/sharing-economy>
- Portal Servicios Turísticos Ecuador. (28 de Mayo de 2015). *Establecimientos Turísticos de Alojamiento*. Obtenido de Establecimientos Turísticos de Alojamiento: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/distribucion-de-establecimientos-de-alojamiento-en-el-pais>
- Quora. (1 de Febrero de 2015). *Quora - Airbnb*. Obtenido de [https://www.quora.com/Why-is-Airbnb-successful?redirected\\_qid=1017833](https://www.quora.com/Why-is-Airbnb-successful?redirected_qid=1017833): [https://www.quora.com/Why-is-Airbnb-successful?redirected\\_qid=1017833](https://www.quora.com/Why-is-Airbnb-successful?redirected_qid=1017833)

- SOST. (5 de Noviembre de 2014). *New Study Reveals A Greener Way to Travel*. Obtenido de New Study Reveals A Greener Way to Travel: <http://www.sostinternational.com/index.php/new-study-reveals-a-greener-way-to-travel/>
- The Economist. (9 de Marzo de 2013). *The rise of the sharing economy*. Obtenido de The rise of the sharing economy: <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy>
- The Economist. (28 de Julio de 2016). *Lufthansa offers a seat on Airbnb*. Obtenido de Lufthansa offers a seat on Airbnb: <http://www.economist.com/blogs/gulliver/2016/07/compact-and-bijou>
- The Wall Street Journal. (15 de Junio de 2015). *The Wall Street Journal*. Obtenido de The Secret Math of Airbnb's \$24 Billion Valuation: <http://www.wsj.com/articles/the-secret-math-of-airbnbs-24-billion-valuation-1434568517>
- World Bank. (6 de Julio de 2014). *World Bank*. Obtenido de Social Gain 2014: [http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2014/02/24/000350881\\_20140224141401/Rendered/PDF/851620WP0Box380LB0Social0Gains02014.pdf](http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/WDSP/IB/2014/02/24/000350881_20140224141401/Rendered/PDF/851620WP0Box380LB0Social0Gains02014.pdf)
- World Tourism Organization. (Mayo de 2016). *World Tourism Organization*. Obtenido de World Tourism Organization: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
- World Travel & Tourism Council. (10 de Febrero de 2016). *Economic Impact Analysis*. Obtenido de Economic Impact Analysis: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>
- Yalantis. (8 de Agosto de 2015). *Yalantis*. Obtenido de The Technology Stack Behind Airbnb: [https://yalantis.com/blog/the\\_technology\\_stack\\_behind\\_airbnb/](https://yalantis.com/blog/the_technology_stack_behind_airbnb/)