

## Segmentación del mercado de servicio de hospedaje en aplicaciones de economía colaborativa, Guayaquil: caso airbnb.

### Segmentation of the hosting service market in collaborative economy applications, Guayaquil: airbnb case.

Ernesto Wladimir Rangel

**Afiliación institucional, país:** Consultor independiente

Guayaquil, Ecuador

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-3003-3431>

Jorge Andrés Izaguirre Olmedo

**Autor para la correspondencia:**

**Afiliación institucional, país:** Universidad Internacional del Ecuador

Guayaquil, Ecuador

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-5178-8641>

**Fecha de recepción:** 1 de diciembre 2022

**Fecha De aceptación:** 19 de enero 2023

#### Resumen

Las aplicaciones de economía colaborativa han tenido un rápido crecimiento en los últimos años debido a la masificación del uso de internet, cambios en comportamientos de consumo y el impulso indirecto generado por la pandemia del SARS COV 2. En lo que respecta a oferta de hospedaje, Airbnb es una de las aplicaciones más utilizadas en Guayaquil y Ecuador. En esta investigación, los autores tuvieron por objeto caracterizar y segmentar el mercado de servicio de hospedaje en la aplicación de economía colaborativa Airbnb en la ciudad de Guayaquil. Para el efecto se desarrolló un estudio cuantitativo que incluyó 91 ofertas de hospedaje vigentes durante el mes de enero del 2022. Los datos permitieron la elaboración de estadísticas descriptivas y el desarrollo de un análisis de conglomerados para la segmentación. Los resultados muestran tres segmentos claramente definidos: lobos solitarios, diversión en pareja y diversión en familia. Los autores concluyen en la existencia de un efecto de la aplicación Airbnb sobre la oferta y demanda del sector de hospedaje en la ciudad de Guayaquil.

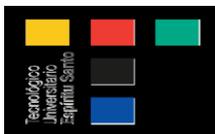
**Palabras claves:** economía colaborativa, Airbnb, análisis de conglomerados, segmentación del mercado.

#### Abstract

Collaborative economy applications have grown rapidly in recent years due to the widespread use of the Internet, changes in consumer behavior and the indirect boost generated by the SARS COV 2 pandemic. Airbnb is one of the most used applications in Guayaquil and Ecuador. In this research, the authors aim to characterize and segment the hosting service market in the collaborative economy application Airbnb in the city of

Esta obra se comparte bajo la licencia Creative Common Atribución-No Comercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

Revista Trimestral del Instituto Superior Universitario Espíritu Santo



Guayaquil. For this purpose, a quantitative study was developed that included 91 current lodging offers during the month of January 2022. The data allowed the elaboration of descriptive statistics and the development of a cluster analysis for segmentation. The results show three clearly defined segments: lone wolves, partner fun, and family fun. The authors conclude that there is an effect of the Airbnb application on the supply and demand of the lodging sector in the city of Guayaquil.

**Keywords:** Collaborative economy, Airbnb, cluster analysis, market segmentation.

## Introducción

La economía colaborativa puede definirse como el libre intercambio de productos y servicios que se desarrolla entre particulares. Anteriormente, esta actividad tenía una limitación geográfica debido a su estructura en sí misma; no obstante, con el desarrollo de la tecnología y la creación de aplicaciones para economía colaborativa, este modelo de negocio ha tomado fuerza en diferentes ámbitos o sectores.

El uso de aplicaciones de economía colaborativa ha tenido un rápido crecimiento en los últimos años, sobre todo las que se enfocan en delivery debido a las condiciones de distanciamiento y confinamiento a los que las personas se vieron obligadas, producto de la pandemia del SARS COV 2 que inició en el 2020.

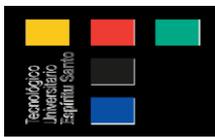
Existen múltiples aplicaciones en este modelo de negocio, entre las que se pueden destacar: aplicaciones de hospedaje, como AIRBNB y BOOKING, aplicaciones de delivery, como UBER EATS, RAPPI y PEDIDOS YA; aplicaciones de comercio, como EBAY y Market Place; entre otras.

Ciertamente, estas aplicaciones tienen beneficios para los consumidores, que ahora encuentran una oferta de productos y servicios mucho más grande y alcance de sus teléfonos. Así mismo, gran cantidad de particulares pueden ofertar sus productos a un mercado al cual no tenían acceso anteriormente. Sin embargo, también debe reconocerse que existe un grupo de mercado que ha experimentado consecuencias negativas de este modelo de negocio. Dicho mercado corresponde a la oferta que se quedó en el modelo tradicional del negocio o que experimentó una fuerte competencia en un período corto de tiempo.

Esta investigación tiene por objeto caracterizar y segmentar del mercado de servicio de hospedaje en la aplicación de economía colaborativa AIRBNB para la ciudad de Guayaquil.

## Marco teórico

May, Hernández y Pool (2019) señalan que la economía colaborativa se entiende como el fenómeno en el que las personas realizan transacciones comerciales con sus bienes subutilizados. En su investigación analizan en qué medida los micro-emprendimientos de corte turístico están utilizando la plataforma de la economía colaborativa Airbnb para el caso de Cancún - México. Los autores emplean una metodología mixta, a través de la revisión de la plataforma y de encuestas a huéspedes de hoteles y usuarios de la plataforma. Para la revisión de la plataforma, se eligieron aleatoriamente 25 de las 270 regiones de Cancún y se revisaron 338 establecimientos en cada una de las regiones definidas. Los resultados muestran que existen dos tipos de



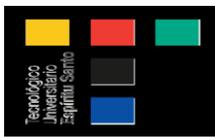
actores que usan la plataforma: aquellos que habitando su propiedad rentan sus áreas en desuso y aquellos que no tienen activos subutilizados, sino inversiones con fines de lucro. Así mismo, se observó que los departamentos enteros tienen mayor acogida que cuartos compartidos.

Por su parte, Guerra, Villalpando, Segura, Sandoval y Barragán (2017); realizaron una investigación cuyo objetivo era presentar la conceptualización de distintos investigadores al respecto de modelos de negocios basados en economía colaborativa. La metodología empleada fue cualitativa y se basó en la revisión documental de publicaciones sobre Uber y Airbnb, demandas y tarifas. Por medio de otras fuentes se analizaron tablas gráficas mostrando la competencia entre Uber y Airbnb en base a sus demandas y tarifas. Los autores concluyeron en la importancia del ingreso adicional que representan las mencionadas aplicaciones para el presupuesto del hogar.

Por su parte, Acebes (2020) estudió la transformación del turismo debido a la aparición del comercio electrónico y modelos de negocio, como la economía colaborativa, que se han establecido como opciones diferentes a los modelos tradicionales. Su investigación fue cualitativa y consistió en el análisis a profundidad de la plataforma de Airbnb sobre sus servicios, alojamientos y localización. Se compararon datos correspondientes a los años 2014 al 2019. En 2014 se registraron 40 millones de huéspedes, en 2016 la cifra se había doblado hasta los ochenta millones y en 2019 la cifra estaba por encima de los 100 millones. Según los resultados, pese a que la industria hotelera conserva un amplio margen en lo referente a ser líderes en el mercado, la aparición de estas nuevas plataformas ha supuesto un duro golpe para la industria. Como conclusión, el autor señala que la población que ha vuelto más cómoda, con ganas de vivir nuevas experiencias y sin miedo de hacer uso de nuevas alternativas. Añade que los sectores más tradicionales deberán encontrar una manera de adaptarse a la incesante velocidad de cambio de la sociedad, para poder mantenerse competitivos frente a las diferentes amenazas que representan las aplicaciones de economía colaborativa.

Acorde a Zambrano, Chiriboga y Ponce (2021); la economía colaborativa se está volviendo cada vez más popular en muchas áreas o tipos de negocios debido al desarrollo de aplicaciones digitales. Por ello, se propusieron analizar como inciden las aplicaciones de economía colaborativa en las finanzas de las Pequeñas y Medianas Empresas – PYMES. Como metodología se desarrolló un estudio cualitativo basado en entrevistas a directores o administradores de PYMES. Los resultados señalan que la economía colaborativa tiene importantes efectos físicos, económicos y culturales en el sector turístico. Los autores concluyen que la economía colaborativa es parte de la vida actual de los negocios y está reconstruyendo el desarrollo del turismo.

Así mismo, Zambrano, Aguas, Soria, Moreno y Vallejo (2021); indican que la economía colaborativa se ha convertido en una tendencia que, sumada al creciente uso del internet, busca potenciar el turismo. Por ello, en su investigación proponen determinar la factibilidad de la economía colaborativa como modelo de negocios. El tipo de investigación realizada es causal enfocada a extraer datos descriptivos y de asociación. Los objetivos e instrumentos de investigación se direccionaron para

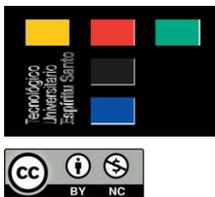


determinar las principales variables que inciden en la economía colaborativa y el turismo. El estudio se dividió en ofertantes y consumidores, para ello se diseñó un instrumento de recolección de datos diferente para cada grupo, se realizó una descripción de cada indicador, y finalmente se estableció la relación entre ambas variables. La población del grupo ofertante se conformó por 6.218 establecimientos turísticos en la provincia de Pichincha registrados en el Catastro Turístico 2021. Para analizar la demanda de servicios turísticos se consideró al total de turistas que ingresaron a la ciudad de Quito en el 2020, un total de 190.417 turistas. Los resultados señalan que el 30,54% de los ofertantes encuestados han realizado algún tipo de actividad vinculada a este modelo de negocio. El estudio expone cifras de alojamiento más alimentación, alojamiento con actividades de recreación, alojamiento más transporte, entre otros.

Porta (2020) sintetiza qué es la economía colaborativa y cómo ha evolucionado. Su trabajo tuvo por objeto ofrecer una aproximación a lo que se entiende por economía colaborativa, así como analizar la evolución de los hábitos de consumo en la sociedad. La investigación es cualitativa y se basó en el análisis de tablas y gráficos de la plataforma Airbnb en Madrid. En base a los resultados, el autor señala que la mencionada aplicación se incluye en el campo de la economía colaborativa puesto que permite la interacción de oferta y demanda mediante una plataforma digital. Porta (2020) concluye en que la búsqueda de nuevos retos, por parte de las empresas colaborativas, se considerará de vital importancia para el crecimiento conjunto de la sociedad en los próximos años.

Díaz, Iñigo y Martínez, L. (2019) analizan el proceso de la innovación disruptiva que se ha producido en el campo de la economía colaborativa. El propósito principal de su trabajo consiste en el estudio de la innovación, y más en concreto en la innovación disruptiva; definir el concepto de economía colaborativa e investigar los elementos que la diferencian de términos similares; conocer sus ventajas y puntos fuertes, así como sus inconvenientes. El método aplicado para la realización de este trabajo fue el estudio de caso. Se eligieron las aplicaciones Uber y Airbnb. Los resultados permiten a los autores concluir que no todas las plataformas de economía colaborativa pueden catalogar su desarrollo como un proceso innovador disruptivo; se puede afirmar que la plataforma Airbnb pertenece a esta categoría de innovación, mientras que el destino de Uber es radicalmente opuesto.

Dieckow (2019) estudió la economía colaborativa a través de la plataforma Airbnb y tuvo por objeto identificar como el negocio del turismo en Iguazú se ha transformado económicamente a través de la evolución y adaptación de la plataforma. Su investigación fue de tipo cualitativa y descriptiva e incluyó datos de 1421 personas encuestadas, que han usado la plataforma Airbnb. Los resultados del estudio señalan que hubo un incremento del nivel de empleo, así como de estadísticas de alojamiento. En Puerto Iguazú, el alojamiento mediante Airbnb supera al alojamiento tradicional, con un crecimiento anual del 154%. El autor concluye en una transformación del consumidor a prosumidor. Señala también que el emprendedor trabaja con mayor responsabilidad social y ambiental; y que existe un crecimiento exponencial de la actividad turística en la zona.

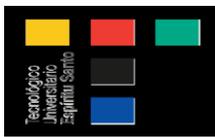


Dip, Simes y Benítez (2020), señalan que las empresas convencionales han provisto los servicios turísticos tradicionalmente; sin embargo, en los últimos años se ha observado un aumento considerable de personas que emprenden ofreciendo alojamiento en sus propias casas y habitaciones a turistas de todo el mundo. Acorde a los autores, la llegada de Airbnb ha permitido un desarrollo favorable para el ambiente de intercambio y colaboración mediante una plataforma virtual. En su investigación, exponen descriptivamente la composición de Airbnb en la provincia turística de Misiones en Argentina. Evalúan, mediante técnicas cuantitativas, la existencia de algún grado de cooperación y reciprocidad en el vínculo huésped-anfitrión. Los autores extrajeron los alojamientos de la provincia y sus prestaciones; utilizaron el método de precios hedónicos y plantearon un modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios, así como un modelo Tobit para las variables dependientes censuradas. Los resultados sugieren que la evaluación global otorgada al anfitrión es un determinante del precio. Así mismo, el afán de escribir comentarios por parte del huésped explica positivamente la evaluación que recibe el anfitrión. Un efecto positivo se encuentra también cuando se analiza el esfuerzo por responder consultas a los huéspedes. Los autores concluyen en el efecto positivo que tiene sobre el precio la calidad de servicio y atención del anfitrión.

Espinoza (2020) publicó una investigación que buscaba analizar cómo el consumo colaborativo ha tomado impulso en los últimos años gracias a la disrupción y evolución de plataformas digitales, enfocándose en el análisis de UBER y Airbnb. La metodología empleada es de tipo descriptivo – cualitativa; se analizan datos de servicios de taxi y hospedajes realizados mediante aplicaciones móviles; así mismo, se realizaron entrevistas a taxistas. Los resultados sugieren que las aplicaciones de economía colaborativa logran reducir costos de transacción, dado que los usuarios a través de la geolocalización de sus dispositivos pueden conectar rápidamente un chofer u hospedaje cercano a su ubicación.

De manera similar, Huérfano, Paredes y Triana (2020); realizaron un estudio sobre la plataforma Airbnb y su impacto negativo en el mercado hotelero de Bogotá. La metodología aplicada fue cualitativa. Los autores realizaron un análisis de variables como alquiler, tipo de alquiler, cancelación de las mismas, calificación de servicio, entre otros. El estudio buscaba analizar la densidad de alojamientos en los diferentes barrios de Bogotá durante el periodo 2015 a 2019. Por medio de mapas de calor, el estudio muestra el crecimiento de alojamientos por la plataforma. Los autores concluyen que existe un impacto negativo del crecimiento de la oferta de Airbnb sobre la actividad hotelera en Bogotá.

Cabrera, Cordero y Baptista (2020) mencionan que aplicaciones de economía colaborativa, como es el caso de Airbnb, están en pleno auge mundial; siendo usadas por una amplia base social. En su estudio se planteó como objetivo: identificar por qué se usan y cómo se adoptan las nuevas aplicaciones de economía colaborativa por parte de los usuarios. Para el efecto, se recopiló los datos de 404 personas en España usando un formulario online. Los datos se analizaron usando el método de estimación PLS-SEM. Los resultados muestran que los antecedentes más relevantes de la intención de uso son el hábito y la expectativa de resultado de la aplicación.



Por otro lado, Giraldo, León, Marengo y Moreno (2020); plantearon una investigación que buscaba determinar cómo contribuyen las plataformas de economía colaborativa en el aumento de la informalidad en el mercado laboral colombiano. La metodología planteada fue cuantitativa. Se encuestaron a 130,000 habitantes de Bogotá. Las variables recolectadas correspondían al uso de plataformas digitales y variables socioeconómicas de los encuestados. En base a los resultados obtenidos, los autores concluyen que las plataformas de trabajo colaborativo suponen una oportunidad para personas que se encuentran en situación de desempleo.

Acorde a Vidal (2019), la economía colaborativa, como modelo económico surgido en 2008, ha crecido exponencialmente en los últimos años; poniendo en contacto directo a individuos a través de diferentes plataformas tecnológicas que eliminan a los intermediarios y reducen el costo de las transacciones. El objetivo de su estudio fue realizar un análisis del impacto negativo de la economía colaborativa sobre el sector hotelero en España. La metodología que se empleó en el trabajo fue mixta. La parte cualitativa se basó en una revisión de la literatura, mientras que la parte cuantitativa utilizó una encuesta aplicada a 360 personas entre 18 y 65 años en Madrid. Vidal (2019) concluye que la economía colaborativa, a través de la comodidad, flexibilidad y conveniencia; ha conseguido introducirse en la mente de los individuos y cambiar sus hábitos de consumo.

### **Materiales y métodos**

Esta investigación tiene una metodología cuantitativa con diseños concluyente descriptivo y causal. El objetivo del estudio era determinar el comportamiento de consumo frente a las opciones de alojamiento, como determinar una segmentación del mercado a partir de ese comportamiento. Para el levantamiento de información se revisó la oferta de hospedaje en la aplicación AIRBNB para una noche en día ordinario durante el mes de enero del 2022. En total se analizaron 91 establecimientos correspondientes a departamentos, suites o casas; se excluyó la información de hoteles, hosterías u hostales.

La muestra se levantó considerando 5 estratos: estancia diaria para un adulto, estancia diaria para adulto o pareja, estancia diaria para familia, estancia mensual para adulto o pareja; y, estancia mensual para familia. En dichos estratos se recolectaron las siguientes variables: precio, acondicionador de aire, servicio de limpieza, cocina o servicio de alimentación, lavadora o servicio de lavandería, garaje, wifi, piscina, river view y patio o jardín.

El tratamiento de los datos se realizó a través de tablas de frecuencia y un análisis de conglomerados utilizando el paquete SPSS. Los resultados del análisis de conglomerados se basaron en un análisis de varianza desarrollado con el mismo paquete estadístico.



### Resultados y Discusión

La tabla 1 presenta una descripción de los datos, diferenciando cinco tipos de estancia con el respectivo precio promedio por noche. Se puede observar una distribución uniforme de los datos, a excepción de la estancia diaria para un adulto, al que corresponde el 12% de la data.

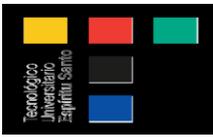
**Tabla 1: Descripción de la muestra**

Etiquetas de fila	Frecuencia abs.	Frecuencia rel.	Precio prom. Por noche
Estancia diaria - 1 adulto	11	12,09%	\$21.21
Estancia diaria - familia	20	21,98%	\$52.25
Estancia diaria - pareja	20	21,98%	\$47.95
Estancia mensual - 1 adulto/pareja	20	21,98%	\$30.93
Estancia mensual - familiar	20	21,98%	\$40.42
<b>Total general</b>	<b>91</b>	<b>100,00%</b>	<b>\$40.27</b>

Por otra parte, la tabla 2 describe los servicios ofertados en cada uno de los cinco tipos de estancia. Se observa que el acondicionador de aire y servicio wifi es una constante en los establecimientos. Los otros servicios varían dependiendo del tipo de estancia que se requiere.

**Tabla 2: Servicios incluidos en el hospedaje**

	Estancia diaria - 1 adulto	Estancia diaria - familia	Estancia diaria - pareja	Estancia mensual - 1 adulto / pareja	Estancia mensual - familiar
Acondicionador de aire	100,0%	100,0%	95,0%	100,0%	100,0%
Servicio de limpieza	100,0%	0,0%	30,0%	90,0%	0,0%
Cocina	72,7%	100,0%	70,0%	95,0%	100,0%
Servicio de alimentos	18,2%	0,0%	25,0%	15,0%	0,0%
Lavandería / Lavadora	81,8%	75,0%	60,0%	85,0%	55,0%
Garaje	100,0%	80,0%	65,0%	90,0%	95,0%
Wifi	100,0%	95,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Piscina	9,1%	40,0%	45,0%	70,0%	35,0%
River view	18,2%	25,0%	40,0%	45,0%	15,0%
Patio / Jardín	36,4%	45,0%	60,0%	75,0%	50,0%



Pérez (2004) define que el análisis de conglomerados es un método de análisis exploratorio de datos con el fin de detectar concentraciones en datos o variables y sugerir métodos que pueden ser útiles para la agrupación de objetos. Se debe tener en cuenta que se pueden agrupar casos o variables. El análisis de conglomerados divide las observaciones en grupos en función de lo cerca o lejos que estén unas de otras. Por lo tanto, el uso adecuado del concepto de distancia es fundamental. Las que estén más cercanas deben caer en el mismo grupo y las que estén más lejos deben pertenecer a grupos diferentes.

Para Malhotra (2008) el análisis de conglomerados es una técnica que se usa para agrupar objetos o casos que son homogéneos y que se los llama conglomerados. Estos objetos o casos que son agrupados en cada conglomerado son parecidos entre sí y diferentes a los objetos que están en los otros conglomerados. Así mismo explica que el análisis de conglomerados se ha utilizado en el marketing para diferentes propósitos como la segmentación del mercado, entender la conducta de los consumidores, identificar oportunidades de nuevos productos, elegir mercados de prueba y reducir los datos.

El análisis por conglomerados de la muestra de huéspedes de Airbnb en la ciudad de Guayaquil arrojó tres segmentos de mercado principales:

1. Los lobos solitarios, aquellos que prefieren visitar la ciudad solos por un periodo aproximado de un mes, la hacen su centro de operaciones, se desplazan a diversos lugares y buscan las opciones de diversión por su cuenta. Al momento de hospedarse prefieren una suite por la que pagan un valor en un rango de los \$16 a \$25 por día. Buscan comodidades como acondicionador de aire, servicio de limpieza, cocina, lavandería/lavadora, garaje, wifi, y un patio o jardín. No es importante para ellos un servicio de comida, piscina ni vista al río.
2. Los que buscan diversión en pareja, visitan la ciudad con su pareja por un día para conocer sus lugares y destinos turísticos, conociendo a donde desplazarse. Para hospedarse buscan una suite o departamento por el que pagan un valor que se ubica en el rango de los \$66 a los \$75 por día. Las comodidades que requieren son: acondicionador de aire, cocina, lavandería/lavadora, garaje, wifi, piscina, y vista al río. No les importante que tenga servicio de limpieza, ni de comida, así como un patio o jardín.
3. Los que buscan diversión en familia prefieren visitar la ciudad por un periodo aproximado de un mes. Para hospedarse buscan una casa por la que pagan un valor dentro del rango de los \$36 a \$45 diarios. Entre las comodidades que requieren están el acondicionador de aire, cocina, lavandería/lavadora, garaje y wifi. No es importante para ellos que la casa incluya servicio de limpieza, ni de comida. Tampoco requieren piscina, vista al río o un patio o jardín.

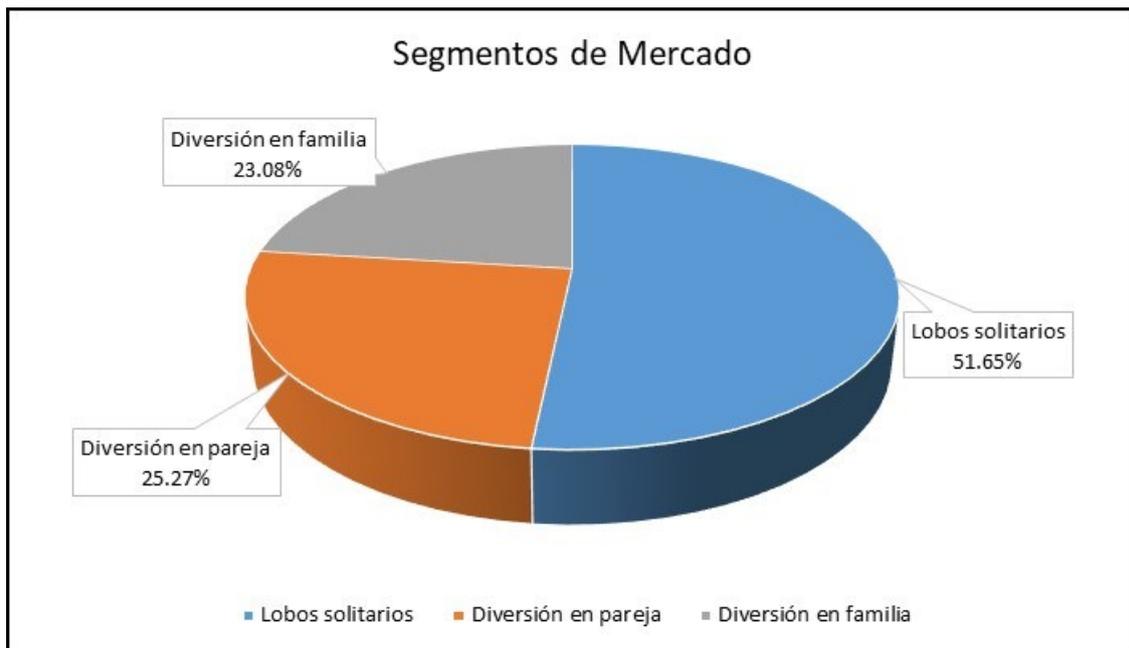


**Final Cluster Centers**

	Segmentos		
	Lobos Solitarios	Diversión en Pareja	Diversión en Familia
Establecimeinto	Suite	Suite / Departamento	Casa
Tipo de Alojamiento	Mensual 1 adulto	Diario pareja	Mensual familia
Precio por noche / rango	\$16 - \$25	\$66 - \$75	\$36 - \$45
Acondicionador_aire	Si	Si	Si
Servicio_limpieza	Si	No	No
Cocina	Si	Si	Si
Servicio_comida	No	No	No
Lavandería_lavadora	Si	Si	Si
Garaje	Si	Si	Si
Wifi	Si	Si	Si
Piscina	No	Si	No
River_view	No	Si	No
Patio_Jardín	Si	No	No

Del total de la muestra, el 51.65% está compuesto de los lobos solitarios, el 25.27% de los que buscan diversión en pareja y el 23.08% de los que prefieren divertirse en familia.

**Figura 1**  
*Segmentos de Mercado*



Fuente. Elaborada por los autores

En cuanto a cómo valoran los beneficios que ofrecen los diferentes hospedajes de Airbnb a sus huéspedes, para ellos es importante que exista una buena oferta disponible de establecimientos, sean éstos suites, departamentos o casas. Por supuesto, les importa el precio diario que pagan por noche, así como la comodidad de tener acondicionador de aire, cocina y



servicio wifi disponible; dan por sentado que todos los alojamientos tienen estos 3 últimos beneficios y que van a gozar de ellos, de allí se explica los niveles de significancia. También, valoran como importante contar con servicio de limpieza, garaje (significativo al 10%), piscina y vista al río. Por último, consideran que no es primordial que se incluya un servicio de comida, lavandería/lavadora y un patio o jardín.

#### ANOVA

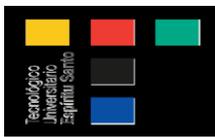
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
<b>Establecimiento</b>	8.976	2	.680	88	13.193	<b>.000</b>
<b>Tipo de Alojamiento</b>	65.174	2	.679	88	95.970	<b>.000</b>
<b>Precio por noche / rango</b>	129.961	2	1.360	88	95.557	<b>.000</b>
<b>Acondicionador_aire</b>	.005	2	.011	88	.462	<b>.631</b>
<b>Servicio_limpieza</b>	1.902	2	.202	88	9.440	<b>.000</b>
<b>Cocina</b>	.181	2	.097	88	1.869	<b>.160</b>
<b>Servicio_comida</b>	.181	2	.097	88	1.869	<b>.160</b>
<b>Lavandería_lavadora</b>	.264	2	.210	88	1.261	<b>.289</b>
<b>Garaje</b>	.321	2	.127	88	2.522	<b>.086</b>
<b>Wifi</b>	.016	2	.011	88	1.495	<b>.230</b>
<b>Piscina</b>	1.938	2	.209	88	9.264	<b>.000</b>
<b>River_view</b>	1.498	2	.182	88	8.243	<b>.001</b>
<b>Patio_Jardín</b>	.397	2	.247	88	1.608	<b>.206</b>

#### Conclusiones

Las aplicaciones de economía colaborativa han tenido un crecimiento acelerado en los últimos años y, producto de una situación de distanciamiento generada por la pandemia del SARS COV 2, el uso de las mismas, se ha masificado. Los efectos del uso de estas aplicaciones son variados y, como en todos los mercados, existen ganadores y perdedores.

El sector hotelero es uno de los mercados más importantes en la ciudad de Guayaquil debido a su característica portuaria y a su fuerte actividad comercial. Aplicaciones de economía colaborativa como Airbnb han tenido un efecto importante en el mercado hotelero. Por el lado de la demanda, los consumidores cuentan ahora con mayor acceso a información de habitaciones y estancias disponibles, con la posibilidad de filtrar por precios, tipos de establecimientos y otras variables. Por otra parte, la oferta hotelera ha sufrido un gran impacto al tener la necesidad de competir con personas naturales que ofrecen casas o departamentos como fuente adicional de ingresos.

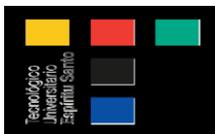
En esta investigación, los autores se propusieron caracterizar la oferta de hospedaje de Airbnb, así como generar una segmentación del mercado en base a la mencionada oferta para la ciudad de Guayaquil. La fuente de información fue primaria y se basó en una revisión de la oferta de hospedaje realizada en enero del 2022. Como pudo observarse, los resultados permitieron identificar tres segmentos claramente definidos: lobos solitarios, diversión en pareja, y, diversión en familia.



Para la definición de los segmentos se utilizó la técnica de análisis por conglomerados. Las variables que explicaron el modelo fueron: el tipo de alojamiento, el precio, el servicio de limpieza, la disponibilidad de garaje, piscina y vista al río. El servicio de wifi y acondicionador de aire no se mostraron significativas; sin embargo, ese fenómeno se debe a la poca varianza que presentaron los datos debido a que esas condiciones son básicas para un hospedaje en Guayaquil y, en general, todos los ofertantes las tenían disponibles.

## Referencias

- Acebes, A. (Julio de 2020). *Turismo y Economía Colaborativa: el caso Airbnb*. Valladolid: Universidad de Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/42087/TFG-J-189.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barragán, J., Guerra, P., Villalpando, P., Segura, I., & Sandoval, P. (2017). Modelos de negocios basados en el concepto de economía colaborativa: análisis de factores característicos y casos ilustrativos. *International Journal of Good Conscience* 12(3), 101-123. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v12-n3/A8.12\(3\)101-123.pdf](http://www.spentamexico.org/v12-n3/A8.12(3)101-123.pdf)
- Cabrera, J., Gil, E., & Baptista, H. (2020). Factores que afectan a la adopción y uso de la APP de AIRBNB. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação; Lousada N.º E34*, 183-205. Obtenido de <https://www.proquest.com/docview/2452331683/fulltextPDF/824951AE4FF5454CPQ/1?accountid=32496>
- Díaz, I. (Abril de 2019). *Economía colaborativa e innovación disruptiva: los casos de AIRBNB Y UBER*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/32349/tfg%20Díaz%20leante%20inigo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Dip, J., Simes, H., & Benítez, J. (2020). Cooperación y reciprocidad en la economía colaborativa de Airbnb. Un estudio para la provincia turística de Misiones, Argentina. *Revista de Estudios Cooperativos. Vol 135*, 1-17. doi:<https://doi.org/10.5209/reve.69176>
- Espinoza, X. (2020). Perspectivas de la Economía Colaborativa en el Ecuador: Caso Uber® y Airbnb®. *YACHANA Revista Científica*, 9(1). doi:<https://doi.org/10.1234/yach.v9i1.623>
- Giraldo, S., León, L., Marengo, C., & Moreno, H. (17 de Marzo de 2020). *Estimación del impacto de la economía colaborativa en el mercado laboral colombiano*. Bogotá: Universidad EAN. Obtenido de <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/9861/LeonLeidy2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huérffano, A., Paredes, G., & Triana, C. (2020). *Beneficios de la economía colaborativa: caso AIRBNB y su evolución en la industria hotelera en ciudad de Bogotá*. Universidad Cooperativa de Colombia. Obtenido de [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18127/2/2020\\_beneficios\\_econom%C3%ADa\\_colaborativa.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/18127/2/2020_beneficios_econom%C3%ADa_colaborativa.pdf)



- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.
- May, F., Hernández, L., & Pool, F. (2019). La plataforma de la economía colaborativa Airbnb y su uso por la EDOCO de corte turístico en Cancún-México. *RECAI: Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, ISSN-e 2007-5278, Vol. 8, N°. 22, 19-33. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6997137>
- Pérez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariado de Datos*. Madrid: Pearson Educación.
- Porta, I. (2020). *La economía colaborativa: una realidad emergente. El ejemplo de Airbnb*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza. Obtenido de <https://zaguan.unizar.es/record/106491/files/TAZ-TFG-2020-1078.pdf>
- Vidal, C. (2019). *El impacto negativo de la economía colaborativa. Estudio de caso : Airbnb*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27223/TFG%20FINAL%20ADE.pdf?sequence=1>
- Zambrano, E., Aguas, M., Soria, F., Moreno, J., & Vallejo, M. (2021). Economía Colaborativa como modelo de negocio para el turismo sustentable en la provincia de Pichincha, Ecuador. *Ecuadorian Science Journal Vol. 5 Num. Esp. 3*, 194 - 208. doi:<https://doi.org/10.46480/esj.5.3.155>
- Zambrano, N., Chiriboga, M., & Ponce, J. (2021). Finanzas en las PYMES y desarrollo de economía colaborativa. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS Vol. 3 Núm. 6*, 8 - 13. Obtenido de <http://www.editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/17>