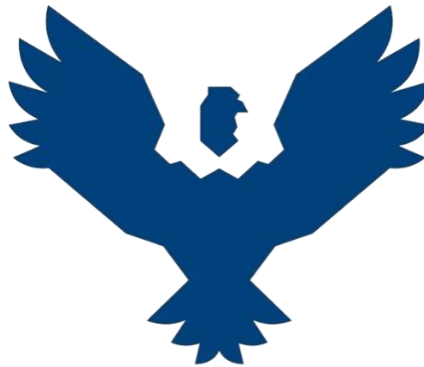




**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



TESIS

**DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORMA
AIRBNB EN EL BARRIO DE SAN BLAS - CUSCO 2019**

Línea de investigación: Calidad en los servicios turísticos

PRESENTADO POR:

Bach. María Fernanda Castro Caunalla

Código ORCID: 0009-0000-6990-3206

**Para optar el título profesional de licenciada en
Turismo**

ASESOR:

Mgt. Marco Carpio Sánchez

Código ORCID: 0000-0002-2388-6604

CUSCO – PERÚ

2019



Metadatos

Datos del autor	
Nombres y apellidos	María Fernanda Castro
Número de documento de identidad	48156082
URL de Orcid	0009-0000-6990-3206
Datos del asesor	
Nombres y apellidos	Mgt. Marco Carpio Sanchez
Número de documento de identidad	23926542
URL de Orcid	0000-0002-2388-6604
Datos del jurado	
Presidente del jurado (jurado 1)	
Nombres y apellidos	Mgt.Nicolas Martinez Centeno
Número de documento de identidad	23827935
Jurado 2	
Nombres y apellidos	Mgt.Fredy Deza De la Vega
Número de documento de identidad	24005757
Jurado 3	
Nombres y apellidos	Mgt.Karen Cornejo Conza
Número de documento de identidad	23943765
Jurado 4	
Nombres y apellidos	Mgt. Ronald Florez Diaz
Número de documento de identidad	23991729
Datos de la investigación	
Línea de investigación de la Escuela Profesional	Calidad en los servicios turísticos



DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORMA AIRBNB EN EL BARRIO DE SAN BLAS – CUSCO 2019

por María Fernanda Castro Caunalla

Fecha de entrega: 28-dic-2023 09:51a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2263821480

Nombre del archivo: TESIS_Maria_Fernanda_FINAL_OK.docx (1.42M)

Total de palabras: 14119

Total de caracteres: 74962



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORMA
AIRBNB EN EL BARRIO DE SAN BLAS - CUSCO 2019

Línea de investigación: Calidad en los servicios turísticos

PRESENTADO POR:

Bach. María Fernanda Castro Caunalla
Código ORCID: 0009-0000-6990-3206

**Para optar el título profesional de licenciada en
Turismo**

ASESOR:

Mgt. Marco Carpio Sánchez
Código ORCID: 0000-0002-2388-6604

CUSCO - PERÚ
2019



DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORMA AIRBNB EN EL BARRIO DE SAN BLAS - CUSCO 2019

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	incarail.com Fuente de Internet	1%
2	Submitted to Leeds Beckett University Trabajo del estudiante	1%
3	Submitted to ESIC Business & Marketing School Trabajo del estudiante	1%
4	Submitted to CSU, Long Beach Trabajo del estudiante	<1%
5	www.publishingindia.com Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to UDELAS: Universidad Especializada de las Americas Panama Trabajo del estudiante	<1%
7	Submitted to South Thames College Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Windermere Preparatory School Trabajo del estudiante	<1%



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: **María Fernanda Castro Caunalla**
Título del ejercicio: **TESIS**
Título de la entrega: **DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORM...**
Nombre del archivo: **TESIS_Maria_Fernanda_FINAL_OK.docx**
Tamaño del archivo: **1.42M**
Total páginas: **67**
Total de palabras: **14,119**
Total de caracteres: **74,962**
Fecha de entrega: **28-dic.-2023 09:51a. m. (UTC-0500)**
Identificador de la entre... **2263821480**



Derechos de autor 2023 Turnitin. Todos los derechos reservados.



PRESENTACIÓN

Señora decana de la facultad de Ciencias Sociales y Educación de la Universidad Andina del Cusco.

Señores miembros del jurado.

En cumplimiento al reglamento de grados y títulos vigente de la escuela profesional del Turismo de la facultad de Ciencias y Humanidades de la universidad Andina del Cusco, pongo a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado:

“DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORMA AIRBNB EN EL BARRIO DE SAN BLAS - CUSCO 2019”, para optar el título profesional de Licenciada en Turismo.

Se escogió el siguiente trabajo de investigación con el motivo de conocer y entender como la tecnología da accesibilidad y facilidad a la búsqueda de nuevas alternativas en los servicios de alojamiento.



RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolló en base al estudio de la plataforma Airbnb, que tiene como objetivo determinar el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas.

El tipo de investigación es cuantitativo, el nivel es descriptivo no experimental, la muestra de estudio estuvo conformada por 100 usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas, con un margen de confianza del 95% y un margen de error de 7%, la técnica de investigación fue la encuesta y el instrumento el cuestionario elaborado específicamente para esta investigación.

Se determinó que el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas es bueno. El resultado de las encuestas indican que la publicidad es buena con el 58%, en cuanto a atención al cliente cuentan con el 57% y el 45% encuentran una notable diversidad en cuanto a los tipos de hospedaje que encuentran.

La variable aspecto comercial, aspecto social y servicio obtuvieron como puntaje bueno, en su gran mayoría.

Palabras clave:

- Diagnóstico comercial
- Plataforma Airbnb
- Barrio San Blas



ABSTRACT

This research work was developed based on the study of Airbnb platform, which aims to determinate the comercial diagnosis of Airbnb platform service in San Blas neighborhood.

The research is quantitative, the level is non-experimental descriptive, the study simple was made up of 100 users of Airbnb platform in San Blas neighborhood, with a 95% confidence margin and a 7% margin of error, the research technique was a survey and the instrument a questionnaire developed specifically for this investigation.

The comercial diagnosis of Airbnb platform service in San Blas neighborhood was determined to be good. The result of the surveys indicate that advertising is good with 58%, in items of customer service they have 57% and 45% find a remarkable diversity in terms of the accommodation they find.

The variable comercial aspect, social aspect and service obtained as a good score, mostly.

Keywords:

- Commercial diagnosis
- Airbnb platform
- San Blas neighborhood



AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la universidad Andina del Cusco, por acogerme en su casa y darme la oportunidad de estudiar y graduarme en ella.

A los docentes de la escuela profesional de Turismo porque me brindaron todo el apoyo necesario para mi formación y la motivación para seguir adelante, en especial a la Dra. Aydee Flores Contreras, por brindarme su gran apoyo.

Agradezco también a mi asesor de tesis Mgt. Marco Carpio Sanchez por todas las orientaciones alcanzadas para poder culminar mi trabajo de tesis y por el apoyo incondicional brindado.

Bach. María Fernanda Castro Caunalla



DEDICATORIA

A Dios por todas las cosas que me ha dado,
toda la fortaleza para continuar y poder
culminar con mi trabajo de investigación.

A mis tíos Mery, Carol y Giovanni quienes supieron
formarme con valores y principios, demostrándome su
amor y apoyo incondicional, en especial a mis padres
Jesús y Adela, éste logro es por ellos.

A Max, mi enamorado quien me acompañó en todo
este proceso, motivándome a continuar y no darme
por vencida brindándome sus consejos y todo su
apoyo.



INDICE GENERAL

PRESENTACIÓN	2
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
INTRODUCCION	xi
CAPITULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.1. Formulación del problema	3
1.1.1 . Problema general	3
1.1.2 . Problema específico	3
1.2. Justificación de la investigación	3
1.2.1. Factibilidad.....	4
1.2.2. Relevancia social	4
1.2.3. Implicancias prácticas.....	4
1.2.4. Valor teórico.....	4
1.2.5. Utilidad metodológica.....	4
1.3. Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1. Objetivo general	4
1.3.2. Objetivo específico	5
1.4. Delimitación de la investigación.....	5
1.4.1. Delimitación espacial.....	5
1.4.2. Delimitación temporal	5
1.4.3. Delimitación conceptual	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes de la investigación	6
2.1.1. Antecedentes Internacionales:	6



2.1.2. Antecedentes Nacionales:	10
2.2. Bases teóricas	15
2.2.1. Diagnóstico.....	15
2.2.2. Marco Conceptual.....	16
2.3. Variable e indicadores	20
2.3.1 Identificación de la variable	20
2.3.2 Operacionalización de la variable	20
2.4 Definición de términos básicos	20
CAPITULO III	24
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.1. Alcance del estudio	24
3.2. Diseño de la investigación	24
3.2.1. Enfoque de la investigación	24
3.3. Población	24
3.4. Muestra	25
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	25
3.6. Validez y conformidad de los instrumentos	25
3.7. Plan de análisis de datos	26
CAPÍTULO IV	27
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado	27
4.1.1. Presentación del instrumento.....	27
4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado.....	28
4.2. Resultados de las dimensiones de la variable diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb	28
4.2.1. Aspecto comercial	28
4.2.2. Aspecto social.....	31
4.2.3. Servicio	33



4.3. Resultado de la variable Diagnóstico Comercial del Servicio de la Plataforma Airbnb.....	36
CAPITULO V.....	37
DISCUSIÓN Y PROPUESTAS	37
5.1. DISCUSIÓN	37
a) Descripción de los hallazgos más relevantes	37
b) Limitaciones del estudio	38
c) Comparaciones críticas con la literatura existente.....	38
d) Implicancias del estudio	38
5.2. Propuesta número 1	39
5.3 Propuesta número 2.....	41
5.4 Propuesta número 3.....	43
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES	47
MATRIZ DE CONSISTENCIA	49
MATRIZ DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	52



INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de los ítems del cuestionario.....	27
Tabla 2: Descripción de la escala de interpretación	27
Tabla 3: Estadística de fiabilidad.....	28
Tabla 4: Indicadores de la dimensión aspecto comercial.....	29
Tabla 5: Aspecto comercial.....	30
Tabla 6: Indicadores de la dimensión aspecto social.....	31
Tabla 7: Aspecto social.....	32
Tabla 8: Indicadores de la dimensión servicio	33
Tabla 9: Servicio.....	35
Tabla 10: Diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb	36

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Indicadores de la Dimensión Aspecto Comercial	29
Figura 2: Aspecto Comercial	30
Figura 3: Indicadores de la Dimensión Aspecto Social.....	31
Figura 4: Aspecto Social	32
Figura 5: Indicadores de la Dimensión Servicio	34
Figura 6: Servicio.....	35
Figura 7: Diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb	36



INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación aborda el estudio del DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORMA AIRBNB EN EL BARRIO DE SAN BLAS - CUSCO 2019.

La tesis está organizado en los capítulos siguientes:

El capítulo I: Planteamiento del problema, que contiene la descripción del problema que narra la situación actual del tema a tratar, así como se presentan la formulación del problema, los objetivos, justificación y delimitación de la investigación.

El capítulo II: Marco teórico, contiene los antecedentes de la investigación, bases teóricas, marco conceptual y la formulación de la hipótesis.

El capítulo III: Metodología, se refiere al tipo, nivel y diseño de investigación, población y muestra de la investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas para el procesamiento de datos.

El capítulo IV: Resultado de la investigación, se refiere al resultado de las encuestas realizadas a los usuarios de la plataforma digital de Airbnb en el barrio de San Blas.

El capítulo V: Discusión y propuestas, de acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación se elaboran las recomendaciones y las propuestas a sugerir.

Incluye aspectos administrativos, cronograma de actividades y presupuesto. Además referencias bibliográficas y anexos donde se encuentra la matriz de consistencia y el instrumento de recolección de datos.



CAPITULO I EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

El turismo es una de las actividades económicas que ha ido experimentado un continuo crecimiento y representa una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo, (OMT, 2019)

Santana Talavera (2003), considera que el turismo es el movimiento de personas a destinos fuera de su lugar de residencia, incluye también como parte de este concepto a las actividades realizadas durante la permanencia en estos destinos y los servicios creados

Muchas personas ansían viajar y conocer otras ciudades, países y/o distintas culturas, afortunadamente cada vez existen más posibilidades de hacerlo a un precio asequible, es por ello que surge la tendencia de la “economía colaborativa” con el indispensable apoyo del internet. La idea radica en compartir gastos y recursos y en buscar un consumo responsable, por ello la economía colaborativa en cuanto a vivienda y alojamiento es liderada por Airbnb, a través de la cual se pueden alquilar habitaciones e incluso pisos completos. Airbnb es una startup de mercado comunitario que se basa “en la confianza” entre anfitrión y huésped. En este mercado la gente publica y reserva alojamientos alrededor del mundo, incrementando la experiencia turística.

España es el tercer país en el ranking global, superado sólo por Estados Unidos y Francia. Estos tres destinos son las mayores potencias turísticas mundiales por el número de visitantes según la OMT (Organización Mundial del Turismo). La empresa destaca que su negocio, permite que estos ingresos lleguen a las comunidades locales. Los pequeños comercios del barrio (bares, restaurantes), las actividades culturales (museos, festivales), son los que más se benefician de la llegada de los turistas que eligen esta forma de alojamiento. Los huéspedes que escogen Airbnb en España afirman que el 42% de su gasto se produce en el barrio donde están ubicados, de esta manera, los anfitriones en España aprovechan este dinero extra para llevar a cabo otros gastos el 40% se gastará para la mejora y el mantenimiento del hogar. (Vanguardia, 2019)



La compañía de renta de casas, apartamentos y habitaciones a corto plazo le ve mucho potencial a la región de América Latina porque ya trabaja en zonas turísticas como el Caribe, Centroamérica y las zonas costeras de México. Actualmente, Airbnb ofrece casi 500,000 viviendas en Latinoamérica donde puedes hospedarte. El crecimiento de viajeros sigue aumentando año a año. (Cruz, 2018)

La plataforma de Airbnb no solo es una competencia de las grandes cadenas hoteleras a nivel global porque también lo es en el Perú. Lima es la tercera ciudad de Latinoamérica con mayor requerimiento de alquileres de este tipo de servicio, muchos de los inversionistas que llegan al Perú también son de empresas medianas o pequeñas que en una primera visita optan por un hotel corporativo, pero luego ven en el Airbnb una alternativa más económica” (Inga, 2019)

Las propiedades de Airbnb se pueden alquilar bajo tres modalidades: alojamiento completo (se alquila todo el espacio), habitación privada (se alquila un solo dormitorio, pero se comparten espacios con los anfitriones) y habitación compartida (el huésped puede dormir en una habitación con más huéspedes).

Uno de los principales problemas en la actualidad es la percepción que tiene la hotelería sobre la implementación de las nuevas economías compartidas; en este caso el de Airbnb y según las quejas de los hoteleros, parece estar quitándole el mercado a los distintos hoteles. Este negocio tiene al rubro hotelero en contra puesto que les ha salido una competencia que no tiene que pagar sus mismos impuestos ni cumplir la misma legislación, mientras que el impacto que tiene es favorecer el turismo porque también llevan divisas a la ciudad (Osteltur, Estudio de la escuela hotelera , 2018).

Este trabajo se centra en el estudio de una de las más recientes y exitosas startups de la tecnología, cuya naturaleza es la industria de la hospitalidad. Airbnb participa en un mercado comunitario basado en la confianza del anfitrión-huésped de una experiencia para el que viaja más enriquecedora de lo que sería simplemente el hospedarse en un hotel.

Las tendencias nos revelan que el crecimiento explosivo desde sus inicios seguirá siendo una tendencia, siempre y cuando, se cumplan las regulaciones impuestas por los distintos gobiernos y no se rompa la confianza entre usuarios, que vendría ser la base.

El Barrio de San Blas cuya importancia ha trascendido fronteras por ser un barrio de artistas, costumbres y de riqueza patrimonial, a partir del año 1997 la actividad turística ha



tenido un crecimiento notable, lo cual generó cambios al mencionado barrio, es por ello que se escogió este lugar para poder realizar el trabajo de investigación.

De seguir dicha problemática hará que los hoteles en el barrio de San Blas tengan menos pasajeros y en consecuencia pérdidas económicas, la mayoría de los anfitriones no se encuentran en el rubro hotelero ni turístico y muchos desconocen los estándares que se tiene que tener para lograr una buena calidad de servicio hacia el cliente, algunos anfitriones no son sinceros en cuanto a la publicidad que ofrecen y de esta manera crean inseguridad, por ello las propiedades de Airbnb deberán acogerse a las normativas establecidas e impuestas a todos los establecimientos constituidos formalmente.

El estudio pretende evaluar a los usuarios de Airbnb en el Barrio de San Blas y ver cuán satisfechos se encuentran con el servicio recibido, no obstante, se identifica un punto muy importante y que no deja de preocupar a los hoteles de la zona; si la plataforma sigue creciendo a pasos agigantados como ha venido haciendo los hoteles se verán obligados a bajar sus precios ya que las propiedades ofrecidas en Airbnb tienen precios más cómodos para muchos viajeros que visitan la ciudad, puesto que cumplen la función principal que se requiere, que es la de alojamiento.

1.1. Formulación del problema

1.1.1 . Problema general

¿Cuál es el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas?.

1.1.2 . Problema específico

- ¿Cómo se desarrolla el servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas en el aspecto comercial?
- ¿Cómo se desarrolla el servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas en el aspecto social?
- ¿Cómo se desarrolla el servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas?

1.2. Justificación de la investigación

La justificación de la presente investigación se da en las siguientes dimensiones:



1.2.1. Factibilidad

La presente investigación posee factibilidad por ser un lugar con alta presencia de turistas; espacio del que se obtendrán los datos primarios-

1.2.2. Relevancia social

El presente estudio contribuye al análisis del diagnóstico comercial del servicio que brinda la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas, el cual proporcionará información al respecto que podrá ser suministrada por personas naturales y entidades correspondientes (potenciales emprendedores interesados en incursionar en este rubro) para la implementación de estrategias responsables.

1.2.3. Implicancias prácticas

Los resultados obtenidos de la investigación ayudarán a comprender dicha actividad y de esta manera poder establecer posibles mejoras en su continuo crecimiento.

1.2.4. Valor teórico

El presente trabajo de investigación ampliará el conocimiento en cuanto al diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas, el nivel de conocimiento podrá ser consultado por personas que deseen mejorar la teoría relacionada a la variable de estudio.

1.2.5. Utilidad metodológica

La presente investigación mantiene relevancia debido a que los métodos, procedimientos, técnicas e instrumentos que se elaborarán en el presente trabajo podrán ser utilizados por los involucrados en el uso de la plataforma de Airbnb en el barrio de San Blas.

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Conocer el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas - Cusco 2019.



1.3.2. Objetivo específico

- Conocer cómo se desarrolla el servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas en cuanto al aspecto comercial.
- Conocer cómo se desarrolla el servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas en cuanto al aspecto social.
- Conocer cómo se desarrolla el servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas.

1.4. Delimitación de la investigación

1.4.1. Delimitación espacial

La presente investigación se realizará en el barrio de San Blas, ubicado en el Centro Histórico de Cusco, lugar altamente concurrido por muchos turistas y también hospedajes de todo tipo.

1.4.2. Delimitación temporal

El trabajo de investigación se realizará por el periodo de 04 meses entre Septiembre del 2019 a Diciembre del 2019.

1.4.3. Delimitación conceptual

La investigación tendrá como delimitación conceptual el desarrollo de la variable a estudiar “diagnostico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas - Cusco 2019”



CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales:

TÍTULO: “Análisis del turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil. Caso Airbnb”

UNIVERSIDAD: Universidad de Guayaquil

FACULTAD: Facultad de administración y empresas turísticas y hoteleras

AUTOR: Elva Icaza, Karen Pacheco

AÑO: 2016

LUGAR: Guayaquil, Ecuador

OBJETIVOS: Analizar el turismo colaborativo y su posible implicación como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil, a través del caso de la plataforma Airbnb y cuyos objetivos específicos son:

- Describir la fundamentación teórica, referencial y legal del proyecto de investigación para entender la situación en la que trabaja el turismo colaborativo.
- Realizar un estudio de mercado que involucra a los anfitriones y huéspedes que han utilizado la plataforma Airbnb como establecimiento de alojamiento en la ciudad de Guayaquil.
- Desarrollar un análisis comparativo de los comentarios de tripadvisor con respecto a los de Airbnb para determinar las razones que orientan a seleccionar esta plataforma.

CONCLUSIONES:

- Hubieron limitaciones porque no existe un registro oficial de los establecimientos informales que se encuentran registrados en la plataforma Airbnb. Gracias a su rápido crecimiento en Europa y Estados Unidos se establecieron regulaciones permitiendo operar de manera legal la actividad de alojamiento en casas, departamentos y habitaciones ya sean privadas o



compartidas. Por ello, permite aumentar sus ingresos y mejorar su calidad de vida.

- Hablando del ámbito social y tecnológico, la plataforma Airbnb, permite el intercambio de culturas e idiomas entre anfitriones y huéspedes. Los millennials son la generación más tecnológica aporta el rápido desarrollo de esta tendencia que va creciendo.
- La calidez y el buen trato establecen una gran diferencia de manera que influye a los viajeros dónde hospedarse, si es en un hotel tradicional o en una propiedad particular. La comodidad y cercanía a los lugares turísticos son otros de los aspectos al seleccionar un establecimiento.
- Airbnb, no sólo ofrece precios que son económicos, sino que también se preocupa por la calidad del servicio que se ofrece a las personas que utilizan esta página para reservar un establecimiento de hospedaje. El turismo colaborativo se le considera como competencia desleal porque los establecimientos informales de alojamiento no cumplen con todos los requisitos estipulados por la ley. Los bajos precios ofrecidos resultan atractivos para los turistas.
- Los anfitriones ven a esta página como una herramienta de atraer más huéspedes a un precio mucho más cómodo que el de un hotel tradicional.

COMENTARIO PERSONAL: Como parte de las herramientas utilizadas durante este proceso, se realizaron entrevistas a anfitriones y entidades importantes del área turística y hoteles. Se elaboró también un análisis de comentarios emitidos por viajeros, tanto en Airbnb como en Tripadvisor, y se realizó investigación secundaria. Se determinó que sí existe competencia desleal por parte de los establecimientos ofertados en la plataforma Airbnb, considerados como informales, debido a la evasión de impuestos. Esto provoca que estos alojamientos alternativos tengan un precio bajo, lo cual causa que no haya una competencia justa con los establecimientos tradicionales. Por el momento, tampoco existe una entidad reguladora que esté en la capacidad de poner orden a esta situación.



Investigación realizada por:

TÍTULO: “Modelos actuales de economías colaborativas Airbnb: cambiando la industria de la hospitalidad”

UNIVERSIDAD: Universidad de Guadalajara

FACULTAD: Negocios y Estudios económicos

AUTOR: Diana Soltero Mariscal

AÑO: 2017

LUGAR: Guadalajara, Mexico

OBJETIVOS: Analizar el impacto que ha tenido este modelo de negocio de economía disruptiva, saber qué estrategias está implementando para obtener sus ventajas competitivas y si éstas son sostenidas ante las diversas problemáticas que ha tenido la empresa, primeramente desde un punto de vista global para posteriormente enfocar el estudio en México. Analizar mediante los resultados de indicadores on-line de satisfacción del cliente las preferencias de los consumidores en relación a sus experiencias de viaje en los puntos principales de atracción turística.

CONCLUSIONES: El impacto que la empresa ha tenido desde sus operaciones primeras ha sido transgresor, innovador, original y con tendencia a la alza en el mercado de la hospitalidad. Uno de los beneficios más importantes es el generar ingresos a los anfitriones mediante bienes que ya tiene, como lo son sus inmuebles, sin tener prácticamente que invertir para ello. Está claro, que es uno de los propósitos de este tipo de modelo de negocio, por ende, esta tendencia a la alza es muy probable, sino, casi seguro, que prevalezca dentro del mercado. Por ello, es necesario que los propietarios sigan informándose e implementando las regulaciones necesarias para seguir operando y no dañar la reputación y confianza de la que se ha cimentado y por lo cual ha tenido el éxito generalizado en los países y ciudades donde se encuentra presente, seguir investigando a los consumidores para ser partícipe de los cambios e innovaciones en relación a sus preferencias para así seguir siendo los líderes con la fuerza de sus ventajas competitivas sostenidas que se han argumentado

COMENTARIO PERSONAL: El autor propone estrategias de marketing digital recomendando diversos puntos a seguir para mejorar el proceso. El estudio describe las estrategias de marketing digital para que de esta manera puedan



lograr la captación de nuevos clientes extranjeros, convirtiéndose en una oportunidad.

Investigación realizada por:

TÍTULO: “El impacto de Airbnb en la industria hotelera del Ecuador”

UNIVERSIDAD: Universidad San Francisco de Quito

FACULTAD: Facultad de Economía

AUTOR: Estefanny Jazmín Félix Bazurto

AÑO: 2018

LUGAR: Quito, Ecuador

OBJETIVOS: El objetivo de este trabajo de investigación es analizar el nivel de afectación que ha generado Airbnb en la industria hotelera durante los años que ha estado presente en Ecuador. De tal manera que el diseño de este trabajo va a permitir conocer el impacto que ha causado en el servicio de alojamiento, en los distintos segmentos de mercado, cuales son a los tipos de usuarios que más atrae y que categoría de hoteles son los más perjudicados por su presencia.

A partir de esto surge la siguiente pregunta de investigación: ¿cuál ha sido el impacto de Airbnb en la industria hotelera del Ecuador? La hipótesis obtenida para Ecuador después de la revisión de literatura es que si va a existir un impacto negativo en los ingresos y niveles de ocupación en los hoteles de primera y segunda categoría del país. En especial, los que representan competencia directa para Airbnb, lo que se obtendrá mediante la segmentación del mercado

CONCLUSIONES: Se ha logrado ampliar el entendimiento del fenómeno Airbnb en el mercado internacional y, especialmente, como su crecimiento está afectando a la industria hotelera tradicional del Ecuador. Airbnb es una empresa relativamente joven, la cual ha logrado incursionar y posicionarse exitosamente en el mercado de alojamientos, bajo el modelo de economía compartida. Entre las ventajas que operar bajo este modelo le brinda, está la posibilidad de ofertar hospedaje mucho más económico, con las mismas o mejores características, que las ofrecidas en por hospedajes tradicionales. Logrando de esta manera irrumpir la idea inicial, de la habitación habitual en hoteles de grandes cadenas y pasar a utilizar espacios sub ocupados o alquilar un departamento o casa completamente, por un corto periodo de tiempo, usualmente a precios más cómodos.



COMENTARIO PERSONAL: El crecimiento de los arrendamientos de la plataforma Airbnb anualmente ha sido exponencial. Por lo que, se puede determinar que a medida que el sector hotelero ha empezado a obtener rendimientos bajos, el servicio de Airbnb ha tomado cada vez una posición más fuerte en el país. De esta manera aunque Airbnb es una plataforma alternativa, que al principio generaba dudas y desconfianza en el cliente. Actualmente, cada vez más personas están dándole la oportunidad a este tipo de bienes o servicios y adaptándolos a sus opciones habituales. Muchos hoteles internacionales, en las mayores ciudades turísticas, están enfrentando a Airbnb como uno de sus mayores competidores y claramente Quito no es la excepción.

2.1.2. Antecedentes Nacionales:

TÍTULO: “Preferencia de los turistas extranjeros millenials por AIRBNB en Lima, Peru”

UNIVERSIDAD: Universidad San Ignacio de Loyola

FACULTAD: Administración Hotelera

AUTOR: María del Pilar Herrera

AÑO: 2017

LUGAR: Lima, Perú

OBJETIVOS: Determinar los factores vinculados al hecho que los turistas extranjeros millenials prefieren Airbnb en Lima, Perú en 2017 y cuyos objetivos específicos son:

- Determinar si los puntajes combinados de las palabras claves vinculadas a los hoteles alcanzan un puntaje positivo en el caso de los millenials y como se asocian con su preferencia por el servicio de Airbnb en Lima en el 2017.
- Determinar si los puntajes combinados de las palabras claves vinculadas a la seguridad alcanzan un puntaje positivo en el caso de los millenials y como se asocian con su preferencia por el servicio de Airbnb en Lima en el 2017.
- Determinar si los puntajes combinados de las palabras claves vinculadas a la experiencia cultural alcanzan un puntaje positivo en el caso de los millenials y como se asocian con su preferencia por el servicio de Airbnb en Lima en el 2017.



CONCLUSIONES:

- Las preferencias por Airbnb guardan relación por ser alojamientos de calidad y de contar con espacios adecuados a la necesidad particular de cada turista extranjero millennial, donde se sienten tratados con amabilidad y educación por sus anfitriones.
- Uno de los principales problemas encontrados por los usuarios de Airbnb son los engaños por parte del host en cuanto a las políticas de cancelación y reserva, por otro lado, acerca del estado en que se encuentra la propiedad.
- Una de las ventajas que ofrece Airbnb es que puede surgir en cualquier ubicación, por ello le da una ventaja con respecto a los hoteles ya que tienen disposiciones más estrictas respecto a su ubicación.
- Un usuario de Airbnb no sólo busca ahorrar en alojamiento, sino con todos los posibles aspectos de su viaje. Airbnb no ofrece un servicio estandarizado, debido a que no existe un conocimiento certero con respecto a lo que se puede esperar del alojamiento.
- El huésped toma decisiones basándose en la experiencia de otros viajeros: confía que las mejores propiedades son aquellas que cuentan con comentarios positivos y valoraciones altas.

COMENTARIO PERSONAL: Una de las principales conclusiones a las que se llegó con este estudio es que las preferencias por Airbnb guardan relación por ser alojamientos de calidad y de contar con espacios adecuados a la necesidad particular de cada turista extranjero millennial, no ocurre lo mismo en otros servicios como hoteles donde los procesos son más estandarizados.

Investigación realizada por:

TÍTULO: “Estrategias de Marketing digital hotelero que influyen en la elección de hospedaje por turistas extranjeros en la región Cusco durante el año 2018”

UNIVERSIDAD: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

FACULTAD: Facultad de Negocios Internacionales

AUTOR: Claudia Ximena Diaz & Andrea Vanessa Rivas

AÑO: 2018

LUGAR: Lima, Perú



OBJETIVOS: Determinar la relación que existe entre las estrategias de marketing digital hotelero y los factores que influyen en la elección de hospedaje por turistas extranjeros en la región Cusco en el año 2018. Y cuyos objetivos específicos son:

Determinar si el perfil del turista extranjero que hace turismo receptivo es determinante en el diseño de las estrategias de marketing digital hotelero.

Analizar cuáles son los factores determinantes en la elección del servicio de hospedaje en la región Cusco.

Determinar cuáles son las estrategias de marketing digital hotelero que influyen en la elección de hospedaje por turistas extranjeros en Cusco

CONCLUSIONES:

En conclusión, las empresas del sector hotelero en la región Cusco deben implementar estrategias enfocadas en los tres perfiles identificados en la investigación.

Se sugiere dejar atrás los métodos que se usaban tradicionalmente para atraer nuevos clientes, como es el envío de emails. Consideramos que una mejor estrategia sería mayor actividad en redes sociales y páginas web del propio alojamiento y facilitar la reserva por internet ya sea en metabuscadores o en sus páginas web. De esta manera se impulsaría una mayor captación de clientes extranjeros y así la posibilidad de la apertura de más establecimientos hoteleros incrementaría, es decir, se internacionalizaría el sector, ya que, a mayor cantidad de turistas, mayores ventas de servicios.

Se pudieron conocer nuevas tecnologías de alojamiento que permite a los turistas extranjeros, por muy bajo costo, poder hospedarse. Por lo cual, se recomienda a todos los alojamientos siempre estar a la vanguardia de los cambios y tendencias tecnológicas. En cuanto a los factores que determinan la elección de alojamiento por parte de turistas extranjeros, se pudo concluir que el precio es el factor que consideran como más importante, por lo que se recomienda a los alojamientos considerar más opciones para todo tipo de presupuesto; además de cuidar la reputación que se genera a través de comentarios de viajeros por las diferentes redes sociales y páginas, pues los turistas están muy atentos a ellos antes de concretar su elección. Por otro lado, se sabe que la delincuencia es un problema que aqueja a diario a todos los peruanos, y Cusco no es la excepción, pues es una



de las ciudades con mayores cifras de crímenes registrados a causa de diversos factores como la falta de seguridad, orden y resguardo por parte de las autoridades.

Una de los mayores problemas de los turistas extranjeros es el transporte desde el aeropuerto hasta el centro de la ciudad o hacia su alojamiento. Debido a esto, se recomienda la implementación de buses para el transporte de turistas, desde el aeropuerto hasta el centro de ciudad además de una debida señalización sobre su funcionamiento, puntos de guía al turista extranjero y taxis registrados y monitoreados por la Municipalidad para darle la mayor seguridad posible al turista.

COMENTARIO PERSONAL: Según lo presentado por las autoras y sus distintos puntos de vista respecto al estudio del uso del marketing digital de las empresas del sector turismo, específicamente las empresas hoteleras y su relación para la atracción de turistas extranjeros, se puede concluir que, si bien el tema se ha ido abordando en diferentes localidades, aún no existen estudios que se enfoquen en la región de Cusco, que es el principal foco de atención por los turistas extranjeros

2.1.3 Antecedentes locales:

TITULO: “Tarifas de hoteles en Cusco se reducen en 30% por servicio Airbnb”

AUTOR:Diario “La República”

AÑO: 2018

LUGAR: Cusco

La oferta de hoteles tres y cuatro estrellas en el mercado peruano vienen sufriendo pérdidas desde el 2018, esto debido a la aparición del servicio de alojamiento Airbnb. El Director del Observatorio Turístico del Perú (OTP) de la USMP, José Marsano, considera que el panorama se presenta desfavorable en esta competencia por los precios bajos que ofrece esta economía colaborativa al estar exentas del pago de un tributo al Estado.



Marsano indica que los turistas podrían llegar a pagar en una Airbnb hasta una doceava parte del precio de un hotel tres y cuatro estrellas (dependiendo de la cantidad de personas) lo que representa una competencia desleal para estas empresas quienes, en la capital, han visto una reducción del 50% de clientes este año en comparación con el 2018. Además, manifestó que no solo los servicios en los hoteles están mermando en calidad, sino que las grandes cadenas hoteleras podrían llegar a ver al Perú como un país no tan seguro para invertir.

En el sur, la zona más afectada es el Cusco (Valle Sagrado), ya que según cifras del OTP, hay una caída de entre el 20% y 30% en la tarifa de hoteles de tres y cuatro estrellas. Es decir, si un cuarto simple bordeaba los 120 dólares hoy el precio es de 85 dólares debido al factor Airbnb.

COMENTARIO PERSONAL: Como todo, Airbnb tiene sus puntos positivos y negativos. Particularmente, es una opción complementaria mas no la principal pero especialmente si se va en pareja o con amigas porque hay apartamentos completos y muy bien preparados a precios muy asequibles. La aparición de esta plataforma no conviene a las personas que son profesionales en la carrera profesional de Turismo y Hotelería, porque para poder manejar un hospedaje se estudia y se debe seguir distintas reglas, con la aparición de esta nueva modalidad de hospedaje cualquier persona no instruida puede dar su casa o apartamento en alquiler y de esta manera generar ingresos, lo cual no es justo para los que estudiamos turismo y hotelería, se considera justo que para inscribir un área y darlo en alquiler se deba seguir requisitos estrictos.

Investigación realizada por:

TITULO:“Hoteles de Cusco son los mas afectados tras aparición de plataformas de alojamiento”

AUTOR: Diario “La República”

AÑO: 2019

LUGAR: Cusco



Un visitante a través de Airbnb puede llegar a pagar solo la doceava parte de un precio regular correspondiente al hospedaje en un hotel de tres o cuatro estrellas. Así lo revelaron varias cifras obtenidas por las investigaciones del Observatorio Turístico del Perú

El especialista sustentó que Airbnb permite que los usuarios puedan seleccionar el hospedaje de su preferencia y de forma comunitaria. El visitante puede alojarse no solo en hoteles, si no en viviendas, u otras zonas. El trato es directo con el dueño del domicilio a través de una aplicación o la página web. Marsano agregó que estas plataformas podrían ser reguladas y pagar tributos. Esto permitiría nivelar los costos evitando la informalidad.

COMENTARIO PERSONAL: En este caso, Airbnb es un monstruo para el precio de los alquileres. Si alguien alquilando un apartamento pequeño podría sacar unos 300 dólares al mes, alquilándolo a través de Airbnb puede doblar ese ingreso y, además, tenerlo libre algunos días al mes. Esto quiere decir que los alquileres para quien busca vivienda suben y suben de forma insostenible.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Diagnóstico

Es un procedimiento ordenado, sistemático para conocer, establecer de manera clara una circunstancia, a partir de observaciones y datos concretos. El diagnóstico conlleva siempre una evaluación, con valoración de acciones en relación con objetivos. El término incluye en su raíz el vocablo griego 'gnosis', que significa conocimiento. La realización de un diagnóstico adecuado exige por parte de quien lo va a realizar determinadas habilidades o competencias, entre las que podemos citar conocimientos teóricos en la materia, razonamiento lógico, concentración, experiencia y una gran capacidad para observar con objetividad, y para relacionar diferentes datos. (Raffino, 2019)

Por otro lado, Andrade de Souza indica que el diagnóstico es: "Un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones".



2.2.2. Marco Conceptual

Airbnb

Es un mercado comunitario que sirve para publicar, dar publicidad y reservar alojamiento de forma económica en más de 190 países a través de internet o desde un smartphone. Basado en la modalidad “Airbed and Breakfast”, esta plataforma permite al usuario encontrar alojamiento, con la diferencia de que no será en un hotel sino en el hogar de una persona. Airbnb conecta a personas que tienen espacios en su casa, apartamento o propiedad con aquellos que están buscando un lugar dónde hospedarse.

Mediante las diferentes experiencias en esta plataforma , los invitados y anfitriones se benefician: los huéspedes tienen hospedaje barato y los anfitriones generan ingresos.

Todas las experiencias se envían a Airbnb para su evaluación y para asegurar que cumplan con los tres estándares de calidad: conocimiento, acceso privilegiado y comunicación. Estos estándares ayudan a garantizar que se cumplan las expectativas de los viajeros.

- **Conocimiento:** Los anfitriones van más allá de lo superficial con historias personales y contexto que dan vida a la experiencia, son conocedores de lo que hacen.
- **Acceso privilegiado:** los anfitriones abren las puertas a lugares o actividades que el viajero promedio posiblemente no podría descubrir por su cuenta. Invitan a los turistas a participar de manera dinámica en la actividad, la comunidad o la cultura.
- **Comunicación:** los anfitriones se esfuerzan por hacer que los participantes se sientan bienvenidos y reconocidos. Los viajeros llegan como desconocidos y se van siendo amigos.

¿Cómo funciona?

- Registrarse para buscar a través de diferentes filtros tales como: tipo de habitación, rango de precio, servicios, tipo de alojamiento, etc.
- El siguiente paso es seleccionar la opción que más haya agradado, desde la fachada hasta los servicios. La plataforma tiene un sistema de mensajes diseñado para seleccionar fechas y poder hacer la reserva.



- Se llenan todos los datos de perfil que se piden, verificando cada uno de ellos para que el anfitrión tenga la seguridad de hospedarte.
- Al anfitrión se le notificará acerca de la solicitud y podrá aceptarla o cancelarla en las próximas 24 horas de la petición.
- El precio en todos los países es en dólares y se puede pagar con tarjeta de crédito o Paypal.

Servicio

Según el ISO 9000 “el servicio es el resultado de llevar a cabo al menos una actividad en la interfaz proveedor - cliente”

Se refiere a la actividad o actividades que satisfacen las necesidades de los consumidores con respecto a uno o más productos, pueden identificarse, no son tangibles ya que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño que implica generalmente la participación del cliente y que no es posible poseerlo físicamente, por ello pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Barrio de San Blas

La historia se remonta a tiempos del Imperio Inca. Durante esta época, el barrio se llamaba T'oquekachi, nombre quechua que significa “Cueva de sal” donde vivían importantes familias dedicadas a la arquitectura y la artesanía. Un lugar con mucho encanto ya que, al estar en altura, hasta aquí llegaban aguas provenientes de manantiales y se tenía una vista espectacular de todo el valle de Cusco.

Por otro lado, entre sus calles se encontraron los restos mortales de Pachacútec, uno de los incas más importantes y el que ordenó la construcción de Machu Picchu. Es por esta razón que, se cree que fue un lugar de gran importancia para la élite inca.

Con la llegada de los españoles, el barrio cambió de nombre y pasó a llamarse San Blas, en honor a un obispo del siglo III quien curaba a personas y animales. Los conquistadores destruyeron los pocos templos que existían y construyeron las edificaciones que observamos en la actualidad en el mencionado barrio. La arquitectura colonial junto con la influencia andina le da a este barrio un toque mágico que deja encantados a todos los que lo visitan.



Después de la independencia de Perú y con la llegada de la República, el barrio de San Blas se fue convirtiendo en uno de los principales atractivos turísticos de Cusco y continuó siendo el hogar de grandes artistas cusqueños, como los Mendivil, Mérida y Olave, que cuentan con galerías auténticas de arte en el propio barrio, que se puede visitar y también comprar sus obras.

El barrio de San Blas es uno de los lugares obligatorios a visitar en los viajes a la ciudad de Cusco. Sus calles empinadas y empedradas, las increíbles obras de arte y un mirador desde el que ver toda la ciudad de Cusco se convierte en uno de los grandes atractivos que atraen día a día a cientos de turistas.

Se eligió este lugar porque tiene gran riqueza histórica, todo el año tiene buena afluencia turística y es un barrio bohemio donde se puede encontrar todo tipo de turistas, muy aparte de hoteles, bares, restaurantes, etc. Dicho lugar se encuentra muy cerca a la plaza de Armas del Centro Histórico, por ello la mayoría de turistas deciden buscar alojamiento en el barrio de San Blas o alrededores.

Los anfitriones de esta plataforma digital deben proporcionar información completa y precisa sobre su experiencia, incluyendo el itinerario, la fecha y la hora, el lugar de reunión y lo que ofrecen a los viajeros, entre otros.

Una vez que un anfitrión anuncie una experiencia en nuestra plataforma para una fecha y hora determinadas, los usuarios de Airbnb podrán asistir a esa sesión de la experiencia.

Los anfitriones deben respetar todas las reservaciones, incluso si son para una sola persona, sólo se verían obligados a cancelar por motivos de fuerza mayor.

Posiblemente las experiencias que tengan demasiadas evaluaciones bajas como por ejemplo 1,2 ó 3 estrellas se eliminen de Airbnb.

El caso de la plataforma Airbnb supone uno de los ejemplos mas paradigmáticos de la economía colaborativa, en la que cualquier persona puede alquilar su vivienda o alguna habitación de su residencia como alojamiento turístico con la peculiaridad de centrarse básicamente en el arrendamiento un corto tiempo. Airbnb esta generando ingresos económicos para los anfitriones y las distintas localidades. El crecimiento de la plataforma puede ser explicada bajo la teoría de la innovación, ocupando en un primer momento un vacío no cubierto por las empresas y que posiblemente, a la larga termine por convertirse en el referente principal de alojamiento turístico (Guttentang, 2013)



Las nuevas tecnologías han modificado también la manera en la que las personas planean, reservan, organizan y viven sus viajes. Este sector siempre ha sido apto para el comercio electrónico debido al hecho de que se basa en la información y la posibilidad de obtenerla en tiempo real, incrementa su potencial, en un mundo cada vez más globalizado, el espacio y el tiempo no constituyen límites para las empresas, sino factores competitivos clave sobre los cuales tienen que actuar (Gordini, 2010)

Las compañías se encuentran inmersas en un proceso de innovación continua para responder a las necesidades volubles de las personas, por ello urgen nuevas ideas como la economía colaborativa, cuyos elementos más significativos son: un contacto permanente entre productor y consumidor y una conexión entre iguales sobre una plataforma virtual, el viajero de hoy en día prefiere economizar e interactuar directamente con personas del destino turístico (Cañigueral, 2015)

La plataforma recomienda que sólo pagues a través de Airbnb. No hacerlo no sólo es un incumplimiento de sus condiciones, sino que te expone a que después de pagar se desentiendan de ti y puedan hacer como que nunca hubieras pagado. Airbnb soporta de forma interna la mayoría de métodos de pago que puedas necesitar: PayPal, Alipay, las principales tarjetas de crédito y de crédito prepago, Google Wallet o Apple Pay. No se harán responsables de ningún dinero que pierdas fuera de la web, por lo que desconfía y reporta cuando alguien te pida pagar con otro método no soportado (Xataca basics, 2018)

- **Apecto Comercial:** Son aquellas actividades que ponen en práctica las empresas para obtener una mayor competitividad en el mercado y mejorar la calidad de productos y servicios.
- **Aspecto Social:** Se trata del resultado de una acción, este concepto se emplea corporativamente para referirse a los efectos que producen las actividades desarrolladas por una empresa, independientemente de su funcionamiento interno, con sus ingresos, ganancias; las compañías producen con su trabajo múltiples consecuencias. Se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones
- **Servicio:** Es el conocimiento y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza de una manera fiable y muy cuidadosa, de esta manera poder fidelizar a los clientes.



2.3. Variable e indicadores

2.3.1 Identificación de la variable

Para el presente estudio se identificó una variable:

Diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb”

2.3.2 Operacionalización de la variable

TITULO:DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORMA AIRBNB EN EL BARRIO DE SAN BLAS - CUSCO 2019		
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb Su principal elemento de negocio es la plataforma online gracias a la cual pueden gestionar los intercambios entre propietarios y futuros huéspedes. (Martinez, 2017)	D1 Aspecto Comercial: Obtener una mayor competitividad en el mercado y mejorar la calidad de productos y servicios	1.1 Publicidad 1.2 Atención al cliente 1.3 Diversidad
	D2 Aspecto Social: Efectos que producen las actividades desarrolladas por una empresa, independientemente de su funcionamiento interno.	2.1 Compromiso 2.2 Buena comunicación
	D3 Servicio: Actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes, son lo mismo que un bien, pero de forma intangible.	3.1 Seguridad 3.2 Amabilidad 3.3 Establecimiento 3.4 Limpieza 3.5 Mantenimiento

2.4 Definición de términos básicos

- Atención al cliente, es el servicio que brinda una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y satisfacer sus necesidades, es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado, el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

Entre las características, se encuentran las siguientes:



Intangible, porque no se puede percibir con los sentidos.
Perecedero, porque se produce y consume instantáneamente.
Continuo, ya que quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
Integral, puesto que todos los colaboradores forman parte de ella.
Oferta del servicio, se refiere a prometer y cumplir. (Serna Gomez, 2006)

- **Publicidad;** es una comunicación no personal, pagada por un patrocinador que promueve ideas, organizaciones o productos. Los más usual para los anuncios son los medios de comunicación como la televisión, radio, diarios y revistas. Sin embargo, existen muchos otros medios publicitarios, como recientemente es el internet, se analiza la gestión comercial de la empresa con el objetivo de captar y fidelizar a los clientes a través de poder satisfacer sus necesidades. (Shanton, Walker, & Etzel)
- **Diversidad,** se refiere a la variedad de productos que una empresa ofrece al mercado en un punto determinado de tiempo y puede ser la clave del éxito de una línea de productos. Actualmente, si una empresa quiere posicionarse mejor en el mercado, no sólo tiene que ofrecer productos con un alto valor agregado, sino también variedad. Por otro lado, el ciclo de vida de estos productos debe cambiar tan rápido como los deseos de los clientes. La diversidad implica variedad, por lo tanto amplía un repertorio de posibilidades. Si no existe la diversidad o variedad, todos los elementos serían iguales y ofrecerían las mismas prestaciones, por ello la diversidad y/o variedad en todos los ámbitos resulta ser positiva (Perez & Merino, Definición de Variedad, 2012)
- **Compromiso,** es la capacidad que tiene el ser humano para tomar conciencia de la importancia que tiene cumplir responsablemente con el desarrollo de su trabajo dentro del tiempo estipulado para ello, se identifica en las empresas como el vínculo de lealtad debido a su motivación ya que es algo que tiene que cumplirse, un acuerdo entre dos partes para llegar a un fin y ambos esten de acuerdo (School, s.f.).
- **Buena comunicación,** es el proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana. Los hombres



en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios y emociones (Gonzales, Fernando).

Según ALBERTO MARTÍNEZ “La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta”.

- **Seguridad**, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) “es un estado en el cual los peligros y las condiciones que pueden provocar daños de tipo físico, psicológico o material son controlados para preservar la salud y el bienestar de los individuos y de la comunidad. Es una fuente indispensable de la vida cotidiana, que permite al individuo y a la comunidad realizar sus aspiraciones. la seguridad humana implica la protección de las personas de las amenazas a sus derechos, su seguridad y su vida”.
- **Amabilidad**, es el acto y/o comportamiento que realiza una persona con respeto y educación hacia otras personas, es un valor social que se funda en el respeto, afecto y benevolencia en nuestra forma de relacionarnos con el otro. La amabilidad no nace con el individuo, este es impulsivo por naturaleza, y a ser amable y cortés se aprende en las más diversas actividades de la vida cotidiana, facilita de tal modo las relaciones interpersonales, que todo se hace fácil. La amabilidad es fruto de una buena educación, que consigue con el tiempo moldear el carácter. La amabilidad la podemos realzar cuando nos interesamos en el bienestar de la personas, cuando prestamos un servicio sin que se nos pida y siempre estar dispuesto a colaborar, lo que sentimos y lo que hacemos no sólo nos afecta a nosotros, sino también a los que nos rodean y eso que proyectamos hacia el exterior nos será devuelto de manera exponencial. (Romero, 2019).
- **Establecimiento**, según la LEY FEDERAL DEL TRABAJO, art.16 “es un lugar en el cual se ejerce una actividad comercial, industrial o profesional, el establecimiento comercial es aquel espacio físico, donde se realiza la venta, distribución, producción o transformación de bienes y servicios; comúnmente conocido como punto de venta o comercio. La existencia de los establecimientos es justificado con el crecimiento de las empresas ya que se ven en la necesidad de crear puntos de venta o espacios de producción cada uno con autonomía propia, pero con la misma meta en común”.



- **La limpieza** es la acción y efecto de eliminar la suciedad de una superficie mediante métodos físicos o químicos, es sinónimo de higiene, cuidado, pulcritud, es una parte muy importante en todas las empresas, ya que asegurará que todas las instalaciones y equipos están listos y preparados para que los trabajadores desarrollen su trabajo, Todos los objetos que forman un lugar, como el suelo, alfombras, muebles, electrodomésticos, decoraciones y hasta la ropa; representan un ambiente idóneo para la reproducción de agentes perjudiciales para la salud. Un ejemplo, serían las alergias producto del polvo, los ácaros, la humedad, el moho, los pelos de mascotas, etc. (Diari de Tarragona, 2018).
- **Mantenimiento**, lo concebimos como todas las actividades desarrolladas con el fin de conservar las instalaciones y equipos en condiciones de funcionamiento seguro, eficiente y económico; es todo el trabajo necesario para mantener en buen estado de funcionamiento todo tipo de bienes, como los edificios y las máquinas, todas las actividades desarrolladas con el fin de conservar las instalaciones y equipos en condiciones de funcionamiento seguro, eficiente y económico, la labor primordial del mantenimiento es asegurar la mayor disponibilidad de los sistemas técnicos previniendo cualquier tipo de evento que pueda alterar su óptimo desempeño, manteniendo su función en el tiempo (Osorio, 2012).



CAPITULO III

MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Alcance del estudio

Esta investigación es de tipo básico descriptivo, porque se describirá el diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas, es decir únicamente pretende recoger información de manera independiente o conjunta, utilizando la observación como método descriptivo.

Los estudios descriptivos miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así valga la redundancia describir lo que se investiga. (Roberto Hernández Sampieri, 1997).

3.2. Diseño de la investigación

La investigación que se realizará es de un nivel no experimental porque no se puede manipular la variable, la recolección de datos se realizará en un solo tiempo.

“La investigación no experimental se desarrolla sin trabajar, manipular, direccionar o intervenir con las variables independientes por parte del investigador de hechos o fenómenos que ya ocurrieron, otro nombre con que se conoce es investigación ex post facto (los hechos ya ocurrieron), las variables se relacionan de forma natural entre ellas y se analiza la forma en que se presentaron los hechos. En el diseño experimental el investigador establece una situación objeto de estudio sin intervenir las variables que se presenten, o estímulos relacionados” (Hernández & Batpista, 1991).

3.2.1. Enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación es de enfoque cuantitativo, ya que su propósito será medir el diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas.

3.3. Población

Se considera a los usuarios de la plataforma Airbnb, de acuerdo al aplicativo digital, se encontraron 130 propiedades en el barrio de San Blas, en el periodo de la tercera semana



del mes de Noviembre se determinaron 100 turistas a los cuales se encuestó, considerando de que es temporada baja para el turismo.

3.4. Muestra

Para determinar la muestra de esta población se ha determinado un margen de confianza del 95% y un margen de error de 7%.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

Z = Margen de confianza – 95%

d = Margen de error – 7%

p = Probabilidad de éxito - 50%

q = Probabilidad de fracaso – 50%

$$n = \frac{130 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.07^2(300 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 100$$

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

“Recolectar datos consiste en elaborar un plan detallado de procedimientos, que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (Canahuire, Endara, & Morante, 2015)

Técnicas

Para el siguiente estudio se utilizará los instrumentos siguientes:

- **Encuesta.** - Para obtener información y tener el diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas.

Instrumentos

- **Cuestionario.** - Instrumento empleado en forma directa, contiene preguntas específicas para realizar la investigación.

3.6. Validez y conformidad de los instrumentos

Para la confiabilidad de los instrumentos de investigación utilizaremos el Alfa de Conbrach, utilizando los instrumentos de medición donde a través de ello demostraré los resultados de la investigación.



Coeficiente de Alfa de Conbrach:

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

3.7. Plan de análisis de datos

El presente estudio se desarrolló bajo los siguientes aspectos:

1. Se seleccionó el tema de estudio: Diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas, Cusco 2019.
2. Se identificaron las circunstancias del problema objeto de estudio y formulación de los objetivos de la investigación en función de los aspectos que se deseaban conocer acerca del diagnóstico de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas.
3. Se realizó la búsqueda y selección de información documental para la conformación del marco teórico de la investigación, así como investigaciones previas o antecedentes sobre la variable en estudio, las cuales permitieron obtener diversos aportes para la orientación de la investigación.
4. Se identificó la variable, con sus dimensiones e indicadores para proceder a la operacionalización de la misma.
5. Se formuló la metodología de investigación: considerando el diseño y tipo de la investigación, población y muestra, instrumentos de recolección de datos, análisis de datos y procedimiento de la investigación.
6. Se elaborara los instrumentos de recolección de datos.
7. Desarrollo del plan de recolección de datos, mediante la realización de un trabajo de campo, el cual consiste en la aplicación del instrumento en las poblaciones seleccionadas.
8. Análisis de los datos: mediante tratamiento estadístico para obtener frecuencias y porcentajes, a fin de generar el correspondiente análisis de la información obtenida.
9. Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.
10. Reseña de referencias bibliográficas y anexos.

Debido a que los datos que se obtendrán son de naturaleza cuantificativos.



CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para determinar el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas - Cusco 2019, se encuestó a 100 turistas, en el que se considera 15 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1 **Distribución de los ítems del cuestionario**

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb	Aspecto comercial	Publicidad	1
		Atención al cliente	2, 3
		Diversidad	4, 5
	Aspecto social	Compromiso	6, 7
		Buena comunicación	8, 9, 10
	Servicio	Seguridad	11
		Amabilidad	12
		Establecimiento	13
		Limpieza	14
		Mantenimiento	15

Fuente: Elaboración propia

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de interpretación.

Tabla 2 **Descripción de la escala de interpretación**

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy malo
1,81 – 2,60	Malo
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Bueno
4,21 – 5,00	Muy bueno

Fuente: Elaboración propia



4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción del diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas - Cusco 2019. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 3: Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.910	15

Fuente: Elaboración propia

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.910 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2. Resultados de las dimensiones de la variable diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb

Para describir el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas - Cusco 2019, se describe las dimensiones de: aspecto comercial, aspecto social y servicio, los resultados se presentan a continuación:

4.2.1. Aspecto comercial

El objetivo es conocer cómo se desarrolla el aspecto comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas - Cusco 2019.



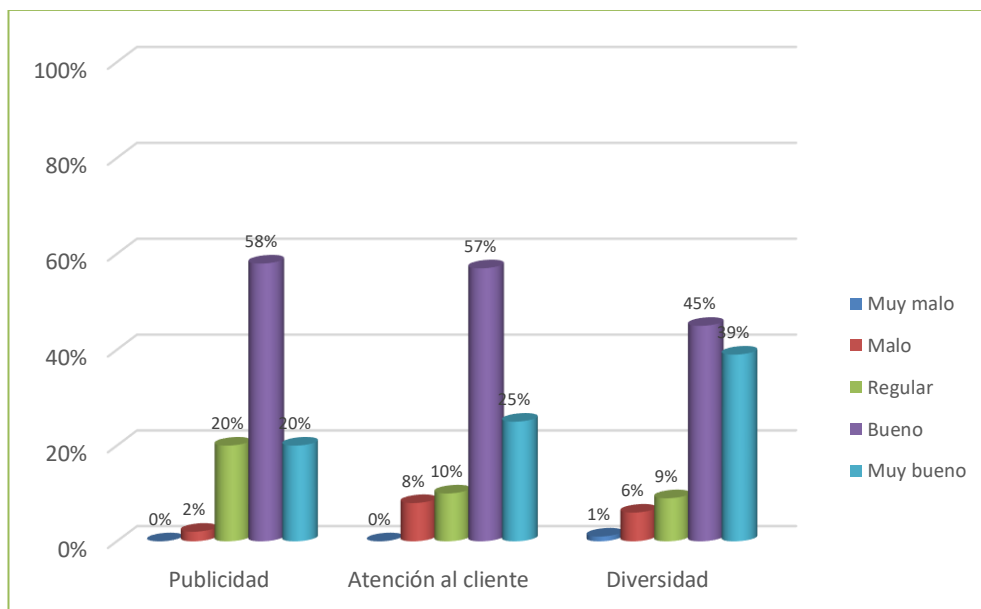
A) **Resultados de los Indicadores de la Dimensión Aspecto Comercial**

Tabla 4 Indicadores de la Dimensión Aspecto Comercial

	Publicidad		Atención al cliente		Diversidad	
	f	%	f	%	f	%
Muy malo	0	0%	0	0%	1	1%
Malo	2	2%	8	8%	6	6%
Regular	20	20%	10	10%	9	9%
Bueno	58	58%	57	57%	45	45%
Muy bueno	20	20%	25	25%	39	39%
	100	100%	100	100%	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1: Indicadores de la Dimensión Aspecto Comercial



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- En la tabla 4, figura 1 se observa que el 58% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que el uso de la plataforma fue bueno y accesible en redes para su publicidad, esto se debe a que a que la mayoría de los usuarios están familiarizados con el manejo de la tecnología y sus aplicativos.
- En la tabla 4, figura 1 se observa que el 57% de los usuarios indican que la plataforma Airbnb cumple con sus expectativas y la estructura facilita el servicio, por ello es bueno. Esto se debe a que la atención es rápida y eficiente.



- En la tabla 4, figura 1 se observa que el 45% de los usuarios indican que la diversidad de alojamiento es buena porque existen distintas opciones al momento de utilizar el servicio.

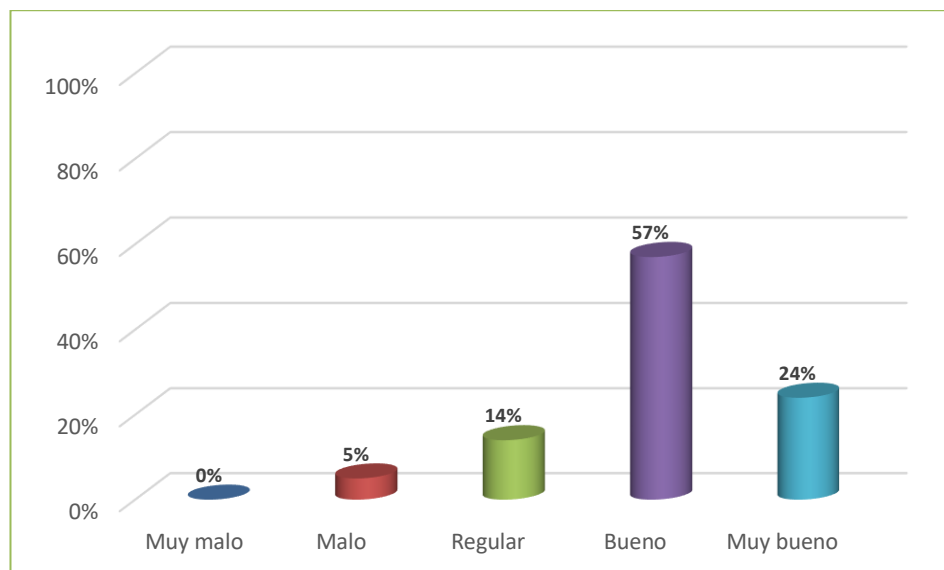
Resultados de la dimensión Aspecto comercial

Tabla 5: Aspecto Comercial

	F	%
Muy malo	0	0%
Malo	5	5%
Regular	14	14%
Bueno	57	57%
Muy bueno	24	24%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2: Aspecto Comercial



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- En la tabla 5, figura 2 se observa que el 57% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que el aspecto comercial es bueno puesto que se obtiene una mayor competitividad en el mercado y mejora la calidad de productos y servicios, quiere decir que la plataforma es una herramienta



atractiva y de fácil accesibilidad la cual promociona de manera directa lo que ofrece.

4.2.2. Aspecto social

El objetivo es conocer cómo se desarrolla el aspecto social del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas - Cusco 2019.

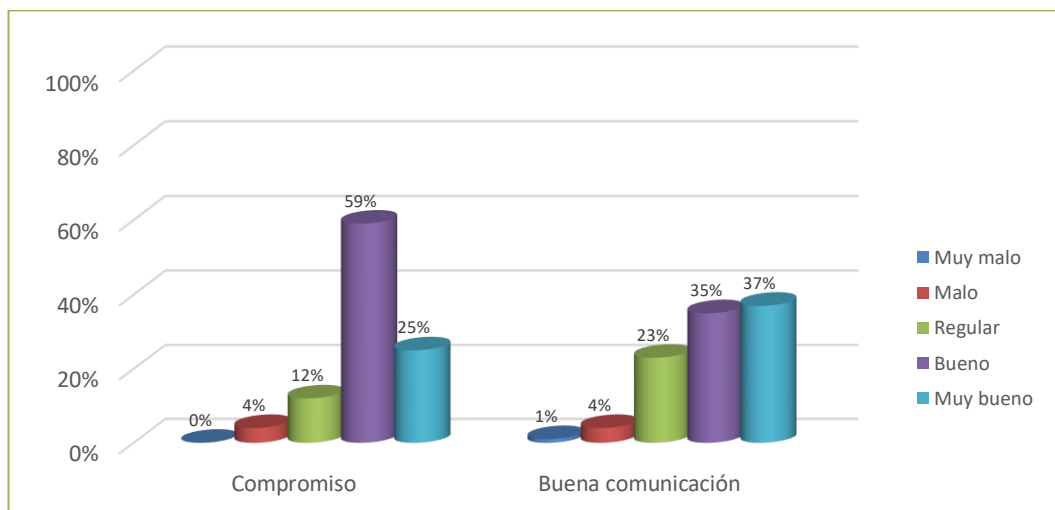
A) Resultados de los Indicadores de la Dimensión Aspecto Social

Tabla 6: Indicadores de la Dimensión Aspecto Social

	Compromiso		Buena comunicación	
	f	%	f	%
Muy malo	0	0%	1	1%
Malo	4	4%	4	4%
Regular	12	12%	23	23%
Bueno	59	59%	35	35%
Muy bueno	25	25%	37	37%
	100	100%	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3: Indicadores de la Dimensión Aspecto Social



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- En la tabla 6, figura 3 se observa que el 59% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que el compromiso es bueno, porque



cumple de manera responsable con el contrato del servicio y frente a cualquier percance se contó con la asistencia del anfitrión.

- En la tabla 6, figura 3 se observa que el 37% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que la comunicación es muy buena, puesto que se percibió respeto, honestidad y sinceridad en el servicio por parte del anfitrión, éste brindó información adecuada sobre el servicio y estuvieron en constante comunicación.

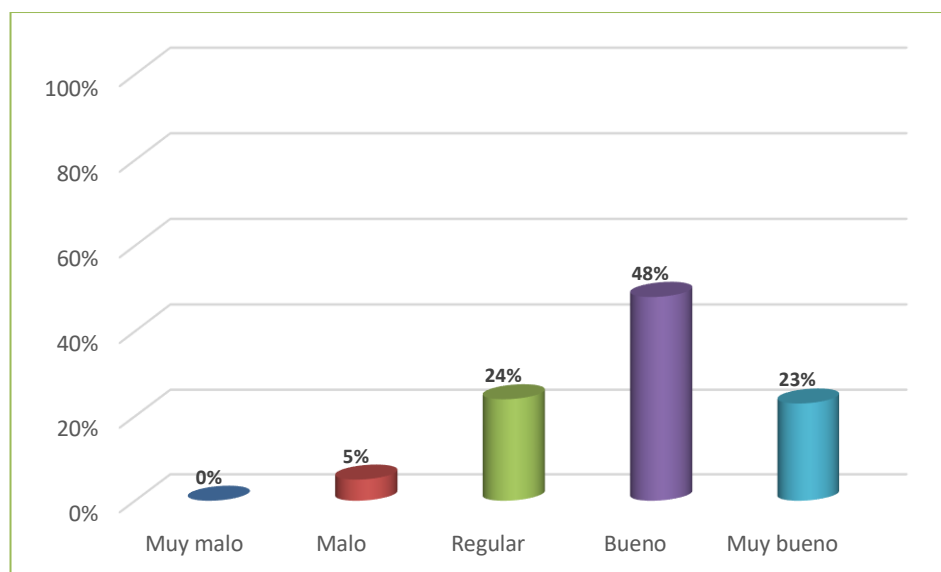
B) Resultados de la Dimensión Aspecto social

Tabla 7 Aspecto social

	f	%
Muy malo	0	0%
Malo	5	5%
Regular	24	24%
Bueno	48	48%
Muy bueno	23	23%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4: Aspecto Social



Fuente: Elaboración propia



Interpretación y análisis:

- En la tabla 7, figura 4 se observa que el 48% de los usuarios de la plataforma Airbnb indican que el aspecto social es bueno porque los efectos que producen las actividades que se desarrollaron fueron agradables para aquellas personas que utilizaron este aplicativo, ya que generó que tuvieran una experiencia memorable.

4.2.3. Servicio

El objetivo es conocer cómo se desarrolla el servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas- Cusco 2019.

A) Resultados de los Indicadores de la Dimensión Servicio

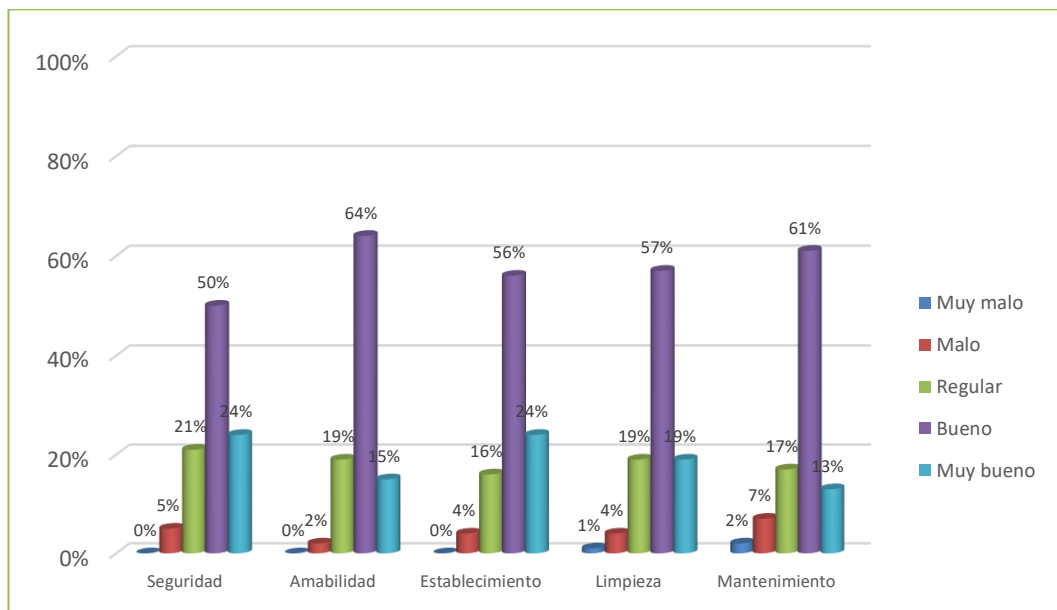
Tabla 8 Indicadores de la Dimensión Servicio

	Seguridad		Amabilidad		Establecimient o		Limpieza		Mantenimient o	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Muy malo	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%	2	2%
Malo	5	5%	2	2%	4	4%	4	4%	7	7%
Regular	21	21%	19	19%	16	16%	19	19%	17	17%
Bueno	50	50%	64	64%	56	56%	57	57%	61	61%
Muy bueno	24	24%	15	15%	24	24%	19	19%	13	13%
	100	100 %	100	100 %	100	100%	100	100 %	100	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 5: Indicadores de la Dimensión Servicio



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

- En la tabla 8, figura 5 se observa que el 50% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que la seguridad es buena, esto se debe a que cierto porcentaje de usuarios percibieron confianza en el desarrollo del servicio.
- En la tabla 8, figura 5 se observa que el 64% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que la amabilidad es buena, puesto que la gran mayoría percibió amabilidad en el desarrollo del servicio.
- En la tabla 8, figura 5 se observa que el 56% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que el establecimiento estuvo bueno, debido a que éste contó con todas las instalaciones adecuadas.
- En la tabla 8, figura 5 se observa que el 57% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas no se quejaron de la limpieza del establecimiento e indicaron que fue buena, porque encontraron el área impecable al momento de su arribo.
- En la tabla 8, figura 5 se observa que el 61% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que el mantenimiento que le dieron al establecimiento fue bueno, puesto que los aparatos eléctricos y demás se encontraron en buenas condiciones y sin ningún problema.



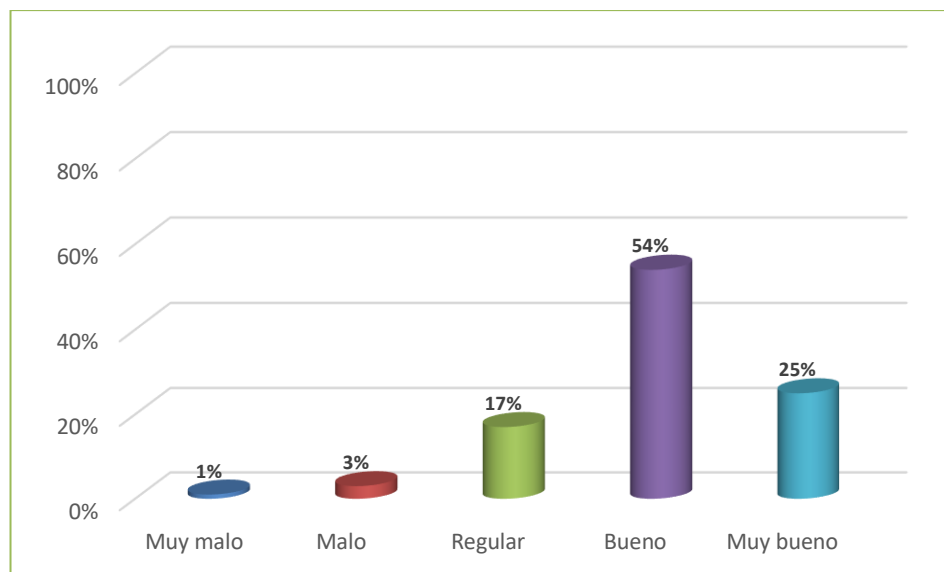
B) Resultados de la Dimensión Servicio

Tabla 9: Servicio

	f	%
Muy malo	1	1%
Malo	3	3%
Regular	17	17%
Bueno	54	54%
Muy bueno	25	25%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6: Servicio



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

-En la tabla 9, figura 6 se observa que el 54% de los usuarios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas indican que el servicio fue bueno, porque son las actividades que intentan satisfacer las necesidades de los clientes y el servicio recibido fue satisfactorio para los usuarios de esta plataforma



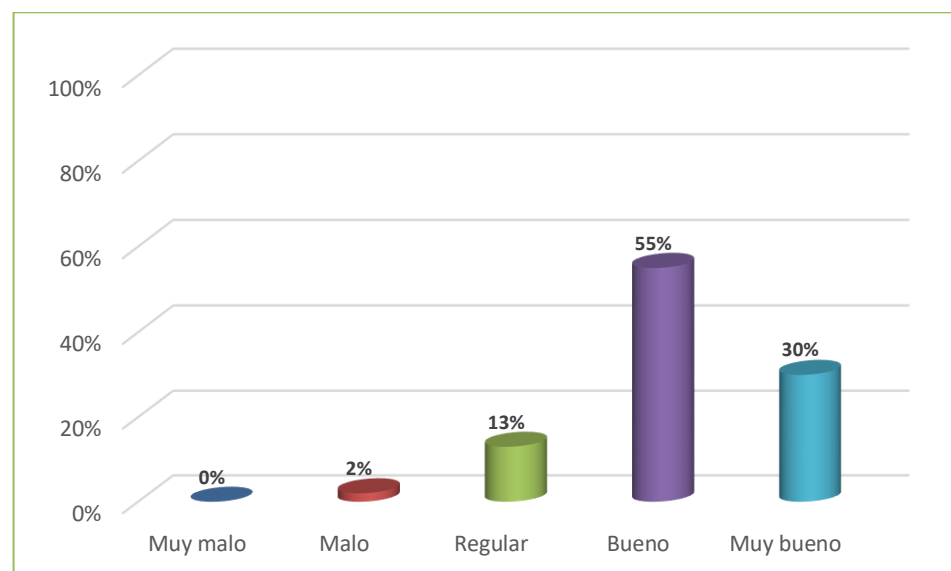
4.3. Resultado de la variable Diagnóstico Comercial del Servicio de la Plataforma Airbnb

Tabla 10: Diagnóstico Comercial del Servicio de la Plataforma Airbnb

	f	%
Muy malo	0	0%
Malo	2	2%
Regular	13	13%
Bueno	55	55%
Muy bueno	30	30%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7: Diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb



Fuente: Elaboración propia

Interpretación y análisis:

-En la tabla 10, figura 7 se observa que el 55% del diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas fue bueno, esto quiere decir que la mayoría de los usuarios están satisfechos con este tipo de plataforma digital, cabe recalcar que el resultado tiene pros y contras puesto que al encontrarlo “bueno” los hoteles son los que se muestran en desventaja frente a esta tendencia popular de alojamiento.



CAPITULO V DISCUSIÓN Y PROPUESTAS

5.1. DISCUSIÓN

a) Descripción de los hallazgos más relevantes

El turismo tiene que ver en la función de alojamiento, recibiendo pasajeros desde los lugares de origen. En la presente tesis se estudió una nueva tendencia de alojamiento, la plataforma digital de Airbnb de relativa demanda por ser un medio económico para el visitante y un medio necesario para la estadía en la ciudad. La investigación tuvo como propósito evaluar el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas, Cusco. También se identificaron algunas deficiencias en el servicio que ofrece la empresa estudiada.

El servicio que la empresa brinda, es que, tanto un anfitrión como un huésped confiable cuentan con verificación de identidad, es fácilmente identificable porque aparece un ícono en su perfil además para verificar la identidad se debe enviar el documento de identidad escaneado por email. Se encontró que el 58% de los usuarios de la plataforma la encuentran accesible en redes para su publicidad, esto se debe a que la mayoría de los usuarios están familiarizados con el manejo de la tecnología y lo encontraron como buena, ya sea porque tienen bastante experiencia viajando y conociendo otros lugares, el 57% de los usuarios encuentran a la plataforma Airbnb como un medio que aparte de cumplir con alojamiento cumple con sus expectativas y la estructura facilita el servicio y por ende lo encuentran bueno. Al evaluar el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas se planteó la hipótesis de que el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas se encontraba entre bueno y regular, con el estudio realizado se ha confirmado que el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas se sitúa como bueno y muy bueno puesto que el 57% de los usuarios indican que es bueno y el 24% lo encuentra como muy bueno, así respecto a la diversidad de tipos de alojamiento que encuentran en la plataforma al momento de buscar opciones evaluaron el 45% como bueno y el 3.9% como muy bueno, el compromiso por parte del anfitrión fue reconocida por el 59% como bueno y el 25% como muy bueno.

Es importante tener una buena comunicación entre anfitrión- huésped para lograr una buena calidad de servicio, ya que en ese aspecto el 35% fue evaluada como buena y el 37%



como muy buena, verificar el estado en el que se encuentra el establecimiento y el mantenimiento de la propiedad, la seguridad que se brinda. Los resultados son coherentes en cuanto a la satisfacción del servicio, el huésped percibió seguridad y amabilidad por parte del anfitrión desde el primer momento y mantiene las experiencias vividas de manera positiva. En los once años desde que surgió esta tendencia se presenciaron como ha crecido notablemente a nivel mundial, es por ello que también como en todo lugar se presenciaron algunas desilusiones por parte de los huéspedes y/o anfitriones porque se registraron accidentes y pérdidas de objetos; también que los huéspedes al momento de llegar a la ciudad y conocer la propiedad no fue tal cual lo que vieron por internet. Los problemas políticos y sociales son causas externas que influyen directamente en la percepción del visitante y llevan a la insatisfacción de su visita a la ciudad.

b) Limitaciones del estudio

- No existe un registro oficial de los establecimientos que se encuentran registrados en la plataforma Airbnb.
- Algunos turistas al momento de encuestar en el barrio de San Blas indicaron nunca haber utilizado la plataforma Airbnb.

c) Comparaciones críticas con la literatura existente

Según Raffino (2019) Es un procedimiento ordenado, sistemático para conocer, establecer de manera clara una circunstancia, a partir de observaciones y datos concretos. El diagnóstico conlleva siempre una evaluación, con valoración de acciones en relación con objetivos.

El diagnóstico es la explicación de una situación en particular, como la descripción de un proceso”, la tendencia de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas a lo largo de su crecimiento ha presentado ventajas en cuanto a los anfitriones y huéspedes que la utilizan pero también gracias a ello se presentan desventajas frente a los hoteles tradicionales que existen en este barrio.

d) Implicancias del estudio

El presente estudio ha confirmado el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas. El estudio es importante porque en la presente coyuntura se busca el crecimiento y desarrollo del turismo como actividad económica para generar empleo y también el pago de impuestos.



La tesis tiene implicancia metodológica porque el servicio de alojamiento es un medio necesario práctico para la estadía en la ciudad a un precio accesible y económico a diferencia de un hotel tradicional en el barrio de San Blas.

5.2. Propuesta número 1

Propuestas a los propietarios que utilizan Airbnb en el barrio de San Blas.

5.2.1 Título

“Capacitación a los anfitriones de la plataforma Airbnb en el idioma inglés básico- intermedio para lograr una mejor comunicación con el huésped”

5.2.2 Justificación

- El idioma inglés es una herramienta básica de trabajo en el turismo, para el desempeño de servicios debe ser un requisito fundamental comprender, hablar y escribir el idioma inglés, para el anfitrión que tiene contacto directo con el pasajero extranjero.
- Se debe generar motivación en el anfitrión aprendiendo el inglés básico como medio de comunicación de manera obligatoria con el visitante.
- En estos tiempos donde nos encontramos en una sociedad globalizada es necesario aprender el inglés básico- intermedio, ya que es el idioma más hablado a nivel mundial.

5.2.3 Localización

- Departamento de Cusco
- Provincia de Cusco
- Distrito de Wanchaq

5.2.4 Objetivos

- Lograr que el anfitrión se motive con la capacitación en inglés básico- intermedio para elevar la satisfacción del huésped
- Enseñar el idioma inglés básico intermedio al anfitrión para una mejor comunicación con los huéspedes.



5.2.5 Contenido

- Buena escritura y hablar inglés
- Pequeño briefing acerca de la ciudad (altitud, población, actividades en Cusco, restaurantes, etc)
- Explicación breve y concisa sobre la propiedad y su uso
- Comunicación básica en el idioma inglés

5.2.6 Metodología

Taller de trabajos y organización en grupos para la práctica y conversación en inglés presentados en casos comunes de trabajo.

5.2.7 Meta

Capacitar en el idioma inglés básico- intermedio a 100 anfitriones que brindan su propiedad como medio de alojamiento para tener mejor comunicación con el huésped y prestar un mejor servicio.

5.2.8 Descripción de la propuesta

Propuesta

La propuesta busca capacitar a los anfitriones de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas en el idioma inglés básico-intermedio

Descripción

El área de administración turística de la DIRCETUR deberá programar y organizar capacitaciones para los anfitriones que prestan servicios de alojamiento en el barrio de San Blas con la finalidad que los mismos tengan conocimiento del idioma inglés para mejorar y elevar el nivel de satisfacción del huésped.

Después de las capacitaciones se realizarán evaluaciones para poder constatar si se encuentran mejores resultados o no.

Paso 1:

Coordinar con el área de planificación turística para contratar un profesor de inglés para la enseñanza del inglés básico-intermedio durante 3 meses, 2 horas diarias durante 5 días de la semana.



En uno de los ambientes de la DIRCETUR colocar pizarras acrílicas, mesas y sillas para un mínimo de 25 personas, la iluminación adecuada y limpieza óptima para el aprendizaje.

Paso 2:

Desarrollar talleres de los temas a tratar en inglés de la teoría y ponerlo en práctica, posteriormente corregir los errores que se presenten en el desarrollo de los talleres.

Paso 3.

Realizar evaluaciones cada fin de mes para medir el nivel de aprendizaje de cada anfitrión.

Paso 4.

Poner en práctica lo aprendido durante los servicios con el fin de establecer comunicación entre el anfitrión y huésped.

5.2.9 Beneficiarios

- Turistas (usuarios)
- Anfitriones

5.2.10 Responsables

- Área de planificación turística de la DIRCETUR

5.2.11 Presupuesto

- S/ 2 500.00

5.3 Propuesta número 2

Propuestas a los propietarios que utilizan Airbnb en el barrio de San Blas

5.3.1 Título

“Capacitación a los anfitriones en cuanto a brindar una mejor calidad de servicio”

5.3.2 Justificación

- Mejorar la calidad de servicio brindada al huésped que toma los servicios de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas



5.3.3 Localización

- Departamento de Cusco
- Provincia de Cusco
- Distrito de Wanchaq

5.3.4 Objetivos

- Mejorar el nivel de calidad de servicio que brindan los anfitriones a los huéspedes al momento de recepcionarlos, durante su estadía y al despedirlos.
- Capacitar a los anfitriones de airbnb en el barrio de San Blas en cuanto a asistir adecuadamente frente a cualquier eventualidad del huésped, algo así como un local host lo haría.

5.3.5 Contenido

- Capacitar en sesiones a los anfitriones que proveen el servicio de alojamiento de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas sobre estándares de servicio.
- Capacitación para lograr la fidelización del huésped para con el anfitrión , esto con el objetivo de que recomienden la propiedad para la estadía de futuros viajeros que lleguen a la ciudad y quieran hospedarse en San Blas.

5.3.6 Metodología

Realizar talleres de como brindar una buena calidad de servicio al huésped.

5.3.7 Meta

Capacitar a los anfitriones en cuanto a estándares de calidad de servicio para mejorar la satisfacción del huésped desde su llegada, su estadía y hasta su partida, haciendo de su visita una experiencia memorable.

5.3.8 Descripción de la propuesta

El área de planificación turística deberá contratar un profesional en cuanto a calidad de servicio en los hospedajes para organizar sesiones de capacitación de estándares de servicio para con los huéspedes.



Después de las capacitaciones se realizarán pruebas para poder constatar si se encuentran mejores resultados o no.

Paso 1: Coordinar con el área de planificación turística de la DIRCETUR para contratar un profesional en cuanto a estándares de calidad de servicio de hospedaje.

Preparar uno de los ambientes de la DIRCETUR con sillas, mesas y pizarra acrílica.

Paso 2: Desarrollar talleres con preguntas estandarizadas para medir la calidad de servicio en un establecimiento de hospedaje.

Paso 3: Poner en práctica lo aprendido en las capacitaciones realizadas

5.3.9 Beneficiarios

- Huéspedes
- Anfitriones.

5.3.10 Responsables

- Área de planificación turística de la DIRCETUR

5.3.11 Presupuesto

- S/ 2 000.00

5.4 Propuesta número 3

5.4.1 Título

“La DIRCETUR proponga un marco regulatorio que garantice o promueva la formalidad de las propiedades de la plataforma Airbnb”

5.4.2 Justificación

- Promover un marco regulatorio que formalice las propiedades de la plataforma Airbnb para el servicios a brindar en el barrio de San Blas

5.4.3 Localización

- Departamento de Cusco
- Provincia de Cusco



- Distrito de Wanchaq

5.4.4 Objetivos

- Los propietarios que deseen dar su propiedad en alquiler de Airbnb cumplan con diversos y estrictos requisitos para poder ser anfitrión de esta plataforma digital.
- Evitar que se continúe con la evasión de impuestos, de esta manera frenar la competencia desleal que se tiene en cuanto a los hoteles tradicionales.

5.4.5 Contenido

- La DIRCETUR deberá tomar cartas en el asunto y de una vez tomar una decisión en cuanto a la formalización de las propiedades de Airbnb y debatir este tema dando prioridad a los profesionales en Turismo puesto que es un tema que causa controversia.

5.4.6 Metodología

- Realizar reuniones para poder discutir el tema y de esta manera poder llegar a un acuerdo

5.4.7 Meta

Lograr la formalización y/o regularización de las distintas propiedades inscritas en Airbnb, empezando por el barrio San Blas y posteriormente expandiéndolo, para que de esta manera poco a poco deje de ser una competencia desleal frente a los hoteleros.

5.4.8 Descripción de la propuesta

La DIRCETUR deberá promover un marco regulatorio para la formalización de las distintas propiedades de Airbnb, para ello se deberá contar con reuniones para poder llegar a un acuerdo y a una solución.

Después de haber llegado a un acuerdo, los anfitriones que brinden sus propiedades por Airbnb deberán someterse al reglamento acordado por dicho órgano.

Paso 1: Coordinar con el área de planificación turística de la DIRCETUR para las reuniones donde se deliberarán el tema a tratar



Paso 2: Desarrollar y analizar los temas controversiales que vienen suscitándose desde la aparición de la plataforma digital Airbnb y su expansión y de qué manera afecta al sector hotelero y de manera general en el sector turístico.

Paso 3: Empezar a poner en práctica lo acordado con los inscritos en la plataforma digital Airbnb

5.4.9 Beneficiarios

- Hoteleros
- Sector turístico

5.4.10 Responsables

- Área de planificación turística de la DIRCETUR



CONCLUSIONES

- Primera.- Se pudo constatar que el diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas tiene un nivel 55% bueno y un 30% muy bueno, debido a que la mayoría de las personas encuestadas se sienten a gusto con dicha plataforma en general, están contentos y satisfechos con el servicio recibido.
- Segunda.- Se ha verificado mediante la estadística descriptiva que el aspecto comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas tiene un nivel en promedio 57% buena y 24% muy bueno en indicadores de publicidad, atención al cliente y diversidad.
- Tercera.- La plataforma Airbnb en el barrio de San Blas tiene un nivel de aspecto social en promedio 48% bueno y en promedio 23% muy bueno en indicadores de compromiso y buena comunicación.
- Cuarta.- La plataforma Airbnb en el barrio de San Blas tiene un nivel en cuanto a servicio en promedio 54% buena y 25% muy buena en indicadores de seguridad, amabilidad, en cuanto a cómo se encontraba el establecimiento, acerca de la limpieza y el mantenimiento que le dio a la propiedad.



RECOMENDACIONES

A los anfitriones de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas que prestan sus propiedades para hospedaje.

- Primera.- Los anfitriones que mantengan la presentación personal impecable, recuerden que todo entra por los ojos, la primera impresión es lo que cuenta.
- Segunda.- Que cada cierto tiempo se haga un mantenimiento a los aparatos electrónicos de la propiedad.
- Tercera.- Realizar limpieza constante de la vivienda, estar al pendiente ante cualquier eventualidad. El anfitrión debería estar a disposición del huésped si se suscita algún inconveniente, por ello debería preguntar mediante mensajes o llamadas
- Cuarta.- Se sugiere que el anfitrión deba solicitar que los huéspedes completen algunos pasos de verificación antes de reservar, como proporcionar una identificación verificada. Agregar un depósito de seguridad al anuncio también puede proteger en el caso de un accidente,
- Quinta.- Completar las reglas de la casa le ayuda a los huéspedes a saber qué esperar, también incluye cualquier cosa que quieres que la gente sepa antes de reservar; como por ejemplo: si está permitido fumar o no y en dónde, si hay áreas a las que no tienen acceso, tu contraseña del wifi, etc.



ANEXOS



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: “Diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas Cusco 2019”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas?</p> <p>Problema específico</p> <p>¿Cómo se desarrolla la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Conocer el diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas- Cusco 2019</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Conocer cómo se desarrolla el servicio comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas-Cusco 2019</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>El diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas, es bueno</p> <p>Hipótesis específica</p> <p>El desarrollo de la plataforma Airbnb en el barrio de San Blas, es regular</p>	<p>Variable</p> <p>Diagnóstico comercial de la plataforma Airbnb</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>Básica</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Descriptiva</p> <p>Diseño</p> <p>No experimental</p> <p>Enfoque</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Población</p> <p>100</p>



MATRIZ DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

TITULO							DIAGNÓSTICO COMERCIAL DEL SERVICIO DE LA PLATAFORMA AIRBNB EN EL BARRIO DE SAN BLAS CUSCO-2019						
Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso	N° Items	Items	Criteria de Evaluación							
Diagnóstico comercial del servicio de la plataforma Airbnb	Aspecto Comercial	Publicidad	33.3%	5	2. El uso de la plataforma fue accesible en las redes	<ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo • En Desacuerdo • Ni de acuerdo/ni en desacuerdo • De acuerdo • Totalmente de acuerdo 							
		Atención al cliente			3. La estructura de la plataforma facilita el servicio								
		Diversidad			4. El servicio brindado cumple con sus expectativas								
	Aspecto Social	Compromiso	33.3%	5	5. El contenido de la plataforma presenta diversidad de opciones de alojamiento								
					6. El contenido de la plataforma le ayudo a encontrar el servicio que Ud. buscaba								
		Buena comunicación			7. El anfitrión cumple de manera responsable con el contrato del servicio								
	Servicio	Seguridad	33.3%	5	8. Frente un percance, se conto con la asistencia del anfitrión								
		Amabilidad			9. Percibio Ud. Respeto, honestidad y sinceridad en el servicio por parte del anfitrión.								
		Establecimiento			10. El anfitrión brindó la información adecuada sobre el servicio								
		Limpieza			11. Conto con una comunicación contanste con el anfitrión								
		Mantenimiento			12. Se percibe confianza en el desarrollo del servicio								
	TOTAL		100%										





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Airbnb. (2019).

Alet, J. (1994). Marketing relacional: Cómo obtener clientes leales y rentables. Barcelona: Gestion 200.

Ariguilla, J. I. (1955).

Barreiro, N. (2007). Evaluacion social de proyectos. La Habana: ACIMED.

Bitner, M. B. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 71-84.

Boullon, R. (1993).

Burkart. (1981).

Canahuire, M., Endara, M., & Morante, R. (2015). ¿Cómo hacer la tesis universitaria? Cusco: Colorgraf S.R.L.

Cañigüeral. (2015).

Cruz, C. (23 de Febrero de 2018). Latinoamerica es la region que esta creciendo mas para nuestro negocio. CNET.

Giese, J. &. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science*, 1-24.

Hernández, & Batpista. (1991). Metodología de la Investigación. Mexico: Mc Graw Hill.

Herrera, M. d. (2017). Para optar el titulo de licenciada en administración hotelera. Preferencia de los turistas extranjeros millenials por Airbnb en Lima,Peru. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima.Peru.

Icaza, E., & Pacheco, K. (2016). Titulo profesional de ingeniero en administración de empresas turisticasy hoteleras. Analisis del turismo colaborativo y su posible implicacion como competencia desleal en servicios de alojamiento en la ciudad de Guayaquil , caso Airbnb. Universidad de , Guayaquil, Ecuador.

Inga, C. (08 de Julio de 2019). Airbnb en Peru, como ha impactado al mercado de hoteles. El comercio.

Larraiza, L. (2018). Que es un hotel boutique. Tendencias sobre hoteleria y turismo.

OMT. (marzo de 2019). Organización Mundial del Turismo. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>

Osteltur. (17 de Mayo de 2018). ¿Hasta que punto afecta airbnb a las ventas de los hoteles? Estudio de la escuela hotelera de Laussane.

Osteltur. (17 de Mayo de 2018). Estudio de la escuela hotelera . ¿Hasta que punto afecta airbnb a los hoteles?



Roberto Hernández Sampieri, R. F. (1997). Metodología de la investigación. Mexico: Mc Graw Hill.

Vanguardia, L. (02 de Julio de 2019). Economía. Airbnb tiene un impacto economico en el mundo de 86.000 millones.

Xataka basics. (08 de Julio de 2018). Obtenido de Xataka basics:

<https://www.xataka.com/basics/que-hacer-para-que-no-te-estafen-en-airbnb>