

**Beneficios de la economía colaborativa: caso AIRBNB y su evolución en la industria
hotelera en ciudad de Bogotá**

Autores:

Alexander Huérfano Alférez

Gina Stefany Paredes Nocua

Carol Lizeth Triana Orozco

Tutor:

Milkiades Guarín Salazar

Universidad Cooperativa de Colombia

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Administración de Empresas

Mayo 2020



**Beneficios de la economía colaborativa: caso AIRBNB y su evolución en la industria
hotelera en ciudad de Bogotá**

Alexander Huérfano Alférez

Facultad de ciencias económicas y administrativas

alexander.huerfanoa@campusucc.edu.co

Gina Stefany Paredes Nocua

Facultad de ciencias económicas y administrativas

gina.paredesn@campusucc.edu.co

Carol Lizeth Triana Orozco

Facultad de ciencias económicas y administrativas

carol.trianoa@campusucc.edu.co

Resumen: Ante el surgimiento de nuevas necesidades en los mercados y el avance tecnológico en materia de aplicativos, la economía colaborativa busca establecer un canal de comunicación entre proveedores y usuarios de tal manera que el servicio se realice de una manera confiable y eficiente. La introducción de este tipo de plataformas arroja ingresos significativos y, por ende, asegura la sostenibilidad en el mercado; se relacionan casos exitosos como Airbnb, Uber, Rappi, entre otras.

Se ha evidenciado el aumento de la participación en el mercado de la plataforma Airbnb; en el ámbito nacional, se analiza la presencia de afiliados (propietarios) en la ciudad de Bogotá. Su impacto en el mercado hotelero ha generado todo tipo de comentarios, positivos por parte de sus usuarios y negativos por los principales representantes de cadenas hoteleras. Se ha exigido que este tipo de economías sean reguladas y cumplan con los mismos requisitos que la legislación colombiana ha establecido para estas.

Palabras clave: Economía colaborativa, aplicativos, competencia, peer to peer, sistema productivo, consumo, mercados.

Abstract: Faced with the emergence of new needs in the markets and the technological advance in the area of applications, the collaborative economy seeks to establish a communication channel between providers and users in such a way that the service is carried out in a reliable and efficient manner. The introduction of this type of platform yields significant income and, therefore, ensures sustainability in the market; Successful cases such as Airbnb, Uber, Rappi, among others, are related.

The growth of the market share of the Airbnb platform has been evidenced; At the national level, the presence of affiliates (owners) in the city of Bogotá is analyzed. Its impact on the hotel market has generated all kinds of comments, positive by its users and negative by the main representatives of hotel chains. These types of economies have been required to be regulated and comply with the same requirements that Colombian legislation has established for them.

Keywords: Collaborative economy, applications, competition, peer to peer, productive system, consumption, marketing.

1. Introducción

La economía mundial ha denotado un crecimiento durante los últimos años, teniendo en cuenta el grupo de países que se consideran emergentes (Brasil, Colombia, Emiratos Árabes Unidos entre otras), el panorama antes de la pandemia era muy alentador debido a que la economía para el 2021 tendría un incremento de un 0,2 punto porcentuales según el informe realizado por la WEO en octubre de 2019.

Para poder hablar de crecimiento de un país es necesario profundizar en el concepto de economía, que se considera el “estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlos entre los diferentes individuos” (Samuelson y Nordhaus, 2010, p. 4). Desde el punto de vista nacional, la economía depende principalmente de acciones y restricciones establecidas por actores de la sociedad como son el gobierno, las empresas productivas, inversiones extranjeras, bancos y los consumidores. Se ha considerado que Colombia en los últimos años ha tenido un crecimiento estable en términos económicos, por esta razón los inversionistas ven al país como una gran fuente de inversión.

Es importante analizar que la economía debe abarcar el crecimiento mutuo de cada uno de los actores dentro del país, es decir, si bien la economía de la nación tuvo un crecimiento del 3%, la desigualdad en Colombia “sigue siendo la más alta de la región, y por supuesto de la Oede” (Revista Dinero, 2020, parr. 13).

Hoy en día el mundo se enfrenta al virus Covid – 19, lo cual a causados grandes cambios en la economía, enfrentándose a numerosos retos en donde los países se ven expuestos a trabajar en contextos diferentes y sus empresas se ven obligadas a la reinversión de sus objetos de negocio.

Es por esto que la gran mayoría de empresas colombianas han adoptado por la tecnología, para ofrecer sus productos y servicios, un ejemplo de ello es la economía colaborativa, por medio de este se permiten hacer transacciones y adquisición de servicios con mayor facilidad y comodidad de precios.

Este tipo de negocios ubica a la plataforma tecnológica como un mediador que pone en contacto a los proveedores deservicio con los clientes dependiendo de la actividad que desarrolle; en palabras concretas, las plataformas cumplen con el propósito de ofrecer un activo y conectar con quien quiera acceder a él, facilitar la transacción económica por la prestación del servicio y disminuir los riesgos que pueda traer este tipo de transacciones.

Analizando lo expuesto anteriormente, el desarrollo de nuevas ideas de negocios enfocadas en la economía colaborativa, podría convertirse en una solución potencial a aquellos problemas sociales que han contribuido a la desigualdad social en el país, como pueden ser la inflación, el desempleo, entre otros.

Este artículo expone desde diferentes puntos de vista la definición de economía colaborativa, algunos casos que han sido exitosos en el ámbito local e internacional y su repercusiones en el mercado mundial; además, muestra el impacto negativo que estas pueden traer en el mercado hotelero, principalmente en aquellos pequeños y medianos hoteles que tienen que cumplir con sus obligaciones, siendo este un motivo de discordia con las plataformas tecnológicas (actualmente la mayoría no están reguladas y evaden responsabilidades económicas).

2. Marco conceptual

A partir del surgimiento de nuevas necesidades en el mercado y los requerimientos en materia de recursos y riesgos que consigo traen, en el mundo se ha destacado la importancia del concepto de economía colaborativa, definida como “una interacción entre dos o más sujetos, a través de medios digitalizados o no, que satisface una necesidad real o potencial, a una o más personas” (Hidalgo, 2011, p. 3). Este concepto clarifica el objetivo principal de introducir un producto o servicio en la industria.

Desde un punto de vista diferente, se reconoce la economía colaborativa como “un sistema de conexiones y plazas descentralizadas, que busca lograr obtener beneficios de los bienes subutilizados, evitando los intermediarios. Este término se encuentra asociado con una nueva forma de consumir y generar ingresos de una manera más eficiente” (Botsman, citado de Ramírez, 2017, p.5). Este concepto se centra en el crecimiento económico de la organización sin dejar a un lado las necesidades del cliente propuestas anteriormente.

Además, en la actualidad es imprescindible tener en cuenta el avance tecnológico en el crecimiento de las organizaciones. En este sentido, la economía colaborativa, tiene como fin el apoyo entre dos o más partes para suplir necesidades de un cliente, pero no es estrictamente necesario que los mismos tengan paso a la información de bienes y servicios de las partes. Por otro lado, se ha afirmado que la economía colaborativa:

Fomenta valores sociales positivos de intercambio y colaboración a través de la innovación y la tecnología. Con una regulación adecuada y una supervisión adaptada a los nuevos modelos de las plataformas digitales, la economía colaborativa puede suponer un complemento y un estímulo para sectores de la economía tradicional, estimulando la competencia, ampliando la oferta y promoviendo alternativas innovadoras para el consumidor. (FOMIN, 2016, p. 101)

Mientras algunos autores se han centrado en la innovación y tecnología como pilar de la economía colaborativa, otros la asocian a “un sistema económico basado en el uso compartido de bienes o servicios infrautilizados, de forma gratuita o mediando un precio, directamente por particulares. Éste resulta ser un concepto suficientemente amplio para acoger los diferentes

modelos colaborativos que hay actualmente” (Botsman & Rogers, citado por Rodríguez et al., 2018, p.6).

Analizando los conceptos anteriores podemos evidenciar que la economía colaborativa debe ser tomada como objetivo primordial para todas empresas, ya que por la situación que está viviendo el mundo este modelo es la mejor opción para poder recuperar la economía y la vida laboral, los cuales se han visto afectados en su gran mayoría; Cabe aclarar que este tipo de economía, funciona principalmente con el apoyo de los medios digitales, generando una gran acogida por los usuarios debido a que esto les permite la adquisición de servicios en tiempo real y de forma segura, con lo cual se resalta la importancia de plataformas que garanticen el éxito de este tipo de economía.

El intercambio de recursos y el compromiso frente al riesgo pueden ser las principales características en el momento de constituir una alianza. Según el gobierno nacional en cuanto a la economía colaborativa:

Muestra una tendencia creciente que busca optimizar las capacidades subutilizadas de recursos de una sociedad, con el fin de incrementar el acceso de sus habitantes a bienes y servicios de una manera más justa, sostenible y eficiente. Este modelo económico tiene como prioridad eliminar las barreras de uso de recursos a través de plataformas que incentivan el intercambio entre miembros de una comunidad. (Gutiérrez, 2016, p.28).

De otro modo se identifica que el gobierno nacional ve la economía colaborativa como una práctica desleal frente a las organizaciones que se encuentran legalmente constituidas cancelando sus impuestos como lo ordena la ley; este modelo de negocio no garantiza beneficios económicos al gobierno nacional ya que no cuenta con reglamento necesario para su funcionamiento.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, se puede deducir que las partes que componen el proceso dentro de cualquier economía colaborativa serian, primero: las personas dueñas de activos y recursos dispuestos a compartirlos, segundo: clientes de estos servicios y tercero: la plataforma que facilita en intercambio entre ellos.

Figura. Principios de la Economía Colaborativa



Fuente: Botsman y Rogers (2010)

Finalmente, se reconocen cuatro principios fundamentales que asegurarán el éxito de una economía colaborativa; primero, “la masa crítica se define como el tamaño mínimo de una red para que valga la pena para los usuarios potenciales para entrar.”; segundo, “El excedente de bienes o existencia de mercancías o "valor sin explotar de activos no utilizados o subutilizados"; tercero, “debemos reavivar nuestra fe en los bienes comunes y el valor de las comunidades de intereses compartidos para hacer que funcione el consumo colaborativo”; por último, “La confianza entre extraños, o desconocidos que pretenden colaborar, es el más complejo de estos principios y quizá uno de los más discutidos” (Botsman y Rogers, citado por García, s.f., p. 19)

Con el paso de los años se han visto casos que demuestran la importancia de la economía colaborativa dentro de los distintos mercados y su crecimiento económico. Tal es el caso de Uber, una organización que se encarga de movilizar los usuarios que surge en el año 2009 con la instalación de un aplicativo móvil que hace el papel de intermediario entre personas que necesiten moverse en la ciudad establecida y los propietarios de vehículos que prestan su servicio buscando generar ingresos extras; este servicio busca ofrecer a sus clientes una perspectiva y una experiencia gratificante durante el recorrido, que posteriormente es evaluado por los mismos.

Uber se encuentra actualmente en 895 ciudades alrededor del mundo (71 países), prestando servicios principalmente de transporte con ayuda de la tecnología, pedidos de comida a domicilio, transporte de carga y ofertas de viajes de negocio (Uber, 2020). Además, Basados en encuestas y

tendencias históricas de preferencias del consumidor en el mercado estadounidense, eMarketer (página web) realizó un pronóstico de crecimiento de usuarios hasta el año 2021, que permitiría afirmar que la plataforma será sostenible en este periodo (Delgado et al, 2018).

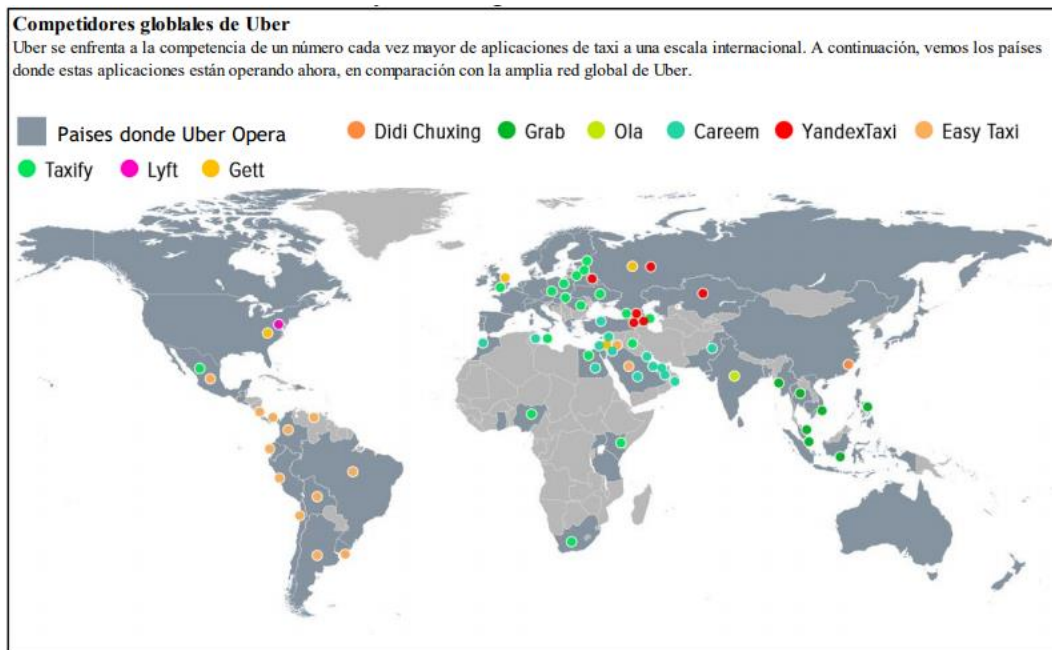
Tabla 1. Usuarios y penetración de Uber en adultos de Estados Unidos, 2016-2021

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Usuarios (en millones)	34,5	44,4	51,4	56,8	62,1	66,4
Variación anual		28,7%	15,8%	10,5%	9,3%	6,9%
Proporción de adultos que usan teléfonos inteligentes	18,8%	22,7%	25,2%	27,0%	28,9%	30,5%

Nota: Mayores de 18 años que hayan usado su cuenta en un servicio de transporte *online* comunitario (ejemplo: Uber), al menos una vez en el año calendario.

Fuente: eMarketer, 2017

Figura 1. Presencia de Uber en el Mundo



Fuente: Caro et al., 2016

Otro de los casos exitosos en el ámbito nacional es Rappi (Aunque se ha extendido a México, Uruguay; Argentina, Chile, Perú, Brasil), una empresa fundada en 2015 donde su principal función es adquirir productos y servicios a partir de una aplicación. El cliente tiene la posibilidad de requerir a un “Rappitendero” para que se dirija a comercios cercanos y realice la compra de, principalmente, comida y medicamentos y finalizar el servicio con el domicilio a su casa (Bustos & Velásquez, 2019).

“Rappi ha crecido tan rápido, hace cuatro años eran ocho personas y ahora son más de 3.500. Son casi 200 mil Rappitenderos en la región. Rappi crece 15 por ciento al mes, mientras que una empresa normal consigue esta cifra al año” (Bustos & Velásquez, 2019).

Desde este punto de vista, Rappi permitió en el país la disminución de la tasa de empleo informal mediante el manejo de horarios flexibles. Adicionalmente, Rappi generó ingresos significativos que la posicionaron como una de las economías que más atraía inversiones:

Para cierre del año pasado, la startup colombiana reportó un total de \$77.227 millones en ingresos y cerca de \$49.532 millones correspondientes a patrimonio. Sin embargo, la cifra de pérdidas de final de 2018 ascendió a \$156.014 millones. De acuerdo con expertos, la razón de esta constante cifra en rojo en las ganancias de Rappi tiene que ver con la inversión que la compañía ejecuta para continuar con su expansión en la región (La República, 2019).

Adicionalmente, existen en el mercado actual apps enfocadas a servir de intermediarias entre clientes y puntos de oferta, tales como Airbnb, Trampolinn y Homeaway de alquiler de alojamiento, Blablacar de compartir trayectos en vehículos, Socialcar de alquiler de vehículos entre otras.

Se concluye que estas economías han sido exitosas en todos los países que han estado, debido a que son una fuente de ingreso para los socios que quieren brindar una mayor facilidad para adquirir productos y servicios, ofreciendo una opción más económica y diferente para los usuarios; es por esta razón que a medida que transcurre el tiempo se puede observar que este tipo de negocios aumenta de una manera exponencial ya que por la forma en que operan garantizan seguridad y confiabilidad.

Aun así estas plataformas no cuenta con la normatividad suficiente y por ello sus filtros de seguridad no son confiables, haciendo que el usuario no se sienta satisfecho y tranquilo al utilizar sus servicios, ya que en muchas ocasiones las personas registradas la utilizan para realizar actividades delictivas, lo cual hace que se pierda credibilidad en el mercado. Así mismo se ocasiona que las empresas legalmente constituidas no estén conformes con su funcionamiento ya que se encuentran en desventaja con las demás empresas del sector debido a que estas no cancelan los mismos tributos generando más utilidades.

3. Economía Colaborativa AIRBNB

El constante manejo de nuevas tecnologías y el acceso a internet permite desarrollar herramientas y/o aplicativos que buscan prestar nuevos servicios y mejorar los existentes. La necesidad de las personas de hacer reservaciones para alojamiento turístico con precios accesibles hace realmente útil el diseño de este tipo de aplicativos. Airbnb (acrónimo de air bed and breakfast) es una plataforma tecnológica que se creó con el fin de brindar ofertas de alojamientos a los clientes mediante la cual los arrendatarios pueden publicitar sus propiedades y los clientes valorarán sus servicios.

Esta empresa inicio en 2008 en San Francisco (California, Estados Unidos) a partir de la idea de dos compañeros en búsqueda de financiar sus gastos mediante el alquiler de habitación a invitados:

El concepto de negocio de Airbnb nació cuando los fundadores Joe Gebbia y Brian Chesky se mudaron de Nueva York y buscaron ganar algo de dinero para llegar a fin de mes. Pronto se dieron cuenta de que los hoteles de la ciudad estaban llenos. La ciudad se inundó de turistas debido a un evento. Encontraron una oportunidad en esta situación (Smarttravel, 2018).

El evento tenía una duración de cuatro días, entonces los jóvenes incluirían en la oferta desayuno, conexión wifi, y una colchoneta para dormir, estos servicios conllevaron al formato de

la página web, este servicio tuvo mucho éxito y mucha acogida, debido a esto intentaron darle una nueva forma de negocio ya que vieron una gran fuente de ingresos.

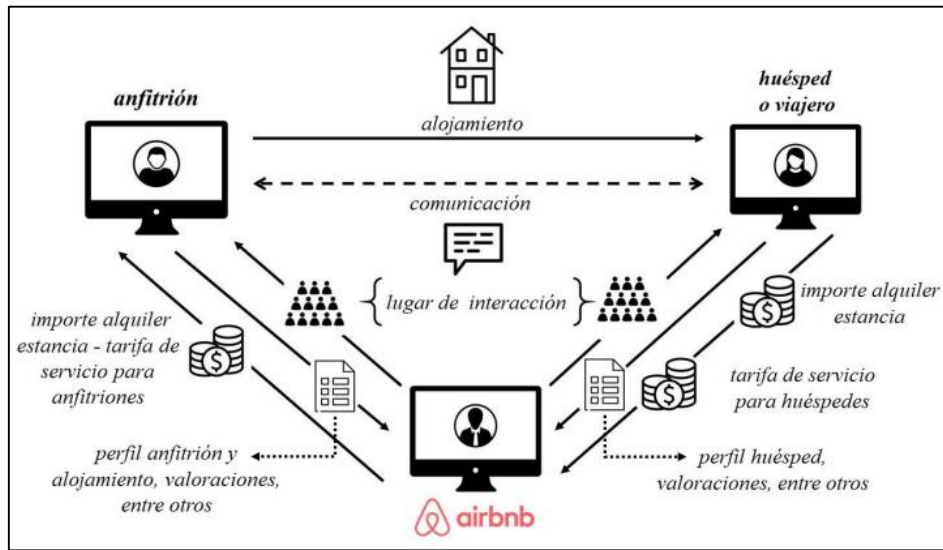
Sin embargo, existía entre los arrendatarios la desconfianza de mostrar sus propiedades por la página web al considerarlo peligroso. Los fundadores reconocieron la necesidad de plantear una estrategia que brindara al propietario la confianza al conocer perfiles de cada uno de los usuarios que estuviesen interesados en adquirir los servicios, a partir de referencias de amigos, familiares entre otros. Al finalizar el servicio, tanto propietario como usuario pueden brindar sus puntos de opinión que permitirá evaluar su respectivo perfil (Sanchez-Montaña, 2018, p. 28).

Cuando fue lanzado inicialmente en 2007 para un mercado específico logró tomar reconocimiento, el cual se amplió mediante la apertura de su página web y, por consiguiente, le permitió crecer exponencialmente hasta convertirse en uno de los negocios más exitosos de los negocios Peer-to-Peer. (Lucerón, 2016).

Airbnb es una empresa que se fundó con el fin de permitir a los consumidores reservar alojamientos teniendo en cuenta lugares, fechas de estancia y número de adultos y niños. Es una aplicación disponible para teléfonos inteligentes que brinda múltiples opciones que se adaptan a las necesidades del consumidor y permite conocer referencias de clientes que han reservado anteriormente y su respectiva calificación en estrellas.

Los usuarios Airbnb buscan diferentes opciones de hospedaje ahorrando dinero; la plataforma les ofrece opciones de filtros de locaciones de acuerdo a precio, lugar, tipo de alojamiento y adicionales, al mismo tiempo que tienen acceso al perfil del arrendatario. Teniendo en cuenta variables. De la misma manera, los arrendatarios conocen el perfil del usuario creando un canal de intercambio de información para ellos.

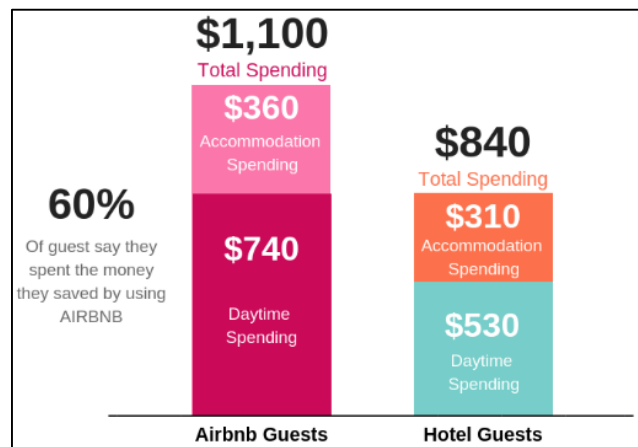
Figura. Funcionamiento básico de Airbnb



Fuente: Sánchez-Montaña, 2018

Airbnb basa su funcionamiento y su rentabilidad en los ingresos generados por tarifas de servicio de anfitriones o arrendatarios para la publicidad de su propiedad en la página web, así mismo, recibe ingresos por importe de alquiler de cualquier estancia por parte del usuario. Airbnb tiene como objetivo convertirse en una plataforma confiable, por tal razón, formulan diferentes políticas, de contenido, discriminación y contra el chantaje.

Figura 2. Gastos promedio de clientes en Airbnb vs Hoteles



Fuente: Smarttravel, 2018

En el mercado europeo, Madrid se constituyó como la principal fuente de ingresos de Airbnb. “En el año 2014 contaba con 3.200 anfitriones, los cuales acogieron a 162.400 huéspedes y su actividad aportó 16,1 millones de euros, generando 5.310 puestos de empleo” (Diario El País, citado por Dieckow, 2019, p. 155).

Siendo el precio uno de los factores fundamentales de decisión del consumidor a la hora de adquirir servicios de reservas de alojamiento, se realiza un comparativo de precios entre hoteles y Airbnb, observando un precio menor por la aplicación en gran parte de España. Dentro del mercado hotelero, se ha observado que Airbnb ofrece mayores opciones en cuanto a tiempo de estadía, precio y tipo de alquiler. (Lucerón, 2016).

La introducción de Airbnb y su posterior expansión le ha permitido incrementar su valor en el mercado aun por encima de las principales cadenas hoteleras:

El valor de capitalización de mercado de una empresa es una estimación del valor de mercado de la misma y corresponde al producto del número total de acciones de la empresa y del precio unitario de cada acción. Airbnb Inc. posee hoy una capitalización de mercado de U\$31 billones (Besinger, 2017), contra U\$18.7 billones y U\$9.6 billones de algunas de las redes hoteleras del mundo como Hilton e InterContinental Hotels respectivamente (Forbes, citado por Santucci et al., 2017, p. 642).

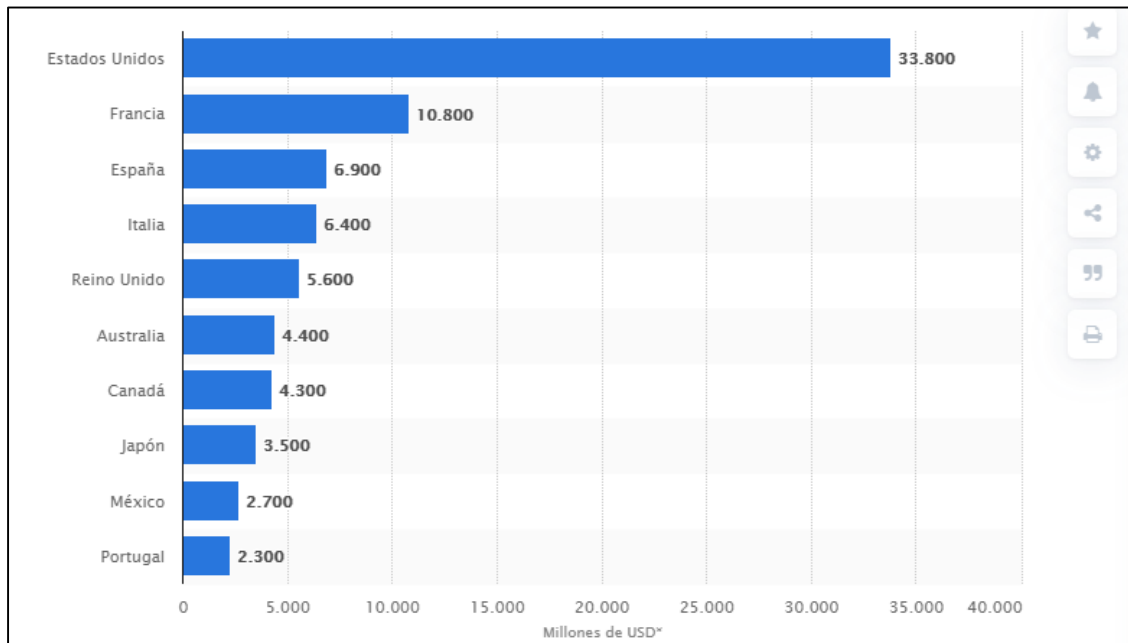
Tabla 2. Comparación Airbnb y redes de hoteles

	Capitalización de Mercado	Propiedades	Países	Fundación
Airbnb	U\$ 31 bi	3 mi	191	2008
InterContinental Hotels Group	U\$ 9.6 bi	5.300	100	2003
Marriott International	U\$ 34.9 bi	6.500	127	1927
Hilton Hotels & Resort	U\$ 18.7 bi	5.300	105	1919

Fuente: Forbes, citado por Santucci, 2017

El impacto económico generado por esta aplicación ha sido significativo. Para 2018, se observaron ingresos en los principales países que cuentan con la economía colaborativa de alquiler de alojamiento; Estados Unidos reporto que Airbnb genero ingresos superiores a 33.000 millones de dólares, un valor superior al de países como Francia y España.

Figura 3. Ranking mundial de países en base al impacto económico directo de Airbnb en 2018 (en millones de dólares)



Fuente: Statista, (2018).

Desde el punto de vista hotelero, el impacto generado por la introducción de Airbnb ha sido negativo, ya que el crecimiento de demanda para la plataforma se traduce en migración de clientes de cadenas hoteleras a Airbnb.

Las principales cadenas hoteleras afirman que la plataforma Airbnb se ha convertido en un competidor desleal a tal punto de considerarla ilegal e informal y que tal operación les ha traído millonarias pérdidas para las mismas y la disminución de empleos. La plataforma ya se encuentra en 191 países generando preocupación e intimidación, principalmente, para los pequeños establecimientos hoteleros que ven la reducción de clientes y el constante pago de obligaciones normativas que permiten su funcionamiento (Entornoturistico.com, s.f.).

4. Economía Colaborativa en Colombia (Airbnb en Bogotá D.C.)

A partir de un estudio realizado por el Instituto Distrital de Turismo en 2019, se puede evidenciar el crecimiento en la capital de plataformas y/o aplicativos dedicados al alquiler de alojamiento frente al sector hotelero. Las plataformas como Airbnb y HomeAway permiten a los usuarios acceder a alojamiento en distintos lugares de la capital, que les facilita su visita a los lugares icónicos de la ciudad.

Este estudio da la posibilidad recolectar información de alquiler por distancia de acuerdo a el sitio geográfico de distintos barrios en distintas localidades, variables de tipo de alquiler, cancelación de las mismas, calificación de servicio entre otros, en resumen, el estudio busca caracterizar la oferta de propiedades de acuerdo al barrio, localidad y plataforma que presenten mayor presencia de este tipo de servicios. (Instituto Distrital de Turismo, 2019).

Es importante aclarar que los dueños de las locaciones recurren a Airbnb para ofrecerla y entrar a ser parte del negocio. Por lo tanto, el estudio analiza el comportamiento y la densidad de posibles alojamientos en los diferentes barrios de Bogotá durante el periodo 2015 a 2019. Por medio de mapas de calor de acuerdo a intervalos de locaciones en el sector, el estudio muestra el crecimiento de alojamientos por la plataforma por toda la capital.

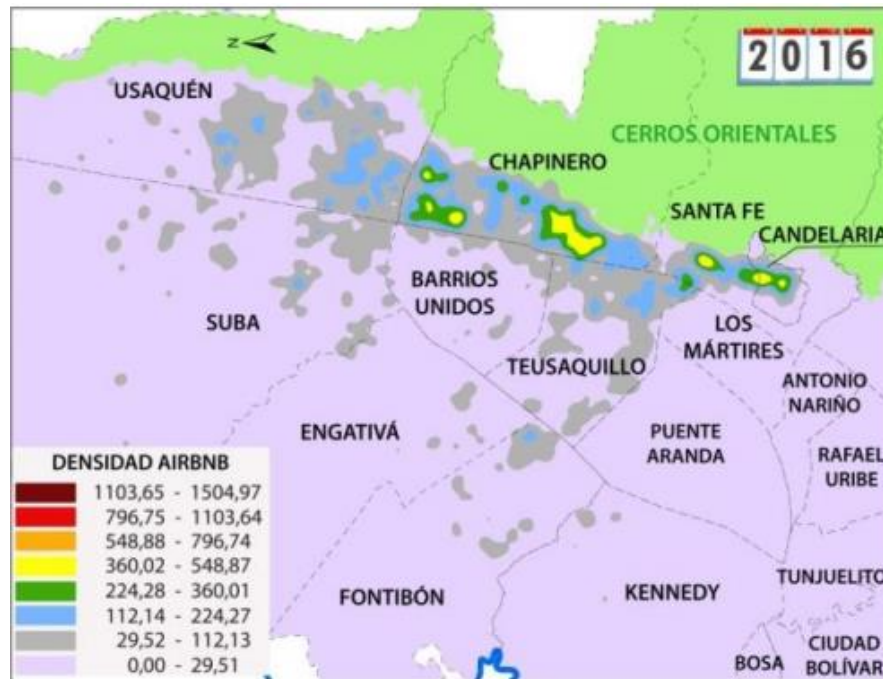
Figura 4. Densidad oferta Airbnb Bogotá 2015



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo (2019)

Durante el año 2015, se podía observar una concentración promedio entre las localidades de Candelaria, Santa Fe, Chapinero y parte de Usaquén, pertenecientes a la zona oriental de la capital. La mayor concentración de alojamientos correspondiente al rango entre 224,24 y 360,01 Unidades/km² se encuentra en los barrios de La Catedral en Candelaria, Veracruz en Santa Fe y Chapinero Central en Chapinero. (Instituto Distrital de Turismo, 2019).

Figura 5. Densidad oferta acumulada Airbnb Bogotá 2015 - 2016

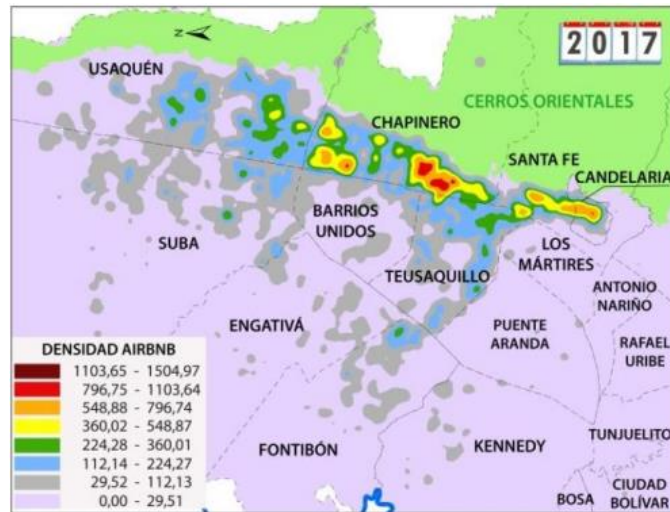


Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo (2019)

Para el año 2016, aumentó la concentración de alojamientos en el rango entre 360,02 y 548,87 Unidades/Km² en los barrios La Catedral de Candelaria, La Macarena de Santa Fe y dos áreas significativas de Chapinero y, alrededor de estas, se observan concentraciones entre 112,14 y 224,27 Unidades/Km². Además, en localidades como Teusaquillo, Fontibón, Barrios Unidos y Suba se observan nuevas concentraciones de menor densidad (entre 29,52 y 112,13 Unidades/Km²). (Instituto Distrital de Turismo, 2019).

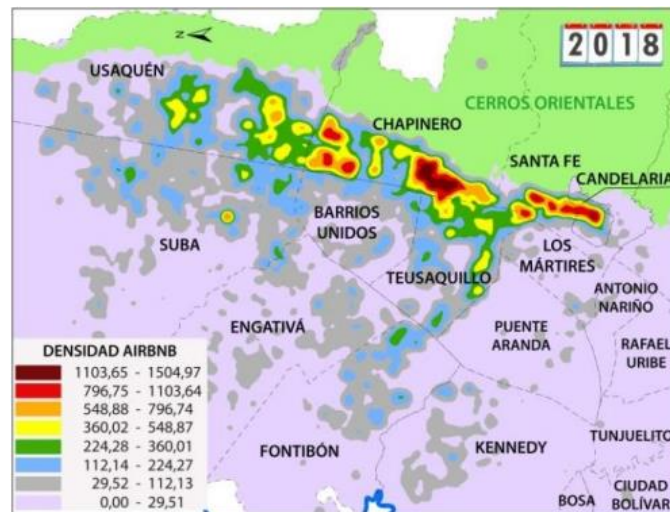
Para el 2017, la oferta de Airbnb muestra una concentración aún mayor en las localidades iniciales (Candelaria, Chapinero y Santa Fe) que oscila entre 548,88 y 1103,64 Unidades/Km², demostrando el creciente impacto económico de la plataforma en estas localidades. En algunos sectores sobre la localidad de Usaquén se observa el aumento en la concentración de oferta de 360,02 y 548,87 Unidades/Km², más específicamente en los barrios Rincón de Chico, Santa Bárbara y Molinos Norte. (Instituto Distrital de Turismo, 2019).

Figura 6. Densidad oferta acumulada Airbnb Bogotá 2015 - 2017



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo (2019)

Figura 7. Densidad oferta acumulada Airbnb Bogotá 2015 - 2018

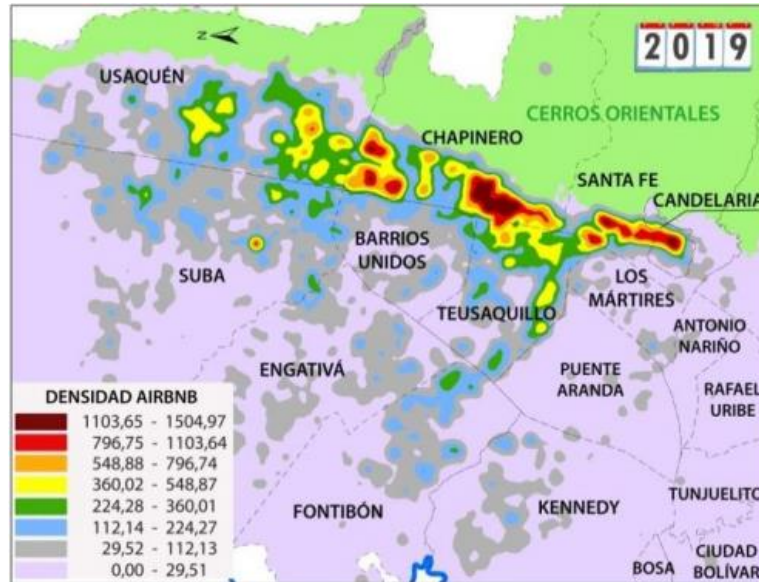


Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo (2019)

Para 2018 se observa la máxima concentración en el estudio en las localidades iniciales (Santa Fe y Candelaria y Chapinero) entre 1103,65 y 1504,97 Unidades/Km² en gran parte de los barrios. En Usaquén aumentaron las zonas con concentraciones entre 548,88 y 796,74 Unidades/Km², específicamente en los barrios Molinos Norte y Santa Bárbara Occidental y las segundas agrupaciones de concentración menor se ubicaban sobre Cedro Narvárez, Cedritos,

Acacias, Los Cedros, Caobos, (360,02 y 548,87 Unidades/Km²). (Instituto Distrital de Turismo, 2019).

Figura 8. Densidad oferta acumulada Airbnb Bogotá 2015 - 2019



Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo (2019)

Finalmente, en 2019, se forma un corredor de rangos amarillo, naranja, rojo y oscuro sobre el sector oriental de la ciudad, abarcando casi en su totalidad las localidades de Santa Fe, Candelaria, Chapinero, y parte de Teusaquillo. La zona de mayor concentración (1103,65 y 1504,97 Unidades/Km²) está ubicada en la zona Norte de Chapinero. La concentración intermedia esta ubicada en Teusaquillo, Suba y Usaquén, y en menores concentraciones de alojamiento abarca Suba, Barrios Unidos, Engativá, Fontibón y Kennedy.

El impacto económico generado por la plataforma tecnológica Airbnb durante el periodo (2015-2019) en Bogotá es realmente significativo: Según el Instituto Distrital de Turismo (2019):

Existe una cantidad acumulada de propiedades la cual nos indica el número de propiedades activas y alquiladas por lo menos una vez en el año, este se suma hasta obtener el acumulado de las 20.650 propiedades, número de propiedades que al

menos un mes durante el periodo 2015 – 2019. (Instituto Distrital de Turismo, 2019, p. 16).

Tabla 3. Cantidad de propiedades alquiladas entre 2015-2019

PERIODO	PROMEDIO MENSUAL	ACUMULADO	TASA CRECIMIENTO
2015	568	1.532	
2016	1320	5.158	124%
2017	2605	11.078	115%
2018	4066	19.109	72%
feb-19	5132	20.650	8%

Fuente: Instituto Distrital de Turismo – Observatorio de Turismo (2019)

Dada la expansión de la plataforma Airbnb por la ciudad de Bogotá y territorio nacional, el gobierno expide un decreto que busca legalizar este tipo de economías, ya que se dice que han incitado a la competencia desleal. La Asociación Hotelera y Turística de Colombia COTELCO exige que esta plataforma solo ofrezca aquellas propiedades que tengan registro nacional de turismo; actualmente se ha llegado a un acuerdo entre Airbnb y el Ministerio de Industria y Comercio para que se registre la empresa y empiece a contribuir con IVA.

5. Conclusiones y Recomendaciones

1. La economía colaborativa basa sus fundamentos en la idea de ahorrar recursos mediante el intercambio de bienes y servicios entre dos o más partes; todo esto bajo el concepto de alquilar, comprar, prestar o vender.
2. El constante crecimiento en el sector tecnológico permite a las personas diseñar o mejorar plataformas online que permiten el libre intercambio de bienes y servicios. Además, permite el desarrollo de nuevas ideas de negocio enfocadas al posicionamiento en cualquier tipo de mercado.
3. En el mercado nacional, existe un sinnúmero de productos y servicios que pueden crecer mediante el uso de la tecnología (páginas web, aplicaciones, plataformas tecnológicas). La plataforma Airbnb ingresó el mercado hotelero nacional suministrando al usuario mayores opciones de hospedaje con respecto al catálogo hotelero.
4. Actualmente existe un sector del mercado que busca viajar por sectores turísticos dando prioridad a aquellas opciones que ofrecen precios más cómodos y ubicaciones estratégicas que les permitan cumplir con su itinerario con el ahorro máximo de sus recursos (dinero, tiempo). Las plataformas Airbnb son una opción ideal para suplir estas necesidades.
5. Es recomendable plantear diferentes modelos de negocio en cualquier sector del mercado basados en las nuevas tecnologías. La innovación en el mercado es fundamental para asegurar su perdurabilidad.
6. El crecimiento económico en países en vía de desarrollo permite la inclusión de plataformas colaborativas y, de igual manera, el ofrecimiento de diferentes tipos de servicio a una mayor cantidad de la población. Colombia cuenta con plataformas como Rappi que simplifican la adquisición de servicios y facilitan la relación proveedor-cliente.

7. La inclusión de plataformas colaborativas en cualquier país requiere una normatividad y/o legislación que aseguren la competencia equitativa y evite la evasión de pagos al estado (impuestos, IVA entre otros). En el ámbito nacional, en 2018, el gobierno expidió el decreto 2119 que busca legalizar este tipo de aplicaciones.

8. Como se ha podido observar, los modelos de economía colaborativa basados en plataformas tecnológicas constituyen el futuro en el mercado hotelero, ya que comprende una mayor amplitud de alcance de clientes que, usualmente, no recurren a los hoteles actualmente constituidos. Es recomendable que el mercado hotelero actual se adapte a este nuevo modelo y busque brindar nuevas ofertas.

6. Referencias

- Alfonso, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 231-258. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/313904282_Economia_colaborativa_un_nuevo_mercado_para_la_economia_social
- Bustos, A., Velásquez, J. (2019). Rappi el tránsito de un sueño a super app. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46706/Caso%20-%20Rappi%20el%20transito%20de%20un%20sue%C3%B1o%20a%20s%C3%BAper%20app.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Caro, A., Cuzma, E., Villacorta, S., (2019). Plan Estratégico de la Empresa Uber 2019-2023 (Trabajo de Postgrado). Universidad del Pacífico. Recuperado de: http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2249/Arianis_Tesis_Maestria_2019.pdf?sequence=1
- Delgado, J., Ratto, C., Rodríguez, E., (2018). Plan Estratégico 2017-2020 para Uber (Trabajo de Postgrado). Universidad del Pacífico. Recuperado de: http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2063/Josimar_Tesis_Maestria_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Dieckow, L. M., (2019). La economía colaborativa en turismo mediante AIRBNB: ¿un Modelo solidario de empoderamiento de consumo de la Argentina y una alternativa del emprendedurismo?. Universidad Nacional de Misiones. Argentina. Recuperado de: <https://www.eumed.net/actas/19/economia-social/10-la-economia-colaborativa-en-turismo-mediante-airbnb-un-modelo-solidario.pdf>
- eMarketer (2017). “US Adult Uber Users and Penetration, 2016-2021 (millions and % of adult smartphone users)”. eMarketer. 29 de junio de 2017.
- Fondo Monetario Internacional FMI, (2020). Actualización de las Perspectivas de la Economía Mundial. Recuperado de: <https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2020/01/20/weo-update-january2020>

- García, J. (s.f.). Informe sobre Economía Colaborativa. Colegio Oficial Ingenieros de Telecomunicación. Recuperado de:
https://www.aeit.es/sites/default/files/migrate/content/downloads/20160608_informe_economia_colaborativa_9720405c.pdf
- Gutiérrez, F. (2016, abril). Confianza y cooperación: el corazón de la Economía Colaborativa en Medellín. Economía Colaborativa en América Latina Recuperado de:
<http://informeeconomicolaborativalatam.ie.edu/informe-economia-colaborativa.pdf>
- Hidalgo, D. (2011). Una definición de la economía colaborativa. Vlex España (En línea). Recuperado de <https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/definicion-economia-colaborativa-693008829>
- Instituto Distrital de Turismo (2019). Estudio Oferta Airbnb HomeAway. Recuperado de:
<http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/Estudio%20Oferta%20Airbnb%20Bogota2015-2019.pdf>
- La República (2019). Rappi alcanza los 100.000 repartidores en siete países de América Latina. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/globoeconomia/rappi-alcanza-100000-repartidores-en-siete-paises-de-america-latina-2895127>
- Lucerón, S., (2016). La economía colaborativa en el turismo: el caso de AIRBNB. Universidad de Jaen. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. España. Recuperado de:
<http://tauja.ujen.es/bitstream/10953.1/6874/1/tfg.pdf>
- Méndez, M., & Ramírez, D. (2017). Análisis económico de la economía colaborativa (Tesis de pregrado). Universidad EAFIT, Medellín.
- Quintero, M. (2018, agosto). Economías colaborativas, nuevas tendencias de consumo y retos para Latinoamérica y Colombia. Revista Campos en Ciencias Sociales, Bogotá D.C., Colombia: Universidad Santo Tomás Una. Recuperado de:
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/campos/article/view/4032>
- Rodríguez, M., Lozano. G., Villar. J., Henao. Y., Rodríguez, J., Campo. J., Carrillo. M. Parra. A., Herrera. J. (2018, abril). Regulación y Competencia en economías Colaborativas. Grupo de Estudios Económicos Superintendencia de Industria y Comercio. Recuperado de:
https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Proteccion_Competencia/EstudiosEconomic

os/Documentos_elaborados_Grupo_Estudios_Economicos/Economias_Colaborativas_GE
E_final.pdf

Samuelson, P., Nordhaus, W., (2010). Economía con aplicaciones a Latinoamérica, Decimonovena edición, McGraw-Hill/Irwin, impreso en México por Programas Educativos S.A. de C.V.

Sánchez-Montaña, L. (2018). Análisis de Competencia entre Airbnb y otras Alternativas de Alojamiento. Universidad Pontificia Comillas. Madrid, España. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/23217/TFG-%20SA%E3%80%8Bchez-MontaA%E5%B8%B6%20Herrero,%20LucA%E8%8B%94.pdf?sequence=1>

Santucci, B., Eger, J., Tomelin, C., Lisboa, A. (2019). Economía Compartida: Un Estudio sobre Airbnb. Estudios. Revista Estudios y Perspectivas en Turismo, 28(636-651). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6973383>