



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS



FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN

CAMPUS I

ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MODELO *PEER TO PEER* (PAR A PAR) EN LA
COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS DE TUXTLA GUTIÉRREZ,
CHIAPAS.

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN GESTIÓN PARA EL
DESARROLLO

PRESENTA:

ESTEFANIA OCHOA ALTAMIRANO A120434

DIRECTOR DE TESIS

DR. DANIEL HERNÁNDEZ CRUZ

TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS, FEBRERO 2024

AGRADECIMIENTOS

Primeramente agradezco a dios por permitirme tener y ser parte de una familia tan maravillosa y llena de luz, también le doy gracias por darme cada día de mi vida con los cuales puedo realizar y cumplir con mis metas y objetivos, gracias Dios por la vida que me ofreciste.

Agradezco a mi director de tesis el Dr. Daniel Hernández Cruz, persona de gran sabiduría que me ha brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento.

A mis padres Victor Manuel Ochoa López y Georgina Altamirano Lázaro, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este. Me formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final de cuentas, me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos y sueños.

Así mismo agradezco a mi hermana Monserrat Ochoa, a mi tía Alba Altamirano, a mi prima Camila Moran y a mi abuelita Alba Lázaro que estas en el cielo, agradezco todo el apoyo y los ánimos que me brindaron siempre.

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; 16 de enero de 2024
Oficio No. D/CIP/TIP/003/2024.

ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO

**C. ESTEFANIA OCHOA ALTAMIRANO
CANDIDATA AL GRADO DE MAESTRA EN GESTIÓN
PARA EL DESARROLLO.
PRESENTE**

Por este medio me permito informarle que se **AUTORIZA** la impresión de su tesis titulada: **ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL MODELO PEER TO PEER (PAR A PAR) EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS DE TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS**. Toda vez que ha sido liberada según oficio sin número, de fecha septiembre 15 de 2023, suscrito por el Dr. Daniel Hernández Cruz, Director de la tesis mencionada.

Cabe mencionar que se ha constatado que ha cumplido con los procedimientos administrativos y académicos relacionados con la modalidad de evaluación propuesta, conforme a lo dispuesto a la obtención de grado en el Estatuto Integral de la Universidad Autónoma de Chiapas, así como con el Plan de Estudios correspondiente.

Atentamente

"POR LA CONCIENCIA DE LA NECESIDAD DE

**Dr. Hugo Adrián Pizaña Vidal
Encargado de la Coordinación**



C.c.p. Archivo Minutario
*HAPV/ssg



Boulevard Dr. Belisario Domínguez Km 1081, Sin Número Col. Terán Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México,
C.P. 29050 Tel. 961 61 54249 Ext. 112 , e-mail: posgradofca2018@gmail.com



ÍNDICE

Introducción.	i
CAPITULO I. PROBLEMATIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	Página. 1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	Página. 1
1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	Página. 3
1.2.1 General	Página. 3
1.2.2 Específico	Página. 3
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	Página. 4
1.4. DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL DE LA INVESTIGACIÓN.	Página. 5
1.4.1. Espacial	Página. 5
1.4.2. Temporal	Página. 5
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL (CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO)	Página. 6
2.1. GESTIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA	Página. 6
2.1.1. Definición de empresa hotelera	Página. 8
2.1.2. Características de empresas hoteleras	Página. 9
2.1.3. Clasificación de empresas hoteleras	Página. 10
2.1.4. Gestión organizacional de la empresa hotelera.	Página. 14
2.2. GESTIÓN DE MODELOS DE NEGOCIOS	Página. 17
2.2.1 Concepto de modelo de negocios	Página. 17

2.2.2	Clasificación de modelos de negocios	Página. 18
2.2.3	Funciones de los modelos de negocios	Página. 20
2.2.4	Estructura de los modelos de negocios	Página. 22
2.2.5	Elementos de los modelos de negocios	Página. 23
2.2.6	Papel de los modelos de negocios en la actividad turística	Página. 26
2.3.	MODELO DE NEGOCIOS PEER TO PEER	Página. 27
2.3.1.	Concepto de Peer to Peer	Página. 27
2.3.2.	Características del Peer to Peer	Página. 29
2.3.3.	Funcionalidad de Peer to Peer	Página. 31
2.3.4.	Formulación del Modelo de Negocios <i>P2P</i>	Página. 32
2.3.5.	Implantación del Modelo de Negocios <i>P2P</i>	Página. 34
CAPITULO III.	CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	Página. 35
3.1.	TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS.	Página.35
3.1.1.	Generalidades de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas	Página. 35
3.1.2.	Actividades económicas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas	Página. 36
3.1.3.	El turismo en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas	Página. 36
CAPITULO IV.	SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA	Página. 38
CAPITULO V.	ABORDAJE Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	Página. 43
5.1.	DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN	Página. 43

5.1.1. Tipo de investigación	Página. 44
5.2. FORMULACIÓN DE LA HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.	Página. 45
5.2.1. Identificación de las variables	Página. 46
5.2.2. Definición conceptual de las variables	Página. 47
5.2.3. Definición operacional de las variables	Página. 48
5.3. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN A ESTUDIAR	Página. 49
5.4. SELECCIÓN DE LAS TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	Página. 50
5.5. TABULACIÓN, REPRESENTACIÓN GRÁFICA, ANÁLISIS DE LOS DATOS DE INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA.	Página. 51
CAPITULO VI PROPUESTAS DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN O CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	Página. 62

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Directorio de alojamiento.	Página. 37
Tabla 2. Tasa de Impuestos sobre la prestación de servicios de hospedaje por entidad federativa.	Página. 41
Tabla 3. Formulación de Hipótesis	Página. 45
Tabla 4. Definición conceptual de las variables	Página. 47
Tabla 5. Definición operacional de las variables	Página. 48

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Ubicación geográfica de Tuxtla Gutiérrez.	Página. 5
Imagen 2. El modelo Canvas.	Página. 22
Imagen 3. Encuestas de la OMT	Página. 38
Imagen 4. Encuestas de la OMT	Página. 39

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pasos de una Gestión organizacional.	Página. 15
Figura 2. Funciones de un Modelo de Negocios.	Página. 20

Introducción.

Los modelos de negocios hoy en día juegan un papel importante dentro de las empresas hoteleras, es decir, se podría llegar a pensar como una empresa pueda mantenerse posicionada dentro del mercado, es necesario la aplicación de los modelos de negocios, sin embargo, es indispensable precisar el motivo o la circunstancia por el cual es necesario implementarlo.

Dado a que existe una gran cantidad de modelos de negocios que pueden ayudar o beneficiar a las empresas turísticas hoteleras, de igual forma encontramos a aquellos modelos que pueden perjudicarlas, es el caso del modelo analizado dentro de esta investigación. Es por eso que en esta investigación se busca analizar el impacto que genera en las empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez un modelo de negocios muy específico que lleva por nombre *Peer to Peer*, en el cual se aborda el problema generado por dicho modelo, de modo que se busca poder crear propuestas que auxilien y eviten que las empresas turísticas hoteleras sean dañadas.

En el capítulo uno que lleva por nombre “Problematización del objeto de estudio”, se menciona cual es el problema a analizar, y por qué surge la expectación de saber el impacto que tiene en las empresas hoteleras, dentro de este capítulo igual se establecen los objetivos a alcanzar para poder tener una línea de investigación, siguiente a eso, se delimita el espacio y el tiempo de la investigación.

En el capítulo dos se hablará del estudio de empresa turística, de sus definiciones, características y su gestión organizacional, todo esto tendrá como motivo el dar a conocer más sobre la estructura y composición de una empresa turística hotelera y así poder percibir la manera en que esta afecta, por eso también se aborda el término de modelo de negocios ya que para poder comprender cualquier tipo de modelo especificado, es necesario primero conocer lo que son los modelos en general, para que funcionen y todas sus características.

Siguiendo con la investigación se mencionan todas sus características, funciones del modelo de negocios peer to peer, la forma en la que se formula y su implementación, claro está que es necesario saber sobre este modelo y poderlo



aplicar teóricamente a las empresas hoteleras que son estudiadas, para luego determinar el impacto dentro de la competitividad de este modelo en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

En el capítulo tres se presenta en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez, donde se exponen las principales características, la oferta de recursos y sus atractivos turísticos, además de valorar si se trata de una oferta turística organizada, entendiendo como oferta organizada a un conjunto de recursos, atractivos, y servicios turísticos que funcionan de forma coordinada y ordenada, ya que estas son actividades que ayudan a satisfacer las necesidades y expectativas actuales de visitantes y en condiciones de ser comercializada.

En el capítulo cuatro se mencionan los organismos públicos y privados que regulan la actividad turística, se nombran si tienen alguna estrategia, para disminuir el impacto del modelo de negocios peer to peer.

En el capítulo cinco establecen los enfoques a utilizar y es en este caso que se desarrolla un enfoque mixto ya que la investigación lo amerita, con respecto al alcance, es de carácter exploratorio por el desconocimiento del tema. La hipótesis y las variables también se establecen para tener un control sobre la investigación y tener especificado la dirección que este debe de llevar. De igual manera se presenta el abordaje y metodología de la investigación, se muestra la importancia de identificar la población y la muestra para delimitar las empresas a investigar, ya que como la cantidad de empresas dedicadas a la hotelería es basta, es necesario obtener un porcentaje considerable de la población.

El capítulo seis, el cual se encuentra inmerso dentro de la investigación trata de las recomendaciones que se crearon conforme a la investigación y a los resultados obtenidos por ella, para así, poder realizar la conclusión de toda la investigación.



CAPITULO I. PROBLEMATIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los modelos de negocios son utilizados para describir y clasificar negocios, así como también pueden ser una representación abstracta de una organización, representan aspectos importantes o centrales de negocios, por ejemplo: el propósito, los objetivos, el mercado al cual estará destinado, la infraestructura del mismo, las políticas, etc. Los modelos de negocios se especifican en el emprendimiento, sin embargo, también se pueden utilizar dentro de empresas por directivos para ver las posibilidades de desarrollo en un futuro.

En el continente europeo surge esta tendencia que es implementada como un modelo de negocios llamado *Peer to Peer* o también conocido por sus siglas en inglés *P2P* el cual es una red de ordenadores que aprovechan, administran y optimizan el uso de la banda ancha, que acumulan otros usuarios en una red por medio de la conectividad entre los mismos usuarios que participan en la red.

Una de sus principales faltas que presenta el *P2P*, es que permite que cualquier individuo pueda realizar un acto de comercio con los bienes que tienen sin estar regulados por normas y leyes que impidan su mal funcionamiento. Ya que la forma operacional del modelo de negocios *Peer to Peer* es mediante plataformas cibernéticas es importante mencionar que la baja regulación que se le da a este tipo de redes.

Actualmente en el continente europeo ya existen leyes para regularizar este tipo de modelo, en el país no existe un marco jurídico, pero si existen iniciativas.

En México se está presentando una propuesta para regularizar las plataformas digitales que ofrecen servicios de hospedaje como Airbnb, el senador por el PRD, Antonio García Conejo, propuso reformar la Ley General de Turismo y el Código de Comercio, e integrar en la ley el concepto: “alquiler de habitaciones por días en viviendas utilizadas como domicilio habitual, a cambio de una prestación económica por estancias menores a seis meses”, como una actividad comercial,



subrayó, tanto usuarios, prestadores e intermediarios, tendrán un marco jurídico claro para resolver sus controversias. Se destacó que con esta medida las autoridades contarían con una base de datos actualizada, a la par del crecimiento de dichas plataformas, facilitando la recaudación y regulación que causen con motivo de su uso.

En la actualidad la actividad turística es una fuente de ingreso para la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, la cual se puede encontrar dañada por la implementación de este modelo de negocios, siendo ya existente en la capital, habiendo sido afectadas las micro y pequeñas empresas hoteleras, impidiendo el desarrollo y crecimiento de estas.

Es aquí donde la competitividad entre estos dos sectores económicos juega un papel importante para las empresas de gestión hotelera y el modelo de negocio *P2P* el cual se da de manera desigual de parte de los sitios que se encuentran inmersos en el modelo de negocios *P2P* en donde se llevan a cabo los actos de comercio ilegal.

Ya que la forma operacional del modelo de negocios *Peer to Peer* es mediante sitios cibernéticos es importante mencionar que la baja regulación que se le da a este tipo de redes, en este caso el *P2P*, permite que su uso pueda ser de forma inadecuada, generando poca o nula seguridad a quienes hagan uso del servicio que ofrecen estos sitios web.

Con base en lo planteado es necesario analizar lo siguiente ¿Cuál es el efecto del modelo de negocios peer to peer en las pequeñas y medianas empresas del sector hotelero de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas? ¿Las empresas hoteleras tienen conocimiento sobre los organismos públicos y privados que rigen la actividad turística de la capital? ¿Cuáles serían las medidas preventivas que utilizarías las micro y pequeñas empresas, para no verse afectado por este dicho modelo?



1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. General

Comprender los efectos del modelo de negocios peer to peer sobre la competitividad en las micro y pequeñas empresas del sector hotelero de Tuxtla Gutiérrez, proponer una alternativa para regularizar este tipo de modelo y permita disminuir el uso equivoco de estas plataformas.

1.2.2. Específicos

- Analizar las características y funciones del modelo de negocios peer to peer, y evaluar la forma que impacta en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Investigar el estado que guarda la actividad a través de los organismos públicos y privados que rigen este tipo de modelo de negocios p2p.
- Identificar las medidas implementadas para evitar y disminuir el impacto del modelo de negocios p2p y proponer una estrategia con base en el conocimiento organizacional de las pequeñas y medianas empresas hoteleras.



1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El conocimiento de cualquier modelo extranjero de negocio es indispensable al momento de tratar de ser implementado en otro sector económico, ya que como bien puede ser útil en el país donde se originó, puede ser nocivo en otro, porque su implementación o su uso y su funcionalidad es equivocada para las necesidades del país donde se desea implementar.

Debido a eso es importante tener en cuenta los daños que causan el Modelo Peer to Peer en las empresas hoteleras localizadas en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Dentro de la importancia que se le debe de dar a futuros modelos que puedan ser implementados y que afecten al sector turístico en general está el de mantener una competitividad leal en donde ambos puedan ejercer sus actividades de forma correcta bajo los lineamientos establecidos en la ley general del comercio, es aquí donde se lograra una igualdad para ambos competidores.

En el caso del modelo *P2P* se tiene que implementar normas o leyes adecuadas para poder evitar las transacciones de comercio ilegal y evitar daños al sector económico del turismo, de tal motivo al lograr regularizar y teniendo el control de dicho modelo, se obtendría un desarrollo y crecimiento económico.

En las empresas hoteleras de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, ya que se podrá conseguir beneficios efectivos para la actividad turística de la capital de estado de Chiapas, siendo las pequeñas y medianas empresas el principal sector favorecido.

Teniendo esto claro, se debería aumentar las estrategias competitivas y mejorar la organización interna por parte de las empresas hoteleras para evitar que los modelos de este tipo de actividad comercial puedan afectar su economía y demás aspectos vulnerables, que por falta de información provocaría una baja en la actividad económica de la capital.



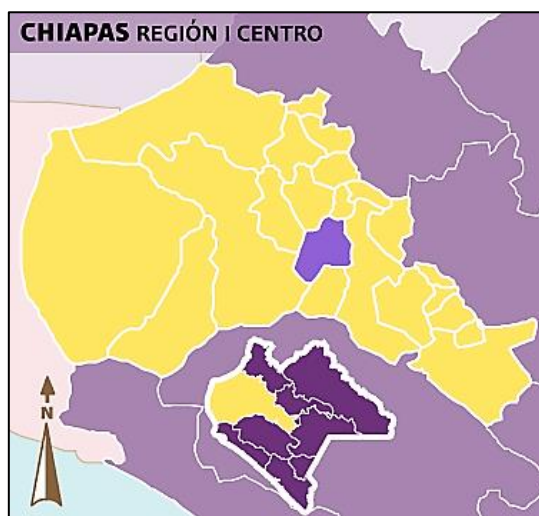
1.4. DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Delimitación espacial.

Esta investigación se realiza en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez, localizada en la Región Metropolitana del estado de Chiapas.

El municipio de Tuxtla Gutiérrez se ubica en los límites de la Depresión Central, sus coordenadas geográficas son 16°38' y 16°51' de latitud norte; y en las coordenadas 93°02' y 94°15' de longitud oeste. Se ubica a una altitud de 522 metros sobre el nivel del mar. Con una superficie territorial de 334.61 km² ocupa el 0.45% del territorio estatal. Limita al norte con San Fernando y Osumacinta, al este con Chiapa de Corzo, al sur con Suchiapa y al oeste con Ocozocoautla de Espinosa y Berriozábal.

Imagen 1. Ubicación geográfica de Tuxtla Gutiérrez



Fuente: (www.chiapas.gob.mx. Consultado el 16 de Septiembre del 2022)

1.4.2. Delimitación temporal.

La investigación será realizada a partir de 01 de Noviembre del 2022, finalizando el día 31 de agosto del 2023, para su posterior entrega el día 15 de septiembre de este mismo año. En ella se abarcará los temas de cada capítulo en tiempos previamente estipulados, para que de esta manera se concluya de manera satisfactoriamente.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL (CONCEPTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO)

El presente capítulo se aborda el estudio de una empresa turística hotelera, en el cual son mencionadas sus definiciones, sus generalidades basadas generalmente en su estructura, y por ultimo su gestión organizacional. De igual manera se presenta el término modelo de negocios, siendo este el pilar de esta investigación comprende su funcionalidad como tal, basándose en la estructura de Canvas y el estudio de sus nueve elementos, para poder aplicarlos correctamente, siendo así podemos obtener un modelo de negocios apropiado.

2.1. GESTIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA.

El turismo no es una actividad aislada, muy por el contrario, pocas actividades económicas tienen tantas repercusiones y ramificaciones, quebranta las relaciones sociales, debido al contacto entre turistas y residentes. A nivel cultural, por que con esta se adquiere cultura y conocimientos. A nivel político, promoción, control de la actividad turística por parte de las administraciones públicas, entre otros. La relación que se da puede ser de ámbito absoluto, donde el estado controla toda la actividad turística, o de ámbito liberal, aunque normalmente hoy en día se da de manera intermedia. Ya que en parte en estado tiene control sobre las empresas turísticas al estar sometidas a normas y leyes y por otro lado de igual manera mantiene un cierto grado de autonomía al realizar su actividad económica.

En definitiva, el turismo se relaciona con todos los ámbitos de la sociedad, al igual que está relacionado con las relaciones internacionales al momento de realizar viajes de un país a otro, dando así a la regulación internacional del turismo en donde claros ejemplos son los visados.

Es así que por medio de la gestión de las empresas turísticas se debe de comprender primero analizando el concepto de empresa para poder lograr entender lo complejo y sorprendente que es una empresa hotelera.



En palabras de McIntosh, Goeldner y Ritchie (2004:69) “La empresa es un todo, organizado y estructurado por recursos materiales, financieros y humanos, cuyo objetivo principal es producir y distribuir productos o servicios a la sociedad”.

Por su parte el turismo como fenómenos humanos de carácter complejo se origina por la necesidad inherente al individuo de integrarse a su entorno en cualquiera de sus ámbitos ya sea de índole física, cultural, de descanso, de conocimiento, de recreación, de placer, etc., aprovechando la variable tiempo para llevar a cabo una actividad de desplazamiento desde el lugar de origen, hasta el de recreación, actividad que conocemos como turística.

Por lo tanto, la actividad turística como tal conlleva una serie de características que deben de responder al fenómeno turístico, causa de la misma, y entre ellas podemos enunciar lo siguiente.

- Económica, porque es una actividad generadora de riqueza natural.
- Humanas, ya que es una actividad satisfactoria de necesidades humanas.
- Sociales, es decir, de apoyo a la sociedad.
- Administrativas, de manejo racional y permanente de los diversos procesos y procedimientos para cumplir con los objetivos.

Con base a lo planteado, la empresa hotelera, es una de las principales que se ofrecen en la industria turística, por tal motivo es conveniente estudiar los conceptos relaciones con este término.



2.1.1. Definición de Empresa Hotelera.

Ahora en tiempo es importante conocer el significado de empresa hotelera, ya que esto permite poder hacer el uso adecuado de la misma, así como también tener en cuenta que la definición de una empresa hotelera varía según su categoría y para poder comprender cada una es necesario entenderla como un todo; es por eso que:

En palabras de Gerald Lattin (2009), define hotel como: "Un edificio o una institución que proporciona alojamiento, comidas y servicios al público".

Francisco de la Torre (2009), un hotel es: "Es una institución de carácter público que ofrece al viajero alojamiento, alimentos y bebidas, así como entretenimiento, la cual opera con la finalidad de obtener utilidades".

En ideas de Luis Di Muro Pérez (2012:16) define al hotel como: "un establecimiento de carácter público, destinado a dar una serie de servicios: alojamiento, alimentos, bebidas y entretenimiento, que persigue tres grandes objetivos:

- ✓ Ser fuente de ingresos.
- ✓ Ser fuente de empleos.
- ✓ Dar servicio a la comunidad.

La definición de los autores mencionados, se comprende que la empresa hotelera se caracteriza por la prestación de un conjunto de servicios de hospedaje de forma profesional y habitual, se pueden diferenciar según la categoría del hotel, su dimensión, ubicación y localización geográfica y otras características de tipo estructural.



2.1.2. Características de empresas hoteleras.

Las generalidades de toda empresa se basan en general a su estructura, en función de los servicios y actividades que desarrolla, de sus relaciones con el entorno y de su relación con el mercado al que sirve. De acuerdo con las actividades que el sector hotelero realiza, podemos decir que existen diversos tipos de empresas hoteleras, en las cuales encontramos dos características: las generales, comunes a toda empresa y las específicas relativas en particular a la actividad que realiza la empresa.

Ramírez (2007:88) menciona las siguientes características de una empresa turística.

Características específicas en hoteles:

- Con capacidad de alojamiento reducido o extensa y con tendencia a la expansión.
- Rigidez excesiva en la oferta de servicio.
- Personal altamente especializado.
- Alto grado de seguridad y mantenimiento.
- Gestión empresarial bastante compleja.
- Actividad comercial fluctuante debido al ciclo estacional.

Características generales en hoteles.

- Estructura bastante rígida que obedece a la propia rigidez de la oferta turística.
- Unidad económica generadora de riqueza.
- Objetivos de servicio de lucro.
- Organización social y humana.
- Estructura formal a las que se aplican las técnicas de gestión.
- Poca diversificación de operaciones y tareas.



- Ubicaciones lejos del mercado turístico.
- Demanda flexible y elástica.
- Mercado nacional e internacional.
- Demanda intermitente, no continua.
- Mercado de masa.
- Producto turístico sujeto a la fluctuación de los precios y al control gubernamental.
- Financiamiento propio, o por créditos públicos y privados.
- Personal calificado.

Con lo mencionado anteriormente se puede percatar que las características generales son aquellas comunes de cualquier empresa hotelera, es decir que son esenciales para un desempeño recomendable para su clasificación o categoría, por otro lado, se encuentran las específicas, ya que estas son relativas a la clasificación que desempeña la empresa hotelera, ya que todo esto dependerá del funcionamiento de la empresa como tal, es por eso que ambas son importantes y determinante en relación a su desarrollo.

2.1.3. Clasificación de empresas hoteleras.

Los hoteles pueden clasificarse de acuerdo con las siguientes modalidades:

- Nivel de servicios.
- Tipo de establecimiento.
- Según su tamaño.
- Categoría estrellas

a) Nivel de servicios.

- Hotel económico (servicio limitado):
 - Habitaciones privadas con baño, funcionales e higiénicas.
 - Mobiliario y decoración aceptables.



- TV con cable y teléfono en todas sus habitaciones.
- Servicios mínimos de alimentos y bebidas.
- Personal reducido.
- Hotel de mediana categoría:
 - Cuenta con habitaciones cómodas en tamaño y con equipamiento completo.
 - Brindan varios servicios de alimentos y bebidas.
 - Cuentan con mayor número de empleados económicos.
 - Disponen de una decoración diseñada profesionalmente.
 - Son llamados hoteles de clase turista.
- Hotel de primera clase para ejecutivos:
 - Disponen de comodidades y decoración excepcionales.
 - Personal altamente especializado.
 - Servicios de alimentos y bebidas de máximo nivel.
 - Cuentan con una gran cantidad de habitaciones de lujo.
 - Se ubican en las principales capitales.

b) Según el tipo de establecimiento.

- Hotel tradicional:
 - Basan su negocio en la venta de hospedaje, como punto de venta principal.
 - Además de otros servicios básicos, brindan alimentos y bebidas, garaje, entretenimientos, etcétera.
 - Si son metropolitanos, su principal cliente es el ejecutivo de negocios.
- Motel, cuyas cualidades son:
 - Estar ubicados al costado de carreteras o autopistas.
 - Son de fácil acceso y visualización.
 - Disponen de estacionamiento para cada habitación.
 - Por lo general, los servicios de alimentos y bebidas son limitados.



- Hostal:
 - Son establecimientos que brindan mínimos servicios y calidad acorde.
 - Administración familiar.
 - Tarifas reducidas.
 - Se ubican, por lo general, en pequeños poblados o zonas de atractivos turísticos.
 - En algunos países son construcciones de alto valor cultural e histórico.
- Posada:
 - Se ubican generalmente en centros poblados.
 - Sus servicios son reducidos, al igual que las tarifas ofrecidas.
- Alojamientos “cama y desayuno” (Bed & Breakfast Inn)
 - Se ubican en ciudades con alta demanda de alojamiento.
 - Cuentan con pocas habitaciones.
 - Son administrados y atendidos por sus dueños.
 - Se destacan por su atención personalizada.

c) Según su tamaño

- Hotel pequeño:

Por lo general aquí se agrupa a los establecimientos de hasta 50 habitaciones, en casi todos los casos, estos se encuentran administrados por sus propios dueños o por su familia, y la contabilidad se realiza fuera de la empresa.

- Hotel mediano:

Disponen entre 150 y 300 habitaciones. Poseen en la mayoría de los casos, gerentes profesionales, cuya cantidad depende de la organización del mismo.



➤ Hotel grande:

Cuentan con más de 300 habitaciones, su organización refleja claramente la complejidad, diferenciándose dos grandes áreas: la administrativa y la operativa.

d) Categoría estrellas.

1 Estrella (Económico)

Se espera que un hotel de una estrella ofrezca alojamiento limpio, básico, con pocas o ninguna instalación. Las habitaciones normalmente están decoradas de manera funcional y son compactas. Puede o no tener un baño privado, teléfono en la habitación, televisión o servicios. Los hoteles de una estrella suelen estar cerca de restaurantes y atracciones turísticas.

2 Estrellas (Valor)

Un hotel de dos estrellas, se espera que ofrezca un alojamiento limpio y básico. Estos pueden tener o no un centro de negocios o acceso a internet, pero por lo general no tiene salas de reuniones, botones, gimnasio o instalaciones recreativas. El restaurante a menudo se limita a servicio de café o un desayuno continental. Las habitaciones ofrecen normalmente baño privado, teléfono, televisión y servicios limitados. Un hotel de dos estrellas es ideal para viajeros de negocios o exploradores, donde el costo es un factor.

3 Estrellas (Calidad)

Un hotel de tres estrellas pone mayor énfasis en la comodidad, estilo y servicio personalizado. A menudo tienen un restaurante en el hotel, alberca, gimnasio, una tienda de conveniencia y botones. Generalmente, hay salas de juntas y/ o salas de conferencia y servicios relacionados disponibles. Las habitaciones incluyen más servicios y hay una atención más cuidadosa a la calidad y comodidad.



4 Estrellas (Superior)

Un hotel de cuatros estrellas es una prioridad superior, que general ofrece más de un restaurante, bar y servicios a cuartos con horario prolongado. Los servicios disponibles pueden incluir botones, concierge y servicio valet parking. Normalmente, cuentan con centro de conferencias y servicios de negocio. Las habitaciones son amplias y por lo general ofrecen un mobiliaria elegante, ropa de cama de alta calidad, productos de baño y una amplia gama de servicios como minibar y secadora de pelo.

5 Estrellas (Excepcional)

Un hotel de cinco estrellas está muy orientado al servicio y brinda altos estándares de comodidad y calidad. Cuenta con más de un restaurante, a menudo incluyendo a una opción de restaurante gourmet, así como un bar o sala de estar y servicio a cuartos las 24 horas.

Puede también ofrecer canchas de tenis y acceso a campo de golf, así como un Spa, un gimnasio moderno y alberca.

2.1.4. Gestión organizacional de la empresa hotelera.

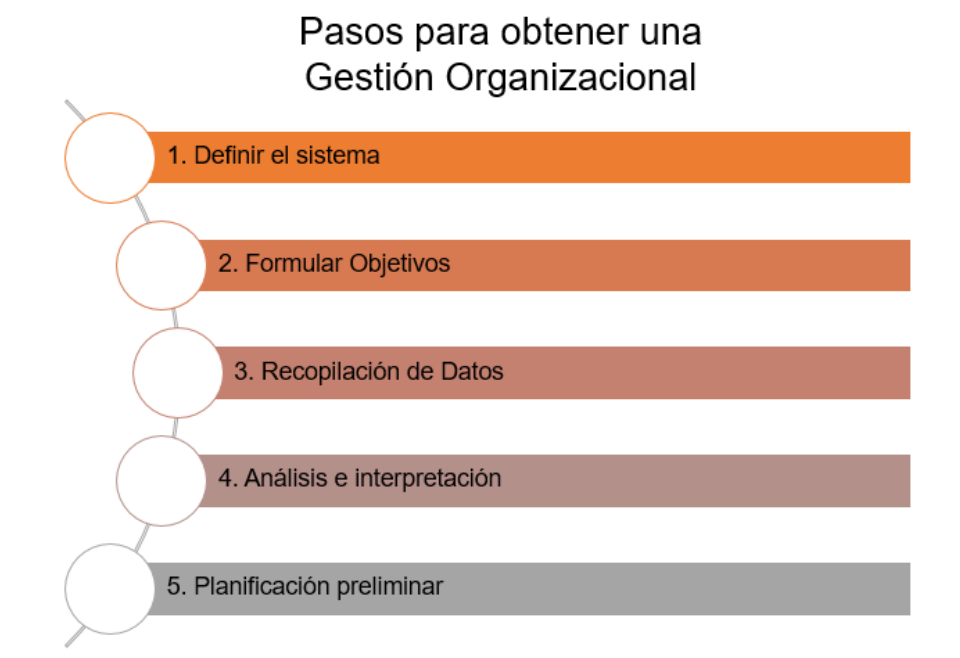
Como toda empresa hotelera es necesario tener una gestión organizacional, ya que esta permite observar la situación en la que se encuentra y de su entorno, analiza las fortalezas y debilidades de esta. Verifica los principales componentes tales como propósitos, objetivos, estrategias y políticas.

Según McIntosh, Goeldner y Ritchie (2005:365a) “La planificación apropiada (de los aspectos físicos, legales, de promoción, financieros, económicos, de mercado, de administración, de sociales y ambientales) ayudará a obtener los beneficios del desarrollo de turismo”.



En una buena planificación se detiene el resultado deseado y se trabaja de una manera sistemática para lograr el buen éxito. Los pasos siguientes describen brevemente una secuencia lógica. En el cual se muestran en la siguiente figura.

Figura 1. Pasos de una Gestión organizacional.



Fuente: Elaborado a partir de McIntosh, Goeldner y Ritchie (2005:365)

Los pasos anteriores son secuenciales por que su objetivo es lograr una buena gestión de una empresa turística, el primer punto donde se define el sistema hace referencia a las preguntas básicas; ¿Dónde? ¿Qué? ¿Cómo? ¿Paraqué? ¿Cuándo? ¿Conque? ¿Por qué?, que se requieren para delimitar la idea del sistema a utilizar.

El paso número dos tiene en cuenta la finalidad del sistema estableciendo así los objetivos generales y específicos, como también, los que serán a corto y a

largo plazo, para que con ello tenga una dirección establecida de lo que se desea obtener. El paso número tres que menciona la recolección de datos, como bien su nombre lo indica, es la adquisición de datos que tengan utilidad para la elaboración del plan a desarrollar, estos se lograrían adquirir empleando una serie de estrategias para lograrlo como lo mencionados en el punto.

Siguiente a eso, en el paso número cuatro de análisis e interpretación, se busca que los datos recopilados anteriormente se relacionen creando información de importancia para el sistema, de ahí se buscaría la interpretación de los mismos y se llegaría a conclusiones basadas en la utilidad de dicha información que dan lugar al último paso donde se desarrolla un plan preliminar que no es más que poner a prueba las posibles soluciones físicas, es decir que se emplean modelos y planes para saber y dar a conocer aspectos externos del sistema, donde abarcan puntos de interés como la imagen, el espacio a ocupar o el terreno, el aspecto financiero, en el cual entra la inversión y el flujo de dinero, todo esto se realiza teniendo en cuenta las leyes, reglas y lineamientos establecidos legalmente.

Es así como como se logra percibir la importancia de la gestión organizacional de una empresa turística hotelera como una referencia a un pilar con el cual se logra apoyar teniendo la empresa una buena planeación, un control y una dirección, para que con esta pueda desarrollar y ejecutar el propósito de su creación, ya que sin ella no tendría un correcto desempeño como empresa.



2.2. GESTIÓN DE MODELO DE NEGOCIOS

A continuación, se desarrolla la definición del modelo de negocios y sus principales características. Para luego simplificar la necesidad de entender la dinámica de un modelo de negocios y el concepto de gestión, lo cual se menciona que es una parte importante de una empresa, que ejerce este tipo de modelo, ya que esta nos muestra las actividades principales. Por último, se menciona la representación de un modelo de negocios.

2.2.1. Concepto de modelo de negocios.

La importancia de la conceptualización de un modelo de negocios es poder comprender como puede ser aplicado a las empresas turísticas hoteleras, para que este logre ayudar en su campo laboral con relación a su competitividad, causando una mejor aplicación de los planes elaborados con anticipación.

En ideas de Magretta (2002:12) “un modelo de negocios es un conjunto de actividades planeadas (algunas veces conocidas como procesos de negocios), diseñadas para producir un beneficio en el mercado. Un modelo de negocios no siempre es lo mismo que una estrategia de negocios, aunque en algunos casos están lo más cerca que pueden uno del otro, ya que el modelo de negocios considera de manera explícita el entorno competitivo”.

En palabras de Drucker (1984) fue el primero en hablar del tema proponiendo que “un modelo de negocio se refiere a la forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio”. (14)

Según Eriksson y Penker (2000:274) postula que es “una abstracción de cómo una empresa funciona, proporciona una vista simplificada de la estructura de negocios que actúa como la base para la comunicación, mejoras o innovación los requisitos de los sistemas de información que apoyan a la empresa”.



Según Amit y Zott (2001) “un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio”. (511).

Se logra deducir lo que significa modelo de negocios porque este es un resumen de como una compañía planea servir a sus clientes, ayudando a los emprendedores a clarificar las ideas y a validar que estas sean adecuadas para así poder anticipar posibles contratiempos.

2.2.2. Clasificación de modelos de negocios.

El modelo de negocios se define como el mecanismo para obtener ganancias y beneficios para la empresa. Los directivos o dueños deben escoger el más indicado, para ofrecer un valor agregado al cliente de manera efectiva.

Existen 3 tipos de modelos de negocios, los cuales son los siguientes:

Aditivos: los cuales abarcan a las empresas que obtienen sus ingresos de manera lineal, ofreciendo productos básicos a la venta como los *commodities* (materias primas), tales como: metales, energéticos, granos, carnes o activos financieros.

Multiplicativos: abarcan a las empresas que ofrecen productos o servicios especiales con valor agregado hacia el cliente, por lo que se necesita personal más calificado. La rentabilidad es mayor.

Exponenciales: en este tipo de modelo de negocios, tu producto o servicio se vende de manera continua durante todo el año, sin parar ni un segundo: las 24 horas al día, los 7 días a la semana, los 365 días al año. Se caracterizan por tener un sistema de distribución viral, expandiendo el crecimiento hacia otras fronteras a nivel nacional e internacional, por lo que se necesitan numerosas personas, oficinas, y sucursales, para atender al gran público que requiere del producto ofrecido. (www.coachlatinoamerica.com Consultado el 21 de Septiembre del 2022)



Los modelos de negocios aditivos se caracterizan principalmente por su sencillez de ahí el uso de la palabra *commodities*, que hace referencia a los bienes primarios o a las materias primas, por lo regular este tipo de modelo no necesitan personal calificado debido a que su riesgo es bajo porque no existen cambios inesperados en los costos de obtención, esto no cuentan con un servicio asociado a su comercialización y son fáciles de operar, porque sus productos son de fácil obtención y mantenimiento.

Por otro lado, los modelos de negocios multiplicativos, su principal característica es crecer o extenderse hacia otras regiones mediante locales, sucursales o franquicias, para lograr atender a un número cada vez mayor de clientes. Como este modelo crece, son necesarias estrategias de replicación especiales para que funcione correctamente, su función operacional es más compleja debido a sus numerosas sucursales y a la mayor actividad que este tiene.

La última clasificación de modelo de negocios lleva por nombre exponenciales, Tienen un sistema de ventas en diferentes puntos, auto-reproduciéndose a diario hacia otros lugares, este no necesita una supervisión precisa por parte de la oficina central. Ofrecen sistemas para que las otras sucursales realicen el negocio de manera independiente, con eficiencia y eficacia, por tal motivo sus ventas y rentabilidad no tienen límites, aunque requiere de mayor control. Su sistema de comercialización y publicidad es sin fronteras, así que una misma campaña puede servir para varios países o a nivel mundial.

La clasificación de los modelos de negocios sirve para saber qué tipo de modelo se podría aplicar en las diferentes empresas, ya sean turísticas o no, ya que va dependiendo del índice de complejidad de bienes, servicios o productos que este ofrezca a un sector determinado para la implementación de cada modelo.



2.2.3. Funciones de los modelos de negocios.

La importancia de las funciones de un modelo de negocios es poder entender como poder aplicarlo a empresa turística, tener una idea para qué sirve un modelo de negocios, cual es el principal motivo de la creación de un modelo como este.

La calidad de un modelo de negocio es uno de los factores clave para mejorar la recuperación de capital intangible de una empresa, especialmente su relación de capital. (www.negociosi.com Consultado el 24 de Septiembre del 2022)

Generalmente se describen 6 funciones del modelo de negocio:

Figura 2. Funciones del modelo de negocios



Fuente: Elaborado a partir de (www.negociosi.com Consultado el 24 de Septiembre del 2022)

La articulación de la propuesta de valor se basa en series de estrategias que puedan maximizar a la demanda mediante la configuración adecuada de la oferta, es decir, que la propuesta de valor integra, une, centraliza varios componentes de la oferta para poder atender a diferentes necesidades de la demanda siempre y cuando exista un intercambio beneficioso para ambas partes.

La función de identificar el segmento del mercado es para saber cuáles pueden ser los posibles consumidores, también ayuda a conocer las necesidades del segmento del mercado y obtener una ventaja competitiva ante las demás empresas.

La cadena de valor es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa y así identificar sus fuentes de ventaja competitiva, por eso es importante definir su estructura para analizar correctamente cada una de estas actividades que desempeña.

El modelo de negocios sirve para especificar los mecanismos de generación de ingresos, es decir, que ayuda a clarificar cuales son la serie de componentes que interactúan entre sí para poder generar, producir, ingresos en este caso para las empresas turísticas hoteleras.

Otra de las funciones de un modelo de negocios es definir la posición de la empresa en el exterior de la cadena de valor, esto sirve para poder emplear actividades acordes a las necesidades que la empresa tenga y ayude a mejorar la competitividad de la misma.

El formular una estrategia competitiva es una más de las funciones que desempeña una modelo de negocios, donde su utilidad se basa en crear vías o métodos que ayuden a la empresa a crecer y mantenerse en su sector donde se desempeña, así como también realizar una actividad competitiva favorable.

Se da a entender que, dentro del modelo de negocios se logran analizar las actividades de una empresa, el comportamiento de los costos y principalmente identificar la ventaja competitiva como una estrategia.

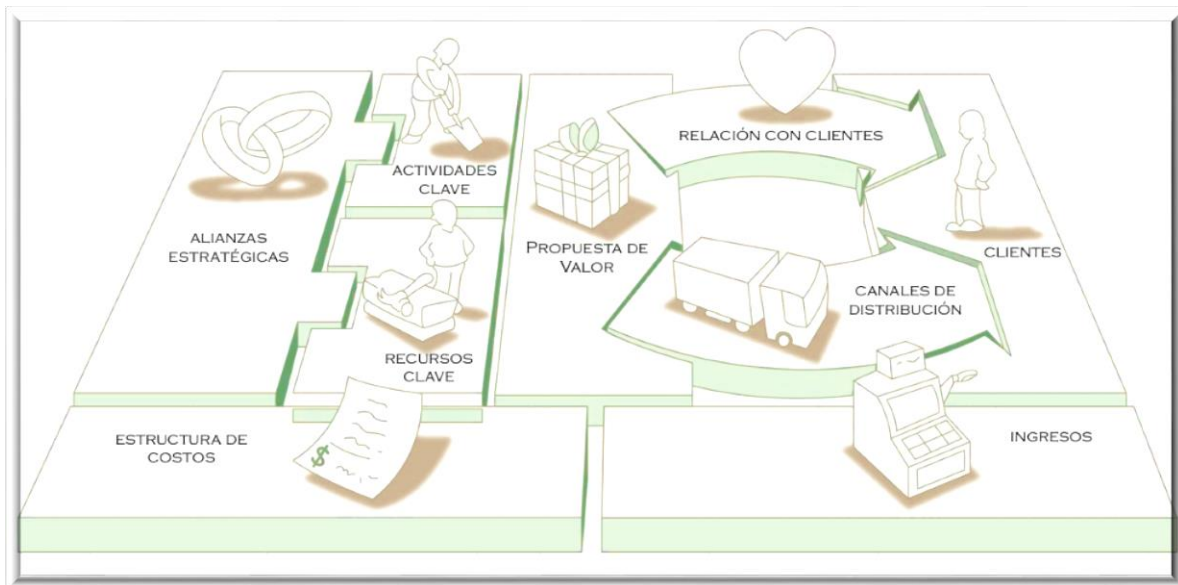


2.2.4. Estructura de los modelos de negocios.

Para lograr visualizar lo que es un modelo de negocios también es importante comprender la estructura del mismo, ya que con esto lograremos visualizar paso a paso como está conformado donde también puede ayudar a elaborar un modelo de negocio para alguna empresa turística dirigida al sector hotelero.

Es una herramienta que permite visualizar de manera global todos los aspectos que configuran la empresa y el modelo de negocio, y realizar modificaciones en cualquier momento a medida q se va avanzando en el análisis. (www.face.unt.edu.ar Consultado el 05 de Octubre 2022)

Imagen 2. El modelo Canvas.



Fuente: (www.ideasafines.blogspot.mx Consultado el 06 de Octubre 2022)

En ideas de Osterwalder y Pigneur (2010:15) este modelo de planificación está basado en la simplicidad y en la ordenación de las ideas de un negocio de manera visual. Te permite mirar nueve componentes del negocio en una sola página.

2.2.5. Elementos de los modelos de negocios.

La mejor manera de describir un modelo de negocios es dividirlos en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos.

Osterwalder y Pigneur (2010:16) categorizaron los modelos de negocio por la similitud que muestran en la disposición de sus elementos.

1. Segmentos de mercado. Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.
2. Propuestas de valor. Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor.
3. Canales. Las propuestas de valor llegan a los clientes a través de canales de comunicación, distribución y venta.
4. Relaciones con clientes. Las relaciones con los clientes se establecen y mantiene de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado.
5. Fuentes de ingresos. Las fuentes de ingresos se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor ofrecidas.
6. Recursos clave. Los recursos clave son los activos necesarios para ofrecer y proporcionar los elementos antes descritos...
7. Actividades clave... mediante una serie de actividades clave.
8. Asociaciones clave. Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa.
9. Estructura de costos. Los diferentes elementos del modelo de negocio conforman la estructura de costes.

Los elementos que componen a un modelo de negocios son los mencionados con anterioridad, ya que cada uno de ellos juega un papel indispensable que genera la participación de otro elemento. Para entender mejor este punto se describirá cada elemento por separado.

Un segmento de mercado es aquel sector del mercado que la empresa trata de abarcar dependiendo del producto, bien o servicio que ofrezca, ya que de eso



dependerá el tipo de posibles consumidores que tendrá. Cuando se tiene establecido el o los segmentos del mercado, se sigue con las propuestas de valor que es otro de los elementos de los modelos de negocios, estas buscan solucionar por medio de estrategias y/o actividades satisfacer las necesidades del cliente.

Para poder dar a conocer las propuestas de valor la empresa recurre a los canales, que es un elemento más de los modelos de negocios, estos canales sirven para poder hacer que la información que la empresa quiera dar a conocer llegue a la mayor cantidad de consumidores, estos, no solo tiene la utilidad de comunicar, también ayudan a la distribución comercial y venta del mismo bien, producto o servicio.

Las relaciones con los clientes se deben de establecer para poder comprender las necesidades del consumidor y dependerá del segmento del mercado la forma en la este se dará, ya que cada segmento mantiene características particulares que lo definen.

Las fuentes de ingresos se dan cuando las propuestas de valor que se hicieron llegar por medio de los canales fueron recibidas, es decir, se da un acto de comercio, dado que el consumidor tiene conocimiento del producto y tiene una necesidad que el mismo producto puede satisfacer, este puede adquirirlo, y es ahí donde surge un ingreso para la empresa.

Los recursos claves son todos aquellos bienes o derechos que la empresa posee para que pueda dar a conocer y proporcionar todos los elementos anteriores.

Por otro las actividades claves son al igual que los recursos claves, todas aquellas actividades que se desempeñarán para poder ejercer la actividad de comercio adecuada, siendo estas tan esenciales que dependerán de una estrategia para realizarlas.

Dentro de las actividades clave se da otro elemento de los modelos de negocios que son las asociaciones claves, que como se sabe, no todos los actividades o



recursos son producidos por la empresa y se requiere de operaciones de otras empresas para contar con ellos, es aquí donde se emplea las asociaciones claves.

Por último, se da la estructura de costos, que un elemento más del modelo de negocios que a su vez este está conformado por lo demás elementos, esto se da porque una estructura de costos es el conjunto de todas las proporciones del costo total que requieren cada una de los elementos anteriores.

Estos nueve elementos de un modelo de negocios abarcan las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Ya que nos permite ver el conjunto de productos y servicios, comunicación con los diferentes segmentos de mercado, la red de proveedores y socios que contribuye a este dicho modelo, y por último hace presente los costos que implica la creación de un modelo de negocios.



2.2.6. Papel de los modelos de negocios en la actividad turística.

Como se sabe, todos los modelos de negocios se emplean en las empresas, es por eso que se tratara de abarca con mayor profundidad en la competitividad de la actividad turística, y así lograr visualizar cual sería el papel que obtiene el modelo de negocios dentro de la actividad turística.

Hotelería

Cómo es fácilmente comprensible, la industria supone el recurso esencial que compone la oferta turística de un destino, de tal modo que es la oferta de alojamiento en general y de hotelería en particular, la que determina cuando se trata de un destino turístico o no en función del volumen de alojamiento y el uso que tenga dicha oferta ya que es el principal factor de la economía turística.

En función de la calidad y cantidad, así como de la competitividad de sus empresas hoteleras se determina la propia competitividad del destino turístico en cuestión y, por ende, de su contribución a la economía de la zona en cuestión, por lo que el estudio de los modelos de negocio hotelero es esencial.

De igual manera, no existe una metodología uniforme que sirva para todos los destinos turísticos a la hora de sistematizar el estudio de esta materia dada la enorme variedad de posibilidades que surgen de la combinación de factores de su cadena de valor.

No obstante, a ello, se va a emplear un esquema sencillo de aproximación a este tema en base a tres ejes, la propiedad del negocio, el modelo de gestión y la propuesta de valor, ya que se considera que en base a la combinación de estas tres variables surgen la mayor parte de los modelos de negocio en hotelería si bien, insistimos, no se puede plantear con un enfoque de análisis exhaustivo sino meramente identificativo.



2.3. MODELO DE NEGOCIOS PEER TO PEER

Las redes sociales y el comercio electrónico siguen creciendo y avanzando, es por eso que cada vez resulta más fácil compartir en internet los servicios y las experiencias de viaje. Es así como surgen nuevos modelos de negocio que se basan en el *P2P*, o red entre iguales *Peer to Peer*.

2.3.1. Concepto de Peer to Peer.

Para conocer lo que es un modelo de negocios *Peer to Peer* se analizará lo que es el concepto del *Peer to Peer* o también conocido por sus siglas en inglés como *P2P*, para que con esto se aprecie como es utilizado como modelo de negocios que perjudica a las empresas turísticas.

En ideas de Pacheco (2013: s/p) “En términos generales, el término *P2P* o “red de igual a igual” hace referencia a un tipo de red en la que todos o algunos aspectos funcionan sin clientes, sin servidores fijos, sino que se comportan como iguales entre sí”. Es decir, actúan simultáneamente como clientes y servidores respecto a los demás nodos de la red permitiendo el intercambio de información.

Según Sobejano, (2013: s/p) no obstante, otras aproximaciones de este concepto hablan de economía *P2P* que se define como un tipo de “relación económica entre iguales en la que las partes comparten valor en base a relaciones distribuidas de igualdad”.

En los últimos años, las redes *P2P* han cobrado una especial importancia en el sector hotelero fruto del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente gracias a Internet que han permitido el surgimiento de nuevos modelos de negocios basados en las mencionadas redes.

Las redes de ordenadores *Peer to Peer* son redes que aprovechan, administran y optimizan el uso de banda ancha que acumulan de los demás usuarios en una red por medio de la conectividad entre los mismos usuarios



participantes de la red, obteniendo como resultado mucho más rendimiento en las conexiones y transferencias que con algunos métodos centralizados convencionales.

Ya hablado desde el punto en el que se toma como un modelo de negocios dañino para las empresas turísticas de la región se convierte en un modelo de negocio muy peculiar donde se lleva a cabo el intercambio o venta, ya sea de productos o servicios entre particulares y empresas, pero al mismo nivel. En este modelo de negocio, una misma persona puede tener ambos roles, vendedor y comprador, y esto es importante para la plataforma ya que es un modelo de negocio basado principalmente en el volumen, a más transacciones más comisiones y rentabilidad. (www.ramonmillan.com Consultado el 05 de Noviembre del 2022)

Está claro que estas plataformas actuales *Peer to Peer*, cobran una comisión por dichos servicios ya que de ese depende su negocio, en este tipo de redes también existen plataformas especializadas en determinados productos o servicios, y otras plataformas mucho más generalistas las cuales incluyen más de un producto o servicio.

Muchas de ellas aprovechan la conexión que les producen estos contactos entre particulares para implantar también modelo de negocio como el de publicidad, alquilando espacio más o menos visibles por cuotas definidas, independientemente de la comisión por la venta.

En sí el Peer to Peer es una red en la cual los usuarios actúan simultáneamente como clientes y servidores respecto a los demás nodos de la red es así donde las redes *P2P* permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato y entre los ordenadores interconectados, estos a su vez han evolucionado desde el intercambio de música, películas o software a plataformas que ponen en contacto a usuarios para que intercambien, vendan o compren.



2.3.2. Características del Peer to Peer.

Ya que la red *Peer to Peer* está basada en nodos que se desarrollan dentro de los sitios web y que ayudan a que es necesario saber lo que este significa es por eso que se percibe como un nodo a un punto específico de conexión o unión de varios elementos que coinciden en un mismo lugar, ya hablando de la red *Peer to Peer* la cual es una estructura de datos, un nodo es un registro que contiene un dato de interés para los usuarios y al menos un puntero para referenciar a otro nodo.

Sabiendo lo que es un nodo se puede analizar mejor las características *P2P* en la cual esta palabra tiene un papel indispensable.

a) Escalabilidad de red:

- Cuanto mayor sea el número de clientes conectados a una red *P2P*, mejor será su funcionamiento.
- Cuando los clientes aportan sus propios recursos, los recursos totales de la red aumentan.

Arquitectura descentralizada:

Estas redes son descentralizadas y todos los nodos son iguales. No existen nodos con funciones especiales, por lo que ningún nodo es imprescindible para el funcionamiento de la red.

b) Robustez de la red:

Al ser redes descentralizadas son robustas, así, en caso de producirse fallos, es probable que dispongamos del archivo deseado en algún otro nodo.



c) Reducción de costos:

Los costos se reparten entre los usuarios, ya que se comparten o donan recursos a cambio de recursos.

d) Anonimato, confidencialidad y privacidad:

En estas redes suele quedar el anonimato el autor de un contenido, el lector, el servidor que lo alberga y la petición para encontrarlo.

e) Seguridad:

La red *P2P* debe de controlar a los clientes que perjudiquen a la misma, evitar contenidos infectados, el espionaje de las comunicaciones entre clientes y proteger los recursos de la red.

f) Control del acceso y uso:

Para controlar el tráfico de información, existen aplicaciones *P2P* que identifican las direcciones IP desde donde se realizan las actividades indebidas y desautorizadas.

Queda claro que las características con las que cuenta una red *P2P* no son las más eficientes y eficaces para llevar a cabo una actividad de comercio adecuada, ya que, si bien se observa una forma económica de realizar la compra o el intercambio de productos o servicios, también se tiene una falta de regularización y poca seguridad entre los usuarios que hagan uso de este tipo de redes. Siendo así una forma no segura de realizar alguna actividad relacionada con la actividad turística. (www.ramonmillan.com Consultado el 16 de Noviembre del 2022).



2.3.3. Funcionalidad de Peer to Peer.

Para poder apreciar la funcionalidad de *Peer to Peer* se desglosará desde dos perspectivas diferentes, las cuales serán desde la parte del comprador y la parte del vendedor, ya que estos son los principales papeles dentro de la actividad que se realiza dentro de este tipo de redes.

Para el comprador:

- Puede encontrar los mismos productos del mercado a precios muy reducidos, ya que no existen intermediarios.
- Puede encontrar productos súper reducidos de segunda mano, con poco uso.
- Puede encontrar miles de productos distintos en una sola plataforma.

Para el vendedor:

- Ahorra costos en Publicidad y Marketing.
- Llega rápidamente a una comunidad de potenciales compradores interesados.
- No paga comisiones o gastos a intermediarios.

Se pensaría que una red Peer to Peer tendría beneficios para las empresas turísticas, ya que esta podría ofertar su producto o servicio a un bajo costo y a un gran número de posibles usuarios o compradores, pero la realidad es otra, porque debido a las características con las que cuenta afecta a la actividad turística, esto se debe a que impide una competitividad leal en la cual las empresas turísticas hoteleras cuentan con una serie de lineamiento que la regulan y mantiene un mayor índice de seguridad por lo cual el servicio si bien tendría mayor difusión sería de mayor costo a los que podrían ofertar los usuarios clandestinos por sus bienes, los cuales no cuentan con la seguridad necesaria y la regularización por el cual al no pagar impuestos su bien o servicio cuenta con un menor costo, claro esto solo afectaría a los servicios turísticos en desarrollo por el tipo de público al que quieren vender el producto o servicio.



2.3.4. Formulación del modelo de negocios P2P.

Cada modelo de negocios tiene una serie de pasos para su realización y en este caso el modelo de negocios *P2P* no es la excepción, ya que para su formulación es necesario contar con un diseño anticipado del proyecto, luego seguir con la puesta en marcha del modelo para poder concluir con los puntos importantes que debe de abarcar el modelo de negocios *P2P*.

Diseño del proyecto:

- Localizar las necesidades del usuario (futuro cliente): gestiones ante la administración, transporte urgente, etc.
- Analizar si existe ya en el mercado una competencia que se aproxime a nuestro proyecto y que aportamos de valor a nuestro usuario para mejorarla. Observamos qué herramientas utiliza nuestra competencia y de cuales nos podríamos aprovechar por ser positivas para nuestro proyecto.

Puesta en marcha:

- Diseño: Creación de bocetos, planos y el desarrollo del producto y/o servicio.
- Localización: Búsqueda de los lugares donde el proyecto puede localizarse.
- Legal: Análisis y estudio de los procesos de homologación necesarios en cada producto, gestión de dichas homologaciones.

Modelos de negocio:

- Taller donde nos podrían fabricar el producto, ya sea por horas en su fase inicial, por volumen, o en último caso y si fuera necesario, montar nuestra propia fábrica.
- Estudiar la forma de dar a conocer en el mercado nuestro producto o servicio, agencia de publicidad, medios masivos, social media, publicidad en buscadores, servicio de un *community manager*, servicios de posicionamiento web.



- Creación de una Web corporativa y de cara al público con toda la información y detalles de nuestro producto y/o servicios.
- Formación y puesta en marcha de un protocolo de atención al cliente, tanto de información *on line* como *off line*, así como de servicio postventa.

El paso número dos de la formulación de un modelo de negocios *Peer to Peer* incluye tres aspectos importantes y secuenciales que son el Diseño, localización y lo legal.

En el aspecto del diseño del modelo se da lo que es la creación en sí del bien o servicio que se trata de comercializar, incluyendo las características que los conformen, para poder dar paso a la localización del mismo, que será donde es que se tiene pensado comercializar y de qué manera, en este caso como el modelo *Peer to Peer* es una red, es claro que medio y el lugar por el cual se hará uso del bien o servicio será por el uso de estas redes y sus derivados. Dando lugar al aspecto legal, aunque las redes *Peer to Peer* no están bien regularizadas y están escasas de leyes y normas que la rijan, pero sin embargo no quiere decir que el servicio, bien o producto, que se oferte deba de estar carente de los mismos y es indispensable que cuentes con los requisitos de normativas legales.

Para que un modelo de negocio sea eficiente debe de contener las características anteriormente mencionadas, así como también tener claro que el modelo de negocios *P2P* dependerá del lugar y de la situación para el cual fue elaborado que obtenga un óptimo desempeño, ya que como se mencionaba anteriormente cuenta con una baja regularización y no todos los países lo visualizan como un modelo benefactor.



2.3.5. Implantación del modelo de negocios *P2P*.

La implantación del modelo yace sus orígenes en un país extranjero, en el cual su propósito era el facilitar el intercambio y el acceso de información, archivos musicales, libros, entre otros; sin embargo, en la actualidad en México está establecido con pocas regularizaciones debido a que es un modelo que aún no cumple con los lineamientos necesarios para las empresas hoteleras.

Nació en Estados Unidos hace unos años con empresas como Taskrabbit la cual por medio de un dispositivo móvil se podía ingresar a una red en donde se podrían solicitar los servicios de personas que están dispuestas a hacer tareas, quehaceres y mandados que otras personas no quieren o no pueden hacer por falta de tiempo, a cambio de una remuneración; y la empresa Airbnb que es un mercado comunitario donde su giro económico es referente a la vivienda, en el que se podía publicar, descubrir, reservar sitios de descanso a bajo precio, esta última ya está implantada en España, alquilando espacios a otras personas para alojarte.

En la actualidad el uso de las redes *P2P* está totalmente permitido en España, ya que su uso puede servir para compartir archivos personales, creaciones propias, obras bajo dominio público, software libre, entre otros. No hay sanciones para quien utilice las redes de pares porque son una herramienta más para compartir cualquier tipo de archivos. Se han dado algunas acciones policiales contra personas acusadas de intercambio de pornografía infantil por parte de la policía, ya que el *P2P* permite que cualquiera pueda acceder a los archivos. Por consiguiente, el *P2P* ha servido también para combatir algunos crímenes. (www.ramonmillan.com Consultado el 18 de Noviembre del 2022)

Como se observó, las redes *Peer to Peer* como modelo de negocios, no son la mejor vía para hacer uso de ella para fines económicos, es por eso que en la actividad turística tendría un gran impacto sobre la competitividad, donde impediría el crecimiento de las empresas en desarrollo, así, teniendo en cuenta eso, primero habría que poder controlar el uso de la red *P2P* regularizando todo tipo de intercambio de productos y servicios, para que al igual que una empresa turística



establecida, requiera de los mismos lineamiento para poder ejercer la actividad de comercio y así no cualquier usuario de la red realice actos ilícitos.

CAPITULO III. CONTEXTUALIZACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

3.1. TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.

El presente capitulo se muestran una breve información de lo que es el lugar a investigar, sus principales características, de igual manera se mencionara la oferta de alojamiento que oferta la Ciudad.

3.1.1. Generalidades de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Tuxtla Gutiérrez fue fundada por los indios zoques con el nombre de Coyatoc "lugar, casa o tierra de conejos". El nombre actual se deriva del náhuatl; En 1486 y 1505, los aztecas invadieron la región, destruyeron Coyatoc y le nombraron Tochtlán, que significa lo mismo; más tarde los españoles castellanizaron este nombre llamándolo Tuxtla. En 1748 ya aparece como San Marcos Tuxtla; en 1768 fue asiento de la segunda alcaldía mayor de Chiapas; el 29 de octubre de 1813, las cortes de Cádiz, España, elevan a la categoría de villa al pueblo de Tuxtla; el 27 de julio de 1829, es elevada al rango de ciudad por el Gobernador interino Emeterio Pineda; en 1837, Tuxtla, en la división del Estado, queda como cabecera del distrito del Oeste; el 31 de mayo de 1848, se le agrega al nombre de Tuxtla el apellido de Gutiérrez en honor a don Joaquín Miguel Gutiérrez, ilustre federalista; el 11 de agosto de 1892, se declara a Tuxtla Gutiérrez sede de los poderes públicos de Chiapas; en 1925 durante el gobierno de Carlos A. Vidal, desaparece el Ayuntamiento, quedando sujeto a una sección del gobierno. (www.chiapas.gob.mx Consultado el 20 de Noviembre del 2022)



3.1.2. Actividades económicas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

En Tuxtla Gutiérrez, según el censo de población y vivienda 2010, el 80.4% de la PEA ocupada labora en el sector terciario, destacando el subsector servicios con un 57.5% y el subsector comercio con el 22.9%.

El subsector comercio en Chiapas se encuentra conformado por 4,325 empresas, registradas en el SIEM, de las cuales 3,017 se encuentran en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, cuyos giros abarcan empresas destinadas a la construcción, servicio eléctrico, de cómputo, ropa, calzado, joyería, papelerías, textiles, hospedaje, alimentos, maquinaria pesada, medicinas, refacciones, etc.

3.1.3. El turismo en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Tuxtla Gutiérrez, es una ciudad que se caracteriza por la cordialidad y armonía de su gente. En los últimos años se ha convertido en un destino atractivo para los visitantes, además de ser un lugar accesible para todos los bolsillos, también es considerada como una de las ciudades más tranquilas del país.

Oferta de Alojamiento.

La ciudad de Tuxtla Gutiérrez, siendo esta la capital del estado de Chiapas, la cual una de sus fuentes de ingreso económico es por medio de la renta de lugares específicos para el descanso de los turistas que viene de otras ciudades, estados o países, así como también de los habitantes locales que requieran de los servicios de alojamiento y hospedaje, presenta un total de 120 establecimientos de hospedaje, con 4749 cuartos, ubicados dentro de la cabecera municipal, misma que se encuentra distribuida de la siguiente forma:



Tabla 1. Directorio de alojamiento

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Casa de Huéspedes y posadas	1 Estrella	15	313
Hoteles	1 Estrella	27	580
Hoteles	2 Estrella	31	1,018
Hoteles	3 Estrellas	13	824
Hoteles	4 Estrellas	7	584
Hoteles	5 Estrellas	5	717
Hoteles	Sin clasificar	17	619
Suites y Condominios	1 Estrella	1	12
Suites y Condominios	3 Estrellas	4	82
TOTAL		120	4,749

Fuente: (www.sectur.gob.mx Consultado el 21 de Noviembre del 2022)



CAP IV. SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

En la actualidad existen organismos públicos y privados que regulan, fomentan y coordinan la actividad turística, se dividen en locales, nacionales e internacionales, anteriormente se ha mencionado que el modelo de negocios peer to peer carece de regularización, a continuación se presentaran ciertas organizaciones si tienen alguna estrategia o alternativas, para disminuir el impacto nocivo de esta.

Internacionales.

- OMT

La OMT es el organismo de las naciones unidas encargado de la promoción de turismo responsable, sostenible y accesible. Es considerada internacional ya que se encarga integrar sistemáticamente el turismo en la agenda global. Esta la define como economía colaborativa comprende, repensar y adaptar.

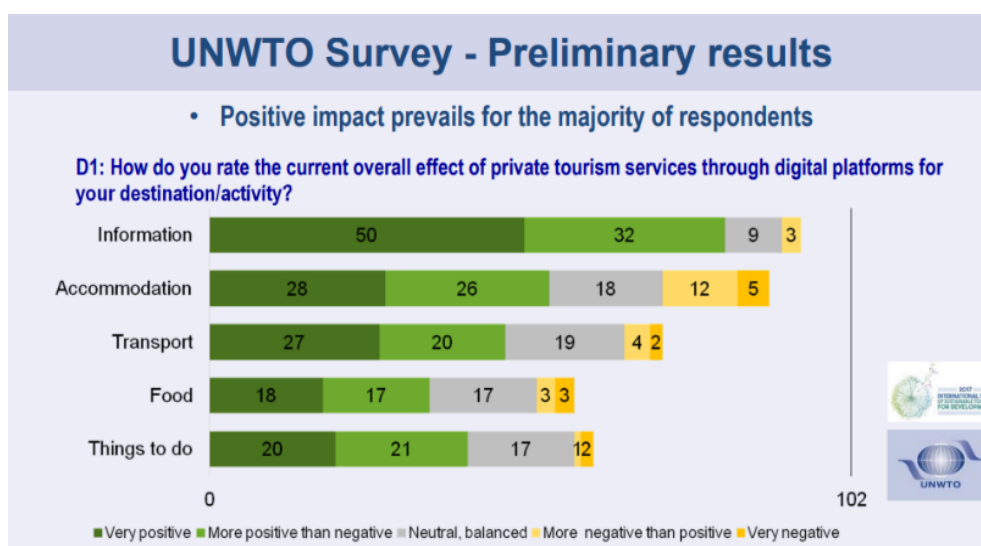
A continuación, se presenta unas graficas realizadas por la organización donde se define la importancia de este fenómeno, los diversos problemas que plantea y como estos problemas están siendo abordados por ciertos destinos. Esta encuesta fue dirigida a los Estados miembros de la OMT, los miembros afiliados y una selección de ciudades a participar.

Imagen 3. Encuestas de la OMT



Una de sus principales preguntas fue si es considerado importante los servicios turísticos privados a través de plataforma digitales para el destino o actividad, el resultado fue que a 50 personas lo consideran muy importante por la información que nos brindan, 32 personas lo consideran importante por la clase de alojamiento, 23 personas por el transporte, pero en la comida o en otras actividades, la gente no le demuestran interés.

Imagen 4. Encuestas de la OMT



La siguiente fue de cómo califica el efecto global actual de los servicios privados de turismo a través de plataformas digitales para su destino o actividad. El resultado fue que a 50 personas lo consideran muy positivo por la información que nos brindan, 28 personas lo consideran importante por la clase de alojamiento, 27 personas por el transporte, en la comida lo consideran más positivo que negativa y 20 personas por las actividades por hacer lo consideran muy positivo.

Con base a las encuestas de la Organización Mundial del Turismo, se puede comprender que la mayoría de las personas consideran una excelente forma ofertar los servicios turísticos por medio de plataformas cibernéticas, y uno de sus principales servicios sería el de alojamiento.

- OCDE

Otra organización que también tiene presencia en el modelo p2p, es la OCDE la organización para la cooperación y el desarrollo económico. Esta dicha organización quiere unificar los impuestos en la economía digital, así pueda haber un control en las ofertas que ofrece y un comercio legal.

Esta apunta a establecer donde deben ser pagados los impuestos, siguiendo una base fiscal del traslado de utilidades hacia países de nula o baja tributación.

Nacional.

SAT (Servicio de Administración Tributaria)

El primero de enero de este año, con la nueva reforma el presidente Andrés Manuel López Obrador, implemento el impuesto sobre hospedaje.

El impuesto sobre hospedaje se refiere al momento de realizar una reservación de hotel por medio de las plataformas cibernéticas que ofertan este tipo de servicios se les cobrara del 3 al 5%, depende del gobierno estatal.

Este impuesto se aplica a los servicios prestados por hoteles, moteles, albergues, posadas, mesones, hosterías, campamentos, paraderos de casas rodantes y otros establecimientos que ofertan servicios de alojamiento.

Una de las plataformas más conocidas que ofertan este tipo de servicio es Airbnb, sin embargo tu como propietario de una recamara, una casa o una hacienda que ofrece alojamiento, están obligados ante el SAT a pagar el impuesto sobre hospedaje, ya que se considera alojamiento sin un hotel.

El sistema de Administración Tributaria (SAT) busca recaudar más recursos, por lo que el Sat impone las actividades de hospedaje mediante las plataformas digitales. Según el criterio no vinculativo 41/ISR/NV publicado el 21 de Agosto de 2021 en el Diario Oficial de la Federación, el SAT indicaba que los servicios de hospedaje mediante plataformas digitales quedan sujetas al pago de Impuesto Sobre la Renta (ISR).



Tabla 2. Tasa del impuesto sobre la prestación de servicios de hospedaje por entidad federativa.

Estado	Tasa	Nombre del Impuesto	¿Cuándo se presenta?
Agascalientes	3%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Baja California	5% en general 3% en moteles 5% en plataformas digitales	Impuestos sobre Servicios de Hospedaje	A más tardar el día 25 del mes subsecuente
Baja California Sur	5%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 15 días del mes subsecuente
Campeche	2%	Impuesto sobre Servicios de Hospedaje	Dentro de los primeros 20 días del mes subsecuente
Chiapas	2% en general 5% en moteles	Impuesto Sobre Hospedaje	Dentro los primeros 15 días del mes subsecuente
Chihuahua	4%	Impuesto Sobre Hospedaje	Dentro los primeros 15 días del mes subsecuente
Ciudad de México	3.50 % en general 5% en plataformas digitales	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 15 días del mes subsecuente
Coahuila	3%	Impuesto por Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Colima	3% en general 5% en moteles	Impuesto sobre el Ejercicio de Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Durango	2%	Impuesto por Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Estado de México	4%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	A más tardar el día 10 del mes subsecuente
Guanajuato	4%	Impuesto por Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 20 días del mes subsecuente
Guerrero	3%	Impuesto Sobre Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Hidalgo	2.50%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Jalisco	3%	Impuesto Sobre Hospedaje	A más tardar el día 15 posterior a cada bimestre del año natural
Michoacán	3%	Impuesto por Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente



Morelos	3.75%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	A más tardar el día 17 de cada bimestres (enero, marzo, mayo, julio, septiembre, noviembre)
Nayarit	3%	Impuesto al hospedaje	A más tardar el día 10 del mes subsecuente
Nuevo León	3%	Impuesto Sobre Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Oaxaca	3%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	A más tardar el día 17 de cada bimestres (enero, marzo, mayo, julio, septiembre, noviembre)
Puebla	3%	Impuesto sobre Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Querétaro	2.50%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	Dentro de los primeros 22 días del mes subsecuente
Quintana Roo	3%	Impuesto al hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
San Luis Potosí	3% en general 1.5% en plataformas digitales	Impuesto sobre Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 19 días del mes subsecuente (PF) o 17 días del mes subsecuente
Sinaloa	3%	Impuesto Sobre Hospedaje	Dentro los primeros 17 días del mes subsecuente
Sonora	2%	Impuesto a los Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 20 días del mes subsecuente
Tabasco	2%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	Dentro los primeros 20 días del mes subsecuente
Tamaulipas	2%	Impuesto Sobre Hospedaje	Dentro los primeros 15 días del mes subsecuente
Tlaxcala	2%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	Dentro de los primeros 17 días del mes subsecuente
Veracruz	2%	Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje	Dentro de los primeros 17 días del mes subsecuente
Yucatán	5%	Impuesto Sobre Hospedaje	Dentro de los primeros 10 días del mes subsecuente
Zacatecas	3%	Impuesto sobre Servicios de Hospedaje	Dentro de los primeros 17 días del mes subsecuente

Fuente: Elaboración propia.



De acuerdo a lo planteado Chiapas tiene el 2% en general y 5% en moteles, con el objetivo de prevalecer la inversión y el financiamiento de las pequeñas y medianas empresa, en apoyo a la innovación de la oferta.

CAP V. ABORDAJE METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo representa el giro de la investigación, es donde se expondrá la forma en que se va a realizar el estudio, los pasos que deben llevarse a cabo para la investigación y que métodos se tendrán que emplear para esta metodología.

5.1. DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN

En palabras de Gómez (2006:60) “el enfoque mixto, representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un buen manejo de los dos enfoques y una mentalidad flexible.

En ideas de Gómez (2006:64) citando a Danhke (1989), quien los divide en estudios: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. Esta clasificación es muy importante, ya que del alcance del estudio depende de la estrategia (el diseño) de la investigación, los datos que se recolectan, la manera de obtenerlos, el muestreo y otros componentes del proceso de investigación.

El enfoque a desarrollar será de manera mixta, ya que incluye una investigación cualitativa porque se conseguirá información de manera verbal, mediante las entrevistas individuales en profundidad, las entrevistas estructuradas y no estructuradas, las narraciones, los análisis de contenido o documentales, la observación participante y la investigación de archivo.



Al igual contendrá un enfoque cuantitativo, debido a que se usará herramientas tales como cuestionarios, encuestas, mediciones y otros equipos para recoger información numérica o medible.

5.1.1. Tipo de investigación

En palabras de Gómez (2006:60) “el enfoque mixto, representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un buen manejo de los dos enfoques y una mentalidad flexible.

En ideas de Gómez (2006:64) citando a Danhke (1989), quien los divide en estudios: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos. Esta clasificación es muy importante, ya que del alcance del estudio depende de la estrategia (el diseño) de la investigación, los datos que se recolectan, la manera de obtenerlos, el muestreo y otros componentes del proceso de investigación.

El enfoque a desarrollar será de manera mixta, ya que se presenta una investigación cualitativa, debido a que se conseguirá la información de manera verbal, mediante las entrevistas individuales en profundidad, las entrevistas estructuradas y no estructuradas. De igual manera tendrá un enfoque cuantitativo, porque se usará herramientas como cuestionarios, encuestas, mediciones y otros equipos para recoger información numérica o medible.

Esta investigación será de carácter exploratorio porque se investigara un tema un poco conocido. Este enfoque va permitir clarificar la tendencia del modelo de negocios Peer to Peer, y sobretodo, identificar los elementos que intervienen en el problema. Pero principalmente analizar el impacto que ha causado este modelo en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.



De igual manera será descriptiva, porque es necesario especificar las principales características del modelo de negocios Peer to peer, sus propiedades e investigar profundamente los rasgos del dicho modelo.

Y por último se incluirá una investigación correlacional, debido a que se relacionarán el modelo de negocios *Peer to Peer* con las actividades que desempeñan las empresas hoteleras.

Los resultados que arroje esta investigación servirán para conocer este modelo de negocios, y especificar como perjudica a las empresas hoteleras en su competitividad, y de esta forma buscar opciones viables para poder evitar el daño.

5.2. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

La hipótesis representa un elemento fundamental en el proceso de la investigación, ya que permite ubicar y establecer la dirección o ruta que debe tomar el estudio, dando una posible solución al problema.

Tabla 3. Formulación de hipótesis

Alcance de estudio	Enfoque Cuantitativo	Enfoque Cualitativo	Enfoque Mixto
Exploratorio	No se formulan hipótesis	Sin formulación de hipótesis	Sin formulación de hipótesis
Descriptivo	Sólo se formulan hipótesis cuando se pronostica un hecho o dato	Sin formulación de hipótesis	Formulación de hipótesis para pronosticar un hecho
Correlacional	Se formulan hipótesis correlacionales	La formulación de hipótesis puede darse o no	Muy probable formulación de hipótesis
Explicativo	Se formulan hipótesis casuales	Potencial formulación de hipótesis	Muy probable formulación de hipótesis

Fuente: Elaborado a partir de Hernández, Collado, Baptista, (2003:142)



Citando a Hernández, Fernández y Baptista, (2014:104a) “las hipótesis son las guías de una investigación de estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado” En nuestra vida cotidiana constantemente elaboramos hipótesis acerca de muchas cosas y luego indagamos su veracidad.

Por lo que la hipótesis que sostiene esta investigación es:

“Hi. El modelo de negocios peer to peer afecta a las micro y pequeñas empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Debido a una competencia desleal y no igualitaria, deteniendo el crecimiento y desarrollo de estas. Por lo cual induce a una baja actividad económica del capital”.

5.2.1. Identificación de las variables.

Para Hernández, y otros, (2014:105) Una variable es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse... las variables adquieren valor para la investigación científica cuando llegan a relacionarse con otras variables, es decir, si forman parte de una hipótesis o una teoría.

Por lo tanto, la investigación cuenta con tres variables las cuales son:

VI. Modelo de negocios *Peer to Peer*.

VD1. Competitividad de las micro y pequeñas empresas hoteleras

VD2. Actividad económica



5.2.2. Definición conceptual de las variables.

Las variables son factores y condiciones que pueden cambiar en el transcurso de una investigación y es importante tratar de cambiarlas una a la vez, para que no surja una confusión con respecto a la causa de un cambio.

Es por eso que es importante saber que:

Las variables independientes son aquellas que causan el cambio en el fenómeno de la investigación.

Las variables dependientes son aquellas que sufren el cambio que provoca la variable independiente.

Tabla 4. Definición conceptual de las variables

Variables	Definición conceptual
Modelo de Negocios Peer to Peer	Es un modelo de negocio en el que cada uno utiliza sus propios recursos para mejorar la red. Esto se hace sin ningún tipo de control o gobierno central en aras de mejorar su propio bien. (www.ramonmillan.com consultado el 22/11/2022)
Competitividad	Se define como la capacidad de una empresa para hacer rentable su negocio gracias a la implementación de estrategias que supongan una ventaja competitiva respecto a sus rivales en el mercado. (www.ayudaleyprotecciondatos.es consultado el 26/11/2022)
Actividad económica	Aspecto de la conducta humana que expresa una relación entre fines y medios limitados susceptibles de usos alternativos. (Robbins, 1932)

Fuente: Elaboración propia.



5.2.3. Definición operacional de las variables

En ideas de Hernández, y otros, (2014:120) “Una definición operacional es un conjunto de procedimientos y actividades que se desarrollan para medir una variable.

Tabla 5. Definición operacional de las variables

Variables	Definición Operacional
Modelo de Negocios Peer to Peer	Información recaudada de internet, por medio de análisis de documentos y archivos.
Competitividad	Investigación en la recaudación de la base de datos de las empresas turísticas. Usando los métodos de observación, encuestas, entrevistas y análisis de archivos.
Actividad económica	Investigación basada en la información económica de Tuxtla Gutiérrez, recaudada por medio de entrevistas y encuestas. Y análisis de documentos y archivos, encontrados en sitios o páginas web.

Fuente: Elaboración propia



5.3. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN A ESTUDIAR

La importancia de sacar una población es poder identificar la muestra en la que se refleja nuestra investigación, ya que esta nos permite registrar todos los datos.

En ideas de Hernández, y otros, (2014:174) “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”, y en este caso la población a investigar son los establecimientos de hospedaje en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez Chiapas.

La muestra del estudio se determina con la siguiente formula:

$$m = \frac{n}{n(d)^2 + 1}$$

El número de establecimientos de hospedaje son 86:

En donde:

m = Tamaño de la muestra

n = Universo (muestra)

d = Varianza

Sustituyendo los datos:

$$m = \frac{86}{86(0.15)^2 + 1}$$

$$m = \frac{86}{86(0.0225) + 1}$$

$$m = \frac{86}{1.9 + 1}$$

$$m = \frac{86}{2.9}$$



m=29

Con el resultado obtenido se puede determinar el número de encuestas a aplicar que será de 29.

5.4. SELECCIÓN DE LAS TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.

Para poder realizar la selección de técnicas de recopilación de información es necesaria identificar qué es lo que se desea conocer y utilizar la herramienta adecuada con la que se logre obtener la mayor información o datos, para que se pueda luego interpretar y obtener los resultados deseados.

Después que se obtiene muestra que es una de las principales características para poder realizar los instrumentos de selección de información, es esencial definir las técnicas a emplearse en la recolección de la información, al igual que las fuentes en las que puede adquirirse.

Arias (1999:53), "los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información". Para recoger datos e información relevantes, la investigadora utilizó como instrumentos de recolección de datos el guion de entrevista, el registro de observación documental e igualmente el registro del diario de observación directa, cuyos resultados fueron triangulados.

Los instrumentos para esta investigación a desarrollar serán por medio de unas encuestas dirigidas a las micro y pequeñas empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Grasso (2006:13) "la encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas". (www.eumed.net Consultado el 05 de Diciembre del 2022)



5.5. TABULACIÓN, REPRESENTACIÓN GRÁFICA, ANÁLISIS DE LOS DATOS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA.

En este apartado de la investigación se analizan los datos que se arrojan las encuestas aplicadas de manera separada en base a las preguntas realizadas. Estos resultados dan a conocer el impacto del modelo de negocios *Peer to Peer* en la competitividad de las empresas turísticas de Tuxtla Gutiérrez.

Pregunta 1.

¿Conoce el término modelo de negocios peer to peer?

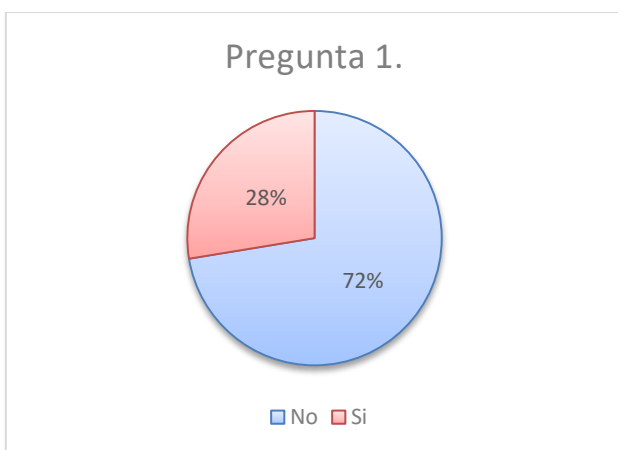
Tabulación.

RESPUESTAS	
No	72%
Si	28%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla, se puede observar que el 72% corresponde al desconocimiento del tema, un 28% comprende el término modelo de negocios.

Representación Gráfica.



Análisis.

El resultado obtenido de esta grafica está relacionado con el planteamiento del problema esto sigue demostrando que las micro y pequeñas empresas de Tuxtla Gutiérrez, tienen una mínima idea de lo que es el modelo de negocios peer to peer,

por tal motivo este tipo de modelo les está afectando, de cierta forma este tipo de empresas no pueden obtener un desarrollo y un crecimiento en su empresa.

Pregunta 2.

¿Conoce las plataformas cibernéticas o páginas en internet que ofrecen servicios de Hospedaje?

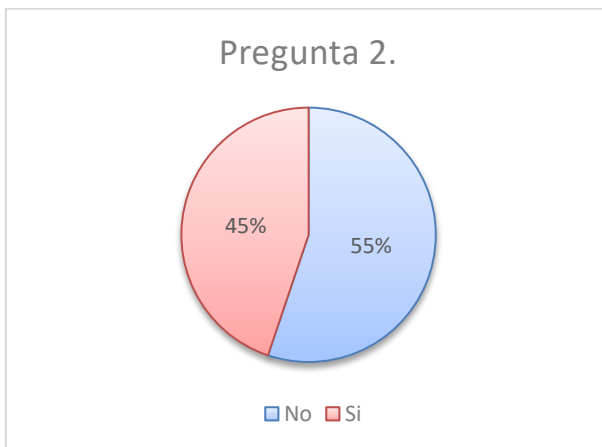
Tabulación.

RESPUESTAS	
No	55%
Si	45%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla, se puede observar que el 55% no conocen estas plataformas que ofrecen servicios de hospedaje y un 45% si tienen una idea de estas plataformas cibernéticas.

Representación Gráfica.



Análisis.

Lo que se puede comprender en esta gráfica, es que la mitad de las micros y pequeñas empresas conocen estas plataformas que ofrecen servicios de hospedaje, sin embargo están falta de conocimiento de cómo aplicarlas. Es un poco mortificante saber que ciertos micros y pequeñas empresas no tengan una idea de

este tipo de plataformas, el carecer de información es un impacto negativo a su crecimiento y desarrollo de estas.

Pregunta 3.

¿Considera correcto que cualquier usuario pueda ofrecer servicios de hospedaje en las plataformas cibernéticas?

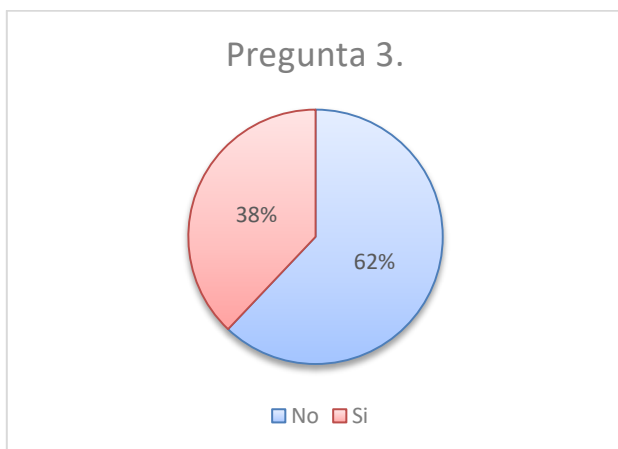
Tabulación.

RESPUESTAS	
No	62%
Si	38%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla, se puede observar que el 62% están inconformes con estas plataformas y un 38% consideran que sí.

Representación Gráfica



Análisis.

Ciertas empresas comentan el desacuerdo del que un usuario independiente ofrezca los mismos servicios que ellos, ya que no sería una competitividad justa, en cuanto a la oferta que ofrecen, sobre todo si este tipo de modelo de negocios peer to peer no tiene regularización.

Pregunta 4.

¿Qué entiende por el término competitividad?

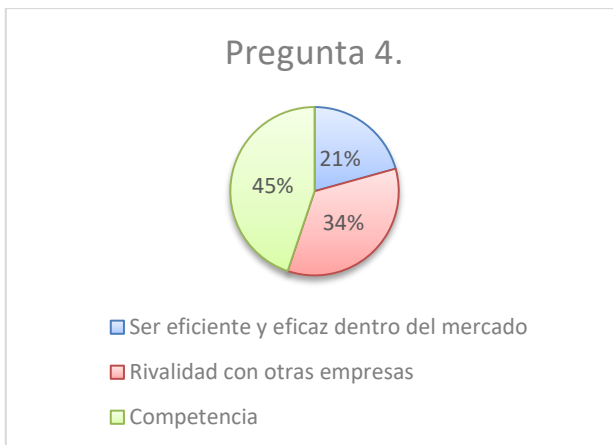
Tabulación.

RESPUESTAS	
Ser eficiente y eficaz dentro del mercado	21%
Rivalidad con otras empresas	34%
Competencia	45%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla, se puede observar que el 21% relaciona el término competitividad con ser eficiente y eficaz dentro del mercado, el 34% lo relaciona como una rivalidad con otras empresas y el 45% como una competencia.

Representación Gráfica.



Análisis.

En relación al planteamiento del problema, los datos de la gráfica dan a conocer que las empresas hoteleras comprenden el término competitividad el cual lo relacionan con competencia. Esto les puede ayudar a entender de qué manera les podría afectar el modelo de negocios *Peer to Peer*, ya que su principal impacto es causar una baja en la actividad económica del capital afectando la competitividad de las empresas turísticas.

Pregunta 5.

¿Considera usted que su empresa hotelera tiene una competitividad leal con este modelo de negocios peer to peer?

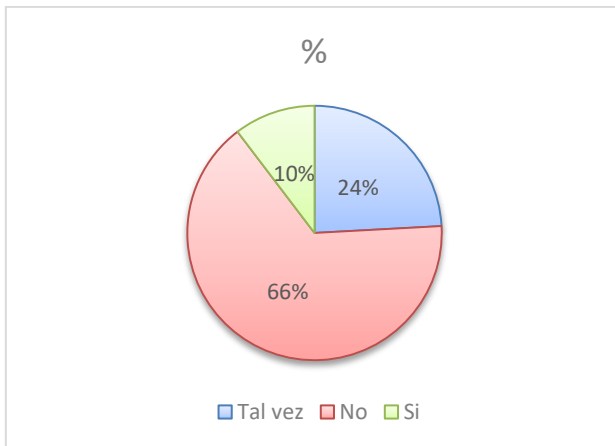
Tabulación.

RESPUESTAS	
Tal vez	24%
No	66%
Si	10%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla, el 66% considera que es una competencia desleal, el 24% puede que sea desleal y el 10% sostiene que es una competencia legal.

Representación Gráfica.



Análisis.

Dentro del planteamiento del problema, del objetivo general y la hipótesis se menciona que el modelo estudiado tiene un impacto nocivo en a la competitividad de las empresas hoteleras ya que al no ser regularizado, este modelo se considera desleal, ya que su comercio no es igualitario.

Pregunta 6.

¿Sabe cuáles son los organismos públicos y privados que rigen la actividad turística hotelera?

Tabulación

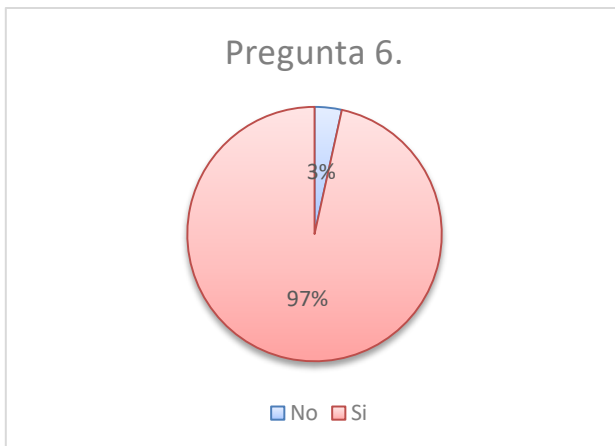
RESPUESTAS	
No	3%
Si	97%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla el 97% conoce los organismos público y privados que rigen esta dicha actividad, y el 3% desconoce de estos.

g

Representación Gráfica.



Análisis.

Con respecto a las preguntas de la investigación dentro del planteamiento del problema se logra dar una posible respuesta, las empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez tienen conocimiento de las organizaciones que regulan, fomentan y coordinan la actividad turística hotelera, esto es positivo ya que las micro y pequeñas empresas pueden armonizar tanto en la producción y ofertar sus servicios.

Pregunta 7.

¿Cree que este dicho modelo de negocios debería ser legalizado por los organismos públicos y privados?

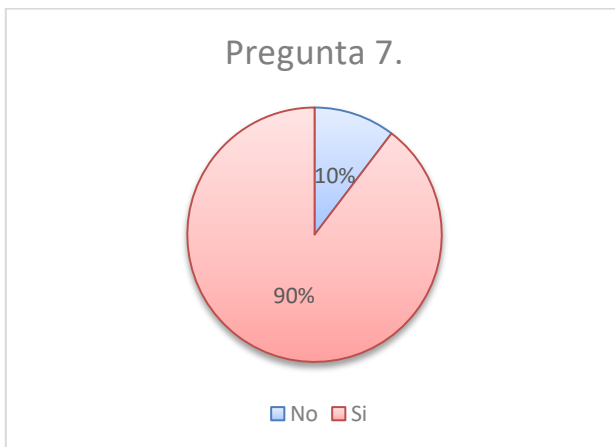
Tabulación.

RESPUESTAS	
No	10%
Si	90%
TOTAL	100%

En relación a la tabla el 90% considera que este dicho modelo debería de obtener una regularización por los organismos público y privados que rigen esta dicha actividad, y el 10% está en desacuerdo.

Interpretación.

Representación Gráfica.



Análisis.

El modelo de negocios peer to peer lleva a cabo su actividad comercio de manera ilegal, las micro y pequeñas empresas establecen que este tipo de modelo debería de ser legalizado, para así poder ofertar sus servicios de una manera justa, así obteniendo un bienestar social y económico.

Pregunta 8.

¿De qué manera afecta el modelo de negocios peer to peer a la competitividad de la empresa hotelera?

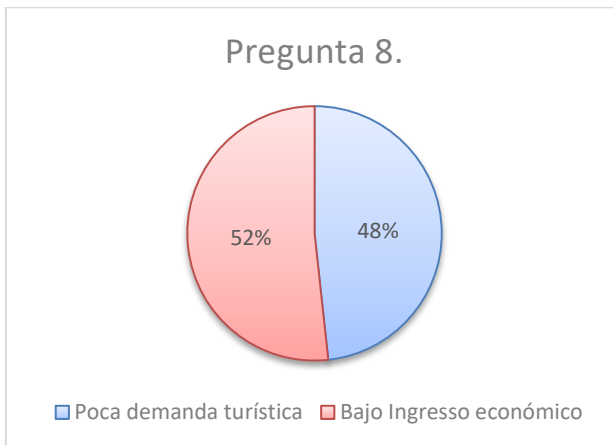
Tabulación.

RESPUESTAS	
Poca demanda turística	48%
Bajo Ingreso económico	52%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla, se puede observar que en la forma en que les afecta el modelo de negocios Peer to Peer es obteniendo un bajo ingreso económico con un 52%, poca demanda turística con un 48%.

Representación Gráfica.



Análisis.

El modelo de negocios Peer to Peer, según la hipótesis establecida afecta principalmente a la competitividad la cual provoca una baja en la actividad económica, y es el caso de las micro y pequeñas empresas hoteleras percatan a este modelo de igual manera al permitir que cualquier persona pueda realizar un acto de comercio, sin estar regularizada por los organismos que moderan la actividad turística.

Pregunta 9.

¿Cómo afectaría el modelo de negocios peer to peer a la economía de su empresa?

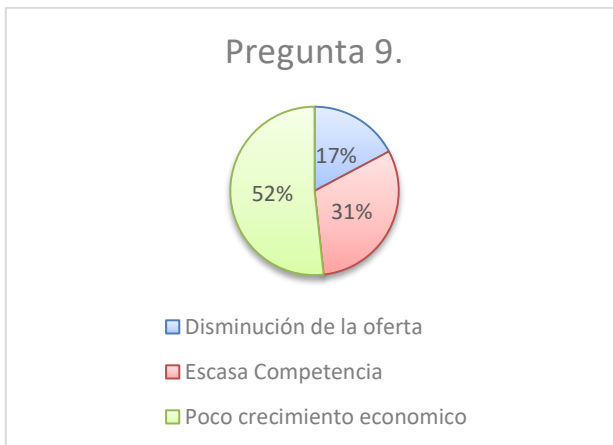
Tabulación.

RESPUESTAS	
Disminución de la oferta	17%
Escasa Competencia	31%
Poco crecimiento económico	52%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla, se puede observar la forma en que les afectará el modelo de negocios Peer to Peer a la economía de la empresa, en el cual un 52% sería de un poco crecimiento económico, el 31% de una escasa competencia y un 17% la disminución de la oferta.

Representación Gráfica.



Análisis.

La economía es el primer factor afectado por el modelo de negocios Peer to Peer, en relación con la variable 2 de la investigación, por eso las empresas hoteleras comprenden que este causa poco crecimiento económico al igual que disminuye su oferta y dejan de ser competitivos en el mercado del sector turístico,

mismo que se da por la desinformación y el interés por parte de las empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez.

Pregunta 10.

¿Qué estrategias competitivas puede implementar para minimizar el impacto negativo del modelo de negocios peer to peer?

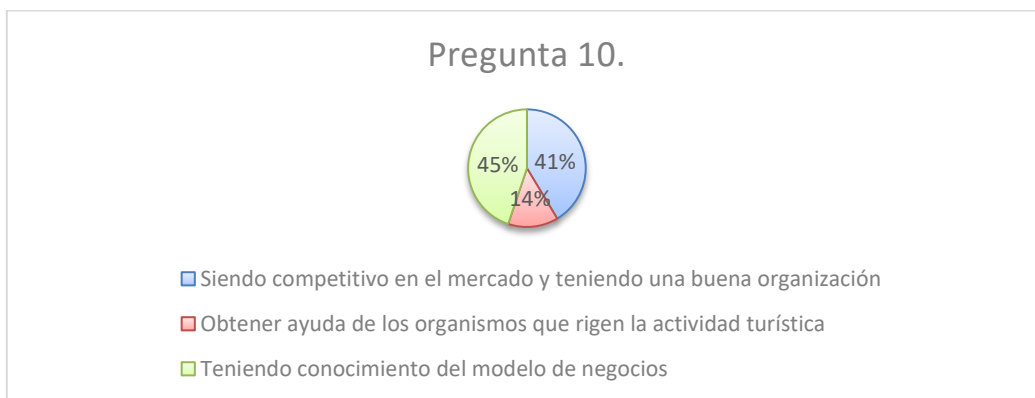
Tabulación.

RESPUESTAS	
Siendo competitivo en el mercado y teniendo una buena organización	41%
Obtener ayuda de los organismos que rigen la actividad turística	14%
Teniendo conocimiento del modelo de negocios	45%
TOTAL	100%

Interpretación.

En relación a la tabla, se puede observar, de qué forma se puede evitar el modelo de negocios *Peer to Peer*, un 45% opto en tener conocimientos del modelo de negocios, el 14% opto por obtener ayuda de los organismos que rigen la actividad turística y el 41% menciona en siendo competitiva en el mercado y teniendo una buena organización.

Representación Gráfica.



Análisis.

Con respecto a las preguntas de la investigación dentro del planteamiento del problema se logra dar una posible respuesta, el modelo de negocios *Peer to Peer* afecta a la competitividad de las micro y pequeñas empresas hoteleras, estas entienden que una manera de evitar el impacto del modelo sería ser competitivo en el mercado y tener una buena organización, sin embargo la principal forma de evitar el impacto de dicho modelo sería regularizándolo por medio de los organismos públicos y privados que rigen la actividad turística, para que empresas no establecidas no pudieran realizar el acto de comercio.

Con base a lo planteado se puede concretar que las micro y pequeñas empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, no conocen este modelo de Peer to peer, el cual es un modelo de negocios que ha conseguido implementarse en la ciudad, ciertas empresas tienen una idea en como este modelo se presenta que es por medio de las plataformas cibernéticas, pero la falta de conocimiento de estas de cómo aplicarlas.

Este dicho modelo tiene una competitividad injusta ya que en cierta forma este al no ser regularizado, no permite que las micro y pequeñas empresas hoteleras no crezcan o se desarrollen de manera eficaz. De tal motivo estas empresas obtienen una baja actividad económica.

Las micro y pequeñas empresas concretan que para poder evitar el impacto negativo del modelo de negocios peer to peer, sería obtener conocimiento de este, y principalmente regularizarlo por medio de los organismos que rigen la actividad turística, siendo así estas empresas estarían posicionado en el mercado con una competencia justa y legal.



CAPITULO VI. PROPUESTAS DE SOLUCIÓN AL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN O CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusión.

Con relación al planteamiento del problema, se concreta que el modelo de negocios peer to peer es una amenaza para las micro y pequeñas empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez, ya que, con la información recabada de las diferentes fuentes mencionadas, la funcionalidad de este modelo está poco regulada y, si bien esta en desarrollo algunas propuestas para poder detener este el impacto nocivo de este dicho modelo, el uso que se le da a este modelo no es el más idóneo, sigue impactando de manera negativa a la empresas hoteleras.

Dentro del mismo planteamiento se derivan tres preguntas fundamentales para la investigación la primera nos enfoca al efecto del modelo de negocios peer to peer, los alcances de los daños hacia las empresas hoteleras que laboran en Tuxtla Gutiérrez, es la disminución del crecimiento y desarrollo económico debido a una falta de competitividad con el modelo peer to peer, en el cual las empresas se ven afectadas.

En este caso se comprende que este tipo de modelo económico solo afecta a las empresas subdesarrolladas porque los bienes o servicios que son ofertados en las plataformas cibernéticas son para un tipo de cliente de bajos recursos.

La segunda pregunta está relacionada al conocimiento las micro y pequeñas empresas de ciertas organizaciones que fomentan y rigen este modelo, el cual solo han presentado propuestas para obtener una regularización, ciertas empresas están en desacuerdo con este tipo de modelo ya que lo consideran un comercio ilegal y no igualitario.

La tercera pregunta da importancia a las medidas preventivas que como empresas han implementado para evitar el impacto del modelo de negocios peer to peer, concretando que la principal medida sería obteniendo ayuda de los



organismos públicos y privados que regularicen la actividad de comercio que se presentan dentro de los sitios web de las redes peer to peer.

Teniendo en cuenta los objetivos, al analizar el modelo de negocios peer to peer y para poder observar el efecto que se presenta a la competitividad de las empresas hoteleras provocando una baja en la actividad económica, se tuvo que investigar primeramente las características y funciones del modelo estudiado para poder identificar que la mayoría de las empresas a las cuales se acudió por resultado de la muestra de la población, tienen en cuenta que el modelo de negocios peer to peer, el efecto que está presentando en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, en un descenso en los ingresos de capital, de tal motivo se plantea medidas preventivas principalmente la regularización de estos sitios web, otro tema que se visualizo es la falta de información de este tema.

Ciertamente se comprobó que el modelo de negocios causa un impacto en las micro y pequeñas empresas hoteleras subdesarrolladas, y esto referente a la hipótesis de la investigación que los daños que provoca son en efecto a la competitividad de las empresas para permanecer en el mercado y la baja de su actividad económica.

Las variables estudiadas fueron el modelo de negocios peer to peer, la competitividad de las empresas hoteleras y la actividad económica, que en base a esto se concretó toda la información del impacto que ha obtenido en la ciudad de la capital del estado de Chiapas está ocasionando un impacto dañino para las empresas, obteniendo una competitividad desleal, deteniendo el crecimiento y desarrollo de estas.



Recomendaciones.

- Familiarizarse con el modelo de negocios peer to peer mediante la recolección de datos y la interpretación que surja de la investigación y el análisis de dicho modelo, para conocer el impacto que está ocasionando sobre la competitividad de las empresas hoteleras y así poder tomar medidas preventivas para poder evitarlo.
- Que los organismos públicos y privados que regulan la actividad turística por medio de la investigación de los sitios web, verifiquen que se realicen un análisis profundo de manera directa en relación con los usuarios que realizan los actos de comercio dentro de estos sitios web, para evitar que hagan uso inadecuado y eviten que afecte a las empresas hoteleras de Tuxtla Gutiérrez.
- Que dentro de las regularizaciones que se apliquen al modelo Peer to Peer basadas en la indagación y recolección de datos del uso de los sitios web, se incluya un costo a los usuarios de estos sitios, correspondiente al pago de impuestos por el uso y el acto de comercializar un producto o servicio relacionado al sector turístico.



Bibliografía.

McIntosh R.W.; Goeldner C.R; Ritchie J.R. Brent. *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*, México: Limusa. 2ª edición (2004).

Ramírez Cavassa Cesar. *Gestión Administrativa para Empresas Turísticas*, México: Trillas. (2007).

McIntosh R.W.; Goeldner C.R; Ritchie J.R. Brent. . *Demanda, Planificación y Desarrollo del Turismo*. México: Limusa. (2005)

Magretta, Joan. *Por qué importan los modelos de negocios*. Revista Incae Vol. Número 3 diciembre (2002).

Osterwalder Alexander, Pigneur Yves. *Generación de modelo de negocios* (2010)

Gómez, Marcelo M. *Introducción a la metodología de la investigación científica* Córdoba: Brujas. (2006).

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar. *Metodología de investigación*, México: McGraw-Hill Education 5ª edición (2003).

Robbins Charles Lionel. *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, Londres: Mc. Milland 1ª edición (1932)

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar. *Metodología de investigación*, México: McGraw-Hill Education 6ª edición(2014).

<https://www.chiapas.gob.mx/conoce-chiapas/conoce-tuxtla-gtz/> Consultado el 16 de Septiembre del 2023: Tuxtla Gutiérrez.

<http://www.coachlatinoamerica.com/blog/los-3-tipos-de-modelos-de-negocio-utilizados-por-las-empresas/> Consultado el 21 de Septiembre del 2022: Clasificación de modelos de negocios.

<http://negociosi.com/modelo-de-negocio.html> Consultado el 24 de Septiembre 2022: Funciones del modelo de negocios.

<http://www2.ula.ve/dsiportal/dmdocuments/Modelo%20de%20Negocio%20Dpto-TECNICO%202007.pdf> Consultado el 05 de Octubre del 2022: Estructura de un modelo de negocios.



<http://ideasafines.blogspot.mx/2012/05/tu-sa-tu-carrera-profesional-como.html#.WFBqQNJ97IU> Consultado el 06 de Octubre del 2022: Imagen modelo CANVAS.

<http://www.ramonmillan.com/tutoriales/p2pempresa.php> Consultado el 05 de Noviembre del 2022: Concepto de peer to peer.

<http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/index.php> Consultado el 21 de noviembre 2022: Tuxtla Gutiérrez.

<http://www.ramonmillan.com/tutoriales/p2pempresa.php> Consultado 22 de Noviembre del 2022.

http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html Consultado el 05 de Diciembre del 2022: Instrumentos de investigación.



Anexo 1.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACIÓN
CAMPUS I
MAESTRÍA EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO



El objetivo de esta encuesta es conocer la opinión de cada empresa hotelera, para saber cómo el modelo de negocios *peer to peer* les ha afectado, y han obtenido una competencia desleal, causando una baja actividad económica.

1. Conoce el termino modelo de negocios peer to peer.

- a) Si
- b) No

2. ¿Conoce las plataformas cibernéticas o páginas en internet que ofrecen servicios de Hospedaje?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta fue sí, mencione alguna de ellas.

3. Considera correcto que cualquier usuario pueda ofrecer servicios de hospedaje en las plataformas cibernticas.

- a) Si
- b) No

4. ¿Qué entiende por el término competitividad?

- a) Competencia
- b) Rivalidad con otras empresas
- c) Ser eficiente y eficaz dentro del mercado

5. Considera usted que su empresa hotelera tiene una competitividad leal con este modelo de negocios peer to peer.

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

6. Sabe cuáles son los organismos públicos y privados que rigen la actividad turística.

- a) Si
- b) No

7. Cree que este dicho modelo de negocios debería ser legalizado por los organismos públicos y privados.

- a) Si
- b) No

8. ¿De qué manera afecta el modelo de negocios peer to peer a la competitividad de la empresa hotelera?

- A. Bajo ingreso económico
- B. Poca demanda turística

9. ¿Cómo afectaría el modelo de negocios *peer to peer* a la economía de su empresa?

- a) Poco crecimiento económico
- b) Escasa competencia
- c) Disminución de la oferta

10. ¿Qué estrategias competitivas puede implementar para minimizar el impacto negativo del modelo de negocios peer to peer?

- a) Teniendo conocimiento del modelo de negocios
- b) Obtener ayuda de los organismos que rigen la actividad turística
- c) Siendo competitivo en el mercado y teniendo una buena organización

Algún comentario adicional que desea hacer.

¡GRACIAS!